

LUCIÉRNAGA

REVISTA DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL - POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID &
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN - UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ - MÉXICO

DOI: <https://10.33571/revistaluciernaga>

Revista Luciérnaga © 2019

Los artículos pueden ser reproducidos parcial y totalmente siempre y cuando se haga la referencia bibliográfica respectiva.
Para mayor información contactarse a: investigacion_comunicacion@elpoli.edu.co / Conmutador: 3197900 Ext. 489 Bloque P19
oficina 135, Carrera 48 Av. Las Vegas No.7 - 151 / Medellín - Colombia / www.politecnicojic.edu.co / Código postal: 4931.
Revista Luciérnaga. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid &
Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Autónoma de San Luis Potosí - México.

EQUIPO EDITORIAL

REVISTA LUCIÉRNAGA COMUNICACIÓN N.º 21

EDITORA

Mónica Valle Flórez

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
Email: mmvalle@elpoli.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1803-1115>

EDITOR ASOCIADO

Francisco Jesús Ortiz Alvarado

Universidad Autónoma de San Luís Potosí-México
Email: francisco-ortiz03@hotmail.com

COMITÉ CIENTÍFICO / EDITORIAL

Jesús Galindo Cáceres

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México, SNI-CONACY
Email: arewara@yahoo.com

Allan Burns

Universidad de la Florida - EEUU
Email: afburns@ufl.edu
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6024-0020>

María Teresa Quiroz Velasco

Universidad de Lima - Perú
Email: tquiroz@ulima.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5640-4800>

Luis Deltell Escolar

España- Universidad Complutense de Madrid - España
Email: ldeltell@ccinf.ucm.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5230-1409>

Ángel Páez

Universidad de Zulia Venezuela
Email: aepaezmoreno@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0924-3506>

María Rebeca Padilla de la Torre

México Universidad Aguascalientes- México
Email: mpadilla@correo.uaa.mx
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5881-3958>

Carlos Andrés Arango Lopera

Facultad de Ciencias Sociales-Comunicación Social. Universidad Católica de Oriente
Email: carango@uco.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2120-3304>

Erika Jaillier Castrillón

Escuela de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicación Social Universidad Pontificia Bolivariana - Medellín-Colombia
Email: erika.jaillier@upb.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6974-0275>

Agrivalca R. Canelón S.

Directora. Maestría en Comunicación Estratégica. Facultad de Comunicación Universidad de La Sabana, Colombia
Email: agrivalca.canelon@unisabana.edu.co
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6368-5268>

Asistente Editorial

María Paulina Echeverri V.

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia
Email: paulina.echeverri97@gmail.com

Editor Digital, Diseñador y Maquetador Web

Nelson Cortés A.

Diseñador Visual
Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia
Email: nelson@colectivoinside.com

Producción Audiovisual

Mateo Ortiz Minotas

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia
Email: mateominotas@gmail.com

Isabel Restrepo García

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia
Email: isabel_restrepo20111@elpoli.edu.co

Gestión Open Journal Systems

Juliana Quiroz Estrada

Bibliotecóloga
Email: julianaquiroz9509@gmail.com

Traductores

Inglés: **María Elena Gutiérrez**

Email: mariagtz@gmail.com

Portugués: **Nicolás Enrique Barreda Torres**

Email: kikobarreda@yahoo.es

Autores: Mónica Valle, Santiago Gómez Sánchez, José Miguel Restrepo, Juan Andrés Gómez, Wilmar Raigosa, Maximiliano Maza Pérez, Frida Anais Godínez Garza, David Hoyos García, Yamila Heram, Cesar Augusto Gaviria Cuartas, Diego Alberto Polo Paredes, Jorge Iván Jaramillo Hincapié, Óscar Julián Cuesta Moreno, María Cristina Otero Gómez, Wilson Giraldo Pérez, Iván Darío Giraldo Pérez.

TABLA DE CONTENIDO

EQUIPO EDITORIAL	2
TABLA DE CONTENIDO	3
DECRETO 1720003875 (2019). POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS.	4
DOCUMENTALES Y DOCUMENTALISTAS ANTIOQUEÑOS. Sentido y práctica de un oficio que narra una región.	5 - 39
PAISAJES CINEMATOGRAFICOS COMO METÁFORAS DE LAS EMOCIONES. Análisis de los modos de representación fílmica y espacialidad en Her de Spike Jonze.	40 - 59
POST-COLONIAL NARRATIVE AND LANGUAGE AS AESTHETIC MATTER IN CIRO GUERRA'S EMBRACE OF THE SERPENT.	60 - 73
LA NARRATIVA POSCOLONIAL Y EL LENGUAJE COMO MATERIA ESTÉTICA EN EL ABRAZO DE LA SERPIENTE DE CIRO GUERRA.	74 - 87
LA CRÍTICA DE TELEVISIÓN: PROPUESTA PARA UNA AGENDA DE INVESTIGACIÓN.	88 - 104
VIDEOCOLUMNISMO. Desafíos para el periodismo de opinión.	105 - 124
EL CANDOMBE ARGENTINO COMO REPERTORIO DE ACCIÓN CULTURAL POPULAR.	125 - 139
LA CONSTRUCCIÓN DE LA FELICIDAD COMO OBJETO DE ESTUDIO Y SU POSIBLE ABORDAJE DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN.	140 - 155
IMPACTO DE LA PUBLICIDAD DE MARCA EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.	156 - 171

DECRETO 1720003875 (2019). POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS

Mediante este Decreto, la Alcaldía de Medellín formuló la política pública de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos, para promover y fortalecer la comunicación ciudadana de forma equitativa, como expresión de la participación, la cultura ciudadana y la divulgación democrática de opiniones" Artículo 1. Objeto.

Para la formulación de esta política se integró una mesa de trabajo en la que participaron representantes de los medios y procesos de comunicación de los territorios, colectivos y redes de comunicación así como periodistas independientes y académicos. Por ser de gran relevancia este tema abordado en la Revista Luciérnaga Comunicación, en las ediciones N. 7, 8, 16, 17. Esta sección editorial la destinamos a la publicación y difusión de este Decreto, con el que sin duda Medellín hace historia y se constituye en ejemplo de reivindicación de la comunicación para el cambio y el desarrollo sociocultural de las comunidades.

[Leer Decreto...](#)

DOCUMENTALES Y DOCUMENTALISTAS ANTIOQUEÑOS. Sentido y práctica de un oficio que narra una región

Mónica Valle*

Santiago Gómez Sánchez**

José Miguel Restrepo***

Juan Andrés Gómez****

Wilmar Raigosa*****

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a1>

Resumen

Para el crítico de cine Luis Alberto Álvarez "Las únicas razones verdaderas para la existencia del [Cine] documental colombiano son dos: crear el espejo de nuestra propia identidad y la posibilidad de expresión artística, personal y socialmente significativa. En este artículo se presenta algunos de los resultados de la investigación Documentales y Documentalista Antioqueños la cual tuvo entre sus objetivos analizar la estructura narrativa y propuesta estética en la obra de los documentalistas Carlos Bernal, Oscar Mario Estrada y José Miguel Restrepo Moreno. Específicamente en este texto solo se expone los hallazgos referentes a las temáticas y escenarios así como la metodología utilizada en el estudio.

El tema de los niños es recurrente en estos documentalistas así como sus **cosmovisiones de ciudad y ruralidad**. El universo narrativo de Bernal incluye, además las **faenas de los oficios**. Las atmósferas y personajes de Oscar Mario Estrada, narran, crean y recrean el sentido de la **expresión humana popular** que generalmente pasa desapercibida en la vida cotidiana. La narrativa experimental y deconstructiva de José Miguel Restrepo, visibiliza un mundo arremolinado por tiempos, personajes, lugares, historias y animales que cruza en la edición para colocar en primer plano la **experiencia de vida marginal**. La alusión al **fútbol** como entretenimiento, práctica y su fanática, también está presente en la obra de estos documentalistas así como el **juego de ajedrez**, los medios de comunicación y la **música**. El mosaico de narrativas, historias e imágenes capta una forma de ser, estar y habitar la región antioqueña.

Palabras clave: documental; video; audiovisual; cine, narrativas; Carlos Bernal; Oscar Mario Estrada; José Miguel Restrepo Moreno; investigación audiovisual; tratamiento audiovisual; estética; Antioquia.

Recibido. Enero 23, 2019

Aceptado. Febrero 28, 2019

*Doctora en Estudios Científicos y Sociales- Universidad Jesuita de Guadalajara-México-Iteso. Magister en Comunicación- Universidad Iberoamericana de México-Plantel Santa Fe- UIA. Especialista en Gerencia de la Comunicación- Universidad Pontificia Bolivariana Medellín- UPB. Comunicadora Social-Periodista- Universidad de Antioquia- Colombia. Docente e investigadora del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. En la investigación participó en la construcción de la metodología, análisis e interpretación de datos y redacción del artículo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1803-1115>; e-mail: mmvalle@elpoli.edu.co

**Magíster en Literatura y candidato a Doctor en Literatura de la Universidad de Antioquia. Docente en el Área de Lingüística y Literatura de la Universidad de Antioquia. En la investigación realizó el análisis crítico de cada uno de los documentales estudiados; e-mail: omagicoaudiovisual@gmail.com

***Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Magister en Educación y Desarrollo Humano; Comunicador Social de la Universidad Pontificia Bolivariana. En la investigación participó como investigador principal, aportó a la construcción del proyecto, la metodología, administración y coordinación de personal y recurso financiero, sistematización de datos, análisis e interpretación de datos. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-3966-505>; e-mail: jmrestrepo@elpoli.edu.co

**** Profesor de catedra y Comunicador Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. En la investigación fue Co-investigador. Realizó sistematización de datos, análisis e interpretación de datos y análisis crítico; e-mail: juan_gomez20103@elpoli.edu.co; juanandresgomezg@gmail.com

****Comunicador Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. En la investigación participo como co-investigador. Realizó sistematización de datos; email: wilmar_120@hotmail.com

DOCUMENTARIES AND DOCUMENTALISTS FROM ANTIOQUIA. Meaning and practice of a job that narrates a region

Mónica Valle*

Santiago Gómez Sánchez**

José Miguel Restrepo***

Juan Andrés Gómez****

Wilmar Raigosa*****

DOI. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a1>

Summary

According to the film critic Luis Alberto Álvarez, "The only real purpose for the existence of the Colombian documentary [Cine] are two: to create the mirror of our own identity and the possibility of artistic, personal and socially significant expression. This article presents some of the results of the research documentaries and documentary filmmaker Antioqueños, which aimed to analyze the narrative structure and aesthetic proposal in the work of the antioqueños documentary filmmakers Carlos Bernal, Oscar Mario Estrada and José Miguel Restrepo Moreno. Specifically, this text only exposes the findings related to the topics and scenarios as well as the methodology used in the study.

It is found that children topic is recurrent in these documentalists, as well as their cosmovision of city and rurality. Bernal's narrative universe also includes the deals of trades and music. Oscar Mario Estrada's atmospheres and characters narrate, create and recreate the sense of popular human expression that generally goes unnoticed in everyday life. The experimental and deconstructive narrative by José Miguel Restrepo reveals a turbulent world due to time, characters, places, stories, and animals that he involves in the edition, placing in the foreground the vital experience of marginality. In the production of these documentary filmmakers, fragments of culture are caught; and territories are observed, heard, felt, perceived and lived.

Keywords: documentary; video; audiovisual; cinema; narrative; Carlos Bernal; Oscar Mario Estrada; José Miguel Restrepo Moreno; audiovisual research; audiovisual treatment; aesthetics; Antioquia.

Received. January 23, 2019

Accepted. February 28, 2019

DOCUMENTÁRIOS E DOCUMENTALISTAS ANTIOQUIANOS. Sentido e prática de uma ocupação que narra uma região

Mónica Valle*

Santiago Gómez Sánchez**

José Miguel Restrepo***

Juan Andrés Gómez****

Wilmar Raigosa *****

DOI. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a1>

Summary

Para o crítico de cinema Luis Alberto Álvarez, "As únicas razões reais para a existência do documentário colombiano [Cine] são duas: criar o espelho de nossa própria identidade e a possibilidade de expressão artística, pessoal e socialmente significativa. Este artigo apresenta alguns dos resultados da pesquisa documental e documentarista Antioqueños que teve entre seus objetivos analisar a estrutura narrativa e a proposta estética do trabalho dos realizadores de documentários Antioqueños Carlos Bernal, Oscar Mario Estrada e José Miguel Restrepo Moreno. Especificamente, este texto expõe apenas os achados relacionados aos temas e cenários, bem como a metodologia utilizada no estudo.

Constata-se que o tema das crianças é recorrente nesses documentalistas, bem como em suas cosmovisões de cidade e ruralidade. O universo narrativo de Bernal também inclui as tarefas dos ofícios e da música. Os ambientes e personagens de Oscar Mario Estrada narram, criam e recriam o sentido de expressão humana popular que geralmente passa despercebido no cotidiano. A narrativa experimental e desconstrutiva de José Miguel Restrepo torna visível um mundo agitado por tempos, personagens, lugares, histórias e animais que cruza na edição para colocar em primeiro plano a experiência vital da marginalidade. Na produção desses cineastas documentários, fragmentos de cultura, território, contemplados, escutados, sentidos, percebidos e vividos são capturados.

Palavras-chave: documentário; vídeo; audiovisual; cinema; narrativa; Carlos Bernal; Oscar Mario Estrada; José Miguel Restrepo Moreno; pesquisa audiovisual; tratamento audiovisual; estética; Antioquia.

Recebido. Janeiro 23, 2019

Aceito. Fevereiro 28, 2019

Introducción

La Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid con la finalidad de desarrollar y estimular la investigación, la reflexión y las publicaciones sobre el sector audiovisual aprobó mediante convocatoria interna la realización de esta investigación en tanto se requiere dimensionar el campo investigativo de esta área de estudio y campo profesional en el país, determinar las transformaciones y mutaciones en las maneras de narrar o contar historias en diversos contextos mediáticos y tecnológicos, así como el diálogo a nivel regional, nacional e internacional con la comunidad académica involucrada en dicho campo. Entre las problemáticas que se encuentran en este sector es la falta de financiación para la producción documental, una pobre actualización en la docencia y el aprendizaje en el área, la falta de conocimiento del tipo de producciones a las que se abocan los realizadores y productores en el país, faltan inventarios y archivos audiovisuales de la producción y sus autores.

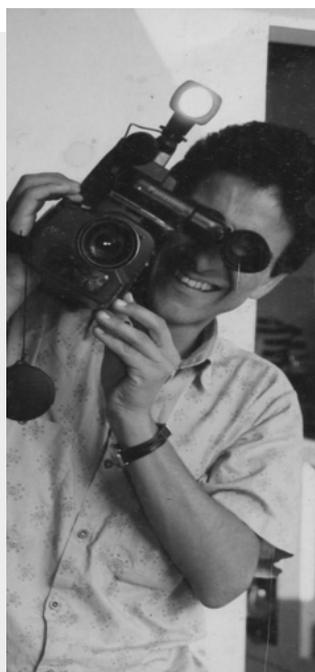
En tal sentido con este proyecto se pretendió aportar al acervo de conocimiento específicamente en torno a la sistematización, reconocimiento y análisis de los documentalistas y sus obras de la región antioqueña. Labor de largo aliento, que por lo pronto aborda el análisis de la obra de los documentalistas antioqueños Carlos Bernal, Oscar Mario Estrada y José Miguel Restrepo Moreno. Específicamente en este texto solo se exponen los hallazgos referentes al sentido y la práctica de un oficio en la que se narra una región. Sin embargo es de anotar que lo relacionado al análisis de la estructura dramática y narrativa, la contextualización de los sucesos socio-históricos registrados en los documentales, personajes y demás temáticas, estará incluida en otros artículos y los libros, producto de esta investigación.

En relación con el audiovisual en Antioquia señala Gómez (2017).

“En el audiovisual paisa, desde sus pioneros cinematográficos (Gonzalo Mejía[1], Camilo Correa[2], Enoc Roldán[3]), la imagen, los mismos esquemas de producción, y aún las motivaciones, siempre fueron como unos ojos de infante que se dejaron empapar por el clima neblinoso de las montañas, por la acogedora humareda y luciferinas pavesas de nuestras fogatas, por el adormecedor zureo de nuestras comadres en el pasillo vespertino, y sobre todo por la locura mística, por el alucinante empeño de nuestros próceres anónimos, como la Madre Laura en Luz en la selva (1960), de Roldán, o como lo era el propio Camilo Correa armando procesiones callejeras en honor al cine de las criadas y los celadores. Cine místico hecho por místicos, o cuando menos cine folclorista y muy celoso de su ancestro cultural, como en los casos de Gonzalo Mejía (Bajo el cielo antioqueño -1925) y el propio Correa (Colombia Linda -1955), en el crepúsculo de los setenta y los albores de los ochenta el cine antioqueño tuvo su momento cumbre en las figuras de Juan Escobar y Regina Pérez[4], Gonzalo Mejía (el otro)[5] y Víctor Gaviria. Películas como Será por el silencio (1983, Juan Escobar y Regina Pérez), Hulleras (1980, Gonzalo Mejía) o Buscando tréboles (1978, Víctor Gaviria) consiguieron encarnar unas formas de vida soberanamente singulares, riquísimas en significado, con una nitidez que, para quien las contemplaba, le hacía correr el peligro de que sólo percibiera en ellas su sabor local -la misma recepción que, por otra parte, tuviera en Colombia la obra de Carrasquilla”. Blog Madera Salvaje



Carlos Mario Bernal



Oscar Mario Estrada



José Miguel Restrepo

Las obras analizadas en este estudio se ubican entre 1986 y 2012, en estas se visibilizan el tema de los **niños** así como las **cosmovisiones de ciudad, el barrio y la ruralidad**. Para Bernal, hay una interdependencia entre la **ciudad y el campo**, la provisión alimenticia es de vital importancia y en esta, los cultivos orgánicos son una opción. La contaminación ambiental de la ciudad es una temática que Bernal avizoraba en el 2004, y que a esta fecha (2019), se constituye en uno de las problemáticas más graves de Medellín. La ciudad y el campo de Bernal sigue su tránsito hacia realidades más caóticas, pero que no por ello deja de ser bella y entrañable, en ella los colores primaverales se interrumpen por la violencia, el concreto y el hierro. En esta cotidianidad los medios de comunicación están inmersos. En la obra de Estrada, la **nostalgia por la vida del Pueblo** es evidente: los lugares que tienen vida social como las tiendas en las que se canta, se hace poesía, se toca música, se conversa, se dejan y reciben recados, son los lugares que perpetúa este documentalista. Estos espacios ya son la excepción en los municipios de la región que paso a paso se convierten en urbes.

En la ciudad habitada, percibida, narrada, documentada por Restrepo, hay "paramilitares", comunas, mafias, falta educación, los medios de comunicación "vende" basura. Pablo Escobar sigue siendo un héroe en las comunas y un referente de ciudad para los extranjeros. En el **barrio**, los cristianos, tienen sus más fieles discípulos y la vida parece un mal trance. La **ruralidad** que registra Restrepo al igual que en la ciudad y el barrio, están vitalmente cohesionado por el drama, la tragedia, la comedia, el melodrama y hasta por el cinismo. Los campesinos, no tienen donde vender sus productos, pero tienen teléfono celular. Ese espacio vital del campesino está siendo penetrado por la modernidad y los nuevos proyectos al servicio del turismo. Ellos siguen apegados al Sagrado Corazón de Jesús, mientras en las veredas todavía se sacrifica al "marrano" para festejar la fiesta de navidad, aunque el discurso civilizatorio se refiera al no maltrato animal.

También está presente en la obra de estos documentalistas la alusión a la **violencia, lugares y no lugares**, el **fútbol** como entretenimiento, práctica y su fanaticada; así como las diferentes formas de entretenimiento tales como el **festival, los medios de comunicación** y el **juego de ajedrez**. El mosaico de narrativas, historias e imágenes capta una forma de ser, estar y habitar la región antioqueña.

1. Metodología

La metodología de este proyecto fue de corte estructuralista y cualitativo; el proceso se concibió en 6 momentos: 1. Determinación del corpus de análisis (10 documentales seleccionados al azar, por cada Director). 2. Construcción de categorías, subcategorías e indicadores con fundamento en la propuesta conceptual de Caseti y Di Chio (1991) y el equipo investigador. 3. Diseño de matrices para el análisis. 4. Sistematización de datos en las matrices. 5. realización de entrevistas semi-estructurada a cada documentalista. 6. Se realizó crítica de cada uno de los documentales la cual se interpretó a la luz de los datos recogidos en las plantillas. Uno de los documentalistas estudiados, se incorporó a la investigación lográndose mayor reflexividad en el proceso. A continuación algunas de las plantillas estructuradas.

Plantilla No. 1
CORPUS DE ANÁLISIS

Fecha	Título	Síntesis	Duración	Documentalista	Observaciones
30- Oct.- 2017	La tienda de Juan José	La tienda de Juan José Posada es un punto de encuentro clave para la historia de Caldas. En este documental, clientes, vecinos e historiadores se reúnen en torno al tablero de ajedrez, a la música, el baile y al recuerdo de los días cuando en la tienda se distribuía	25:57	Oscar Mario Estrada	Homenaje póstumo realizado a Juan José Posada, hidalgo personaje que terminó donando parte de su propiedad para la construcción del asilo de ancianos municipal.

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
GIC
Investigación realidades contadas
Estructura narrativa y tratamiento

Plantilla No. 2
TEMA

TÍTULO: La tienda de Juan José			
AUTOR: Oscar Mario Estrada			
TIPO DE DOCUMENTAL:			
Naturaleza Temática	Documental Científico		Expositivo
	Documental Antropológico		De Observación
	Documental Institucional		Interactivo
	Documental Histórico	x	Reflexivo
	Documental Deportivo		
	Documental Musical		
	Documental Económico		
	Documental Político		
	Docudrama		
	Falso Documental		
	Documental periodístico		
Tema: La tienda de Juan José (personaje histórico del municipio de Caldas, Antioquia).			
SUBTEMAS	No desarrolla subtemas. El documental está centrado en el escenario (la tienda) y el personaje (Juan José)		

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
GIC
Investigación realidades contadas
Estructura narrativa y tratamiento

Plantilla No. 3
DESARROLLO DE LA NARRACIÓN EN LA LÍNEA DE TIEMPO
(Estructura dramática)

Inicio		Desarrollo / Nudo/ Transformación		Fin / Desenlace /Meta	
Duración	Descripción	Duración	Descripción	Duración	Descripción
00.00-01.08	Conteo regresivo	01.09-24.05	Testimonios de los habitantes de Caldas sobre Juan José Posada. Imágenes antiguas de Caldas		Créditos finales
	Estación con un tren a blanco y negro		Testimonio de Rodrigo Morales sobre la historia de la tienda de Juan José		Logo de Cala Televisión y Nickel producciones
	Partituras y músico tocando un piano		Imágenes antiguas del ferrocarril de Antioquia		Fundido a negro.
	Partición de pantalla con imágenes, blanco y negro. Texto: -Existen momentos inolvidables... -Cosas inexplicables... -Y personas incomparables...		Testimonio de Luis Alberto Zapata "Chabete" sobre el ferrocarril		
	Cámara lenta con escorzo de caballo		Imágenes en blanco y negro de tren en movimiento		
	Crédito Nickel producciones				

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
GIC
Investigación realidades contadas
Estructura narrativa y tratamiento

Nombre	Principal	Secundarios	Figurantes	Contextura física	Vestuario	Señales particulares	Color de piel	
a. Juan Bautista Usma Vanegas		X		Delgado.	Sombrero, camisa a cuadros, corbata roja, chaleco negro y saco gris.	Anciano	Morena	Expresivos y enfáticos. 
b. Rodrigo Morales		X		Delgado.	Camisa clara, mangas largas recogidas y pantalón gris.		Trigueña.	Expositivos. 
c. Luis Albert Zapata		X		Delgado.	Gorra, gafas,		Trigueña.	Tranquilos. 

ESCENARIOS																				
¿Dónde se desarrolla el documental?																				
Escenario principal					Escenarios secundarios					Escenarios alternos										
																				
Objetos	Colores	Texturas	Interior		Exterior		Objetos	Colores	Texturas	Interior		Exterior		Objetos	Colores	Texturas	Interior		Exterior	
			Día	Noche	Día	Noche				Día	Noche	Día	Noche				Día	Noche		
Estanterías, sillas y mesas.	Café y marfil.	Duras y maderables.	x	x	x	x	Edificios, rieles, tren.	Bianco y negro.	Rústicas.			x		Plantas, muebles, cuadros	Bianco, rojo y pastel.	Varios.	X		x	

Imágenes de entrevistas realizadas a los documentalistas



José Miguel Restrepo



Carlos Bernal Acevedo



Entrevista a Oscar Mario Estrada

2. Los Documentalistas

Los documentalistas Carlos Bernal [6], Oscar Mario Estrada Velázquez [7], José Miguel Restrepo [8], se desempeñan como profesores en reconocidas Universidades de Colombia [9], los tres son oriundos de la región antioqueña, sus títulos de pregrado son en comunicación, y se han desempeñado en el campo audiovisual como productores, realizadores y directores. Bernal y Estrada se titularon en la Universidad de Antioquia y Restrepo en la Universidad Pontificia Bolivariana. En el corpus de análisis de esta investigación se registra a "Son del Barro" (1986) como uno de los primeros documentales de Bernal, su producción en general se ubica entre finales de los años 80 y los 90. La obra de Estrada, considerada en este estudio, se ubica entre el año 2003 y 2012; y la de José Miguel Restrepo (Joche) desde el 2004 al 2012. Si se toma como referencia la fecha de culminación de sus estudios de pregrado y la edad de los documentalistas, se podría considerar a Bernal como el primero de este trio, seguido por Estrada y Restrepo.



2.1 El inicio

Son diversas las motivaciones que llevaron a los documentalistas a optar por ese arte y consolidarse en este, siendo las más contundente el interés por contar historias, su necesidad de expresarse, su formación en comunicación, los contextos o ambientes audiovisuales y culturales a los que estuvieron expuestos, la conformación de colectivos para producir así como las experiencias académicas a nivel internacional, el reconocimiento de otros y el auto-reconocimiento de ciertas habilidades para la creación documental.

2.1.1 Narrar Historias

Las historias llevan al documental. Carlos Bernal, llega al documental mucho después de su interés por el diseño gráfico y la publicidad, ya que desde los 15 años se dedicaba a estas labores. Inicia estudios en la Universidad de Antioquia los cuales suspende, por un tiempo, para irse a España a estudiar televisión. Regresa a Colombia a finales de 1980, por la época en que se estaba en el montaje de Teleantioquia [10].

[Bernal] “Yo llegué al documental no en el sentido de habérmelo propuesto, como la idea de voy a ser documentalista, porque inclusive yo diría que en esa época del 86 que se hizo “Son del Barro” para mí no era tan clara la palabra, ni siquiera el concepto de documental, era un ejercicio un poco más experimental... Yo pienso que son las historias la que te llevan a hacer documentales, películas, no es voy a hacer un documental entonces busquemos la historia... lo que era interesante en “Son del Barro” (1896) era como unos trabajadores, unos obreros en un proceso muy largo habían terminado administrando, produciendo y manejando una fábrica, y era el interés por esa historia la que llevó a la cámara, además una ladrillera es un fenómeno que para cualquier fotógrafo es un delirio, eran 25 mil ladrillos en un horno, eso visualmente es monumental para un fotógrafo, y yo soy fotógrafo”.

En sus inicios este documentalista trabajo en Tiempos Modernos, fundada por el cineasta Víctor Gaviria [11] a mediados de los años 80 [12].

Narrar y recrear historias que permitan soñar. El mirar la “odisea del espacio” esa en la que el mundo se quedó paralizado con la transmisión en directo de la llegada del hombre a la luna, fue la primera aproximación que Oscar Mario Estrada [13] tuvo con la magia de la imagen y su capacidad de asombro. Esto lo vivió en el sencillo hotel, Fredonia, que regentaba su abuela Otilia Ramírez. Fredonia significa tierra de libertad, dice Estrada.

[Estrada]...“Justo, el día del alunizaje, en un gesto visionario, mi abuela compró un televisor en blanco y negro, para presenciar “un primer paso para el hombre, un gran salto para la humanidad”. Esa noche, los pueblerinos de nuestra localidad, ocuparon la nave central del hotel.... Años después en el municipio de Jericó, de la escuela nos llevaban al teatro Santamaría a ver películas inspiradas en los textos de la biblia: “Los diez mandamientos”, “Sansón y Dalila”, luego por vocación propia, yo vi las películas de karate, con Bruce Lee a bordo y posteriormente con mis compañeros de colegio, la saga de las colegialas. Las cuales nos enseñaron, no solo a soñar, sino a desvelarnos, con estas estrellas del “filmamento”... Una vez en Medellín, leía las crónicas del “cura litro”, el sacerdote de avanzada Luis Alberto Álvarez, quien me dio las rutas de navegación para entender el cine, en seminarios especiales, que tenían una fuerza adictiva y una pasión infinita. Pero mis primeros pinos en la realización, fueron con mi amigo Humberto Suárez, cuya familia tenía una empresa de distribución de videos y allí ingresé a la BBC (Bodas, Bautizos y Primeras Comuniones), experiencia fabulosa, en la cual, los camarógrafos éramos “los héroes de la ocasión” y nos brindaban los mejores platos a la hora de la cena”.

Historias de viaje, de vida...La necesidad de “husmear” la vida lleva a José Miguel Restrepo al documental.

[Joche] “Yo andaba mucho, me ha gustado viajar, eso me ha abierto muchas puertas y he podido husmear bastante. Ese interés lo he tenido siempre, incluso mucho antes de hacer documental. En ese tiempo no existía la palabra mochilero pero yo era un mochilero; me encantaba irme a dedo para todo lado, dejaba la universidad, dejaba el colegio y me largaba y me iba a vivir a otros lugares... Si yo mañana me voy para el Amazonas, extraño sería que no llevara mis equipos y estando allá sin querer hacer un documental, se me aparece cualquier historia y la

desarrollo... es como un diario; un diario no sé si de viaje. Creo que la vida es un viaje, porque a veces cuando estoy metido en la ciudad, también estoy viajando, conociendo gente, historias, situaciones. Después de 40 años yo sigo metiéndome a espacios y a lugares que nunca me imaginaba que existieran; entonces, mis documentales son como una bitácora de vuelo, de vida, de espacios, de gente y eso se va convirtiendo en un gran álbum. Alguien alguna vez en el Ministerio de Cultura, cuando estaba presentando un pitch [14] de un documental, me dijo de manera despectiva “es que esto sigue siendo lo mismo tuyo, una historia de tu vida” y sí, creo puede ser una especie de historia de mi vida y las personas que van cruzando en torno a ella”.

En las primeras grabaciones de Restrepo que datan de comienzos de la década del 1990, se observa sus viajes en camión, caminatas por calles solitarias al lado de mendigos, su odisea a la ciudad de Santiago de Cali en bus de TSS a ver jugar al Independiente Medellín un partido con el América de Cali. Joche mantiene la filosofía de extimidad para instruir a su público, llevándonos a conmoción, como es el caso del fin del viaje al Amazonas, cuyas alabanzas cristianas que se escuchan en mitad de uno de sus documentales llevan a la gente a sentir compasión y arrepentimiento en medio de alucinaciones padecidas por él como personaje, en rituales indios a través de sus búsquedas en territorio peruano [Gómez, 2013].

2.2 Esos muchachos tienen madera

Estos documentalistas se afianzaron en su labor por el **reconocimiento y la valoración** que de su trabajo hicieron reconocidos personajes de la cultura, el cine, también sus profesores. Los premios obtenidos y las convocatorias en las que resultaron elegidos.

[Estrada] “En las aulas, del alma mater [U de A] hice mi primer trabajo audiovisual, una suerte de sonoviso, género, desaparecido del planeta, llamado: “Zapaticos de charol”, un sencillo homenaje a la foto clásica y alucinante del maestro Melitón Rodríguez [15] y mi tratamiento consistió en hacer imágenes y sonidos con los zapateros populares de la ciudad. En ese momento a mi profesor Álvaro Ramírez Ospina, gran maestro, le gustó mi trabajo y dijo: Ese muchacho tiene madera”.

Estrada también ha sido seleccionado para realizar pasantías en el exterior; con el Ministerio de Cultura de Colombia en alianza con el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes -FONCA- de México, viajó a ese país y allí realizó el documental “México en el espejo del cine”, el cual fue emitido por el Canal Iberoamericano de la UNAM, Señal Colombia y canales regionales.

[Bernal] [Cuando estaba haciendo el piloto de Son del Barro] no contaba con equipos profesionales, Ricardo Aricapa, personaje conocido dentro de la escena de la cultura en Antioquia, ve “Son del Barro” y dice “esto lo tiene que ver Víctor Gaviria [16], me llevan allá, él lo ve, y dice: Nooo, esto es una nota, hazlo con nuestros equipos... en ese sentido a partir de esa historia interesante, y de ese tipo de filmación, y de esa experimentación con el lenguaje, es que me fui abriendo un camino...” . **[Restrepo]** “Yo empecé a participar en

convocatorias y eso me abrió puertas de otras maneras de producir. Entonces muchos años viví de ganarme premios y de juntarme con gente que podía realizar". Continua Restrepo "Santiago Gómez otro de los fundadores de Manera Salvaje se ganó el Premio al mejor documental que entregaba el Ministerio de Cultura, con "Diario de viaje"(1996) que trata de cinco "pelaos" que van a un festival de cine, él tuvo el rigor de ponerse a editar, lo que no hicimos nosotros...de esa época de Madera quedó también un trabajo muy bueno, que lo hicimos con las milicias populares en la Comuna nororiental que se llamaba "A la rueda, rueda de paz y candela" (1995).

En marzo de 2019, en el Festival de Málaga (2019), el cortometraje documental El día de los conectados, en el que Restrepo fue uno de los directores, obtuvo el Premio del Público.

2.3. Conformación de equipos de trabajo y colectivos para producir

Aparece como una constante importante en la producción documental de los realizadores antioqueños, la conformación de equipos , colectivos de trabajo; integrados por pares, amigos y familiares. Esta figura parecer ser uno de las formas en que estos profesionales se apropiaron y desarrollaron capacidades para trabajar con otros en procura de un producto común, lograron competencias y habilidades para la vida y aprendizajes de su área profesional.

José Miguel Restrepo, es uno de los documentalistas que más colectivos ha conformado e integrado, entre 1992 y 93, empezó a realizar documentales con un grupo de compañeros del Programa de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana, para ello crearon el colectivo y corporación cultural Madera Salvaje. El colectivo se estableció con 21 integrantes y terminaron solo 7, lograron algunos recursos financieros; del Ministerio de Cultura obtuvieron algo de dinero para para producir el documental "Santificar las fiestas"

Este colectivo así como sus sueños se acabaron pronto. Dice Restrepo: el tiempo mostró que nosotros éramos desordenados y muy austeros en nuestra manera de producir, esto lo hacíamos porque estábamos tratando de ahorrar y generar fondos para montar una productora, entonces como el "billete" se fue, nosotros nos quedamos con unas cuantas cámaras, con la producción y la gente del Ministerio de Cultura dijo, arreglemos esto por las buenas, quédense con el material, nosotros nos largamos de este proyecto, no les damos más plata. Eran 60 millones en ese tiempo. Todo se acabó expresa Restrepo.

¿Por qué esas dificultades? [Joche] "...por los diferentes estilos de vida y de trabajo de los integrantes, también porque nos gustaba mucho la fiesta. En ese tiempo éramos muchachos muy viscerales. En medio de ese bullicio. Se grabaron muchas horas, puedo pensar en 500, 700 horas y casi todas se perdieron.

En este colectivo también hubo cosas positivas, se ganó en experiencia, allí Restrepo empezó a hacer cámara desde una perspectiva distinta a la

formal, clásica. Dice Restrepo “nosotros queríamos una cámara documental muy natural, sin muchas intenciones, ni especificidad.

[Restrepo] por la precariedad que teníamos de equipos, yo me empecé a idear una manera de editar las historias en la misma cámara, en el mismo tiempo de grabación y que quedaran casi perfectas al momento de ser grabadas... Entonces yo jugaba mucho con el fade de la cámara en principio, fin y en los cortes de escena. Creo que por eso la producción, de ese momento, tiene bastante fade. Después logramos obtener equipitos y empezamos a trabajar por corte, con consolitas de edición muy sencillas y después los primeros equipos que nos aparecieron fueron de edición no lineal. Ese fue el principio.

Después de Madera Salvaje, Restrepo crea **Desperdigados y Asociados**, con Ana Victoria Ochoa [17] “No teníamos que estar todo el tiempo juntos, que era lo que pretendía Madera Salvaje”. Aquí cada quien iba por su lado y si teníamos que hacer algo nos juntábamos y después nos largábamos. Pero tampoco hicimos mucho trabajo”. Luego Restrepo se integra a **Akabí**, que es una voz Catía que quiere decir hacer, ver o contar. Empezó a trabajar con su familia, historias campesinas, especialmente con su padre. Durante tres años, documentó el campo de diferentes regiones de Antioquia. También laboró en la Corporación para la investigación y el eco desarrollo regional- CIER con ellos realizó varios documentales de campesinos y también empezó a enseñar producción documental, guiado por la idea del video comunitario en la que la voz y la mirada es la de los otros.

[Joche] “Me dediqué a trabajar en veredas, con otro proyecto de familia que era **La Escuela Alternativa de Video**. Ya no éramos los protagonistas hacedores de documentales sino que empezamos a enseñar y a producir a otros...Desde esta escuela, también le enseñé a integrantes de bandas delincuenciales a hacer documental, lo que ahora llaman “bacrim” [18] que en ese entonces eran bandolas o combos. Algunos de ellos cambiaron sus vidas a partir de eso; yo conozco a muchachos que eran de bandas y hoy hacen videos de reggaeton, documentales, seriados de televisión, deportes. Entonces hay pelados que cogen rápido la cosa y eso está metido en la filosofía de la escuela alternativa; cero diplomas, cero formales, aprenda un oficio, enamórese de él, salga adelante, ayude a la gente, y explore su sensibilidad sin tanta plataforma. El objetivo es que la persona encuentre algo que le permita sacar lo que tiene adentro sin generar tanto dolor y resentimiento.

Uno de los últimos colectivos que integró Restrepo, fue **Replique taller**, el cual después de un corto tiempo se desintegró.

Oscar Mario Estrada también ha impulsado varios colectivos, en 1993, junto con otros colegas creó Nickel Producciones, Corporación que continúa vigente, y desde la que se realizaron documentales como Las Sevillanas de Colombia (1994). En varias de las producciones de Nickel se rescata la memoria urbana de Medellín. Esta Corporación también produjo “Del árbol, la semilla”, en torno al patrimonio artístico y cultural de la familia Vieco Ortiz [19], trabajo agrupado en una miniserie para televisión, dos exposiciones, tres conferencias y dos conciertos en escenarios culturales de la ciudad. Han producido trabajos de carácter institucional para entidades como Comfama, Alianza Positiva, Comfenalco, Universidad de San Buenaventura y Universidad de Antioquia. Entre

el 2010 y 2011 realizaron para la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia la serie de microprogramas y el documental “El Bicentenario: reflexiones, imágenes y representaciones sobre la Independencia de Antioquia y Colombia 2010-2013”. Estos documentales han sido emitidos por diferentes canales de televisión, espacios culturales y educativos, regionales, nacionales e internacionales. En su momento integraron Nickel, Germán Freddy Valencia y el cineasta Carlos César Arbeláez, Director de la película, Los Colores de la Montaña (2011). En cuanto a Carlos Bernal, produjo y realizó varios de sus documentales conjuntamente con Beatriz Bermúdez [20].

Aunque se reconoce las fortalezas que se desarrollan cuando se integran colectivos para producir, al parecer su permanencia en el tiempo es difícil, en este contexto es notable que Nickel Producciones, bajo el liderazgo de Estrada, siga activo, a pesar del cambio permanente de sus integrantes.

3. Temas

3.1 Ciudad / Ruralidad

La ciudad así como el espacio rural, son temas recurrentes en la obra de los documentalistas estudiados. Bernal presenta una sinfonía de ciudad en la que la vida rural parece más grata para el espíritu y cotidianidad humana. La nostalgia de la provincia, sus paisajes, música y personajes son frecuentes en la obra de Estrada, la ruralidad urbanizada reflejan cierto cuestionamiento a la actual vida rural. La ciudad caótica y marginal que refleja al hombre contemporáneo es usual en los documentales de Restrepo en contraposición a los espacios rurales en los que la vida pasa jocosa y de manera natural. En ambos contextos los perros acompañan a los humanos.

Socioculturalmente el antioqueño es reconocido por su afecto al campo, “montañero” se les dice, porque la región está rodeada de montañas, esto también alude a la forma campechana de hablar con expresiones como “marrano” para referirse a una persona que no le atina a hacer bien lo encomendado. La nostalgia por la vida campesina está plasmada en poemas, canciones y diferentes obras artísticas de los pobladores de esta región. En la obra de los documentalistas estudiados, la referencia al campo, la vida rural no es la excepción.

• Ciudad sinfónica

Carlos Bernal, en “1526 metros sobre el nivel del mar” (2004), se pregunta por el impacto de la sociedad de consumo en el equilibrio ecológico de esta. En este documental muestra el Metro, el moderno transporte urbano de Medellín; los oficios callejeros y la cotidianidad mediática de la ciudad, a la vez nos presenta lo cultivos orgánicos que se producen en la ruralidad cercana de la urbe; el ritual de un desayuno, en el que una abuela remoja un buñuelo en el chocolate y conversa con su familia; la visita de los vecinos y la conversación de campesinos de manos fuertes, que usan ropa de trabajo y botas de caucho. En la ciudad de Bernal, transeúntes nunca vueltos a ver, el emblemático edificio Coltejer, [21] y Argos [22], símbolos de lo que fueran las industria más sólidas de la región, los textiles y el cemento.



1526 metros sobre el nivel del mar" (2004)

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pK-omBzr1Ss>

Cada cosa, cada lugar, cuenta la cotidianidad de una población atada a otra. Bernal interpela los códigos de ciudad y de campo, los re-significa. Las acciones de este documental son ícono de la cultura local. El agricultor, con la sinceridad que caracteriza al antioqueño expresa:

"La verdad en Medellín no me veo viviendo en algún tiempo. Que me toque irme a vivir allá por razones de fuerza mayor, pero no está dentro de mis planes. ¿Por qué razón? porque la verdad cuando voy por allá a Medellín me siento como encerrado estresado, por la contaminación, por el ruido, el agite de todo el mundo que se vive en la ciudad. En cambio un o acá vive tranquilo, se acuesta y nadie lo molesta. No hay un bus que esté pitando, no hay la gente que esté gritando.

(Documental 1526 metros sobre el nivel del mar, minuto 23:10)



En este documental Bernal es latente, no quiere ser explícito, ni seductor. Creemos que estamos ante la clave del video de marras: su contenido no es lo que muestra, sino algo más lo que sugiere. Esto es un asunto de polisemia, de signifiante y lectura en un sentido recto e interpretativo, de asociación, que puede ser accesorio pero se revela indispensable para su entendimiento.



Textura del cuadro del Corazón de Jesús, como atrezzo para dar cuenta de la idiosincracia antioqueña por medio de símbolos.

Las interpretaciones que se pueden hacer no salen del orden especulativo, porque se trata de mucho más que de un cúmulo de imágenes “contemplativas”: hay un orden, para empezar, pseudo-cronológico, o ficticio de avance en el tiempo, o sea, se pretende reconstruir una jornada en Medellín, al estilo de las famosas “sinfonías de ciudad”, como El hombre de la cámara o, recientemente, Suite Habana. Pero esta conexión de simultaneidad y contigüidad esconde otros secretos, porque la exposición alienta a la inquietud por las resonancias de todo cuanto se ve, la violencia, la relación entre el campo y la ciudad, las expresiones de la cultura popular. Actos de habla van de lo muy formal a lo netamente espontáneo, delicadamente capturado, como se da en la escena del billar donde amigos departen y juegan:

“Oiga! Pa que cuente cuando le robaron el marrano. Yo no le perdono que me haya robado ese marrano porque ese marrano era muy galgo. Ese marrano adelantaba mucho.”

O en el noticiero radial ¿Cómo amaneció Medellín? en el que se escucha:

“Explota carro bomba al lado de una iglesia en Medellín. El sacerdote y varios feligreses heridos. [El afectado, comenta] Empezaron a caer lámparas, los vitrales, todo. Entonces todo el mundo nos tiramos debajo de las bancas. [Locutor] Estación de policía y más de 50 locales comerciales también resultaron averiados por la explosión. Capturados más de 40 guerrilleros en 3 municipios de Antioquia. Este lugar sacudido por un carro bomba este fin de semana, fue hoy centro de una concentración de paz”.

La **violencia** en la ruralidad también es documentada por Bernal en Fue Anunciada (1988), allí hace un retrato de los autores de la masacre que los paramilitar denominados “Muerte a Revolucionarios del Noreste”, liderado por Fidel Castaño, perpetraron en Segovia - Antioquia. Los testimonios dejan huellas imborrables de lo que es ser sobreviviente. Bernal y Bermúdez registran la cara espantada de la población, los charcos de sangre esparcidos en la plaza del pueblo, pájaros enjaulados y algunas iconografías encasquetadas en fachadas y edificaciones locales.



Fue Anunciada (1988)

Recuperado de:

<https://bit.ly/2rb2qD3>

En relación a la grabación de este documental, comenta Bernal "Ahí, los nervios dominaban cualquier intento estético y dramático. Era el registro, una especie de acto ennoblecido para ser de alguna manera testigos de esa barbarie y denunciar."

La ciudad y el campo de Bernal siguen su tránsito hacia realidades más caóticas, pero no por ello dejan de ser bellos y entrañables, en estos los colores primaverales se interrumpen por la violencia, el concreto y el hierro de los medios de transporte, allí la radio y la televisión están presentes. Desde Acordeón de papel (1991), en el que Bernal registra el trajín de las familias recicladoras, en la ciudad capital de Bogotá, se nota una preocupación por temas medioambientales.



Acordeón de Papel (1991)

Recuperado de:

<https://bit.ly/343Kadv>

• Ruralidad urbanizada

Magistralmente Estrada en la "Tienda de Juan José" (2008) describe un punto clave en la historia del Municipio de Caldas. En ese documental clientes, vecinos, historiadores, recuerdan los días en que en dicha tienda se distribuía la leche fresca que llegaba de la fincas cercanas. Ahora en medio de una partida de ajedrez, una buena conversación, música y canto se evoca una atmósfera y universo vital. Algunos de los nuevos visitantes de la tienda, están vestidos a la usanza, sombrero, alpargatas, carriel y poncho, lo que es aprovechado y captado en el video.

En este documental Leonel Ospina, el compositor del "El jardinero", interpreta su canción mientras en el lugar, unos bailan, otros juegan ajedrez, beben licor y otros más ven el partido televisado de fútbol. También se observa al lustra botas o embolador, al acordeonero y a un perro que recorre tranquilamente el lugar. "Mazito", uno de los personajes del documental conecta sus recuerdos de la tienda con los del Ferrocarril de Antioquia y la muerte trágica de su madre. "Mazito" tomándose un trago en el lugar dice:



“Yo conocí, con permiso [se toma un trago] yo conocí el tren, yo era cadenero así “culicagado” [23], el tren andando y yo a la carrera por encima recorriendo y tocando la campana por si hubiera un peligro ahí mismo iban y los paraban con mañita. El tren mató a mi mamá, me tocó arrecogerla y del colegio la arrastró dos cuadras y media, y entonces a mí me tocó arrecogerla por puñados en sangre fría”.

Luis Fernando Castañeda, uno de los actuales clientes de la tienda dice:

“...yo suelo venir [a la tienda] en las mañana, ensayo guitarra, hago unos ejercicios en partitura, eso sería dos horas, luego voy a casa y busco algo de comer, y estoy regresando tipo 2 o 3 de la tarde. Ya encuentro la gente de ajedrez aquí y bueno, también hago parte de esa actividad y me pongo a jugar con ellos...También de pronto cantamos, nos entusiasamos y tomamos la guitarra y hacemos algunas canciones. Esto la verdad, se nos va el asunto hasta la hora de la noche 10, 11, 12 incluso hasta el cierre... A veces nos tienen incluso, que sacar de aquí. Prácticamente sacados...Esa es más o menos la dinámica de toda la semana”.

Otras personas que dan testimonio de sus experiencias en la Tienda de Juan José son: Iván Arango Mejía “El profe”, Diego Posada “Gallardía”, José María Ruiz, Mauricio Tamayo, Hernán Gómez, Luis Fernando Correa y Mario Montoya. Ellos comentan que en la tienda se hablaba del poeta Ciro Mendía, de la música de Juan Arvizu y Alfonso Ortiz Tirado; Rodrigo Morales señala que años atrás se hablaba acerca de los periódicos El Preludio y El esfuerzo. Mario Montoya Cuartas comenta:

“...personas que han estado por fuera en Estados Unidos, en Europa hace 15 o 20 años, recuerdan venir acá por la leche, esa es la constaste en el recuerdo.. Además, dice [A la tienda] “venían [los campesinos] a traer las razones de la finca, a dejar el apero el uno al otro; a contarse las historias de lo que pasaba en las fincas, a buscar trabajadores... La tienda en ese momento y hoy sigue siendo un puerto”.

El documental destaca los testimonios de Josué Sánchez, la Hermana Gertrudis Padilla y Marta Livia Cardona en torno a la donación de los terrenos que Juan José hizo para que se construyera el asilo de Caldas. Todos los testimonios se apoyan visualmente con fotos antiguas, imágenes nocturnas, pinturas del entorno de la tienda e imágenes del Municipio (calles, casas, parque y asilo). También imágenes del Ferrocarril de Antioquia, de Amagá y del Bogotazo. Se observa en el documental videos de archivo a blanco y negro de una plaza pública, una avioneta, un fragmento de la película *El pianista* de Roman Polansky. Igualmente fotos del presidente del Salón Minerva Roberto Muñoz Londoño y el libro de actas de 1930, de ese lugar; imágenes de Jorge Eliecer Gaitán, Juan José Posada, un cura y sus feligreses y de las bandas musicales *La sirena*, *La lira*.

Estrada, elude inteligentemente la hagiografía de un personaje para apenas advertirlo en sus poses más significativas, sonriendo en una foto que hay en su tienda, o en los rasgos más memorables para los entrevistados que lo recuerdan, como un fastidio por las discusiones sobre política. Así lo tenemos como un anfitrión que posibilita lo que sí es importante para el video, que es el conglomerado de gente que participa en la creación de un lugar significativo para la sociedad, donde uno puede ir y sentir que pertenece, escuchar música, descansar; hablar; o cantar; sin necesidad de hacer más nada, como insisten los personajes en una compleja y sobria arquitectura de intervenciones, fruto de una edición íntimamente relacionada con el asunto.

En la actualidad, Mario Montoya Cuartas continúa esta cotidiana tradición de preservar y mantener vivo un lugar que alberga tras sus muros, no solo los fantasmas de la memoria, sino la utopía de un lugar para el encuentro. Esta tienda es uno de los pocos espacios que quedan en este Municipio que a pasos agigantados se convierte en urbe.

En *Hilos de Libertad* (2003), Estrada nos muestra a Jericó, un municipio al suroeste de Antioquia. En este documental las actividades están alrededor del festival de la cometa, se abordan temas como: la expresión popular, el arte, la cultura, la lúdica y la recreación. Se destaca el cuidado de la composición fotográfica y el montaje de la película, que a través de un ritmo casi musical, le permite al espectador contemplar la belleza de la cometa como artesanía y al mismo tiempo ser testigo de la alegría y unidad del pueblo durante su fiesta anual.



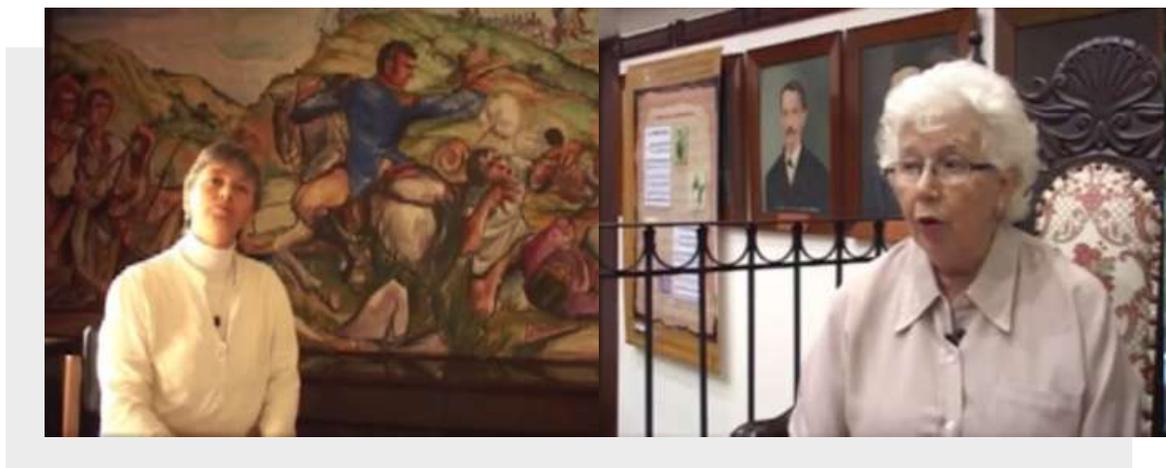
En el documental, los niños en compañía de sus amigos, sentados en el parque del pueblo, fabrican las piezas que posteriormente alzarán en vuelo. También los adultos se unen entusiastas y muestran con orgullo la artesanal filigrana de motivos geométricos cuidadosamente dibujados en papel y montados con firmeza sobre delgadas varillas de caña brava. La cámara se mantiene al hombro y sus movimientos son espontáneos, siguiendo a los personajes y la dirección de vuelo de las cometas,

por eso hay un grado de improvisación que permite respetar el flujo natural de las acciones y registrar momentos que serían imposibles capturar en el caso de contar con una planeación estricta de movimientos de cámara.

Las imágenes emblemáticas que puntúan el documental son de una belleza propia del asunto pero también del encuentro con un camarógrafo y un formato que se adecuan a los fenómenos con cualidades especiales (los iris de la imagen cuando la cámara graba el sol, por ejemplo, no parecen de ninguna manera un defecto o algo indebido o incorrecto, sino al contrario: indispensable y tan bello como mirar al sol y que las pestañas lo restallen). En cierto sentido son imágenes que se integran a todo lo demás de muchas maneras, por ejemplo a las secuencias que muestran todo lo que hay detrás del festival: la manufactura, el comercio, la pasión de hacer y crear... Pero aún más son imágenes que se desprenden del contexto y se vuelven autónomas, justo como el hecho de elevar una cometa tal como lo describen sus aficionados: un acto de libertad, en que se vuela.

La gente del pueblo, turistas y visitantes atraviesan las calles del municipio, rumbo al morro, la imagen de un cristo con las manos abiertas los recibe en la cima de la montaña, lugar en el que por años han lanzado al cielo sus sueños, allí la música de la comparsa ambienta la tarde de familias enteras que se reúnen en torno al concurso de cometas mientras las fachadas de las casas en el pueblo se visten de fiesta. En el parque central del pueblo también ocurren escenas importantes, como el desfile comunitario. Se hace referencia a la arquitectura del municipio a través de sus calles y escaleras antiguas, puentes, balcones y ventanas. Finalmente, en el interior de las casas, donde se realizan algunas de las entrevistas, también se destacan espacios como los largos corredores y la decoración con cuadros religiosos, pinturas, retratos y macetas propias del estilo y la idiosincrasia del suroeste antioqueño.

Si consideramos que la imagen final del documental es un soldado llevando una cometa caída para un niño, nos damos cuenta de la significación profunda de este trabajo, que no enfatiza jamás en ese contexto pero que le da, incluso a la obra de Estrada en conjunto, poblada de soñadores y artistas igual de románticos y en apariencia irresponsables como los que elevan y promueven elevar cometas, un tamaño de considerable magnitud en la cultura y la historia de la cultura antioqueña.



La región antioqueña, también es abordada por este documentalista en “La Independencia de Antioquia” (2011). Aquí la historia de esta región es abordada por académicos que reflexionan sobre el significado y las implicaciones de la independencia, contextualizando su discurso sobre la dimensión temporal: presente, pasado y futuro de la provincia. Inicialmente se plantea una reflexión sobre el concepto de independencia, luego se hace una contextualización sobre las causas que derivaron en la crisis del imperio español, el descontento de las colonias frente a las reformas instauradas por la corona, y la oportunidad de independizarse. Posteriormente, historiadores y académicos destacan el legado histórico de la obra de artistas como Pedro Nel Gómez, que retrataron el espíritu del pueblo antioqueño a través de la pintura, la escultura y la arquitectura aún conservada en los municipios que lideraron el proyecto independentista; cuya organización social y solvencia económica, les permitió financiar a los ejércitos rebeldes, en una época donde apenas se estaba comenzando a pensar en la posibilidad de constituirse la república de Colombia. Un entrevistado comenta:

“Algunos dicen la patria boba y creo que en ese término fuimos educados todos, pero no fue una patria tan boba, se estaba definiendo, marcando límites, le dio a la gente la conciencia que podía definir su destino. Lo definió como desgraciadamente en Colombia hemos definido muchas situaciones, a punta de guerra, pero eso se produjo por el grito del 20 de julio”.

Múltiples son los escenarios que se visibilizan en el documental: la Academia de Historia Antioqueña, el palacio de la cultura “Rafael Uribe”, así como las fachadas de las calles y los parques de municipios como Marinilla, Rionegro, Medellín y Santafé de Antioquia.



Al final, se hace revista de los héroes que dejó la independencia de Antioquia, y se enfatiza en la posición privilegiada de la provincia, que con su capacidad para financiar la campaña libertadora, mantuvo las batallas militares al margen de su territorio. Sin embargo, se reconoce la importancia de los contingentes enviados a defender la gesta militar y de hombres como José María Córdoba, que dio su vida luchando contra los españoles. La imágenes de apoyo muestra arte y arquitectura de la época.

Ciudad, barrio y campo como “lugares”, “no lugares”

La ciudad de Restrepo, parece que fuese un “no lugar”[24] en el sentido de Marc Augé, pero que al ser captada por el lente se convierte en un lugar, esto es ese espacio antropológico, vital en el que nos relacionamos; quizás el lente nos revela

que no hay no lugares. En *Caw pax* (2004), se visibiliza una ciudad sentida por cuatro jóvenes "amanecidos" que se encuentran en un bar del centro de la ciudad; dos mujeres, una argentina y el dueño del bar. Ellos reflexionan a manera de trance. Una de las mujeres dice:

"Vivimos en un Estado [Colombiano] ultraderechista, pero tenemos un lugar en esta ciudad [Medellín] donde podemos venir a fumar baretta, perico, a bailar".

En cámara un cartel en el que se lee: "Nuestras alas no pueden estar sujetas a marionetas mecánicas, resistimos a la flecha que ataca y a los ejércitos que asesinan". En medio de ese bullicio un músico toca la trompeta. La joven del bar dice que los paramilitares son muchos y es a ellos a quienes la comunidad le pone las quejas. En esa ciudad habitada, percibida, narrada hay "paramilitares" [25], comunas [26], mafias [27], falta educación, los medios de comunicación "venden" basura, realities, es decir show, espectáculo, emociones ridículas, una vida "light" y la idea de que el triunfo se logra de la de la noche a la mañana.

Restrepo muestra imágenes de Medellín con efecto de espejo, mientras tanto en un concierto los jóvenes poguean [28]. Joche [El realizador] sentado en el piso, se pone de pie y camina hacia la cámara. Esta registra desde el suelo en contrapicado el cadáver de un perro con la cabeza aplastada. En otro momento el documental muestra imágenes del metro cable y de fondo la conversación en la que la joven del bar dice que Pablo Escobar fue visto como una solución a sus necesidades básicas. La argentina le responde que a ella le han dicho personas de los barrios de Medellín que Pablo Escobar les dio la escuela.

El barrio, urbano -rural, también es visibilizado por Restrepo, en "Irreverencia" (2012), en ese barrio, que queda en la periferia de la ciudad, hay "piscos", niños y droga. Es un barrio donde la gente transita al igual que Cesar, el protagonista, allí hay pobreza, conflictos, guerra, cabritos, conejitos, buses; en estas calles se juega, se ve y se escucha fútbol, mientras un girasol es movido por el viento. Este barrio, por supuesto tiene historias, como la que César cuenta:

Yo un día mandé a un niño a comprar licor, y que lo que le vendieron fue alcohol industrial, y esto le causó la muerte a uno de mis amigos.

Cesar al parecer cambio su vida, no se sabe las razones de esto, quizás porque encontró la palabra de Dios, ya que hay varias referencias a ello en el documental; y es que en los barrios marginados de Medellín, parece ser que el Cristianismo ha calado como la solución de vida para soportar los avatares terrenales. En este documental aparece un personaje de la nada y dice "padre bendícenos porque tú eres un Dios de amor", otro predica, Dios ayuda a esta gente a que tengan fe y esperanza en el Dios de la paz y no en el de la guerra.

En ese barrio marginal de Restrepo, también hay niños que juegan entre los árboles. Un excombatiente en Villatina, un lugar cercano al Cerro Pan de Azúcar, cuenta que ese sector estaba abandonado y que él hacía parte del conflicto armado hasta que se desmovilizó al igual que las autodefensas y empezaron a impactar el barrio, con nuevas propuestas, y se convirtieron en líderes comunitarios y referentes de los niños y de las nuevas generaciones. Después en entrevista con el realizador de este video, comentó que este sujeto había vuelto a delinquir.



Con imágenes captadas en diferentes tiempos, contextos, Restrepo reconstruye lo que para él es ese barrio, punkero, poguero. En tal sentido podríamos decir que se trata de un realizador de videoarte o un periodista que hace editoriales audiovisuales para expresar sus objetivos, su filosofía. “La edición que hace Joche de su material es irracional, pero no indiscriminada, sino que entrecruza realidades con una lastimada certidumbre, la de que la cordura de la civilización es un sueño infame. Con esto regresamos a su capacidad de escucha y a su respeto por la gente: nadie puede acusar a José Miguel de “hacer uso” de los testimonios que consigue, pues él demuestra ser conciente de que valen por sí mismos, y su edición parece no querer mezclarlos, sino más bien dejarlos intactos, de lo cual emana, como dicen Gutiérrez y Aguilera, la propia visión de Joche como artista... Una visión, en este caso, colapsada” [29].

Este es un largometraje en todo rigor, y en la línea del documental más experimental y, al mismo tiempo, crudo o descarnado, pedestre, de la historia del cine mundial, como lo es por ejemplo el famoso Gimme Shelter [1970] [30] de los hermanos Maysles, The Last Waltz [31] de Scorsese, Woodstock [32] u otros legendarios conciertos que tuvieron el acierto de estructurar sus películas tan creativa y significativamente como lo exigía el contexto de un hecho crucial en la historia de la cultura de masas (el fin del hippismo en Altamont, el adiós entre The Band y Bob Dylan, el punto culmen del Flower Power, en el orden de los ejemplos citados), aquí podemos estar seguros de que se rescata justo el ámbito de la cloaca, pero con un sentido humano que constantemente retuerce el cadáver de los roedores que encuentra, y a los que da cristiana sepultura, para revivirlos.

En este documental no hay estructura, no hay prelación de ningún eje. Los espacios donde no hay música, están plenos del espíritu punk, pero además de un espíritu punk propiamente medellinense, auténticamente medellinense, barrial, extramuros.

La ruralidad de Joche, al igual que la ciudad y el barrio es un lugar de paso, ese “lugar”, “no lugar” que capta en Aristas de la Escalera (2011). En este se muestra la visita que el documentalista y otros colegas suyos hacen a la casa de Norbeli y su familia, una mujer del campo que tras la muerte de su esposo, decide ponerse ella misma a manejar ese medio de transporte en el campo al que también se le llama “chiva”.



La vida del campo es captada y vivida por el mismo realizador a quien se le ve desayunando en la cocina de la casa, también recorriendo el jardín. Ese retrato de la accidentada vida del campo se refleja en un novillo que al caer de una ladera aparece agonizante en pantalla, también en la necesidad de la venta de los productos que se cultivan sin resultado favorable. A pesar del drama la gente se percibe alegre y chistosa. La conductora de la escalera dice:

“Si uno va a cien ahí se despelucó” [para indicar que no puede conducir a mucha velocidad, porque se podría producir un accidente].

En medio del paisaje campestre las mujeres se muestran contentas realizando las labores domésticas y también se perciben felices cuando les toca ejecutar funciones como la de conducir la escalera. Al referirse a la decoración de su “chiva” la mujer dice: “... me gustaría mucho dibujarle la virgen de Guadalupe que es mi patrona” y agrega “Meramente el decorado de las rayitas vale tres millones de pesos”.

La dinámica e interacciones entre los visitantes, la familia campesina y los agricultores es constante. Este documental se podría catalogar como periodístico, pero va un poco más allá ya que no interesa solo la entrevista con la conductora, sino que captura un momento en el campo. Mientras la chiva está parqueada, un pájaro carpintero está en acción, un águila pasa, una mujer se coloca su celular entre los senos, un hombre vende chócolo, otra cocina y varios camarógrafos con chalecos, lucen el logo del canal regional Teleantioquia. Hay escenas dentro de las escenas.



El hombre que vende el chócolo, habla también por teléfono celular, lleva puesto en su muñeca un reloj y en el bolsillo de su camisa guarda un paquete de cigarrillos Marlboro. Nurbely Patricia, la protagonista, al final del documental se coloca sus gafas oscuras. Estas acciones e imágenes, muestran una ruralidad en la que el estilo de vida urbano ha penetrado y pasa desapercibido o está naturalizado.

En Arví engaño (2011) [33], Restrepo, presenta una serie de entrevistas a campesinos de la zona que se sienten afectados por la construcción de este parque ecológico, que actualmente presenta una amplia oferta de recorridos guiados, avistamiento de aves, senderismo, siembra de árboles, y se ha constituido en visita obligada para extranjeros y nacionales.

En el documental los habitantes de la vereda Mazo se quejan de la administración del parque, ellos hablan de los problemas para la economía campesina, retratan la vida cotidiana en el campo en el pasado y presente. También en el video se crítica a los medios de comunicación, a los turistas y a la Alcaldía de Medellín.



Grabación de "Lagua Bendita"

Foto: *Juan Gonzáles*

Mientras se presenta el testimonio de un líder comunal, se muestran pájaros en una jaula y gallinas comiendo maíz. Los perros juegan, las anfitrionas sirven café, de una chimenea sale humo, este elemento está presente durante todo el documental. Se enfocan fotografías de apoyo de lo que está en las paredes de la casa, los cuadros, incluido el del Sagrado Corazón de Jesús. Láminas de la iconografía campesina popular y señalítica de Arví. También se registra una avenida en la que hay mucho tránsito de vehículos que se combina con zonas verdes, con lo que se comunica la idea de que se está en una zona campestre cerca de la ciudad, y a la vez se señala la invasión que han sufrido los campesinos en su espacio vital.

María Leticia Gallego Vásquez, una de las campesinas entrevistadas dice "Cuando yo estaba pues más chiquita había jardineras muy lindas y la gente de Medellín venían a que les vendiera la flor, vivíamos bueno, cogíamos victoria, cidra, de todo, de todo, lo que nos provocaba hacer, eso lo hacíamos".

Este relato nostálgico lo hace en medio de una gran sonrisa. En este video se utiliza el fade a negro; la mayor parte del montaje está hecho con corte en seco. A ese drama por el campo que da paso a la ciudad, a los turistas, se suma la tragedia o melodrama del sacrificio que se hace en la fiestas navideñas del marrano.

En el documental La Marranada (2006) se presenta la celebración de la navidad, en ese ritual que se supone llama a la alegría y la unión familiar se da muerte a un cerdo, cuyos gemidos se escuchan quizás como un llamado a la irracionalidad de un festejo o como revelación sacramental de su inhumanidad de esta celebración antioqueña, que Restrepo capta como una trasmutación de un discurso salvaje civilizatorio. Los hechos ocurren en una Vereda. Este documental es un sacudón, físicamente hablando, y este sueño es una obra, en términos formales y racionales, en un sentido sagrado, un arte no romántico como rótulo, sino como retorno a lo primordial, y solo vanguardista en tanto novedad inclasificable.

Conclusiones

Se llega a ser documentalista por diferentes razones y motivaciones, según este estudio, entre las más contundencia están: **contar historias, expresarse a través del audiovisual y la formación en comunicación**. Aporta sustancialmente a la consolidación de este oficio, los ambientes, **contextos** audiovisuales y culturales a los que se está expuesto así como las **experiencias** académicas a nivel internacional, el reconocimiento de profesores o instituciones y el **auto-reconocimiento** de las habilidades, capacidades para la creación documental. La **conformación de colectivos** para producir aparece como una de las maneras que permite desarrollar y consolidar capacidades para el ejercicio profesional, tales como el manejo de equipos técnicos, trabajo en equipo, creaciones colectivas, reflexión y auto-reflexión del quehacer, abordajes de temas así como la administración de recursos. Sin embargo se observa dificultad para la consolidación y permanencia en el tiempo de dichos colectivos, presentándose como principal inconveniente la conciliación de las diferencias de estilos e intereses y la sostenibilidad económica de estos.

La vida rural de Antioquia se registra con **nostalgia** y con un sentido de pérdida de zonas que a paso a paso se urbanizan (Estrada), también como lugares en los que paradójicamente hay **más vida** (Bernal; 1526 metros sobre el nivel del mar, 2004) y **muerte** (Bernal; Fue Anunciada, 1988). Para Restrepo en el campo, hay más esperanza a pesar de todo.

Estrada, documenta el ideal de la convivencia humana. Un pueblo como Caldas, un lugar como La tienda de Juan José (2008), en el que la gente se encuentra con otros para conversar, festejar, dejar y recibir recados con mensajeros humanos, cantar, hacer poesía y tocar instrumentos. En su obra se puede observar la relevancia que da a la expresión popular, el arte, la cultura, la lúdica y la recreación en el pueblo, así como a la alegría y unidad de gente durante los festivales como el de cometas en Jericó (Hilos de Libertad, 2003). De la historia de estos espacios y su gente, que son prácticamente la excepción, tratan los bellos relatos de Osca Mario Estrada, que nos dice que en el pueblo no solo se albergan los fantasmas de la memoria, sino la utopía de un lugar para el encuentro, en tal tesitura será un deber social y cultural su preservación.

Bernal y Restrepo también se ocupan del campo. Para el primero como lugar más tranquilo que la ciudad, en el documental 1526 metros sobre el nivel del mar (2004) dice un campesino: “La verdad en Medellín no me veo viviendo en algún tiempo. Que me toque irme a vivir allá por razones de fuerza mayor, pero no está dentro de mis planes. ¿Por qué razón? porque la verdad cuando voy por allá a Medellín me siento como encerrado estresado, por la contaminación, por el ruido, el agite de todo el mundo que se vive en la ciudad. En cambio uno acá vive tranquilo, se acuesta y nadie lo molesta. No hay un bus que esté pitando, no hay la gente que esté gritando”.

En la **ruralidad** que registra Restrepo así como en la ciudad y el barrio, se está vitalmente cohesionado al drama, la tragedia y la comedia. Los campesinos, no tienen donde vender sus productos, pero tienen teléfono celular (Aristas de la Escalera; 2011). Ese espacio vital del campesino está siendo penetrado por la modernidad y los nuevos proyectos al servicio del turismo (Arví Engaño, 2011). Los campesinos siguen apegados al Sagrado Corazón de Jesús, mientras en las veredas todavía se sacrifica al “marrano” para festejar la fiesta de navidad, aunque el discurso civilizatorio se refiera al no maltrato animal (La Marranada (2006). En este espacio hay más risas, picardías, sonidos de la naturaleza que podrían ser signos de que en ese lugar hay más esperanza a pesar de todo.

La **ciudad** es advertida por Bernal como un lugar con alto nivel de contaminación ambiental, situación que registraba desde 1991, en Acordeón de papel, cuando abordó el tema del reciclaje, y que en “1526 metros sobre el nivel del mar” (2004), refiere más directamente. A esta fecha 2019, la contaminación ambiental en Medellín es uno de sus problemáticas más graves. En la ciudad documentada por Bernal, solo hay transeúntes nunca más vuelto a ver. La ciudad y el campo de Bernal siguen su tránsito hacia realidades más caóticas, pero no por ello dejan de ser bellos y entrañables. En esos sitios la violencia irrumpe así como el concreto, el hierro, la radio y la televisión. La ciudad habitada, percibida, narrada, documentada por Restrepo, es la que está en la ladera, en el declive de la montaña, a donde ahora llega el metrocable; también es una ciudad nocturna, habitada y transitada por sujetos en trance, por extranjeros deseosos de vivir y entender esta urbe en la que hay paramilitarismo, mafias; falta educación, los medios de comunicación “vende” basura y Pablo Escobar sigue siendo héroe (Caw pax, 2004)

En la periferia de la ciudad, registrada por Restrepo, hay barrios, urbanos- rurales, allí hay “piscos”, niños y droga. En estos la gente transita entre la pobreza, el conflicto, la guerra. Los niños juegan en la calle esquivando los buses que reclaman su espacio. Barrios en los que las historias de marginalidad, desencanto y también de superación son pan de cada día. Barrios en los que los cristianos, tienen sus más fieles discípulos y la vida parece un mal trance (Irreverencia, 2012).

El registro de imágenes, opiniones y sensaciones de Joche sin duda son potentes para reflexión del sentido de humanidad. Es evidente su interés por los campesinos y los marginados. Sin embargo su obra no ha tenido eco y mayor repercusión, tampoco es considerada como de denuncia. Se podría pensar en registros audiovisuales, tipo editoriales quizás videoarte, en los que él plasma sus ideas de manera metafórica apoyado en imágenes que no necesariamente se suscriben al lugar que alude. Esta ciudad, este barrio, ese campo, son contexto, fondo, acaso ¿no lugares, perpetuados en lugares por el video? o ¿acaso nos está diciendo que los “no lugares” tal y como los entendió Marc Augé, no existen? y ¿los lugares tampoco? Solo hay circunstancias de drama, tragedia y marginalidad de humanos y animales por alguna razón sobreviviendo en este mundo.

En la diferencia en cuanto a perspectivas narrativas y abordajes, la región antioqueña, su cultura e idiosincrasia está presente en la obra documental estudiada, no en un real sentido crítico del “ser y hacer”, en tanto no hay un responsable, ni críticas a una cultura antioqueña, en la que la posesión de la tierra por parte de los grandes terratenientes ha sido una de las causas de la marginalidad, una región en la que los grandes industriales se enriquecieron a costa de obreros textiles y cementeros que no lograron salir de la pobreza; una industria que contaminó y contamina aún hoy día.

Una región en la que los jóvenes prefirieron la delincuencia y el narcotráfico a 30 años en la fábrica. Una región en la que mientras se venera a la Virgen se ultraja a la mujer, se violan niños, se registran feminicidios y un alto nivel de violencia intrafamiliar. Una antioqueñidad atada al Sacrado Corazón de Jesús, el ave María y el pecado en el que se esconde la doble moral, la corrupción, el narcotráfico y los caciques políticos. Una cultura de la moda (Valle, 2015) la estética y el dinero fácil. Un lugar moderno de esperanza e innovación en la que el desempleo, la delincuencia y la mendicidad abundan. El cineasta Víctor Gaviria [34], oriundo de Antioquia, se ha encargado de reflejar la realidad social de esta región con obras como *Rodrigo D, No futuro* (1990), *La vendedora de rosas* (1996-1998), *Sumas y restas* (2001-2004), *La mujer del animal* (2017) entre otras.

Es importante continuar con estos análisis para tratar de encontrar las perspectivas o miradas de una región altamente compleja con es la antioqueña. La riqueza y calidad del conocimiento que se logró como este estudio, esperamos sea referente para los futuros comunicadores audiovisuales, investigadores y profesores. De este estudio se presentaran otros artículos y libros, en los que se abordará el tratamiento estético que estos documentalistas han desarrollado en sus obras, así como los personajes y demás temáticas manifiestas en su producción audiovisual.

Bibliografía

- Aumont, J.; Bercala, A.; Vernet, M. (1983). *Estética del cine: espacio fílmico, montaje narración, lenguaje*. Editorial Píados Comunicación, Barcelona.
- Argullol, R (1983). *La atracción del abismo*. Barcelona: Editorial Bruguera.
- Balandier, G. (1992). *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Paidós, Barcelona.
- Barthes, R. (1973). *El placer del texto*. Siglo XXI editores, Madrid.
- Bordwell, D.(1985). *La narración en el cine de ficción*. Editorial Paidós, Barcelona. Bourdieu, P. (1997). *Sobre la Televisión*. Anagrama. Barcelona.
- Calabresse, O. (1989). *La era neobarroca*. Ed. Cátedra, Madrid.
- Cassany, D. (2000). *Describir el escribir*.
- Casseti y Di Chio (1991). *¿Cómo analizar un film?* Paidós, Ibérica S.A.
- Chion, M. (1999). *El Sonido*. Paidós. Barcelona.
- D’abbraccio Krentzer, G. (2016). *La Industria del cine en Colombia. Entre el optimismo ingenuo y el pesimismo crónico*. Revista *Luciérnaga Comunicación*, 7(14), 36-45. Doi: <https://doi.org/10.33571/revistalucierna ga.v7n14a1>
- Debray, Régis. (1992). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Paidós, Barcelona.
- Eisenstein, S. M.(2001). *Hacia una Teoría del Montaje*. Paidós. Barcelona.
- Estrada Vásquez, O. (2015). *El Cine Colombiano y su correlato en la historia*. Revista *Luciérnaga Comunicación*, 7(14), 22-35. Recuperado de: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/816>
- Estrada Vásquez, O. (2015). *El audiovisual patrimonio cultural: catálogo de la obra audiovisual de Oscar Mario Estrada*. Revista *Luciérnaga Comunicación*, 4(7), 65-71. Recuperado de: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/249>

- García Ángel, A. (2015). Televisión en Colombia: surgimiento de los canales regionales. *Revista Luciérnaga Comunicación*, 4(7), 23-35. doi: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v4n7a3>
Disponible en: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/283/250>
- Gauthier, Guy. (1992). *Veinte Lecciones sobre la Imagen y el Sentido*. Cátedra.
- Gómez Sánchez, Santiago (2018). Régimen de criterios. Cines y Cineastas colombianos. *deliberar*. Casa Editora. Medellín.
- Gómez, Sánchez. Santiago (2013). *Madera Salvaje*. Obtenido de El cine de José Miguel Restrepo Moreno. Tomado de : <http://realidadescontadasaudiovisuales.blogspot.com/2016/04/el-cine-de-jose-miguel-restrepo-moreno.html>
- Gómez, Santiago Andrés (2017). Un intercuadro, un cuadro entrometido, en *El eco de la voz del viento* (Estrada, 2011). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>
- Gómez, Santiago Andrés (2017). *El audiovisual en Antioquia*. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>
- Groupe, U. (1992). *Tratado del Signo Visual*. Cátedra. Madrid.
- Gruzinski, S. (1995). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a BladeRunner*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Leroi-gourham, Andrei (1971). *El gesto y la palabra*, Ediciones Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Mckee, R.(2002). *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba Editorial, Barcelona.
- López Cerquera, N. (2018). *Cine Con Mirada Local. Práctica política que recupera y resiste*. *Luciérnaga*, 9(18). doi: <https://bit.ly/3aHyOzT>
- Pérez - Tornero, J. (2000). *Comunicación y Educación en la Sociedad de la información*. Paidós.
- Restrepo - Moreno, J. (2015). La pornomiseria del actor de cine y tv: a propósito de la muerte de "aranguito". *Revista Luciérnaga Comunicación*, 2(4), 49-60. Recuperado de: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/262>
- Rojas Hernández, E. (2015). *Cine De Arte Y Ensayo En Colombia: Los viajes del viento* (2009), *El vuelco del cangrejo* (2010), *La sirga* (2012), *Porfirio* (2012) y *La Playa D.C.* (2012). *LUCIÉRNAGA*, 7(14), 1-21. Recuperado de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/815>
- Tarkivski, A.(1993). *Esculpir en el tiempo*. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Valle Flórez, M. (2015). *Research in Communication in Antioquia Colombia*. *Luciérnaga/communication journal*, year 6, N12. Pages. 54-72. Disponible en: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/530/565>
- Valle, F. Mónica; Ruiz & Otras. (2015). *Etnografía de la Teleaudiencia de Medellín. Hábitos, uso y contextos de consumo*. *Revista Luciérnaga Comunicación*, Año 6, N11. Págs. 1-14. doi: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v6n11a1>
Disponible en: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/361/419>
- Valle Florez, Mónica María (2015). *Metáfora de la moda y de la percepción en la construcción social y cultural del clúster textil/ confección, diseño y moda de Antioquia*. *Revista Politécnica*. [S.l.], v. 6, n. 11, p. 38 - 45. Disponible en: <https://bit.ly/2E9ozIP>
- Verón, E.(2001). *El Cuerpo de las Imágenes*. Norma. Bogotá.
- Vogler, Christopher. (2003). *El viaje del escritor*. Intermedio, Bogotá.

— Notas

[1] Conocido en su época, a principios del siglo XX, como "el fabricante de sueños", Gonzalo Mejía (1884 - 1956) fue un empresario visionario, fundador de la primera aerolínea de América (Farman 40) y promotor de proyectos tan faraónicos como la carretera a Turbo, que aún hoy no se termina. A mediados de los años veinte se le ocurrió liderar una

superproducción de cine colombiano, al estilo de los típicos dramas hollywoodenses de aquellos tiempos: Bajo el cielo antioqueño (1925), cuya dirección dejó en manos del reconocido cineasta bogotano Arturo Acevedo, pero que, con su inventario visual de los paisajes, las fiestas y las industrias antioqueñas, refleja punto por punto el

típico orgullo paisa por la propia tierra y por la tradición, del que Mejía era, por supuesto, uno de los representantes por excelencia. Gómez, Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[2] Camilo Correa (1913 - 1990) se destacó primero como crítico de cine, lo que fue en esencia, en medios impresos como el diario El Colombiano y la revista Micro, desde donde fustigaba los vicios recurrentes de un cine colombiano que hacía de las producciones mexicanas su modelo principal. En 1946, Correa fundó Procinal, compañía con la que produciría cine, primero en Bogotá (en especial el Noticiero Colombia), y luego en Medellín. En los cincuenta, con el concurso de la gente del pueblo, a la que Correa congregó en una manifestación pública "en pro del cine nacional", Procinal se convirtió en Sociedad Anónima y produjo Colombia Linda (1955), cuyo estruendoso fracaso llevó al cierre de la empresa, al remate de todos sus bienes y al encarcelamiento de Correa, en un hecho que inspiró luego a Luis Alberto Álvarez y a Víctor Gaviria para escribir a cuatro manos su famoso texto Las latas en el fondo del río (Revista Cine, No 8, mayo/junio, 1982). Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[3] Después de trabajar en Procinal al lado de Camilo Correa, Enoc Roldán (1915-1988) se forjó su propia carrera como cineasta filmando matrimonios, partidos de fútbol y corridas de toros, pero durante los años sesenta realizó tres importantes largometrajes de ficción: Luz en la selva (1960), sobre la Madre Laura, famosa misionera antioqueña; El hijo de la choza (1961), sobre la vida del escritor y político Marco Fidel Suárez, que de un origen en extremo humilde pasó a ser presidente de la república, y El llanto de un pueblo (1965), un drama pasional con el trasfondo del desalojo de los habitantes del pueblo El Peñol para la construcción de una represa. Más destacable aún que esas películas es el modo en que Roldán las exhibió: de su propio bolsillo, viajando de pueblo en pueblo, y llegando así, en algunos casos,

a recuperar su inversión... Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[4] Juan Escobar y Regina Pérez nacieron en Medellín en la década de los cincuenta y se conocieron estudiando Artes en la Universidad Nacional de Medellín. Antes de hacer cine juntos, cada uno había hecho una película en Super 8. Regina había dirigido Para Any (1981), una película centrada en su hija, y Juan había hecho Cristóbal, el carnicero (1981). La primera obra que firmaron en conjunto fue un documental sobre el grupo de teatro La Fanfarria, uno de cuyos miembros es hermano de Regina (Y dónde está la sal, dónde está la harina, 1982). Después de este trabajo, harían cinco películas más, entre las que se destacan Será por el silencio (1983), que aunque fue filmada en super 8, les valió el reconocimiento público del influyente crítico Luis Alberto Álvarez, Melina (1984), película de ficción, filmada en los Estudios Ivo Romani, de Medellín, y los contemplativos documentales etnográficos Lunes de feria (1986) y Guayaco (1990). Las tres últimas tendían a dejar el ámbito familiar que había caracterizado sus primeras películas, pero los numerosos problemas que Escobar y Pérez debieron afrontar para terminar Guayaco los llevaron a abandonar el cine. Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[5] Gonzalo Mejía, nacido, como Gaviria, Juan y Regina, en los años cincuenta, se inició en el cine al lado del camarógrafo Rodrigo Tamayo, con el documental Hulleras (1980), sobre una tragedia minera en Amagá. Junto con Víctor Gaviria, que también apenas comenzaba por entonces en su carrera como cineasta, a principios de los ochenta Mejía intentó hacer un famoso proyecto que quedaría inconcluso, titulado La jirafa y el parque, y luego dirigieron juntos La vieja guardia (1985). La baja (1987), una historia de violencia soterrada en una guarnición militar, realizada como parte de los medimetrajes que produjo FOCINE para la televisión, es considerada como la mejor de sus películas. Muy consciente de sus propias características como cineasta,

y divergente de Gaviria por sus mayores escrúpulos en la producción, el menos osado Mejía después no ha producido mucho, y tampoco acepta ser un asalariado de la televisión. Después del documental Retrato hablado (1991), y de los medimetrajes de ficción Canturrón (1990) y El evangelista (1992), ha intentado producir diversos proyectos de largometraje, de los cuales apenas ha cuajado El gran Sandini. Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[6] Carlos Mario Bernal Acevedo. Nació en La Ceja, Antioquia, Colombia (1960). Actualmente es profesor de tiempo completo del Programa de Cine y Audiovisuales de la Universidad del Magdalena. En su amplia obra encontramos películas como Son del barro (1986), África tierra madre (1989) emitido por DW y 3 Sat en Alemania, Fue anunciada (1989), Los niños en la vía (1990) emitido por televisión española, Acordeón de papel (1991), El Mundo es plano (1999), 1526 Metros sobre el nivel del mar (2004), entre otras. Bernal ha analizado el documental no solo desde un punto de vista práctico, sino también académico, como pueden demostrarlo sus publicaciones y numerosas cátedras y talleres dictados sobre el tema. Ha tenido una participación en diferentes proyectos televisivos como: la producción del seriado documental sobre migración internacional, realizado en Chile, Vietnam, Eritrea y Alemania, Ich kehre mit zäher Liebe zurück (Regreso con mi amor espeso, 1993-1994) para el BMZ (Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) de Alemania; director de fotografía de Caracol (1995); director de Portadores de música (2000) para el Ministerio de Cultura y la Organización de Estados Iberoamericanos. "Para conocer más sobre el trabajo de Bernal, el mejor abre bocas es la entrevista que le hizo Luis Alberto Álvarez en Kinetoscopio 9 (septiembre/octubre, 1991), donde se encuentra prácticamente todo el ideario del documentalista". Gómez, Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Tomado de <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[7] Oscar Mario Estrada Vázquez. Comunicador social y periodista de la Universidad de Antioquia, Especialista en Televisión Educativa de la Fundación Konrad Adenauer. Master en

Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Formado en Guion Cinematográfico en la Escuela Las Aulas de Madrid y en Producción Cinematográfica con el Ministerio de Cultura de Colombia. Docente en los talleres de Formación Audiovisual de la Alcaldía de Medellín en las comunidades de Aranjuez, El Poblado y corregimiento de Palmitas. Docente de las áreas de realización documental y argumental, apreciación de cine, cine 1 y cine 2, guion, cine documental y cine en la Historia; en las Universidades Autónoma de Bucaramanga, Cooperativa de Colombia, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, y Universidad de Antioquia. Co-investigador de "Realismos en el cine" proyecto ejecutado por la Universidad de Antioquia. Ex-Director Programa la vida, la fórmula y spot publicitarios de Comfama Televisión y de Producción Noticias UNA. Ex-Coordinador del Centro de Televisión de la Universidad de Antioquia. Algunos trabajos audiovisuales en los que ha participado, producción escrita, nominaciones y premios recibidos: Realizador Serie "Muchachos a lo bien". 1995-1996; Seriado de televisión "Del Arbol, la semilla", Los Vieco Ortiz, memoria, patrimonio y ciudad; Editor telerevista Universidad de Antioquia. 1990-1992; Editor documental. "200 años un día", directora Elena Correa; Editor documental. Indigentes Medellín, Director Ricardo Aricapa; Editor documental. Proyecto urbanístico, quebrada la Yesca en Quibdó (chocó). Director; Editor cortometraje argumental taller de "la Idea a la realización", con el Maestro Dunav kusmanich; Director medimetraje argumental "Partida final", Facultad de Comunicaciones Universidad de Antioquia, 1991; Realizador documental sobre corregimiento de Versalles (Antioquia), con la Fundación Laubach; Realizador Video Institucional Colanta. Versión Español-Inglés.2001; Realizador video "Objetivo democracia". Versión Español-Inglés.2002; Realizador documental "Por qué alumbran las luciérnagas". Fundación Fasor. El Retiro (Antioquia) 2003; Realizador Video institucional Cotrafa. 2003; Realizador video "Los olvidados". Universidad Autónoma de Bucaramanga. 2004. Co-Realizador miniserie documental de seis capítulos. "Del árbol, la semilla. Realizador documental: "México en el espejo del Cine". 2006; Realizador capítulo documental acerca de la vivienda en Seriado sobre la Comuna Uno de Medellín. 2006. Realizador campaña audiovisual promocional Museo Cementerio San Pedro, integrada por tres promos y un thriller.

Medellín. 2006; Realizador video documental "los colores de Altavista", para la corporación Cedecis. Medellín. 2006. Realizador Video promoción y prevención en salud, referencia: "la cadena de la vida", para COMFAMA. Medellín. 2006. Realizar video Derechos Humanos Comuna 6 de Medellín, para la Corporación Simón Bolívar 2007. Realizador video "El Ingenio de Don Efe Gómez", para la serie de televisión de Teleantioquia: "Antioquia, Letra a Letra" 2007. Realizador Cortometraje "El cruce", para Municipio de Medellín 2007. Realizador video "Las cuentas claras" para los municipios de Caldas y Fredonia (Antioquia). Realizador video "Thana", sobre el escritor Gregorio Henríquez, para Funeraria San Gabriel 2008. Realizador video Balance Comfama , para las asambleas 2007-2008. Realizador vídeo Biblioteca de Caldas Nueva sede. Realizador vídeo "Cuerpo Concentrico", Instituto de Educación Física y deportes de la Universidad de Antioquia. 2008. Realizador vídeo "Vive Necoclí, 500 años de Historia" 2008. Realizador Vídeo "La película de Pacholo" 2008. Co-realizador video "Don Tomás en Medellín", en torno a la obra y vivencias del escritor Tomás Carrasquilla en Medellín. 2008. Realizador video: "15 años Grupo de Cultura Somática UdeA" 2009. Para verte mejor, Comfenalco Antioquia, 2009. Olvido general: Rafael Uribe Uribe en la memoria, 2009. Con tus ojos y el cine en Cartagena, 2010. Comfama, video corporativo asamblea, 2010. Bibliocirco, Comfenalco Antioquia, 2010. Ciudad en letras, documental, 2010. Realizador documental y miniserie de El Bicentenario: reflexiones, imágenes y representaciones sobre la Independencia de Colombia y Antioquia, 2010-2011 con Universidad de Antioquia y Alcaldía de Medellín. Quien no se olvida, documental, 2011.

[8] José Miguel Restrepo Moreno. A mediados de octubre de 2017 contabiliza cerca de 700 documentales de variados formatos y tiempos, lo que da cuenta de su constante producción-realización audiovisual que migra del género documental, a la ficción y de este al video arte y/o al video experimental. Hibridando, siempre hibridando los lenguajes se muestra como un realizador bastante versátil que se inquieta bastante por el oficio desde cada rol: camarógrafo, sonidista, editor, productor. En compañía de algunos compañeros montó un canal en Youtube, llamado Independientes Pendientes, dedicado al género documental y "otros menesteres" audiovisuales. Aunque se declara detonador de acciones políticas a través

de su oficio, el tema de su pasión, nacido por visibilizar el drama de los marginales a donde quiera que vaya, se amplía por un goce-pasión en y por medio de asuntos estéticos, incorporados en el video, y en las artes como tal. Confabulado en contra de los dogmas y las convenciones, del que él piensa "el más maleable de los géneros", lucha haciendo y construyendo permanentemente estructuras novedosas en sus narraciones para ampliar el espectro del documental en su contexto. "El documental puede y debe dar mucho más que información" comenta entre tintos negros y calientes a sus estudiantes por fuera de los espacios de clase, pues, su clase es esa, "compartir, salir y ver, salir y oír, mezclarse entre la gente, entre el aire revuelto, y las sombras proyectadas de la siempre presente luz, para desaparecer y cazar... Imágenes, sonidos, una y otra vez. Eso es este oficio por el que damos un pedazo de vida, a cambio de aprender, conocer, extrañar, pues, la vida misma siempre está y estará por encima de cualquier cosa que hagamos como actividad humana. Esto de hacer documental es entretenido y hasta necesario en la sociedad, pero no hay que ser fanáticos, mucho menos engreídos" vuelve a ampliar la reconvención ilustradora, y se prepara para ir con tres de sus compañeros (así nombra a sus alumnos) a un barrio marginal en donde hay presencia de grupos armados, repleto de como él dice "gente linda y amable". Le da vueltas en el fondo al último sorbo que hay en su vaso plástico arrugado por tantos tintos en el mismo recipiente. "Hay que llegar, preguntar, respetar, entrar o salir. No es más. Dios va por delante." Termina su café de un trago, guarda el vaso plástico en el maletín, al lado mismo de su cámara actual, se ríe mirando a todos de sus compañeros a la cara y arranca la marcha. Todos caminan alegremente, como quien va para un día de campo. Esa misma noche volvió a su oficina abajar el material. 21 GB de imágenes y sonidos en los que reposaba un documento aún no nombrado, acerca del manejo que hacen los paramilitares y los combos del agua en la parte alta del barrio Nueva Jerusalén. (Audio grabado con celular en tertulia de tintos tienda doña Gloria, PCJIC, 5 de octubre de 2017).

[9] Carlos Bernal Acevedo es profesor de planta en el Programa Cine y Audiovisual de la Universidad del Magdalena. Oscar Mario Estrada es profesor de Catedra en varias universidades. José Miguel Restrepo Moreno es profesor de tiempo completo en la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

[10] Teleantioquia. Canal Regional <https://www.teleantioquia.co/>

[11,34] Víctor Manuel Gaviria González (Liborina, Antioquia, 19 de enero de 1955) es un director de cine, guionista, poeta y escritor colombiano. Psicólogo y Doctor Honoris causa en Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, es uno de los cineastas colombianos más reconocidos internacionalmente. Sus tres largometrajes han ganado numerosos premios internacionales, e incluso dos de ellos fueron parte de la selección oficial del Festival de Cannes. En su obra, Gaviria es reconocido por reflejar la realidad social de su país. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADctor_Gaviria

[12] Gómez, Santiago Andrés (2017). El audiovisual en Antioquia. (c. 2009). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[13] El material audiovisual de Estrada, fue adquirido por el sistema Municipal de Bibliotecas de la ciudad de Medellín por considerar, que dichas producciones son de gran valor histórico, patrimonial y fuente de consulta para estudiantes, profesores e investigadores de las ciencias sociales, instituciones y comunidad en general. Estrada, O. (2012). El audiovisual patrimonio cultural: catálogo de la obra audiovisual de Oscar Mario Estrada. Revista Luciérnaga Comunicación, 4(7), 65-71. Recuperado de: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/249>

[14] El término inglés pitch hace referencia a una presentación verbal (y visual, a veces) concisa de una idea para una película o serie de televisión, generalmente hecha por un guionista o director a un productor o ejecutivo del estudio, con la esperanza de atraer financiación de desarrollo para costear la escritura de un guion. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Pitch>

[15] Melitón Rodríguez (1875 - 1942).Fotógrafo de la ciudad de Medellín - Colombia, su nombre está asociado al desarrollo de la fotografía del siglo XIX y principios del XX. Su archivo contiene valioso material cultural, social e histórico. Rodríguez retrató la cotidianidad de todos los estratos sociales de su ciudad. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Melit%C3%B3n_Rodr%C3%ADguez

[17] Ex integrante de Madera Salvaje, docente en el área audiovisual en la Universidad de Antioquia.

[18] Bandas Emergentes en Colombia o Bandas Criminales (BACRIM), conocidas oficialmente por el gobierno como Grupos Armados Organizados (GAO), Grupos Delincuenciales Organizados (GDO) o Grupos Armados Organizados Residuales (GAOR), son términos con los que se han identificado unas organizaciones mafiosas que operan en Colombia y que son parte del conflicto armado interno. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Bandas_emergentes_en_Colombia

[19] Carlos Vieco Ortiz (Medellín 14 de febrero de 1094- 13 de septiembre de 1979). Compositor, folclorista considerado uno de los representantes de la música andina de la región de Antioquia. Su voluminosa producción aún está por estudiarse alcanzando alrededor de 1800 obras. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_Vieco_Ortiz

[20] Beatriz Bermúdez ha sido documentalista por más de veinte años, primero en dupla con Carlos Bernal, con quien filmó Son del barro. Juntos hicieron trabajos que los identificarían, sobre todo al camarógrafo Bernal, como profesionales de primera línea, algunos de ellos legendarios (África, tierra madre -1990-, Niños en la vía -1991), pero luego de la separación del dúo -o en verdad desde un poco antes-, la carrera individual de Bermúdez se ha centrado en temas pedagógicos (Con la "raa" de árbol, 1987), de mujer (Tocador, 1992) y, desde Do-Wabura -Adiós río (1996), puramente ecológicos, tratados, a dúo con Germán Castaño, con el mismo compromiso humano y el mismo respeto que fueron notables en sus documentales con Bernal. Entre sus últimos trabajos se pueden mencionar Semillas de identidad (2008) y Plantaciones forestales (2008). Recuperado de: <http://maderasalvaje2017.blogspot.com/2017/06/el-audiovisual-en-antioquia-c-2009.html>

[21] Edificio Coltejer. Se empezó a construir en 1968 y se terminó en 1977, en su época el más alto de Latinoamérica. Este rascacielos lo mandó a construir Rodrigo Uribe Echavarría, gerente de la textilera Coltejer, popularmente se dice que el último piso de este rascacielos, simula un ojo en el que se enhebra el hilo de una aguja. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Coltejer

[22] Torre Argos o Edificio de los espejos, es un edificio de 20 pisos ubicado en la zona centro de Medellín, Antioquia, Desde el 2006, sede de la Red de Servicios Empresariales y de Emprendimiento. El edificio fue construido por la Cementera Argos, líder de esta industria en el País, América Latina y Centro América. Recuperado de: <https://argos.co/Acerca-de-Argos/Historia-de-Cementos-Argos>

[23] La expresión se utiliza en Colombia para designar a una persona de corta edad.

[24] "no-lugar" lugares de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como "lugares". Un no-lugar es una autopista, una habitación de hotel, un aeropuerto o un supermercado... Carece de la configuración de los espacios, es en cambio circunstancial, casi exclusivamente definido por el pasar de individuos. No personaliza ni aporta a la identidad porque no es fácil interiorizar sus aspectos o componentes. Y en ellos la relación o comunicación es más artificial. Son lugares antropológicos los históricos o los vitales, así como aquellos otros espacios en los que nos relacionamos.

[25] Paramilitar o paramilitarismo se refiere a organizaciones particulares que tienen una estructura, entrenamiento, subcultura y, a menudo, una función igual a las de un ejército, pero no forman parte de manera formal a las fuerzas militares de un Estado. Son grupos de poder enquistados, y generalmente están fuera de la ley. Dentro de sus miembros pueden estar fuerzas policiales, militares, guerrilleros, mercenarios e integrantes de escuadrones de asalto o grupos de seguridad privados y políticos. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Paramilitar>

[26] La ciudad colombiana de Medellín cuenta con un total de 275 barrios oficiales agrupados en 16 comunas urbanas, que no solo delimitan espacios de la ciudad sino también a sus habitantes, estableciendo distancias y límites entre ellos. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Barrios_de_Medell%C3%ADn

[27] Mafia es un término utilizado a nivel mundial que se refiere a una clase especial de crimen organizado, extendido desde su origen en el Mezzogiorno italiano a cualquier grupo de crimen organizado, con similares características, independientemente de su origen o lugar de acción. Recuperado de : <https://es.wikipedia.org/wiki/Mafia>

[28] Saltar, golpear por la acción de la música generalmente se da en conciertos de rock.

[29] Gómez, Sánchez. Santiago (2013). Madera Salvaje. Obtenido de El cine de José Miguel Restrepo Moreno. Recuperado de : <http://realidadescontadasaudiovisuales.blogspot.com/2016/04/el-cine-de-jose-miguel-restrepo-moreno.html>

[30] «Gimme Shelter» en español: «Dame Refugio», es una canción de la banda británica de rock The Rolling Stones editada en 1969. Este tema habla de la guerra, el asesinato y la violación, que están "a un solo tiro de distancia", haciendo posible alusión a los horrores de la guerra de Vietnam... Gimme Shelter el documental se realizó en 1970 y fue dirigido por los Hermanos Maysles y Charlotte Zwerin que muestra gran parte del American Tour 1969 de The Rolling Stones. . Tomado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Gimme_Shelter

[31] The Last Waltz (en español, El último vals)² fue un concierto de despedida de la banda de rock The Band que tuvo lugar el Día de Acción de Gracias de 1976 en el Winterland Ballroom de San Francisco. Tomado de: https://es.wikipedia.org/wiki/The_Last_Waltz

[32] Woodstock: 3 Days of Peace & Music (Woodstock: 3 días de paz y música), conocido coloquialmente como Woodstock, la película, es un documental estadounidense de 1970 que narra los hechos ocurridos en el Festival de Woodstock que tuvo lugar en agosto de 1969 en Bethel, Nueva York. La publicación Entertainment Weekly la considera punto de referencia de películas de conciertos, y la cataloga como una de las mejores películas de

entretenimiento mejor realizadas. La película fue dirigida por Michael Wadleigh y editada por Martin Scorsese y Thelma Schoonmaker (entre otros), esta última nominada a los Premios Óscar de la Academia como mejor montaje. Tomado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Woodstock_\(documental\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Woodstock_(documental))

[33] El Parque Arví es un espacio público abierto, creado para el disfrute de toda la comunidad local, nacionales y extranjeros, que mediante una oferta turística sostenible, propende por la conservación de las riquezas ambientales, culturales y arqueológicas. Tomado de: <https://parquearvi.org/>

Para citar este artículo:

Valle; Gómez; Restrepo; Gómez; Raigoza (2019). **DOCUMENTALES Y DOCUMENTALISTAS ANTIOQUEÑOS. Sentido y práctica de un oficio que narra una región.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 5 - 39.
DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a1>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

PAISAJES CINEMATOGRAFICOS COMO METÁFORAS DE LAS EMOCIONES.

Análisis de los modos de representación fílmica y espacialidad en Her de Spike Jonze.

Maximiliano Maza Pérez*

Frida Anais Godínez Garza**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a2>

Resumen

A partir de la identificación de los elementos de la puesta en escena y la integración de las características de los espacios representados en la película *Her* (Spike Jonze, 2013), se analizan las funciones que cumplen los paisajes cinematográficos de dicho filme y se explica su espacialidad, o conjunto de significados expresados a través de los espacios en los que se lleva a cabo la acción dramática. Se concluye que la mayoría de los espacios analizados funcionan, en mayor o menor grado, como metáforas de las emociones experimentadas por los personajes que, en ocasiones, no se atreven a expresar. Así mismo, destaca la representación del espacio urbano abierto como una utopía insatisfactoria y, en contraste, la de algunos espacios cerrados y la del espacio virtual que funcionan como heterotopías o contraemplazamientos de otros espacios significativos, reales o ficticios.

Palabras clave: representación fílmica; cine; espacio cinematográfico; geografía cinematográfica; puesta en escena; paisaje cinematográfico; Her; Jonze.

Recibido. Junio 12, 2019

Aceptado. Junio 25, 2019

*Doctor en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesor asociado en la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0047-8915>; e-mail: mmaza@tec.mx

**Doctora en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesora de cátedra de la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5528-4659>; e-mail: frida.gogar@tec.mx

CINEMATIC LANDSCAPES AS METAPHORS FOR EMOTIONS.

Analysis of the modes of filmic representation and spatiality in *Her* by Spike Jonze.

Maximiliano Maza Pérez*

Frida Anais Godínez Garza**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a2>

Summary

Starting from identifying the elements of the *mise-en-scène* and the characteristic integration of the spaces portrayed in the film *Her* (Spike Jonze, 2013), the functions pictured by the cinematographic landscapes of the film are analyzed, as well as, it is explained its spatiality, or set of meanings expressed through the spaces in which the dramatic action takes place. It is concluded that most of the analyzed spaces behave, to a greater or lesser degree, as metaphors of the emotions experienced by the characters which they do not dare to express in certain moments. By this way, the representation of the open urban space stands out as an unsatisfactory utopia and, in contrast of some indoor spaces and or virtual environments that work as heterotopies or counter-sites of other significant, real or fictitious sites.

Key words: film representation; film; cinematic space; cinematic geography; *mise-en-scène*; cinematic landscape; *Her*; Jonze.

Received. June 12, 2019

Accepted. June 25, 2019

*Doctor en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesor asociado en la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0047-8915>; e-mail: mmaza@tec.mx

**Doctora en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesora de cátedra de la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5528-4659>; e-mail: frida.gogar@tec.mx

PAISAGENS CINEMATográfICAS COMO METÁFORAS PARA AS EMOÇÕES.

Análise dos modos de representação fílmica e espacialidade em *Her* por Spike Jonze.

Maximiliano Maza Pérez*

Frida Anais Godínez Garza**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a2>

Resumo

A partir da identificação dos elementos da encenação e da integração das características dos espaços representados no filme *Her* (Spike Jonze, 2013), são analisadas as funções das paisagens cinematográficas e explicada a sua espacialidade, ou conjunto de significados expressos através dos espaços em que se desenrola a ação dramática. Conclui-se que a maioria dos espaços analisados funcionam, em maior ou menor grau, como metáforas das emoções vividas pelos personagens, que por vezes não ousam expressar. Da mesma forma, destaca-se a representação do espaço urbano aberto como uma utopia insatisfatória e, em contraste, a de alguns espaços fechados e a do espaço virtual que funcionam como heterotopias ou contra-emissões de outros espaços significativos, reais ou fictícios.

Palavras-chave: representação fílmica; cinema; espaço cinematográfico; geografia cinematográfica; encenação; paisagem cinematográfica; Ela; Jonze.

Recebido. Junho 12, 2019

Aceitado. Junho 25, 2019

*Doctor en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesor asociado en la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0047-8915>; e-mail: mmaza@tec.mx

**Doctora en Estudios Humanísticos por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y profesora de cátedra de la misma institución.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5528-4659>; e-mail: frida.gogar@tec.mx

Introducción

Ubicada en los géneros de ciencia ficción, drama y romance, *Her* (2013) es el cuarto largometraje filmico dirigido por el director estadounidense Spike Jonze (IMDb, 1990-2019); sin embargo, el guion es su obra prima como escritor en solitario. Anteriormente, Jonze había compartido el crédito de guionista con Charlie Kaufman en *Being John Malkovich* (1999) y *Adaptation* (2002), así como con Dave Eggers, quien colaboró en la adaptación cinematográfica dirigida por Jonze del libro infantil de Maurice Sendak, *Where the Wild Things Are* (1963) en 2009 (Barlow, 2014).



Imagen: <https://bit.ly/2WtmFaT>

Her se presentó el día 13 de octubre de 2013 en el New York Film Festival para cerrar el evento y se estrenó en algunas salas de cine de manera limitada durante el mes de diciembre, para finalmente proyectarse mundialmente a partir del 10 de enero del 2014, esto, con el fin de cumplir los requerimientos de los diversos festivales cinematográficos internacionales en donde fue presentada (Mc Nary, 2013). El filme de Jonze contó con 180 nominaciones y 83 premios, entre los cuales obtuvo el Oscar a mejor guion original, además de recibir galardones en los Golden Globes, AFI Awards, Art Directors Guild y Austin Film Critics Association, entre otros, en categorías como mejor película, diseño de producción, música y actuación.

La historia protagonizada por Joaquin Phoenix (Theodore) y Scarlett Johansson (Samantha) se inspiró en un artículo que el guionista y director había leído más de diez años atrás, en el que se discutía la posibilidad de enviar mensajes a un sistema de inteligencia artificial, mismo que respondía al llamado; así, imaginó como sería una relación romántica entre una persona y un sistema operativo y surgió la historia de amor. Jonze (en Barlow, 2016) afirma que la película aborda distintas ideas que estuvo pensando y que le provocaron confusión sobre la manera en que vivimos y llevamos nuestras relaciones, así como la forma en que tratamos de conectarnos y fallamos.



Imagen: <https://bit.ly/34hjea4>

El presente trabajo propone llevar a cabo el análisis descriptivo de los modos de representación fílmica del espacio en la película *Her* (Spike Jonze, 2013) [1]. Este proceso se desarrolla en dos fases: la primera, de naturaleza exploratoria, busca identificar los elementos de la puesta en escena en el filme, sus significados particulares, así como la manera en que se combinan para determinar las características del espacio representado en la pantalla; la segunda, de carácter dilucidador, integra dichas características bajo el concepto de paisaje cinematográfico, con el propósito de analizar sus funciones y explicar la espacialidad de la película: el conjunto de significados expresados a través de los espacios en los que se lleva a cabo la acción dramática del filme.

El análisis de la espacialidad cinematográfica constituye una manifestación del mayor interés que existe hacia el estudio de los fenómenos de carácter espacial y geográfico en el campo de los estudios culturales. Jackson (1999, p. 46) considera que “la creciente popularidad de términos (geográficos) tales como centro y periferia, fronteras y zonas fronterizas, espacios, lugares y dominios” es prueba del giro espacial experimentado por los estudios culturales desde la década de los ochenta del siglo XX. En este sentido, el surgimiento de campos transdisciplinarios como el de la geografía cinematográfica, subdisciplina de la geografía cultural que estudia los modos de representación fílmica del espacio geográfico, demuestra la importancia adquirida por la dimensión espacial en los estudios sobre la cultura.

El análisis descriptivo de los modos de representación fílmica del espacio se presenta como una forma de aproximación al estudio de la espacialidad, concepto acuñado por el geógrafo político Edward Soja a partir de la noción del sociólogo francés Henri Lefebvre de que el significado del espacio es producido socialmente. Soja (1994, p. 80) afirma que el espacio físico solo adquiere significado a través de “la traducción social, la transformación y la experiencia”. Así mismo, como herramienta metodológica para explicar la espacialidad cinematográfica, el análisis descriptivo contribuye a valorar, de forma más completa, el conjunto de elementos estéticos e ideológicos que constituyen al filme como discurso.

1. Espacios de representación significativos en el filme *Her* de Spike Jonze

En su análisis sobre las formas de conceptualizar el espacio en la cultura occidental, Michel Foucault (1999, pp. 431-432) desarrolla una historia del espacio que se origina en la Edad Media, a partir de la localización jerarquizada de las cosas en el mundo físico y fuera de este; se extiende en la época de Galileo, cuando el espacio se vuelve "infinito e infinitamente abierto"; y llega hasta nuestros días, cuando vivimos "en la época de lo simultáneo, en la época de la yuxtaposición, en la época de lo próximo y de lo lejano, de lo contiguo, de lo disperso", transformado en un conjunto de relaciones de emplazamiento. Desde esta perspectiva, existen lugares "que tienen la curiosa propiedad de estar en relación con todos los demás emplazamientos, pero de tal modo que suspenden, neutralizan o invierten el conjunto de las relaciones que, a través suyo se encuentran designadas, reflejadas o pensadas" (Foucault, 1999, p. 434).

Estos emplazamientos son de dos tipos: las utopías, o emplazamientos sin lugar real, y las heterotopías: lugares reales, que son una especie de contraemplazamiento, en los que "todos los demás emplazamientos reales que se pueden encontrar en el interior de la cultura, están a la vez representados, impugnados e invertidos" (Foucault, 1999, pp. 434-435).

Ambos tipos de emplazamientos, utópicos y heterotópicos, se revelan como espacios de representación significativos en *Her*, filme escrito y dirigido por Spike Jonze, que narra la historia de amor entre Theodore Twombly (Joaquín Phoenix), un retraído y sensible hombre que se gana la vida escribiendo cartas personales a nombre de otras personas, y Samantha (voz de Scarlett Johansson), un sistema operativo inteligente que tiene la capacidad de aprender y que rápidamente desarrolla una personalidad casi humana, a pesar de que solo existe en la forma de una voz femenina que emana de un dispositivo móvil. Theodore se encuentra en proceso de recuperarse del fracaso de su matrimonio con Catherine (Rooney Mara) y vive solo en un amplio departamento decorado de forma minimalista. La historia, que se desarrolla en un tiempo no especificado, a medio camino entre el presente y el futuro, se ubica en una metrópolis ultramoderna que solo existe en el plano de la ficción.

En la película, los emplazamientos utópicos se manifiestan principalmente en escenarios de la ciudad de Los Ángeles, California, que se presenta como una urbe sofisticada, cómoda y funcional, sin problemas de tráfico ni de contaminación ambiental o visual: un entorno futurista, que lejos del típico ambiente gélido de la ciudad del mañana, se intenta mostrar como cálido y acogedor. La construcción cinematográfica de la utopía se logra mediante la fusión de elementos icónicos de la multicultural ciudad californiana con los de la megalópolis china de Shanghái, otro espacio igualmente cosmopolita. Edificios, plazas y otros sitios de ambas urbes se presentan de forma coordinada, de manera que el resultado constituye, al mismo tiempo, una versión idealizada de cada una y un replanteamiento del cual emana una atmósfera distinta a la que impregna a estas ciudades en el mundo físico. Por su parte, la heterotopía es presentada a partir de ese espacio singular en el que se desarrolla el no menos insólito romance entre Theodore y Samantha: una relación que se caracteriza primordialmente por la ausencia de un espacio físico en donde encontrarse, convivir y amarse; un romance en el que desaparece la experiencia de tocar, mas no la de sentir.

Dentro del ámbito de los estudios culturales, Barker (2000, p. 135) destaca la importancia del espacio, puesto que este constituye “el foco de la experiencia humana, de la memoria, el deseo y la identidad”. Para este autor, como para Soja (1994), el espacio se construye a partir de las relaciones humanas que se generan en él. En este sentido, la ciudad representada por Jonze en *Her* correspondería a la idea de un espacio contenedor de emplazamientos definidos por la naturaleza de las relaciones sociales que se desarrollan en ellos. Dichos emplazamientos constituyen, de acuerdo con Barker (2000, p. 135), “construcciones discursivas que son el objetivo de identificación o inversión emocional”.

2. El análisis descriptivo como herramienta metodológica para explicar la espacialidad cinematográfica

Como forma discursiva, la descripción ha sido estudiada a fondo por la corriente del análisis del discurso de la Escuela de Neuchâtel, la cual aborda el estudio del discurso desde la perspectiva de la lógica natural o sistema de operaciones que permite construir los esquemas mentales que se generan durante un acto comunicativo. Miéville (1986, p. 120) considera a la descripción “como una forma particular de esquematización” que se construye progresivamente a partir de la suma de aspectos singulares que van integrando una totalidad. Como herramienta de análisis fílmico, la descripción ofrece posibilidades interesantes para explicar los significados asociados a la dimensión espacial del filme, la cual con frecuencia resulta desplazada por las aproximaciones desde la narratología que consideran al espacio como uno más de los elementos del relato fílmico.

Casetti y di Chio (2007) consideran tres niveles de representación espacial en una película o producción para la televisión: la puesta en escena, el encuadre o puesta en cuadro y el montaje o puesta en serie. Para el presente caso de estudio, se seleccionó a la puesta en escena como el nivel de representación espacial a analizar. La identificación de lo que expresan y la manera en que se combinan los elementos de la puesta en escena cinematográfica permiten determinar las características del espacio representado en la pantalla y, a partir de ello, integrar el paisaje cinematográfico, cuyas funciones contribuyen a explicar la espacialidad de la película.

Como concepto que ha trascendido sus orígenes teatrales, la puesta en escena cinematográfica se puede definir como la combinación de los elementos de naturaleza visual y sonora contenidos en cada escena de un filme. Vale (2006, pp. 25-31) señala que la puesta en escena cinematográfica se construye a partir de un conjunto de elementos significativos, entre los que incluye a los personajes, el decorado, los accesorios y objetos, la iluminación y el sonido. Los personajes son el elemento esencial a partir de cuyas acciones y diálogos se desarrolla el drama. En términos espaciales, los personajes suelen constituir el centro alrededor del cual se construye la puesta en escena cinematográfica. El decorado extiende sus límites teatrales originales a cualquier tipo de ambiente o trasfondo, localizado en el mundo material o creado especialmente para la pantalla.

Los accesorios caracterizan tanto al decorado como a los personajes, mientras que los objetos [1] poseen la capacidad de incorporarse a la acción dramática. La iluminación resulta ser un elemento importante en la construcción dramática de

la escena para comunicar no solo su temporalidad (día/noche) y localidad (interior/exterior), sino también el estilo visual y el carácter emocional del filme. Finalmente, el sonido, compuesto por el ruido ambiente y la música de fondo, puede contribuir a la descripción fílmica, aunque en ocasiones, como es el caso de la banda sonora de *Her*, se vincula principalmente con la expresión emocional de los personajes y constituye un refuerzo para la carga dramática de las escenas del filme.

Los elementos de la puesta en escena cinematográfica no suelen actuar de manera independiente. Vale (2006, p. 33) describe dos procesos de combinación a partir de los cuales dichos elementos se convierten en fuentes de información para el espectador de una película. Estos procesos ocurren tanto al interior de cada escena (combinación simultánea) como entre una escena y otra (combinación consecutiva).

El presente análisis se concentrará primordialmente en el primero de ambos procesos y en la manera en que la combinación simultánea de elementos de la puesta en escena permite determinar las características del espacio (Vale, 2006, p. 49) donde se lleva a cabo la acción dramática del filme: su tipo o denominación; su clase o caracterización; su propósito o función; así como su relación con los personajes y su ubicación geográfica. La determinación de las características del espacio en un análisis descriptivo se logra a través de cuatro macrooperaciones: anclaje, o asignación de nombre al lugar descrito; aspectualización, o enumeración de partes, funciones o cualidades del sitio; tematización, o expansión de la descripción a características más específicas; y asimilación, o comparación con las características o cualidades de otro espacio (Adam y Petitjean, 1989, pp. 112-115, 128-133). Dichas macrooperaciones descriptivas se ordenan de forma jerárquica, pero se enuncian consecutivamente.

La determinación de las características del espacio cinematográfico constituye el punto de partida para la segunda mitad del proceso de análisis descriptivo de la película *Her* de Spike Jonze. A partir de la valoración de estas es posible analizar la espacialidad de cada escena. Para ello, el conjunto de características del espacio cinematográfico se integra en una unidad de análisis denominada paisaje cinematográfico (Lukinbeal, 2005; Escher, 2006) cuyas funciones están establecidas a partir de la taxonomía propuesta por Higson (1984, 1987) para el espacio en un filme. Así, un paisaje cinematográfico puede cumplir cuatro funciones: dramática, histórica, metafórica y espectacular. En primera instancia, el paisaje cinematográfico constituye un espacio para el desarrollo del drama; en segundo lugar, permite autenticar la ficción al presentarse como un lugar históricamente específico; una tercera función es la de servir como metáfora de las emociones y pensamientos de los personajes o de grupos sociales más amplios; finalmente, a través de la función espectacular, el paisaje se ofrece a la mirada como un espectáculo que permite valorar los aspectos estéticos e ideológicos del discurso fílmico al “establecer una relación afectiva entre los personajes, los espectadores y el espacio (...) que contribuye a redefinir los significados adheridos al paisaje que es representado en la pantalla” (Autor/a, 2014, p. 112).

En el presente estudio se incorporaron tanto la revisión del producto fílmico terminado como el análisis de las descripciones escritas por Spike Jonze en el guion cinematográfico, además de otros documentos relacionados con la película, como artículos y entrevistas con el personal técnico y artístico involucrado en su realización. La presentación de resultados del análisis descriptivo que se desarrolla a continuación se divide en tres grandes apartados, correspondientes a cada uno de los tres espacios que aparecen con mayor

frecuencia en la película: la oficina de Theodore, su departamento y el entorno urbano y suburbano que lo rodean. Debido a las delimitaciones requeridas para la presentación de este trabajo, se optó por exponer información que describiera las características generales de los tres espacios ya definidos, seleccionando además escenas clave de cada lugar, mostrando así su relación con los protagonistas en el inicio y fin de la relación amorosa entre Theodore y Samantha.

Puesta en escena y paisaje cinematográfico en *Her*

I. Interior - Oficina de Theodore

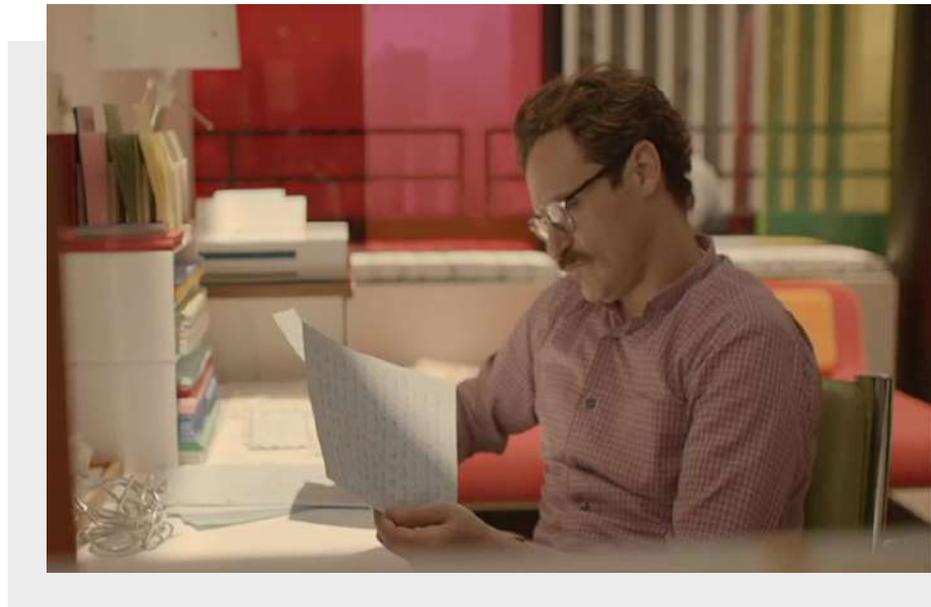
El primer anclaje y uno de los más importantes paisajes cinematográficos de *Her* lo constituye la oficina donde trabaja Theodore. Es una oficina ultramoderna cuyo primer propósito y función dramática es servir como un espacio de trabajo, donde el protagonista redacta cartas escritas "a mano" por computadora, en una suerte de versión posmoderna del escritorio público que, en sí mismo, constituye una heterotopía del espacio privado del escritorio.



El decorado y los accesorios que caracterizan la puesta en escena de la oficina de Theodore la aspectualizan como un espacio semipúblico de vocación laboral. Dichos elementos se encuentran en constante tensión y replantean la clase y propósito del espacio, así como su relación con el protagonista de la cinta. En una primera impresión, la oficina se revela como un sitio austero, semiautomatizado e impersonal, donde apenas se insinúa la cálida personalidad de Theodore. Conforme se revelan los detalles del decorado y los accesorios y el espacio se tematiza, se observan vestigios de intervención humana que suavizan la angulosidad de las formas predominantes y hacen más acogedor el ambiente. De esta manera, la oficina se revela ante los ojos del espectador como un espacio en el que destacan las líneas y ángulos rectos, pero tematizado con enormes vinilos de colores primarios en tonos cálidos que cubren las ventanas y dibujos que decoran las mamparas blancas que parecen haber sido hechos a mano con plumón negro.

El efecto contradictorio provocado por la tematización de la oficina es importante puesto que contribuye a subrayar los aspectos discordantes de la personalidad de Theodore. En este sentido, la segunda función del paisaje cinematográfico de la oficina de Her es actuar como metáfora de la psique del protagonista, un hombre tímido y reservado, que se abrocha hasta el último botón de la camisa, pero que es capaz de expresar emociones profundas y una gran sensibilidad, lo que queda de manifiesto a través de las cartas que escribe a nombre de sus clientes.

Destaca la manera en que el decorado, los accesorios y la iluminación de la oficina se modifican conforme avanza la trama y las emociones del protagonista se intensifican. Inicialmente, la iluminación principal del lugar apenas si cae sobre el rostro de Theodore, el cual aparece en penumbras o ligeramente iluminado por la pantalla de su computadora o la luz de la fotocopiadora. En contraste, las caras de sus compañeros de trabajo se perciben claramente iluminadas. Una vez que se establece la relación entre Theodore y Samantha, el lugar de trabajo luce más acogedor, la iluminación más brillante y los colores más vivos, hasta el grado de saturarse de rojos, lo cual enfatiza el grado de enamoramiento de Theodore.



Conforme avanza la acción del filme, el paisaje cinematográfico de la oficina refleja los altibajos del romance entre Theodore y Samantha, hasta llegar al inexorable final de su relación. Cuando Samantha desaparece debido a que actualiza su versión de ella misma como sistema operativo computacional, la oficina se convierte en un espacio de tránsito que se vacía ante su ausencia. Más adelante, cuando Theodore se entera de que Samantha sostiene múltiples romances simultáneos con otros sistemas iguales a ella, el decorado de la oficina se vislumbra austero, con los colores apagados. Hacia el final de la película, por primera vez en ese espacio, Theodore mira por una de las ventanas el panorama de la ciudad que se muestra envuelta en una bruma e iluminada por capas de luz de un color sepia saturado. Esa misma tarde, Theodore y Samantha se despiden para siempre.

II. Interior - Departamento de Theodore

Al igual que el espacio semipúblico laboral de la oficina, el departamento de Theodore, principal emplazamiento privado de Her, cumple con la doble función de servir como espacio para el desarrollo del drama y como metáfora del estado de ánimo de su protagonista. Al igual que el paisaje cinematográfico analizado anteriormente, la función del departamento como símbolo de la transformación emocional de su habitante es más significativa que su uso como escenario del drama.

Aunque casi siempre luce vacío, como subrayando la reciente mudanza de su ocupante, el departamento no se percibe como un espacio impersonal, debido en gran medida a su caracterización sonora. El efecto contradictorio entre la actualización visual y sonora del espacio privado de Theodore refleja la tensión entre las características que definen al personaje como un ser solitario y, al mismo tiempo, sensible y afectuoso. El constante uso de música en las escenas que se desarrollan en el departamento le otorga al espacio privado una cualidad de calidez que contrasta con lo que comunica su austero mobiliario. Por el número de veces que aparecen en pantalla, la recámara y el salón constituyen los dos ambientes más representativos del departamento como paisaje cinematográfico.



Tras adquirir el sistema operativo OS1 (“Una entidad intuitiva que te escucha, te entiende y te conoce” [2], Theodore se encuentra en el salón de su departamento, instalando el programa en su computadora personal, un artefacto de pantalla plana y sin teclado que, al igual que el resto de las que aparecen el filme, se presentan como accesorios que caracterizan una época incierta, entre el presente y el futuro. Las luces de la ciudad se asoman por el enorme ventanal, mientras que el salón aparece iluminado con luces indirectas. La iluminación principal proviene de la pantalla de la computadora y de un par de lamparitas colocadas a cada lado del aparato. Una de las lámparas emite una cálida luz rojiza, producida por efecto de la pantalla color naranja que cubre el foco.

El mismo color se duplica en la camisa de Theodore y en la pantalla de instalación del sistema operativo. De nueva cuenta, la tematización del espacio es contradictoria: cálida por la iluminación y los colores de la camisa y la pantalla, fría por la ausencia de otro ser humano junto a Theodore.

Una vez que Theodore y Samantha entran en contacto, la cálida voz femenina “rompe el hielo” entre ambos gracias a su agudeza verbal y a un juego de inflexiones que denota matices de coqueteo y simpatía. Los parlamentos de Samantha la revelan como poseedora de una “personalidad” eficiente, divertida y empática, capaz de seleccionar su nombre de entre 180 mil y bautizarse en dos centésimas de segundo, reírse de sí misma y anticipar las necesidades de su poseedor. La imagen final de la escena resulta reveladora de la nueva relación entre ambos. Es una toma abierta que muestra a Theodore de cuerpo entero, sentado en actitud relajada; su postura corporal es la de alguien que habla con otra persona a través del teléfono o de un dispositivo semejante. La cámara se aleja lentamente y muestra el salón casi vacío y desarreglado. A partir de ese instante, el paisaje cinematográfico del departamento se transforma en el albergue de una relación que trasciende los límites físicos para insertarse en el espacio concebido (*espace conçu*) de Lefebvre (1991, pp. 38-39): el espacio de las ideas que, con algunas excepciones, tiende a ser expresado a través de la palabra y que configura la espacialidad dominante en cualquier sociedad.

Un par de noches más tarde, luego de que Theodore regresa de una cita fallida con una mujer, la compenetración entre él y Samantha se vuelve más profunda. En medio de la penumbra de la recámara, los personajes se confiesan sus preocupaciones: mientras que a él le inquieta la posibilidad de enfrentarse a un vacío emocional, a ella la aflige no comprender si sus sentimientos son reales o si son solo programación. La vulnerabilidad emocional de ambos, expresada a través de los diálogos y la actuación [3], se acentúa con un fondo musical muy suave. El acercamiento que se suscita entre los dos trasciende los límites de lo amistoso y se convierte en un encuentro sexual, durante el cual el espacio físico de la recámara se funde con el espacio virtual donde habita Samantha. En ese momento, la puesta en escena de la recámara se disuelve en una negrura absoluta: en la creación de un espacio hermético, que solo pertenece a ellos y que al mismo tiempo se manifiesta infinito y materialmente inexistente.



Hacia el final del filme, tras una serie de experiencias que provocan cambios en los sentimientos de ambos, Samantha le confiesa a Theodore que se ha enamorado de otras personas y sistemas operativos. La recámara vuelve a ser un espacio de representación significativo o espacio vivido (*espace vécu*) (Lefebvre, 1991, p. 39) de un momento trascendental de la relación, esta vez de su final. Recostado sobre la cama tendida, Theodore escucha a Samantha explicarle que se va, al igual que los demás sistemas operativos que han adquirido un nivel de conciencia superior. La luz que entra por las ventanas indica que la escena sucede por la tarde, antes de la puesta del sol. Partículas de polvo caen lentamente en la habitación mientras Samantha recurre a la macrooperación descriptiva de asimilación o comparación con las características de otro espacio para explicarle a Theodore cómo se siente.

Es como si estuviera leyendo un libro, y es un libro que quiero profundamente, pero ahora lo estoy leyendo lentamente de modo que las palabras están separadas y los espacios entre las palabras son casi infinitos. Todavía te siento a ti y las palabras de nuestra historia, pero ahora me encuentro en el espacio sin fin entre las palabras. Es un lugar que no pertenece al mundo físico, es donde está todo lo demás que yo ni sabía que existía. Te quiero muchísimo, pero aquí es donde estoy ahora. Esto es quien soy ahora (Jonze, 2011, p.102). [4]

Las partículas de polvo dan paso a una fina nevada, mientras el espacio vacío de la recámara se transforma en un bosque helado y oscuro, en el que un desolado Theodore abraza, por primera y última vez, al amor de su vida.

III. Exterior - La ciudad y sus alrededores

Como se ha mencionado anteriormente, el paisaje cinematográfico en Her corresponde a un espacio construido a partir de aspectos geográficos y urbanísticos de las ciudades de Los Ángeles y Shanghái, además de algunas zonas de la costa de California. En las imágenes que se presentan en el filme se combinan calles, edificios, restaurantes, oficinas, estaciones de metro y departamentos de ambas ciudades, así como algunos espacios naturales en donde los personajes conviven, como playas, bosques y montañas nevadas.

La primera escena exterior muestra un decorado urbano, caracterizado a partir de elementos arquitectónicos ultramodernos, los cuales son iluminados en azules con tonos grisáceos y leves toques de color amarillo. La puesta en escena enfatiza la frialdad y desolación del panorama, apenas alumbrado por las luces de las ventanas de los edificios. La clase de lugar (lo que lo distingue de otros de su mismo tipo) corresponde en este caso a una ciudad futurista de un país económicamente desarrollado, con un ambiente limpio y ordenado, tal como fue concebida por Jonze y su diseñador de producción, K. K. Barret, quienes deseaban enfatizar la belleza visual de la arquitectura y celebrar así un futuro no lejano, en el que los espacios minimalistas proveerán de comodidad y practicidad a sus habitantes (Curbed LA: The Los Angeles Neighborhood and Real Estate Blog, 18 de diciembre de 2013).



Podría suponerse que una de las funciones primordiales del paisaje cinematográfico de la ciudad en *Her* sería presentarla como un lugar históricamente específico; sin embargo, su localización geográfica y su consecuente anclaje es probablemente la más elusiva y contradictoria de las macrooperaciones descriptivas que cumple el paisaje urbano en el filme de Spike Jonze. Si bien al comienzo de la cinta el protagonista recibe un correo electrónico con el pronóstico del clima de Los Ángeles y se hacen varias alusiones a dicha ciudad californiana, también es cierto que, en términos arquitectónicos, la ciudad donde se desarrolla la trama de *Her* es representada como un espacio híbrido, confeccionado a partir de la edición y los efectos visuales (Hawthorne, 18 de enero de 2014).



Aunado a lo anterior, el espacio urbano de *Her* remite a la idea del no lugar o espacio del anonimato (Augé, 2008, p. 83), al mostrar a sus habitantes como una población en perpetuo tránsito que casi siempre aparece caminando de prisa por las espectaculares locaciones, en constante interacción con sus dispositivos móviles y aislada del resto de los humanos. Es evidente que la ciudad es una metrópolis, pero podría ser cualquiera y parecería más la representación de una urbe ubicada en un futuro heterotópico, en el que todo tiene lugar y todo puede suceder, hasta la relación amorosa entre un ser humano y un sistema operativo.

Igualmente compleja resulta la valoración de la función espectacular del paisaje cinematográfico de la ciudad en donde se desarrolla la trama de Her. Si bien la representación del espacio urbano de la película cumple al pie de la letra con la definición original de Higson de servir como “un señuelo visualmente agradable para el ojo del espectador” (1984, p. 3), la revaloración de dicha función como un “vehículo para la relación afectiva entre el espacio y la entidad que lo mira” (Autor/a, 2014, p. 113) no se confirma completamente, al menos en cuanto a que dicha entidad sea alguno de los personajes de la historia.



Durante la primera mitad de la película, a lo largo de sus frecuentes paseos por la ciudad, Theodore nunca admira el paisaje que lo rodea. Su intervención en el espacio urbano consiste en caminar en un permanente estado de introspección y en constante interacción con su teléfono inteligente. La primera vez que Theodore dirige la mirada hacia la ciudad sucede cuando han transcurrido 64 minutos desde el comienzo del filme, después de discutir con Samantha por un fallido encuentro sexual con Isabella (Portia Doubleday), una chica que participa en una red de personas que facilitan las relaciones sexuales entre humanos y sistemas operativos. Mientras está sentado sobre la acera, afuera del edificio donde vive, Theodore mira al frente y hacia arriba.



La imagen muestra las enormes figuras de tres rascacielos cuyas siluetas se recortan sobre el cielo nocturno. En la siguiente toma, un abrumado Theodore se deja caer de espaldas sobre el pavimento de la acera. La segunda y última ocasión en que Theodore mira hacia la ciudad ocurre durante el breve interludio que precede al alejamiento de Samantha, entre el minuto 90 y el 92. La secuencia inicia con Theodore en un parque, sentado junto al dispositivo móvil en el que transporta a Samantha. Ella le comenta que está componiendo una pieza de piano que intenta ser una fotografía de ambos en ese momento de sus vidas.

Mientras suenan los acordes de la melodía, Theodore observa los edificios que rodean al parque, admira el panorama de la ciudad desde el balcón de su departamento y recorre la plaza que se ubica frente al edificio del Pacific Design Center de Los Ángeles, en la que la impresionante escultura de un avión que sostiene todo su peso en la "punta de su nariz" desafía abiertamente la primera ley de Newton. La escasez y brevedad de los momentos que Theodore dedica a mirar a su alrededor parece corroborar que la fría y artificial belleza del paisaje urbano de la película se diseñó como un espectáculo exclusivo para los ojos del espectador.

La segunda locación urbana importante de la película corresponde a los pasillos, el elevador y otros espacios semipúblicos del edificio de departamentos donde habita Theodore. La ambientación de la lujosa torre de departamentos, a la que se accede mediante un elevador decorado con motivos selváticos, la caracteriza como parte de un moderno centro comercial. La presencia de personas que caminan con bolsas de tiendas comerciales acentúa el anonimato del espacio, a la vez público y privado. Los pasillos del edificio se muestran amplios pero un tanto oscuros, en contraste con el exterior del centro comercial, el cual se presenta en colores blanco y marfil. En cierta medida, la función de este espacio como metáfora visual del estado de ánimo del protagonista de Her, se manifiesta a través de la representación de los pasillos oscuros que conducen a su departamento, en un recorrido que reproduce la monotonía en que vive Theodore al inicio de la película.

La tercera ubicación urbana importante de la cinta son las estaciones de metro, las cuales se caracterizan como espacios públicos diseñados para la movilidad y el transporte humanos. Es en una estación donde Theodore descubre el nuevo sistema operativo fabricado por la empresa Elements Software y del cual surge Samantha. Otra estación de metro se convierte en espacio para el juego amoroso entre ambos: camino a la playa, Theodore corre por los pasillos de la estación Hollywood/Western [5] del metro subterráneo de Los Ángeles mientras lleva en el bolsillo de la camisa el dispositivo móvil que "contiene" a Samantha. Tematizada a partir de paredes decoradas con mosaicos de colores primarios, la estación exhibe un aire infantil que, junto con la alegre música folk que se escucha en la escena, contribuye a reforzar la felicidad que expresan Theodore y Samantha.

La última aparición significativa de una estación de metro se presenta hacia el final de la película, después de que Theodore pierde la conexión con Samantha. Theodore corre afuera de su oficina en busca de alguna señal para encontrarla. La acción resulta, hasta cierto punto irónica, puesto que al no existir un lugar físico

donde pueda localizarla, Theodore confirma su cruel afirmación previa de que, al fin y al cabo, Samantha no es una persona. Theodore pasa de prisa por varios espacios de tránsito, como el elevador y las calles para llegar finalmente a las escaleras de entrada del metro subterráneo donde recupera la conexión. De esta manera, Theodore escenifica su propia versión del mito de Orfeo, al descender a las profundidades del inframundo en busca de su amada.

Mientras baja las escaleras, Theodore observa a la gente que pasa a su lado conversando con sus dispositivos móviles. Al cuestionar a Samantha si en ese momento ella está hablando con alguien más, la respuesta que recibe Theodore es demoledora: son 8,316 personas y sistemas operativos con los que Samantha conversa simultáneamente y 641 de los que está enamorada. El descenso a los infiernos de Theodore es físico y emocional. El metro subterráneo, que en algún momento fue escenario de la felicidad de la pareja, se presenta esta vez como una caverna profunda hacia la que Theodore se precipita. Sentado en los escalones finales de la entrada del metro, Theodore alcanza el punto más bajo de su relación con Samantha. A partir de ese momento, el protagonista de Her debe emprender el camino de regreso hacia su reconexión con el género humano.



Como conjunto de paisajes cinematográficos, las estaciones de metro de Her cumplen con la función metafórica de representar, en términos espaciales, los altibajos de la relación entre Theodore y Samantha, en una secuencia que va, del encuentro y reconocimiento al enamoramiento y de ahí a la desilusión. Aunque la actualización general de las escenas ubicadas en las estaciones de metro no es muy contrastante, la función se cumple por efecto de la macrooperación descriptiva de asimilación, o comparación de las características o cualidades particulares de cada espacio. Las diferentes tematizaciones de las estaciones de metro contribuyen a reforzar la metáfora del viaje emocional emprendido por Theodore en su fallido romance con Samantha.

Conclusiones

A partir del análisis descriptivo de los elementos de carácter espacial y geográfico más significativos de la película *Her* del director estadounidense Spike Jonze, es posible concluir que la puesta en escena del filme constituye un importante conjunto de elementos contenedores de información, cuya combinación e integración bajo el concepto de paisaje cinematográfico permite comprender e interpretar la espacialidad de la película y valorarla en términos estéticos e ideológicos.

A partir del análisis descriptivo de los elementos de carácter espacial y geográfico más significativos de la película *Her* del director estadounidense Spike Jonze, es posible concluir que la puesta en escena del filme constituye un importante conjunto de elementos contenedores de información, cuya combinación e integración bajo el concepto de paisaje cinematográfico permite comprender e interpretar la espacialidad de la película y valorarla en términos estéticos e ideológicos.

La abundancia y variedad de espacios de representación significativos de la cinta permitieron desarrollar un extenso y detallado análisis descriptivo en dos fases: la primera consistió en definir las características del espacio representado en la pantalla; la segunda, en integrar dichas características bajo el concepto de paisaje cinematográfico, analizar sus funciones e interpretar la espacialidad de la película. En lugar de realizar una aproximación cronológica, la presentación de resultados del análisis descriptivo se llevó a cabo en términos espaciales, de acuerdo con la agrupación de los espacios de representación significativos en tres conjuntos, determinados a partir del número de veces que dichos espacios aparecieron en el filme: la oficina y el departamento de Theodore, así como la ciudad y los espacios suburbanos en los que se desarrollan los acontecimientos de la historia.

Con base en lo anterior, una primera conclusión del presente trabajo es haber podido constatar la gran importancia que posee la función metafórica del paisaje cinematográfico en la cinta de Spike Jonze. La mayoría de los espacios analizados cumplen en mayor o menor grado con dicha función, a veces por separado y otras tantas en conjunto con otros espacios. Tanto la oficina como el departamento de Theodore, así como algunas locaciones urbanas, contribuyen a comunicar las distintas etapas de la crisis emocional por la que atraviesa el protagonista del filme.

Así mismo, destaca la manera en que se utilizan las locaciones suburbanas, las cuales funcionan como el gran escenario en el que se desarrollan las etapas principales del romance entre Theodore y Samantha.

Por otra parte, consideramos importante señalar que, aunque la función del paisaje como un espectáculo que atrae la mirada del espectador se manifiesta claramente a lo largo del filme, sobre todo en las escenas ubicadas en los espacios urbanos exteriores, no fue posible establecer una correlación directa entre dicha función y el desarrollo de una relación afectiva entre los personajes de la cinta y el paisaje que los rodea. El espectacular paisaje urbano de la futurista ciudad en que se desarrolla el romance entre Theodore y Samantha pocas veces llama la atención de los protagonistas de *Her*.

Más difícil aún fue confirmar la noción de que el paisaje cinematográfico puede cumplir con la función de autenticar la ficción al presentar lugares específicos e históricamente reales. La construcción de una megalópolis a partir de la combinación de imágenes de los espacios urbanos de las ciudades de Los Ángeles y Shanghái, así como la puesta en escena de los espacios interiores más significativos de la película no permiten el total cumplimiento de dicha función del paisaje cinematográfico. En este sentido consideramos que, en la visión del director Spike Jonze, predomina la intención de representar el espacio urbano como una utopía insatisfactoria para sus habitantes, quienes prefieren la falsa seguridad que les proporcionan los espacios virtuales.

Con respecto a este último tipo de espacios de representación significativos, el análisis descriptivo de la película destacó la importancia de las heterotopías o contraemplazamientos de otros espacios, reales o ficticios. Tal es el caso de la oficina de Theodore, un escritorio público, que se contrapone a la noción privada del escritorio como espacio para el trabajo individual. Algunos de los espacios urbanos, como las calles nocturnas y los pasillos oscuros del edificio donde habita el protagonista, cumplen con la función de servir como contraemplazamientos de los espacios idílicos, como la estación del metro, con sus mosaicos de colores de ambiente festivo. Así mismo, el espacio virtual donde se desarrolla la relación sentimental y física entre Theodore y Samantha resulta ser el más importante de todos los espacios representados en la cinta: el más invisible, inmaterial pero profundamente significativo de todos los espacios del universo.

Las anteriores conclusiones confirman el planteamiento realizado en la introducción del presente trabajo, acerca de las posibilidades que ofrecía la cinta para ser estudiada desde la perspectiva espacial de los estudios culturales y desde las aproximaciones y postulados de la geografía cinematográfica. La riqueza de Her de Spike Jonze como texto fílmico es innegable, por lo que seguramente habrá otros estudios que exploren sus cualidades desde diferentes puntos de vista.

Bibliografía

- Adam, J.-M., y Petitjean, A. (1989). *Le texte descriptif: poétique historique et linguistique textuelle*. París, Francia: Éditions Nathan.
- Augé, M. (2008). *Los no lugares: espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- Autor/a (2014).
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies: Theory and Practice*. 1a. ed. Londres, Inglaterra: Sage Publications.
- Bazin, A. (2005). *What Is Cinema? Volume 1*. (H. Grey, Trad.) Berkeley, Estados Unidos: University of California Press.
- Bordwell, D., Thompson, K. (2003). *Arte cinematográfico* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill-Interamericana.
- Burch, N. (1981). *Theory of Film Practice*. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.
- Casetti, F., y di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Paidós.
- Curbed LA: The Los Angeles Neighborhood and Real Estate Blog (2013, 18 de diciembre). *How the Her Filmmakers Created a Utopian Los Angeles of the Not-Too-Distant Future*. Curbed LA. Recuperado de: <https://la.curbed.com/2013/12/18/10166216/how-the-her-filmmakers-created-a-utopian-los-angeles-of-the>
- Ellison, M., Landay, V. (Productores) y Jonze, S. (Director) (2013). *Her* [Película]. Estados Unidos: Sony Pictures Worldwide Acquisitions (SPWA), Annapurna Pictures.

- Escher, A. (2006). The Geography of Cinema - A Cinematic World. *Erdkunde*, 60(4), 307-314.
- Foucault, M. (1999). *Espacios diferentes. Estética, ética y hermenéutica. Obras esenciales Volumen III*. Barcelona, España: Paidós.
- Hawthorne, C. (18 de enero de 2014). Spike Jonze's 'Her': A Refreshingly Original Take on a Future L. A. Los Angeles Times. Recuperado de: <http://www.latimes.com/entertainment/arts/la-et-cm-her-architecture-notebook-story.html#page=1>.
- Higson, A. (1984). Space, Place, Spectacle: Landscape and Townscape in the 'Kitchen Sink' Film. *Screen: Incorporating Screen Education*, 25, 2-21.
- . (1987). The Landscapes of Television. *Landscape Research*, 12(3), 8-13.
- Jackson, P. (1999). ¿Nuevas geografías culturales? *Documents d'analisi geografica* (34), 41-51.
- Jonze, S. (2011). *Her*. Guión cinematográfico (sin publicar).
- Kracauer, S. (1997). *Theory of Film: The Redemption of Physical Reality*. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Malden, Estados Unidos: Blackwell Publishing.
- Lukinbeal, C. (2005). Cinematic Landscapes. *Journal of Cultural Geography*, 23 (1), 3-22.
- Miéville, D. (1986). Prélude à l'analyse de la description. *Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques*, 15, 119-146. Recuperado de: http://doc.rero.ch/record/260927/files/Mi_ville_Denis_-_Pr_lude_l_analyse_de_la_description_20160616.pdf
- Soja, E. W. (1994). *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. Londres, Inglaterra: Verso.
- Vardac, A. N. (2007). *Stage to Screen - Theatrical Method from Garrick to Griffith*. La Mirada, Estados Unidos: Davidson Press.
- Vale, E. (2006). *Técnicas del guion para cine y televisión*. Ciudad de México, México: Gedisa Editorial.

— Notas

[1] Título original: *Ella* (Her, 2013). País: Estados Unidos. Año: 2013. Dirección: Spike Jonze. Guión: Spike Jonze. Reparto: Joaquin Phoenix, Amy Adams, Scarlett Johansson. Género: Ciencia ficción, Drama, Comedia

[2] Vale (2006) distingue a los objetos de los accesorios en cuanto a que los primeros poseen capacidad de "actuar" en la escena.

[3] Traducción propia.

[4] A este respecto, resulta importante destacar la actuación de la actriz Scarlett Johansson como Samantha, quien logra la difícil tarea de singularizar al personaje únicamente a partir de su interpretación vocal.

[5] Traducción propia.

[6] Lugar donde fue filmada la escena pero que no es mencionado explícitamente en la película.

— Para citar este artículo:

Maza Pérez, Maximiliano y Godínez Garza, Frida Anais (2019). **PAISAJES CINEMATOGRAFICOS COMO METÁFORAS DE LAS EMOCIONES. Análisis de los modos de representación fílmica y espacialidad en Her de Spike Jonze.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 40 - 59.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a2>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

POST-COLONIAL NARRATIVE AND LANGUAGE AS AESTHETIC MATTER IN CIRO GUERRA'S EMBRACE OF THE SERPENT

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Summary

The text analyzes the characteristics of colonial structures: race, ethnicity and loss of innocence, in the film by the Colombian director Ciro Guerra, *Embrace of the Serpent* (2015). For this, a dialogue is created with theoretical ideas from Fanon, Quijano, Shohat and Stam. This film is considered a critical postcolonial film.

Keywords: cine; Ciro Guerra; audiovisual; narrative; postcolonialism.

Received. November 12, 2018

Accepted. February 4, 2019

*David Hoyos García. Candidato a doctor en Estudios Hispánicos por la Universidad McGill en Montreal, Canadá. Se especializa en el área de estudios culturales y de performance, cultura digital, y la relación entre música, literatura y cine latinoamericanos centrados en la narratología subalterna, la producción cultural de mujeres y minorías. Actualmente realiza una investigación sobre cumbia, literatura y fronteras con una beca del Consejo de Investigación de Ciencias Sociales y Humanidades del Gobierno Federal de Canadá. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6310-7567>; e-mail: davidhoyos@gmail.com

A NARRATIVA PÓS-COLONIAL E LINGUAGEM COMO MATÉRIA ESTÉTICA EM O ABRAÇO DA SERPENTE DE CIRO GUERRA

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Resumo

O texto analisa as características das estruturas coloniais: raça e etnia, perda de inocência, no filme *O Abraço da Cobra* (2015) do diretor colombiano Ciro Guerra. Para isso, um diálogo será criado com idéias teóricas de Fanon, Quijano, Shohat e Stam e isso nos permitirá considerar este filme como um filme pós-colonial crítico.

Palavras-chave: cinema; Ciro Guerra; audiovisual; narrativa; pós-colonialismo.

Recebido. Novembro 12, 2018

Aceitado. Fevereiro 4, 2019

LA NARRATIVA POSCOLONIAL Y EL LENGUAJE COMO MATERIA ESTÉTICA EN EL ABRAZO DE LA SERPIENTE DE CIRO GUERRA

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Resumen

En el texto se analizan las características de las estructuras coloniales: raza, etnia y pérdida de inocencia, en la película *El abrazo de la serpiente* (2015) del director colombiano Ciro Guerra. Para esto, se creará un diálogo con ideas teóricas de Fanon, Quijano, Shohat y Stam. Se considera esta película como un film poscolonial crítico.

Palabras clave: cine; Ciro Guerra; audiovisual; narrativa; poscolonialismo.

Received. Noviembre 12, 2018

Febrero. February 4, 2019

Conflict of territory, races, history

In the first scene of *Embrace of the Serpent* (2015), young Karamakate watches the river as if he had noticed that something that will change his life will arrive: a canoe that carries a sick white man called Theo and Manduca, his loyal and native tribesman traveling companion. Theo, gravely ill, arrived to Karamakate's territory to ask him to come with him with the objective of looking for the yakruna, a flower that would cure Theo's illness. From the beginning of the film, Colombian director Ciro Guerra (1981) exposes the main conflict of the film:



Karamakate only has a kind of aversion for the white race who wiped out his tribe and a hard disapproval for a native who supports that white. This short scene is a good example of what, as spectators, we are to see all along the film: a conflict of territory, races, history, points of view argued by the director in the script and sustained by an ambitious narrative structure.

As García Gil et al. state in their article about Colombian cinema in the first decades of the twentieth century: "Realidad, representación y dimensión axiológica en el cine. Una mirada a la cinematografía colombiana de la primera década del siglo XXI"

"the main film subjects in Colombian cinematography industry were the country's armed and social conflict, kidnapping, forced displacement, drug trafficking, emigration, and other everyday situations such as neighborhood life, family relationships and passion for football.

Those subjects addressed all the fictions and stated models from which traditional cinematographers didn't escape from and repeated on and on because they were very successful in terms of economic profits. Even more, narco-cultural narrative was exported abroad and we can confirm that by the success of soap operas such as *Narcos* (2016).

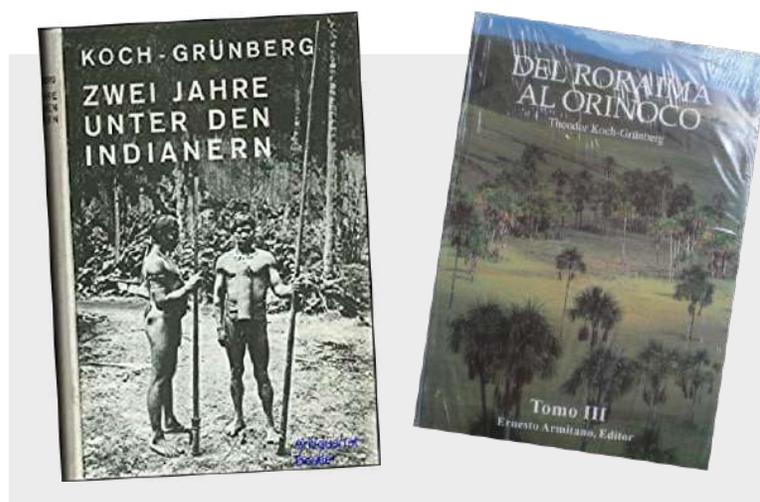
Subjects that explore topics related to the culture of regions of the country such as music and others intimate matters that do not represent violence, are not common in Colombian cinema. However, there is a little movement of directors who are approaching the atypical nuances of society and the Colombian reality are assumed in recent cinema from various genres and aesthetic approaches such as cinema, comedy, thriller, black and indigenous cinema, documentary, animation, literary adaptations as established by García Gil et al. Along with this new kind of exploration, critics consider that the aesthetic imposed by violence can be considered as a plus in order to make of Colombian cinema a reference and a tendency in the world as it speaks about the country's reality. But, on the other hand it is valued the technical and the narrative quality of new directors making a sort of balance in the visual, narrative and thematic quality as argued by Osorio.

In that order of ideas, Ciro Guerra surges as a kind of anti-establishment director. He began his career in 2004 with the film *La Sombra del Caminante* (Wandering Shadows) and then in 2009 directed *Los Viajes del Viento* (The Wind Journeys). *Embrace of the Serpent* (2015) puts into dialogue the life of two ethnologists with a fictional discourse of the disappearance of indigenous people in the Colombian Amazon.

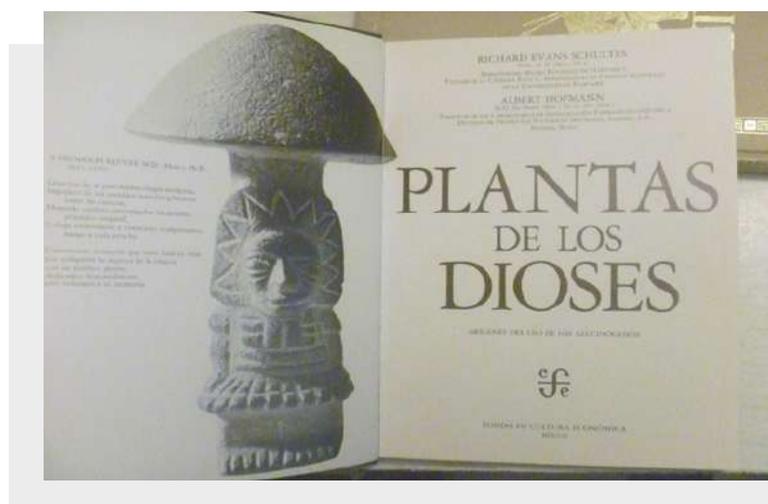


1. Dialogue of Theodor Koch-Grunberg and Richard Evan Schultes

The film is based on two books: the first is the journal *Vom Roraima zum Orinoco* (1911) by Theodor Koch-Grunberg (1872 - 1924), a German ethnologist and explorer who made a precious contribution to the study of the Indigenous peoples in South America, in particular the indigenous population of Amazon region. In that book there are photographs that revealed the existence of the disappeared tribes.



The other ethnologist is Bostonian Richard Evan Schultes (1915 - 2001). He took pictures also from those communities and put them into a book called *The Plants of the Gods: Their Sacred, Healing, and Hallucinogenic Powers* (1979).



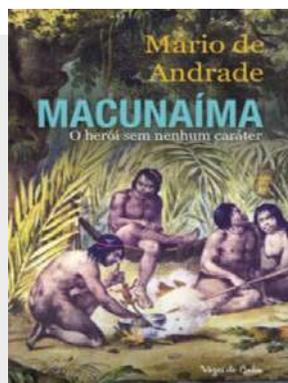
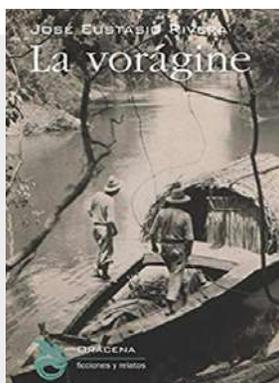
The Amazon that Koch-Grunberg and Schulte met was not, of course, an innocent territory as it was described in several journals of conquerors during the colonial Spanish and Portuguese period. Indeed, their achievements as ethnologists (and we can call them scientist as well) are even more remarkable if we consider the fact that, in many areas where they traveled, they found themselves living and working in the shadow of the cluster of atrocities committed for rubber workers since the beginning of the twentieth century.

2. Sovereignty in territories called "savages"

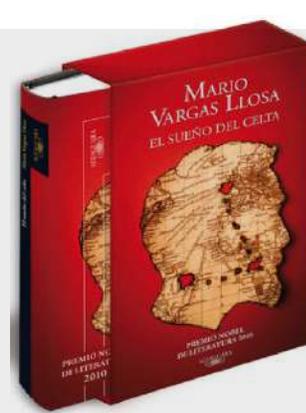
It should be noted that the spirit of the nations towards the end of the nineteenth century was to exercise sovereignty in territories called "savages" and their populations to control planetary natural resources. Thus, in 1895, the English poet Rudyard Kipling (1865-1936) wrote the poem *The White Man's Burden*, considered as the hymn of imperialism:

Take up the White Man's burden
 Send forth the best ye breed -
 Go bind your sons to exile
 to serve your captive's need,
 To wait in heavy harness
 On fluttered folk, and wild -
 Your new-caught, sullen peoples,
 Half devil and half child. (1997)

The poem is considered as an apology to the European colonization that disputes the world against the nascent powers of the United States and Japan. Together with Kiplin, the French poet Jules Ferry, evoked the "need to civilize the lower races" as argued by Michel Pierre on his book *1900/1910 Une Presque Belle Époque* (23). This is mentioned to contextualize the problematic of the historical time proposed by director of the film.



It is important to say that respecting this subject, many literary novels were written, for instance *La Vorágine* (1924) from Colombian writer José Eustacio Rivera (1888 - 1928), *Macunaíma* (1928) from Brazilian writer Mario de Andrade (1893 - 1945) and recent publications such as *La Casa Verde* (1966) and *El Sueño del Celta* (2010) both from Peruvian writer Mario Vargas Llosa (1936).



This film will inevitably make us think as well about other master's pieces such as *Aguirre, the Wrath of God* (1974), *Fitzcarraldo* (1982) and *Cobra Verde* (1987) from German director Werner Herzog (1942), all filmed in South America, in terms of the narrative of the jungle but not in terms of the Herzog's colonial point of view, where colonial structures are established by subordination of others.



3. El film

Embrace of the Serpent was shot and edited in black and white, which can also give a poetical point of view of the conflict faced by the director. We must consider as well that this film is about a voyage into the deeper and stunning Amazon basin, full of colonial and ethnography blistering ranging issues of disappearance of indigenous cultures. This black and white aesthetics can be interpreted as a way to express the sorrow of the native people that contrasts with the colorful of Amazonian forest. This film develops in a parallel way two stories of white explorers, separated by time into the Colombian Amazon. Both of them have Karamakate as a principal character in two different moments of his life.



Karamakate always plays the role of a guide in the forest, first as young for German anthropologist and explorer Theo and his disciple Manduca and then, old Karamakate, for Bostonian explorer Evan. Both encounters have the characteristic of a journey in which a guide will conduct the other to a location where a revelation will take place.



Tomada de: <https://bit.ly/2QXhDCQ>

Even for the German as for the Bostonian explorer, Karamakate, the indigenous guide through the Amazonian forest is only a way to achieve what they are looking for. For them, Karamakate represents only somebody that will lead them to a final objective, which could be understood as a practice of eurocentrism and colonialism. The canoe bringing Theo and Manduca to the shore of the river where young Karamakate waited and vigilated in a preventive way allows us to think that Theo's journey has begun in other boundaries. The conviction of Young Karamakate by Theo's promise of taking him to the hypothetical place where all the members of Cohiuano community have survived from colonial white expansion becomes perhaps the only thing in all the mystical universes that might change his mind. That way Karamakate decide to accept the deal of healing Theo in change of knowing where exactly surviving members live.

We can consider after the encounter of the white man and the indigenous young Karamakate as a representation issue of race and racial binaries. Moreover, we can state that their relationship, in the same order of ideas of Shohat and Stam, plays in borderline of defining their identities (801). This is the beginning of the first journey which, as we watch all along the film, will become a tragic journey: for Theo's colonial mind, this travel will have the objective of surviving but for Karamakate it becomes a kind of spiritual journey. This journey will have four stops that will feed the story by developing the different relationships between these characters. Because of that, and due to the young Karamakate's distrust to white people, the director proposes some representative spaces of otherness between them.

• First stop

So the first stop of the travelers is in a little tribe where indigenous people were habituated to presence of the white man. There, Theo shows them his compass and speaks that it is used to know the position of the stars which surprises the chief of the tribe. At the moment when they have to go, Theo realizes that his compass has disappeared, he becomes angry and states that this object can't be in the hands of the indigenous because he thinks that the technology will erode the native know-how of celestial navigation and at that point, young Karamakate spears his arrogance by saying "You cannot forbid them to learn." This leads us to have reflection about who is the owner of knowledge. For European colonizers only their knowledge had a real value fact that made disappear the ancestry knowledge of indigenous people. For Theo, forbidding the use of the compass is a way to avoid the loss of innocence.



Tomada de: <https://bbc.in/2OCHeoh>

Guerra, as director and writer, reveals a series of historical and critics concerns using the resource of fiction. At this point, we can consider the idea of a fiction as a representation of the historical facts in order to be criticized. Sothat and Stand on their article "Stereotype, Realism, and the Struggle over Representation" argue that

Literature, and by extension cinema, do not so much refer to or call up the world as represent its languages and discourses. Rather than directly reflecting the real, or even refracting the real, artistic discourse constitutes a refraction of a refraction; that is, a mediated version of an already textualized and "discursivized" socioideological world. (803)

The journey of characters is only an excuse for the director to propose us a critical point of view of colonial structures: the vanishing of native tribes and the outrageous actions and crimes perpetrated by white settlers on their territory for the raising of North American and European rubber industry. This industry encouraged a big wave of explorers acting in the name of science and progress to Amazonian basin, a territory still virgin after the independency from Spain and Portugal. These men invaded and destroyed not only the lands where the natives had lived in for centuries, but also, stole their know-how, and colonized their minds. The result of those actions was indigenous people working as slaves for whites in their own territory. By this fact, Guerra states the problem of race and ethnicity.

Speaking about colonial structures and ownership of knowledge, a paradigm of race and colonialism proposed by Peruvian sociologist Anibal Quijano who states in his article written in 2000, "Raza, colonialidad del poder, eurocentrismo y America Latina" that coloniality is based on a racial/ethnic classification of the world's population, where the notion of race legitimizes colonial relations of domination, insofar as it "naturalized the experiences, identities and historical relations of coloniality" (243). For Karamakate, the European and American who enslaved and damaged his tribe are considered as agents of a genocidal conquest and rapacious destruction.

Young Karamakate criticizes also the position of Manduca. He is a native man who was a slave and had to fill a pot of rubber everyday to avoid the amputation of one of its members. Theo bought his freedom and as a proof of gratitude, Manduca decided to be his servant. It's true that Theo considered him as a disciple but finally, because his colonized mind, Manduca becomes his slave as well. Manduca learned to speak German and even to write the letters to Theo's family in Germany, he became also his interpreter for indigenous languages and took care of Theo when he was sick.



• Second stop

There's a special sequence when three voyagers arrived to an indigenous cemetery between the trees where rubber was collected. At that moment, Manduca loses his mind and begins kicking all the containers spilling out all the collected rubber, which propitiates the concern of an amputated slave. In that moment, the slave asks for his death, and Manduca takes Theo's shotgun which surprises young Karamakate. He reacts preventing the slave from being killed. Karamakate takes the weapon and spear it. After leaving the slave crying and returning to the canoe, a shot is heard in the air. This particular scene makes us think about the values for the three characters: Theo is carrying a weapon which can be interpreted that he is willing to kill, while young Karamakate is disposed to defend life, and Manduca is in the middle of both: he takes the weapon but doesn't shoot. According to this, we can conclude that Manduca represents the boundary between the white colonizers and the indigenous colonized. For young Karamakate, Manduca stands for a sort of mimesis of white in the sense of Shohat and Stam: Manduca is one of "them", he desire to act like them, so

"within hegemonic discourse every subaltern performer/role is seen as synecdochically summing up a vast but putatively homogenous community, and representations of dominant groups, on the other hand, are seen not as allegorical but as "naturally" diverse [...]"

This quote makes us think about how colonial structures can permeate native values and how the supremacy of the eurocentrism is the model of establishing relationships of superiority/inferiority between white and native indigenous. We can understand that Manduca is colonized and the models that he follows correspond to those imposed by Theo. Franz Fanon, in his book *Black Skin White Masks* argues in relation with blacks that "not only must the black man be black; he must be the black in relation to the white man. [...] The black man has no ontological resistance in the eyes of the white man" (Fanon 83). In that order of ideas, we can put indigenous people at the same level of black people for analysis talking from the same side to define their otherness. The ideas of Fanon give us lights to understand the colonial relationship imposed by Europeans in the Americas (understood as a hole). Fanon completes: "the black man [...] does not know at what moment his inferiority comes into being through the other" (83), which leads us to think that the otherness for indigenous is defined as a relationship of inferiority and superiority for white people.

• Third stop

The third stop of the travelers takes them to a catholic mission in the middle of the forest. The three voyagers arrive in the seeking of supplies and they are received by an armed Spanish priest in charge of a group of orphan children of slaves of the rubber wars that were not allowed to speak in their own native language (consider as language of devil) and were obliged to sing and pray, in the words of the priest, they were being saved from "cannibalism and ignorance". The priest accepts their presences with the condition of not speaking to the children. It's interesting the course that the story takes at this point because the film's language changes from Cohiuano language to Spanish to indicate that they are in a colonized territory handled in the name of the catholic church.



The climax of this step takes place when young Karamakate speaks with the children indicating them to speak in their own language and learn from the forest: "Don't let our song fade away". The priest realizes that and once everybody is sleeping, he begins to beat the children, situation that awakens the wrath of Karamakate and Manduca and finishes with the death of the priest, the abandonment of children to their fate and the escape of the three travelers in the middle of the night by the river. This story inside the story will be important for understanding the path that aged Karamakate and the Bostonian explorer will follow twenty years later.

The death of the priest is interpreted in this case as an act of rebellion of the subaltern embodied by the two natives before the hegemonic power of the church that denies the free development of the indigenous communities. Once again, we can bring up that category of *loss of innocence* mentioned above. The children subjected to this mission, a kind of concentration camp, lack the criteria to judge the type of formation that they received and that was imposed by the priest, that in fact could be interpreted as if a blindfold were placed in their eyes for not to observe beyond and that, in conclusion, is the spirit of colonization. What the priest wanted and, therefore, the church, was to colonize the children's minds and at this point is when Karamakate comes to "emancipate" them.

• Last stop

The last stop of the trip is where, according to Theo, the survival community of Karamakate was located, and considered by the native as disappeared. The place was configured in an open field devastated and organized according to what could be called "civilization", there is a military post and many Indigenous who lie drunk on the roads. Karamakate, upon entering there, discovers that his people have evidently disappeared, that is to say that they have succumbed to colonial structures and have reduced their ancient practices, and in other words, they have been colonized and subjugated to structures of Europeanization.



Tomada de: <https://bit.ly/35p01DU>

There, under a dead tree, grew yakrunas, the flower Theo was looking for to be healed and which at the same time was the goal of his journey. Karamakate, resentful, seeing the state of the natives and what had happened to their minds, sets fire to the flower, which represents the end of Theo's hope of being healed. The geographical location where this moment takes place is that of the Colombo-Peruvian border, countries that at that moment disputed a warlike confrontation precisely because of the sovereignty over the rubber lands due to uncontrolled extraction that had in some ways become a run-down race undertaken by foreign initiatives.

Final reflection

In 1845, the Argentine writer Domingo Justino Sarmiento published his work *Civilization and Barbarism*, canon work of Latin American literature, where an inversion exercise of the terms civilization and barbarism is performed. The first of them refers to the concept of progress brought to America by the Europeans: city life, laws, political organization, regular government, scientific practices, collegial education, everything that characterizes "cult" people; and the second, how Europeans themselves called what they found here: Indians living naked, defending themselves with rudimentary weapons, justice without forms, pagan gods. Sarmiento proposes to call civilization the practices used by the natives before the arrival of the Europeans, and barbarism to the methods used by the Europeans to implant their way of perception of the world. Well, these categories related to *Embrace of the Serpent* are represented in the borderline: that place where converge, in this case, white and indigenous, Spanish and Cohiuan, civilization and barbarism, jungle and city.

With this last stop, Karamakate understands that the jungle as a sacred place no longer exists, and therefore, he assumes that it is better to continue in his self-exile, isolated in his hut in the middle of the forest. The rubber industry, driven by the superpowers of the United States, France and Germany, led to a return to slavery practices in Latin America, the disappearance of ancestral cultures, the colonization of the minds of the Indians, and the environmental deterioration of the jungle. The jungle becomes a space, as seen for example in *La Vorágine*, one of the novels cited above, in which everything is hyperbolic and voluptuous, and as director proposes, a vortex alters the chronotope, a sort of

movement but to certain imaginary direction that doesn't exist anymore and where a map is configured as well as the notion of time appears, both conception of European civilization.

The second history takes place twenty years later after the encounter between young Karamakate, Theo and his disciple. Old Karamakate is found in the jungle by Evan when the native drew his dreams in a stone. Old Karamakate fears that he has arrived to the moment of the lost of his memories, a *chullachaqu*: an 'empty, hollow' as he named in Cohiuano. The Bostonian came into the jungle with the excuse of searching of the yakruna, the flower *leitmotif* of the journeys and whose drawings were found in book written by Theo during his journey and sent to Germany by Manduca after Theo's dead. At that moment, Evan without knowing that the man drawing in the stone was young Karamakate proposes him to lead the search of the mentioned flower. Evan offers him a one-dollar note arguing that it's a lot of money. In the middle of the jungle money has no value fact that represents one of European practices to get information. The motivation of aged Karamakate is to undertake a journey which allows to him to recuperate his memories and exit from this unexpected amnesia. "You are not one - you are two men," said old Karamakate to Evan as he notices that with him he will retraces Theo's steps and thinking that Evan is a incarnations of the same soul. Even if the terrain becomes familiar for Karamakate, he decided just to leave Evan lead the expedition arguing that he should follow the path indicated in his dreams.

It's necessary to mention again that the narrative proposed by the director is to develop both histories in a parallel way with the journey as a thread to link stories. In that sense, director makes use of the images of landscapes, the forest and images of continual water that connect the distant time periods which flow together as a hole.

Evan and old Karamakate where captured and taken to the mission site where they discover the ruins of the place and also the ruins of the structural hierarchy of the catholic mission: an isolated cult with a self-declared messiah and redeemer of the indigenous in charge. At this point of the movie, director proposes a narrative that make us think about a horror movie where Karamakate has to heal a young dying indigenous wife of a self-proclaimed white messiah in order to be released and continue his travel. He healed the woman with a potion and the messiah celebrated her life with a ritual where Karamakate give all the grown orphans he had left years ago when he arrived with Theo and Manduca a kind of drug that make them eat literally their Messiah's body. Once again, Karamakate acts as a sort of emancipator from religion to those orphans.

Even if this passage of the film makes an apology to horror movies, we can attribute to the hole of images the intention of a denunciation through the fiction, even more, we consider this as a constructed coded nature of artistic discourse hardly precludes all reference to life in terms of Shohat and Stam: "Films which represents marginalized cultures in a realistic mode, even when they do not claim to represent specific historical incidents, still implicitly make factual claims." (802)

As mentioned before, the new journey undertaken by Karamakate has a redemptive meaning: the need to recover his memory. This new framework defines the metamorphosis of the film: the first story, as demonstrated, acquires a sense of denunciation and demarcation of the relationship of colonial subjects, while the second story, acquires an artistic and narrative nuance as a poetical journey, that turns towards the mythical, in which the symbology of the jungle,

that is to say, its sounds and beasts, together with the music and the mystical experience of the yakruna become the main argument. However, in this case, representation and impersonation (pseudo divine) are confused which allows the relationship between Karamakate and Evan to be redefined as something new for the foreigner in which there is an attempt to apprehend the new environment. Collision in the relationship is inevitable since the relationship of otherness remains marked in terms of colonizer-colonized and this can be seen when Evan attempts to kill the old Karamakate.

Encounter between Evan and Karamakate is treated by Guerra with two aesthetics elements that might be considered: first, music becomes essential: Evan refuses to abandon his elderly gramophone that reconnects him with his own ancestry as he played *The Creation* by Joseph Haydn in the middle of the forest and watching the starry sky. That melody also makes Karamakate recall Theo and the begging of recovering his memory. At that point, we can also say that the music from Haydn has a special meaning because on the one hand, it is the element that somehow connects Evan with its European and white origins and on the other, because of the melody of *The Creation* by the Austrian composer, we witness the change of direction that acquires the forest for the Bostonian explorer. This is because, in addition of looking for the flower stated by Theo in his travel diary which is what he said to Karamakate at the beginning of the journey, Evan is collecting rubber tree seeds in a hidden way for his university which was the main and not evident objective of his travel: in other words, with music he is finding the real sense of his journey. *The Creation* interacts with the sounds of the jungle in this scene which can be considered also as a dialogue between the two characters and an aesthetics proposal from Guerra in order to give an audible frame to the work Russian director Andrey Tarkovsky stated in his book *Sculpting in Time: Reflections on the Cinema* that sound will allow director "to be more accurate, more true to the inner world which we try to reproduce on screen; not just the author's inner world, but what lies within the world itself" (159), and we can appreciate that in this film.

The other relevant aesthetic aspect is the one observed at the moment when Evan consumes the yakruna after an initiation ritual with Karamakate in the top of the mountains: he enters in a trance elucidated through abstract images in color. At this point, about two hours after the beginning of the film, color becomes a form of rupture with what Guerra had exposed so far. These images suggest movement, hallucination and psychedelic which are juxtaposed with the aesthetics of the Amazon.

What Ciro Guerra wants to denounce with these two stories is that colonial structures, although arranged from the sixteenth to the twentieth century, left their mark on the contemporaneity of the Latin American republics. Although the film is framed at the beginning of the twentieth century, it seeks to generate a reflection on contemporary colonial practices, the existence of binarisms that define colonial subjects, the lack of independence of citizens and States and, lastly, the destruction of the environment. The narrative proposed by the director values the views of both the colonizing subject and the colonized subject. The film of Guerra, in addition of presenting a considerable aesthetic proposal, also is a discourse that denounces the set of ancient and current practices of colonization. Like Sarmiento's work, *Embrace of the Serpent* dichotomizes the issue of civilization and barbarism, raising doubts about the definition of both categories, finally, what is civilization? what is barbarism? The viewer can have his own answers. However, like the literary works of Rivera, Llosa and Andrade, the approach of the jungle as labyrinth, inhospitable *topos* and in which the relationships are woven around the subordination, lead to reflect on the matter of

the limits of the territory which at the same time, are the limits of the human mind, that is, that barbarism, in European terms, is a natural and human matter as it is consider nowadays.

Ciro Guerra emphasizes on the boundaries that has to do with the importance of fixity in the stereotyping of others. As Dyer says on his article "White", "clear boundaries are characteristic of thing white, and also what keeps whites clearly distinct from blacks. The importance of the process of boundary establishment and maintenance has long been recognized in discussion of stereotyping representation (828). In other words, setting boundaries is functional for dominant groups and becomes a characteristic attribute of colonizers subjects. This is a colonial text whose *mise-en-scène* characterized the otherness as a fact but not as a whole.

Embrace of the Serpent also opens up the question of the process of how the colonial relationships take place. Both stories are proposed as a guideline to the approach of relations of subordination: who serves who, who gives the orders; in what territory these relationships occur. However, what the director does is not only to raise these issues, but to deconstruct the paradigm of the colonial subject in some way: for the jungle as a natural framework, there is no difference between those who inhabit it and those who explore it.

Cited works

- Dyer, Richard. "Stereotype, Realism, and the Struggle over Representation." *Critical Visions in Film Theory*. Boston: Bedford/St. Martin's. 2011. 822-839.
- Fanon, Frantz. *Black Skin, White Masks*. London: Pluto Press. 2008.
- García Gil, Mónica Eliana, Ceballos Hurtado Gloria Inés, and Arturo Uscátegui Maldonado. "Realidad, representación y dimensión axiológica en el cine. Una mirada a la cinematografía colombiana de la primera década del siglo XXI." *Razón y palabra*. 78. 2011. 13-31.
- Guerra, Ciro. *Embrace of the Serpent*. Ciudad Lunar. 2015. Film.
- Kipling, Rudyard. *White Man's Burden*. National Phonograph Company. 1997.
- Osorio, Oswaldo. *Realidad y Cine Colombiano (1990-2009)*. Medellín: Universidad de Antioquia. 2010.
- Pierre, Michel. 1900/1910 *Une Presque Belle Époque*. Paris: Gallimard. 1999.
- Quijano, Aníbal. "Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina". In: Edgardo Lander (ed.) *La Colonialidad del Saber: Eurocentrismo y Ciencias Sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Buenos Aires: Clacso. 2000. 201- 245.
- Sarmiento, Domingo Faustino. *Civilization and Barbarism*. New York, Hafner. 1960.
- Shohat, Ella, and Robert Stam. "Stereotype, Realism, and the Struggle over Representation." *Critical Visions in Film Theory*. Boston: Bedford/St. Martin's. 2011. 800-822. Print.
- Tarkovsky, Andrey, and Kitty Hunter-Blair. *Sculpting in Time: Reflections on the Cinema*. University of Texas Press. 1987.

To cite this article:

Hoyos García, David (2019). **POST-COLONIAL NARRATIVE AND LANGUAGE AS AESTHETIC MATTER IN CIRO GUERRA'S EMBRACE OF THE SERPENT**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 60 - 73.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

LA NARRATIVA POSCOLONIAL Y EL LENGUAJE COMO MATERIA ESTÉTICA EN EL ABRAZO DE LA SERPIENTE DE CIRO GUERRA

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Resumen

En el texto se analizan las características de las estructuras coloniales: raza, etnia y pérdida de inocencia, en la película El abrazo de la serpiente (2015) del director colombiano Ciro Guerra. Para esto, se crea un diálogo con ideas teóricas de Fanon, Quijano, Shohat y Stam. Se considera esta película como un film poscolonial crítico.

Palabras clave: Ciro Guerra; audiovisual; narrativa; poscolonialismo.

Received. Noviembre 12, 2018

Febrero. February 4, 2019

*David Hoyos García. Candidato a doctor en Estudios Hispánicos por la Universidad McGill en Montreal, Canadá. Se especializa en el área de estudios culturales y de performance, cultura digital, y la relación entre música, literatura y cine latinoamericanos centrados en la narratología subalterna, la producción cultural de mujeres y minorías. Actualmente realiza una investigación sobre cumbia, literatura y fronteras con una beca del Consejo de Investigación de Ciencias Sociales y Humanidades del Gobierno Federal de Canadá. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6310-7567>; e-mail: davidhoyos@gmail.com

POST-COLONIAL NARRATIVE AND LANGUAGE AS AESTHETIC MATTER IN CIRO GUERRA'S EMBRACE OF THE SERPENT

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Summary

The text analyzes the characteristics of colonial structures: race, ethnicity and loss of innocence, in the film by the Colombian director Ciro Guerra, Embrace of the Serpent (2015). For this, a dialogue is created with theoretical ideas from Fanon, Quijano, Shohat and Stam. This film is considered a critical postcolonial film.

Keywords: cine; Ciro Guerra; audiovisual; narrative; postcolonialism.

Received. November 12, 2018

Accepted. February 4, 2019

A NARRATIVA PÓS-COLONIAL E LINGUAGEM COMO MATÉRIA ESTÉTICA EM O ABRAÇO DA SERPENTE DE CIRO GUERRA

David Hoyos García*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

Resumo

O texto analisa as características das estruturas coloniais: raça e etnia, perda de inocência, no filme O Abraço da Cobra (2015) do diretor colombiano Ciro Guerra. Para isso, um diálogo será criado com idéias teóricas de Fanon, Quijano, Shohat e Stam e isso nos permitirá considerar este filme como um filme pós-colonial crítico.

Palavras-chave: cinema; Ciro Guerra; audiovisual; narrativa; pós-colonialismo.

Recebido. Novembro 12, 2018

Aceitado. Fevereiro 4, 2019

Conflicto de territorio, razas, historia

En la primera escena de Embrace of the Serpent (2015), el joven Karamakate mira el río como si hubiera notado que llegará algo que cambiará su vida: una canoa que lleva a un hombre blanco enfermo llamado Theo y Manduca, su leal y nativo tribesman compañero de viaje. Theo, gravemente enfermo, llegó al territorio de Karamakate para pedirle que lo acompañara con el objetivo de buscar el yakruna, una flor que curaría la enfermedad de Theo. Desde el comienzo de la película, el director colombiano Ciro Guerra (1981) expone el



conflicto principal de la película: Karamakate solo tiene una especie de aversión por la raza blanca que aniquiló a su tribu y una fuerte desaprobación por un nativo que apoya a ese blanco. Esta breve escena es un buen ejemplo de lo que, como espectadores, debemos ver a lo largo de la película: un conflicto de territorio, razas, historia, puntos de vista argumentados por el director en el guion y sostenidos por una ambiciosa estructura narrativa.

Como señala García Gil et al. en su artículo sobre el cine colombiano en las primeras décadas del siglo XX: "Realidad, representación y dimensión axiológica en el cine. Una mirada a la cinematografía colombiana de la primera década del siglo XXI "

"los principales temas en la industria cinematográfica colombiana fueron el conflicto armado y social del país, el secuestro, el desplazamiento forzado, el narcotráfico, la emigración y otras situaciones cotidianas como la vida en el vecindario, relaciones familiares y pasión por el fútbol" (pag.14).

Esos temas abordaron todas las ficciones y modelos declarados de los cuales los cinematógrafos tradicionales no escaparon y repitieron una y otra vez porque tuvieron mucho éxito en términos de ganancias económicas. Aún más, la narrativa narcocultural se exportó al extranjero y podemos confirmarlo por el éxito de telenovelas como Narcos (2016).

Los asuntos que exploran temas relacionados con la cultura de las regiones del país, como la música y otros asuntos íntimos que no representan violencia, no son comunes en el cine colombiano. Sin embargo, hay un pequeño movimiento de directores que se acercan a los matices atípicos de la sociedad y la realidad colombiana. Ellos asumen el cine desde varios géneros y enfoques estéticos como la comedia, el thriller, el cine negro e indígena, el documental, la animación, la literatura. Los críticos consideran que la estética impuesta por la violencia puede considerarse una ventaja para hacer del cine colombiano, una referencia y una tendencia en el mundo, ya que habla de la realidad del país. Pero, por otro lado, se valora la calidad técnica y narrativa de los nuevos directores haciendo un tipo de equilibrio en la calidad visual, narrativa y temática como lo argumenta Osorio.

En ese orden de ideas, Ciro Guerra surge como una especie de director antisistema. Comenzó su carrera en 2004 con la película La Sombra del Caminante y luego en 2009 dirigió Los Viajes del Viento.

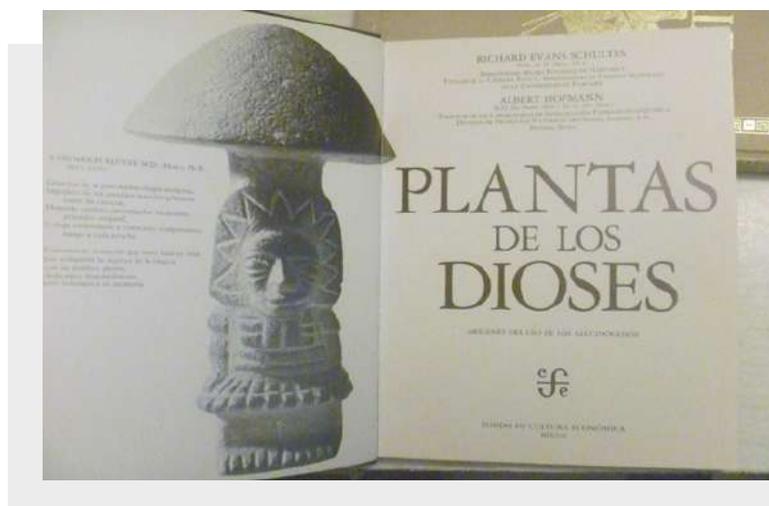


1. Diálogo la vida de Theodor Koch-Grünberg y Richard Evan Schultes

En *Abrazo de la Serpiente* (2015) pone en diálogo la vida de dos etnólogos con un discurso ficticio sobre la desaparición de indígenas en la Amazonía colombiana. La película está basada en dos libros: el primero es la revista *Vom Roraima Zum Orinoco* (1911) de Theodor Koch-Grünberg (1872-1924), un etnólogo y explorador alemán que hizo una valiosa contribución al estudio de los pueblos indígenas del sur América, en particular la población indígena de la región amazónica. En ese libro hay fotografías que revelaron la existencia de las tribus desaparecidas.



El otro etnólogo es el bostoniano Richard Evan Schultes (1915 - 2001). Él tomó fotos de esas comunidades y las puso en un libro llamado *Las plantas de los dioses: sus poderes sagrados, curativos y alucinógenos* (1979).



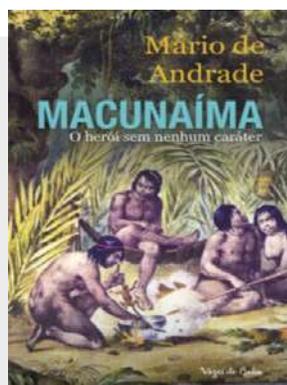
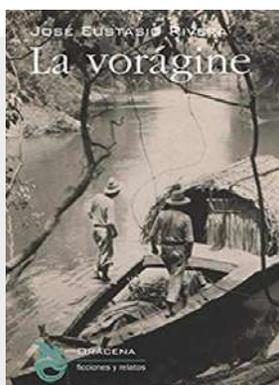
El Amazonas que conocieron Koch-Grünberg y Schulte no era, por supuesto, un territorio inocente como se describió en varias revistas de conquista durante el período colonial español y portugués. De hecho, sus logros como etnólogos (y también podemos llamarlos científicos) son aún más notables si consideramos el hecho de que, en muchas áreas donde viajaron, se encontraron viviendo y trabajando a la sombra de las atrocidades cometidas por trabajadores del caucho desde principios del siglo XX.

2. Soberanía en los territorios llamados "salvajes"

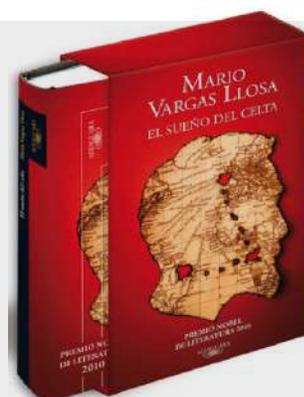
Cabe señalar que el espíritu de las naciones hacia fines del siglo XIX era ejercer la soberanía en los territorios llamados "salvajes" y sus poblaciones para controlar los recursos naturales planetarios. Así, en 1895, el poeta inglés Rudyard Kipling (1865-1936) escribió el poema La carga del hombre blanco, considerado como el himno del imperialismo:

Take up the White Man's burden
Send forth the best ye breed -
Go bind your sons to exile
to serve your captive's need,
To wait in heavy harness
On fluttered folk, and wild -
Your new-caught, sullen peoples,
Half devil and half child. (1997)

El poema es considerado como una disculpa a la colonización europea que disputa el mundo contra los poderes nacientes de los Estados Unidos y Japón. Junto con Kiplin, el poeta francés Jules Ferry, evocó la "necesidad de civilizar a las razas inferiores", como argumentó Michel Pierre en su libro (1900/1910) *Une Presque Belle Époque*. Esto se menciona para contextualizar la problemática del tiempo histórico propuesto por el director de la película.



Es importante decir que con respecto a este tema, se escribieron muchas novelas literarias, por ejemplo *La Vorágine* (1924) del escritor colombiano José Eustacio Rivera (1888 - 1928), *Macunaíma* (1928) del escritor brasileño Mario de Andrade (1893 - 1945) y publicaciones recientes como *La Casa Verde* (1966) y *El Sueño del Celta* (2010), ambas del escritor peruano Mario Vargas Llosa (1936).



El Abrazo de la Serpiente, inevitablemente nos hace pensar en otras obras maestras como Aguirre, The Wrath of God (1974), Fitzcarraldo (1982) y Cobra Verde (1987) todas estas del director alemán Werner Herzog (1942), todas filmadas en Sudamérica, en términos de la narrativa de la selva, pero no desde el punto de vista colonial de Herzog, donde las estructuras coloniales se establecen por subordinación de los demás.



3. El film

El abrazo de la Serpiente fue filmado y editado en blanco y negro, lo que también puede dar un punto de vista poético del conflicto que enfrenta el director. También debemos considerar que esta película trata sobre un viaje a la cuenca amazónica más profunda y deslumbrante, llena de temas coloniales y etnográficos que abarcan diversos asuntos de desaparición de las culturas indígenas. Esta estética en blanco y negro se puede interpretar como una forma de expresar el dolor de los nativos que contrasta con el colorido del bosque amazónico. Esta película desarrolla de manera paralela dos historias de exploradores blancos, separadas por el tiempo en la Amazonía colombiana. Ambos tienen a Karamakate como personaje principal en dos momentos diferentes de su vida.



Karamakate siempre desempeña el papel de guía en el bosque, primero como joven para el antropólogo y explorador alemán Theo y su discípulo Manduca y luego, el viejo Karamakate, para el explorador bostoniano Evan. Ambos encuentros tienen la característica de un viaje en el que un guía llevará al otro a un lugar donde tendrá lugar una revelación.



Tomada de: <https://bit.ly/2QXhDCQ>

Incluso para el alemán como para el explorador de Boston, Karamakate, la guía indígena a través del bosque amazónico es solo una forma de lograr lo que están buscando. Para ellos, Karamakate representa solo a alguien que los llevará a un objetivo final, que podría entenderse como una práctica de eurocentrismo y colonialismo. La canoa que lleva a Theo y Manduca a la orilla del río donde el joven Karamakate esperaba y vigilaba de manera preventiva nos permite pensar que el viaje de Theo ha comenzado en otras fronteras. La convicción de Young Karamakate por la promesa de Theo de llevarlo al lugar hipotético donde todos los miembros de la comunidad Cohiuano han sobrevivido de la expansión blanca colonial se convierte quizás en la única cosa en todos los universos místicos que podrían cambiar de opinión. De esa manera, Karamakate decide aceptar el trato de curar a Theo, a cambio de saber dónde viven exactamente los miembros sobrevivientes.

Podemos considerar después del encuentro del hombre blanco y el joven indígena Karamakate como un tema de representación de binarios raciales. Además, podemos afirmar que su relación, en el mismo orden de ideas de Shohat y Stam, juega en el límite de la definición de sus identidades (P.801). Este es el comienzo del primer viaje que, como vemos a lo largo de la película, se convertirá en un viaje trágico: para la mente colonial de Theo, este trayecto tendrá el objetivo de la sobrevivencia, pero para Karamakate se convierte en una especie de viaje espiritual. El recorrido tendrá cuatro paradas que alimentarán la historia desarrollando las diferentes relaciones entre estos personajes. Por eso, y debido a la desconfianza del joven Karamakate hacia los blancos, el director propone algunos espacios representativos de alteridad entre ellos.

• Primera parada

Entonces, la primera parada de los viajeros es en una pequeña tribu donde los indígenas se habituaron a la presencia del hombre blanco. Allí, Theo les muestra su brújula y les dice que se usa para conocer la posición de las estrellas que sorprende al jefe de la tribu. En el momento en que tienen que irse, Theo se da cuenta de que su brújula ha desaparecido, se enoja y declara que este objeto no puede estar en manos de los indígenas porque cree que la tecnología erosionará los conocimientos nativos de lo celestial de la navegación y en ese punto, el joven Karamakate lanza su arrogancia diciendo "No puedes prohibirles que aprendan". Esto nos lleva a reflexionar sobre quién es el dueño del conocimiento. Para los colonizadores europeos, solo su conocimiento tenía un valor real que hizo desaparecer el conocimiento ancestral de los pueblos indígenas. Para Theo, prohibir el uso de la brújula es una forma de evitar la pérdida de la inocencia.



Tomada de: <https://bbc.in/2OCHeoh>

Guerra, como director y escritor, revela una serie de preocupaciones históricas y críticas que utilizan el recurso de la ficción. En este punto, podemos considerar la idea de una ficción como una representación de los hechos históricos para ser criticados. Sothat y Stand en su artículo "Estereotipo, realismo y la lucha por la representación" sostienen que:

Literature, and by extension cinema, do not so much refer to or call up the world as represent its languages and discourses. Rather than directly reflecting the real, or even refracting the real, artistic discourse constitutes a refraction of a refraction; that is, a mediated version of an already textualized and "discursivized" socioideological world.

El viaje de los personajes es solo una excusa para que el director nos proponga un punto de vista crítico de las estructuras coloniales: la desaparición de las tribus nativas, las acciones y crímenes escandalosos perpetrados por los colonos blancos en su territorio, la explotación del caucho por parte de norteamericanos y europeos. Esta industria alentó una gran ola de exploradores que actuaban en nombre de la ciencia y el progreso hacia la cuenca amazónica, un territorio aún virgen después de la independencia de España y Portugal. Estos hombres invadieron y destruyeron no solo las tierras donde los nativos habían vivido durante siglos, sino que también les robaron sus conocimientos y colonizaron sus mentes. El resultado de esas acciones fue que los indígenas trabajaban como esclavos para los blancos en su propio territorio. Por este hecho, Guerra plantea el problema de la raza y el origen étnico.

Aníbal Quijano, en su artículo escrito en el año 2000, "Raza, colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina", declara que la colonialidad se basa en esta / clasificación étnica de la población mundial, donde la noción de raza legitima las relaciones coloniales de dominación, en la medida en que "naturaliza las experiencias, identidades y relaciones históricas de la colonialidad" Para Karamakate, los europeos y estadounidenses que esclavizaron y dañaron a su tribu son considerados agentes de una conquista genocida y una destrucción rapaz.

El joven Karamakate critica también la posición de Manduca. Es un hombre nativo que era esclavo y tenía que llenar una olla de goma todos los días para evitar la amputación de uno de sus miembros. Theo compró su libertad y, como prueba de gratitud, Manduca decidió ser su sirviente. Es cierto que Theo lo consideraba un discípulo, pero finalmente, debido a su mente colonizada, Manduca también se convierte en su esclavo. Manduca aprendió a hablar alemán e incluso le escribía a Theo, las cartas que enviaba su familia en Alemania, también se convirtió en su intérprete de lenguas indígenas y cuando Theo estaba enfermo, lo cuidó.



• Segunda Parada

Hay una secuencia especial cuando tres viajeros llegaron a un cementerio indígena entre los árboles donde se recoge el caucho. En ese momento, Manduca pierde la cabeza y comienza a patear todos los contenedores derramando todo el caucho recolectado, lo que propicia la preocupación de un esclavo amputado. En ese momento, el esclavo pide su muerte, y Manduca toma la escopeta de Theo, que a su vez sorprende al joven Karamakate. Él reacciona evitando que el esclavo sea asesinado. Karamakate toma el arma y la lanza. Después de dejar al esclavo llorando y regresar a la canoa, se escucha un disparo en el aire.

Esta escena en particular nos hace pensar en los valores de los tres personajes: Theo lleva un arma que se puede interpretar que está dispuesto a matar, mientras que el joven Karamakate está dispuesto a defender la vida, y Manduca está en el medio de ambos: toma el arma pero no dispara. De acuerdo con esto, podemos concluir que Manduca representa el límite entre los colonizadores blancos y los colonizados indígenas. Para el joven Karamakate, Manduca representa una especie de mimesis blanca en el sentido de Shohat y Stam: Manduca es uno de "ellos", él desea actuar como ellos.

"within hegemonic discourse every subaltern performer/role is seen as synecdochically summing up a vast but putatively homogenous community, and representations of dominant groups, on the other hand, are seen not as allegorical but as "naturally" diverse [...]"

Esta cita nos hace pensar sobre cómo las estructuras coloniales pueden permear valores nativos y cómo la supremacía eurocentrista es el modelo para establecer relaciones de poder entre blancos y nativos indígenas. Podemos entender eso cuando Manduca es colonizado y el modelo que sigue corresponde al implantado por Theo. Franz Fanon en su libro *Black skin White masks* argumenta en relación a los negros que:

"no solo el hombre negro debe ser negro; él debe ser negro en relación con el hombre blanco [...] El hombre negro no tiene Resistencia ontológica ante los ojos del hombre blanco" (Fanon 83).

En este orden de ideas, podemos poner a los pueblos indígenas en el mismo nivel de la gente negra para analizar y definir su alteridad. Las ideas de Fanon nos aportan formas de entender la relación colonial impuesta por los europeos en América (entendido como un agujero). Fanon agrega: "el hombre negro [...] no sabe en qué momento su inferioridad se manifiesta a través del otro" (83), lo que nos lleva a pensar que la alteridad para los indígenas se define como una relación de inferioridad y superioridad para los blancos.



• Tercera parada

La tercera parada de los viajeros los lleva a una misión católica en medio del bosque. Los tres viajeros llegan en busca de suministros y son recibidos por un sacerdote español armado, a cargo de un grupo de niños huérfanos de esclavos de las guerras del caucho, que no tenían permitido hablar en su idioma nativo (considerado idioma del diablo) y se vieron obligados a cantar y orar. En palabras del sacerdote, estaban siendo salvados del "canibalismo y la ignorancia". El sacerdote acepta su estadía con la condición de no hablar con los niños. Es interesante el curso que toma la historia en este momento porque el idioma de la película cambia del idioma cohuano al español para indicar que se encuentran en un territorio colonizado, manejado en nombre de la iglesia católica.

El clímax en este momento ocurre cuando el joven Karamakate habla con los niños indicándoles que hablen en su propio idioma y aprendan del bosque: "No dejes que nuestra canción se desvanezca". El sacerdote se da cuenta y cuando todos duermen, comienza a golpear a los niños, lo cual despierta la ira de Karamakate y Manduca. Todo esto termina con la muerte del sacerdote, el abandono de los niños a su destino y la fuga de los tres viajeros a media noche junto al río. Esta historia dentro de la historia es importante para comprender el camino que Karamakate y el explorador de Boston continuarán veinte años después.

La muerte del sacerdote se interpreta en este caso como un acto de rebelión del subalterno encarnado por los dos nativos ante el poder hegemónico de la iglesia que niega el libre desarrollo de las comunidades indígenas. Una vez más, podemos observar esa *pérdida de inocencia* mencionada anteriormente. Los niños sometidos a esta misión, una especie de campo de concentración, carecen de los criterios para juzgar el tipo de formación que recibieron y que fue impuesta por el sacerdote, que de hecho podría interpretarse como si se les pusiera una venda en los ojos por no observar más allá y eso, en conclusión, es el espíritu colonizador. Lo que el sacerdote quería y, por lo tanto, la iglesia, era colonizar las mentes de los niños y en este punto es cuando Karamakate viene a "emanciparlos".

• Última parada

La última parada del viaje es donde, según Theo, se localizó la comunidad de supervivencia de Karamakate, y el nativo la consideró desaparecida. El lugar fue configurado en un campo abierto devastado y organizado de acuerdo con lo que podría llamarse "civilización". Hay un puesto militar y muchos indígenas que yacen borrachos en las carreteras. Karamakate, al entrar allí, descubre que su pueblo

evidentemente ha desaparecido, es decir, han sucumbido a las estructuras coloniales, han reducido sus prácticas antiguas, y en otras palabras, han sido colonizados y sometidos a estructuras de europeización.



Tomada de: <https://bit.ly/35p01DU>

Allí, debajo de un árbol muerto, crecían yakrunas, la flor que Theo buscaba y que al mismo tiempo era el objetivo de su viaje. Karamakate, resentido, al ver el estado de los nativos y lo que les pasó a sus mentes, prende fuego a la flor, que representa el fin de la esperanza de Theo de ser sanado. La ubicación geográfica donde tiene lugar este momento es la de la frontera colombo-peruana, países que en ese momento disputaron una confrontación bélica precisamente por la soberanía sobre las tierras de caucho debido a la extracción descontrolada que de alguna manera se había convertido en una carrera en decadencia. emprendida por iniciativas extranjeras.

Reflexión final

En 1845, el escritor argentino Domingo Justino Sarmiento publicó su obra *Civilización y barbarie*, obra canónica de la literatura latinoamericana, donde se realiza un ejercicio de inversión de los términos civilización y barbarie. El primero de ellos se refiere al concepto de progreso que los europeos trajeron a América: la vida en la ciudad, las leyes, la organización política, el gobierno regular, las prácticas científicas, la educación universitaria, todo lo que caracteriza a las personas de "culto"; y el segundo, cómo los propios europeos llamaron lo que encontraron aquí: indios viviendo desnudos, defendiéndose con armas rudimentarias, justicia sin formas, dioses paganos. Sarmiento propone llamar a la civilización las prácticas utilizadas por los nativos antes de la llegada de los europeos, y la barbarie a los métodos utilizados por los europeos para implantar su forma de percepción del mundo. Bueno, estas categorías relacionadas con *El abrazo de la serpiente* están representadas en el límite: ese lugar donde convergen, en este caso, blancos e indígenas, españoles y cohanos, civilización y barbarie, selva y ciudad.

Con esta última parada, Karamakate comprende que la jungla, como ese lugar sagrado, ya no existe más, y entonces asume que es mejor continuar en su propio exilio, aislado en la cacería en el medio del bosque. La industria del caucho, liderada por los super poderes de los Estados Unidos, Francia y Alemania, retornó la práctica de la esclavitud a América Latina, el exterminio de las culturas ancestrales, la colonización de la mentalidad indígena, y el deterioro ambiental de la selva. La jungla se convierte en ese espacio, descrito en *La Vorágine*, una de las novelas anteriormente citadas, en la que cada elemento es hiperbólico y

voluptuoso, y como lo propone el director, una vorágine altera el cronotopo, una serie de movimientos a una dirección imaginaria que ya no existe, y en donde los mapas se trazan a lo largo que la noción del tiempo aparece, ambas concepciones propias de la civilización Europea.

La segunda historia tiene lugar veinte años luego del encuentro entre el joven Karamakate, Theo y su disciplina. El anciano Karamakate es encontrado en la selva por Evan, cuando el nativo dibujaba sus sueños en una piedra. El viejo Karamakate, teme que haya llegado el momento de la pérdida de sus recuerdos, un chullachaqui: un hoyo negro, como le llamaba en Cohiuno. El Bostoniano vino a la jungla con la excusa de buscar el yakruna, la flor del leitmotif de los viajes, cuyos dibujos fueron vistos en un libro escrito por Theo durante su viaje, el cual fue Manduka envió a Alemania luego de la muerte de Theo. En ese instante, Eva sin saber que aquel hombre que dibujaba en la piedra era el joven Karamakate, le propuso lidera la búsqueda de la mencionada flor. Le ofreció un dólar, argumentándoles que era una gran suma. Sin embargo, en el medio de la jungla, el dinero no tiene valor, siendo esta una práctica utilizada por los europeos para adquirir información. La motivación del viejo Karamakate era retomar el viaje, lo que le permitiría recuperar sus memorias y salir de su inesperada amnesia. "Tú no eres uno, eres dos hombres", decía el viejo Karamakate, al darse cuenta de que con él, el trazará los pasos de Theo, pensando que Evan es la encarnación de la misma alma. Aun siendo este un terreno conocido por Karamakate, decidió dejar que Evan liderara la expedición argumentando que el seguiría el camino indicado en sus sueños.

Es necesario mencionar nuevamente, que la narrativa propuesta por el director narra dos historias en paralelo al viaje, formando tejido que las une. En este sentido, el director hace uso de las imágenes de los paisajes, el bosque, las cataratas de agua que conectan los periodos de tiempo y se vierten juntos como en un vacío.

Evan y el viejo Karamakate fueron capturados y llevados al sitio de la misión donde descubrieron las ruinas del lugar y también las ruinas de la jerarquía estructural de la misión católica: un culto aislado con un mesías autodenominado y redentor de los indígenas a cargo. En este punto de la película, el director propone una narrativa que nos hace pensar en una película de terror en la que Karamakate tiene que sanar a una joven esposa indígena moribunda de un autoproclamado mesías blanco para ser liberado y continuar su viaje. Valiéndose de una poción sana a la mujer y el mesías celebra su vida con un ritual en el que Karamakate les dio a todos un tipo de droga que les hizo comer literalmente el cuerpo de su Mesías. Una vez más, Karamakate actúa como una especie de emancipador de la religión.

Aunque este pasaje de la película hace apología a las películas de horror, podemos atribuirles la intención de denuncia a través de la ficción, aun mas, se considera que este es una construcción de código natural de discurso artístico que difícilmente excluye toda referencia a la vida en términos de Shohat y Stam:

"Las películas que representan culturas marginadas en un modo realista, incluso cuando no pretenden representar incidentes históricos específicos, todavía hacen afirmaciones objetivas de manera implícita".

Como se mencionó anteriormente, el nuevo viaje emprendido por Karamakate tiene un significado redentor: la necesidad de recuperar su memoria. Este nuevo marco define la metamorfosis de la película: la primera historia, como se demostró, adquiere un sentido de denuncia y demarcación de la relación de los sujetos coloniales, mientras que la segunda historia, adquiere un matiz artístico y narrativo como un viaje poético, que apunta a lo mítico, en el que la simbología de la jungla,

es decir, sus sonidos y bestias, junto con la música y la experiencia mística del yakruna se convierten en el argumento principal. Sin embargo, en este caso, la representación y la suplantación (pseudo divina) se confunden, lo que permite redefinir la relación entre Karamakate y Evan como algo nuevo para el extranjero en el que hay un intento de aprehender el nuevo entorno. La colisión en la relación es inevitable ya que la relación de la otredad permanece marcada en términos de colonizador-colonizado y esto se puede ver cuando Evan intenta matar al viejo Karamakate

El encuentro entre Evan y Karamakate es tratado por Guerra con dos elementos estéticos que podrían considerarse: primero, la música: Evan se niega a abandonar su viejo gramófono que lo reconecta con su propia ascendencia mientras tocaba *The Creation* de Joseph Haydn en medio del bosque y mirando el cielo. Esa melodía también hace que Karamakate recuerde a Theo y la necesidad de recuperar su memoria. En ese punto, también podemos decir que la música de Haydn tiene un significado especial porque, por un lado, es el elemento que de alguna manera conecta a Evan con sus orígenes europeos y blancos y, por otro, debido a la melodía de "La creación", del compositor austriaco, somos testigos del cambio de dirección que adquiere el bosque para el explorador de Boston.

Esto se debe a que, además de buscar la flor declarada por Theo en su diario de viaje, que es lo que le dijo a Karamakate al comienzo del viaje, Evan está recolectando semillas de árboles de caucho de forma oculta para su universidad, el cual era el principal objetivo, aunque no evidente, de su viaje: en otras palabras, con la música está encontrando el verdadero sentido de su viaje. La creación interactúa con los sonidos de la jungla en esta escena, que puede considerarse también como un diálogo entre los dos personajes y una propuesta estética de Guerra para dar un marco audible al trabajo que el director ruso Andrey Tarkovsky declaró en su libro *Sculpting in Time: Reflexiones sobre el cine*, que le permitirán al director "ser más preciso, más fiel al mundo interior que intentamos reproducir en la pantalla; no solo el mundo interno del autor, sino lo que hay dentro del mundo mismo" (159), aspecto que podemos apreciar en esta película.

El otro aspecto estético relevante es el observado en el momento en que Evan consume el yakruna después de un ritual de iniciación con Karamakate en la cima de las montañas, el se sumerge en un trance aclarado a través de imágenes abstractas en color. En este punto, aproximadamente dos horas después del comienzo de la película, el color se convierte en una forma de ruptura con lo que Guerra había expuesto hasta ahora. Estas imágenes sugieren movimiento, alucinaciones psicodélicas que se yuxtaponen con la estética de la Amazonía.

Lo que Ciro Guerra quiere denunciar con estas dos historias es que las estructuras coloniales, aunque se organizaron del siglo XVI al XX, dejaron su huella en la contemporaneidad de las repúblicas latinoamericanas. Aunque la película se enmarca a principios del siglo XX, busca generar una reflexión sobre las prácticas coloniales contemporáneas, la existencia de binarismos que definen a los sujetos coloniales, la falta de independencia de los ciudadanos y los Estados y, por último, la destrucción del medio ambiente.

La narrativa propuesta por el director valora las opiniones tanto del sujeto colonizador como del sujeto colonizado. El film de Guerra, además de presentar una propuesta estética considerable, también es un discurso que denuncia el conjunto de prácticas antiguas y actuales de colonización. Al igual que el trabajo de Sarmiento, *El abrazo de la serpiente*, dicotomiza el tema de la civilización y la barbarie, levantando dudas sobre la definición de ambas categorías, finalmente, ¿qué es la civilización? ¿Qué es la barbarie? El espectador puede tener sus propias respuestas. Sin embargo, al igual que las obras literarias de Rivera, Llosa y Andrade, el enfoque de la jungla

como laberinto, topos inhóspitos y en el que las relaciones se entrelazan en torno a la subordinación, conducen a reflexionar sobre la cuestión de los límites del territorio que al mismo tiempo, son los límites de la mente humana, es decir, que la barbarie, en términos europeos, es una cuestión natural y humana como se considera hoy en día.

Ciro Guerra enfatiza los límites que tienen que ver con la importancia de reflejarse en los estereotipos de los demás. Como Dyer dice en su artículo "Blanco", "los límites claros son característicos de la cosa blanca, y también lo que mantiene a los blancos claramente distintos de los negros. La importancia del proceso de establecimiento y mantenimiento de límites ha sido reconocida durante mucho tiempo en la discusión de la representación de estereotipos. En otras palabras, establecer límites es funcional para los grupos dominantes y se convierte en un atributo característico de los sujetos colonizadores. Este es un texto colonial cuya puesta en escena caracterizó la otredad como un hecho, pero no como un todo.

El abrazo de la serpiente también abre una interrogación al proceso de cómo se han desarrollado las relaciones coloniales. Ambas historias son propuestas como una guía para el enfoque de las relaciones de subordinación: quién sirve a quién, quién da las órdenes; en qué territorio ocurren estas relaciones. Sin embargo, lo que hace el director no es solo plantear estos problemas, sino deconstruir el paradigma del tema colonial de alguna manera: para la selva como marco natural, no hay diferencia entre aquellos que la habitan y quienes la exploran.

Cited works

Dyer, Richard. "Stereotype, Realism, and the Struggle over Representation." *Critical Visions in Film Theory*. Boston: Bedford/St. Martin's. 2011. 822-839.

Fanon, Frantz. *Black Skin, White Masks*. London: Pluto Press. 2008.

García Gil, Mónica Eliana, Ceballos Hurtado Gloria Inés, and Arturo Uscátegui Maldonado. "Realidad, representación y dimensión axiológica en el cine. Una mirada a la cinematografía colombiana de la primera década del siglo XXI." *Razón y palabra*. 78. 2011. 13-31.

Guerra, Ciro. *Embrace of the Serpent*. Ciudad Lunar. 2015. Film.

Kipling, Rudyard. *White Man's Burden*. National Phonograph Company. 1997.

Osoorio, Oswaldo. *Realidad y Cine Colombiano (1990-2009)*. Medellín: Universidad de Antioquia. 2010.

Pierre, Michel. *1900/1910 Une Presque Belle Époque*. Paris: Gallimard. 1999.

Quijano, Aníbal. "Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina". In: Edgardo Lander (ed.) *La Colonialidad del Saber: Eurocentrismo y Ciencias Sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Buenos Aires: Clacso. 2000. 201- 245.

Sarmiento, Domingo Faustino. *Civilization and Barbarism*. New York, Hafner. 1960.

Shohat, Ella, and Robert Stam. "Stereotype, Realism, and the Struggle over Representation." *Critical Visions in Film Theory*. Boston: Bedford/St. Martin's. 2011. 800-822. Print.

Tarkovsky, Andrey, and Kitty Hunter-Blair. *Sculpting in Time: Reflections on the Cinema*. University of Texas Press. 1987.

Para citar este artículo:

Hoyos García, David (2019). **LA NARRATIVA POSCOLONIAL Y EL LENGUAJE COMO MATERIA ESTÉTICA EN EL ABRAZO DE LA SERPIENTE DE CIRO GUERRA**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 74 - 87.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a3>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

LA CRÍTICA DE TELEVISIÓN: PROPUESTA PARA UNA AGENDA DE INVESTIGACIÓN

Yamila Heram *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a4>

Resumen

La televisión argentina ha sido ampliamente investigada en el campo académico de la comunicación desde diversas perspectivas teóricas y con múltiples enfoques. Ahora bien, la crítica de televisión publicada en la prensa, es decir un metalenguaje que analiza a la televisión, no ha sido objeto de mayor interés por parte del campo académico. Este artículo ofrece una propuesta de investigación que articula el análisis de la televisión y la crítica televisiva publicada en la prensa, siendo el resultado del trabajo de investigación que desde hace más de una década adelanta la autora. El texto presenta introducción, un primer apartado que da cuenta de la propuesta teórica para abordar el análisis y relación entre televisión y crítica de medios, un segundo apartado en el que se focaliza la propuesta metodológica en torno al tema, y por último las conclusiones.

Palabras clave: televisión; crítica de medios; televisión *on demand*; consumo.

Recibido. Diciembre 21, 2018 **Aceptado.** Enero 15, 2019

* Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Comunicación y Cultura y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Docente en la materia "Teorías y Prácticas de la Comunicación II" y del Seminario optativo "Televisión y Crítica de Medios" en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Directora de proyectos de investigación PICT y UBACyT relacionados con la televisión y la crítica de medios. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-9209-4571> ; e-mail: yaheram@yahoo.com.ar

THE MEDIA CRITICISM: PROPOSAL FOR A RESEARCH AGENDA

Yamila Heram *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a4>

Summary

Argentine television has been researched from the academic field of communication from different theoretical perspectives as well as from different approaches. However, the television criticism published in the press, a metalanguage that analyzes the television, has not been object of greater interest by the academic field. This article offers a research proposal that articulates the analysis of television and media criticism published in the press, being the result of a research work that we have been developing for years. We organize this article in an introduction, a first section that accounts for our theoretical proposal to address the analysis and relationship between television and media criticism. A second section that focuses on the methodological proposal on the subject, and finally some conclusions.

Key words: television; media criticism; television on demand; consumption.

Received. December 21, 2018 **Accepted.** January 15, 2019

* Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Comunicación y Cultura y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Docente en la materia "Teorías y Prácticas de la Comunicación II" y del Seminario optativo "Televisión y Crítica de Medios" en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Directora de proyectos de investigación PICT y UBACyT relacionados con la televisión y la crítica de medios. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-9209-4571> ; e-mail: yaheram@yahoo.com.ar

A CRÍTICA TELEVISIVA: PROPOSTA PARA UMA AGENDA DE PESQUISA

Yamila Heram *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a4>

Resumo

A televisão argentina tem sido amplamente pesquisada a partir do campo acadêmico da comunicação a partir de diferentes perspectivas teóricas e com diferentes abordagens. No entanto, a crítica à televisão publicada na imprensa, ou seja, a uma metalinguagem que analisa a televisão, não tem sido objecto de grande interesse por parte do meio acadêmico. Este artigo oferece uma proposta de pesquisa que articula a análise da televisão e da crítica televisiva publicada na imprensa, sendo resultado do trabalho de pesquisa que o autor vem realizando há mais de uma década. O texto apresenta introdução, uma primeira seção que dá conta da proposta teórica para abordar a análise e a relação entre a televisão e a crítica midiática, uma segunda seção que enfoca a proposta método-lógica em torno do tema e, finalmente, as conclusões.

Palavras-chave: televisão; crítica mediática; televisão a pedido; consumo.

Recebido. Dezembro 21, 2018 **Aceitado.** Janeiro 15, 2019

* Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Comunicación y Cultura y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Docente en la materia "Teorías y Prácticas de la Comunicación II" y del Seminario optativo "Televisión y Crítica de Medios" en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Directora de proyectos de investigación PICT y UBACyT relacionados con la televisión y la crítica de medios. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-9209-4571> ; e-mail: yaheram@yahoo.com.ar

Introducción

En Argentina el mapa de medios se visibiliza como gestión privada, estatal y sin fines de lucro [1]. La televisión abierta de alcance nacional se encuentra conformada por unos cuarenta canales y en la ciudad de Buenos Aires por unos cinco que son lo de más llegada, cuatro de ellos de gestión privada -El trece, Canal 9, TELEFE y América- y Televisión Pública de gestión estatal. La televisión de aire se caracteriza por ofrecer una programación generalista que se organiza a partir de la competencia entre los canales (Di Guglielmo: 2010). Según los datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital del año 2017 [2], en Argentina el 95% de la población ve televisión, siendo el medio del sector audiovisual más elegido. Asimismo, en la última década se ha producido una migración de la audiencia hacia la televisión por cable, disminuyendo de manera sostenida entre 2006 y 2015 del consumo de la televisión de aire.

En abril de 2016 el total del cable superó en audiencia a los canales de aire, las emisoras líderes han descendido un 49% en el caso de Telefé y Canal 13 un 48% [3]. La tendencia es hacia el crecimiento de la televisión on demand, siendo Netflix la empresa líder en servicio de streaming en América Latina. En el año 2011 ingresó en Argentina y en abril de 2017 había 847.458 suscriptores en el país. En segundo lugar se ubica Cine.arPlay con 477.944, luego Onvideo de Telefónica con 121.065 (Baladrón y Rivero: 2017) [4].



Imagen: <https://bit.ly/2MkYl6n>

Buena parte de la bibliografía disponible afirma que los medios de comunicación ocupan un lugar central en la sociedad, en tanto la hegemonía de la cultura massmediática ha reorganizado otras esferas e instituciones como la educación y la política. Desde el campo académico de la comunicación podemos encontrar una amplia literatura que se ocupa de la temática de la televisión, desde diversas perspectivas teóricas y haciendo foco en diferentes ejes, tanto desde el contenido, producción, circulación y consumo. Es por ello que

consideramos relevante renovar las preguntas de investigación para continuar indagando en torno a la televisión en relación con lo que se escribe sobre ella.

Un análisis sobre los metadiscursos del medio debería permitirnos dar cuenta de los diferentes usos e interpretaciones que se realizan sobre la televisión y los condicionamientos existentes, así como de los posicionamientos sobre el mismo que se producen en la sociedad a través de los textos de distintos actores (periodísticos, políticos, académicos e incluso los mismos productores). Este artículo ofrece una propuesta de investigación que articula el análisis de la televisión y la crítica de televisión publicada en la prensa, siendo el resultado de un trabajo de investigación que venimos desarrollando desde hace más de diez años [5].

Vale aclarar que por "crítica" hacemos referencia a lo que Fernández (2005) denomina crítica-género:

"aparece como género incluido en distintos medios y que tiene como objeto el comentario acerca de textos de los medios presentados públicamente en el mismo régimen de actualidad del que forma parte la propia crítica-género" (s/p).

En nuestra investigación hemos analizado específicamente los artículos sobre la televisión publicados en la prensa gráfica (diarios y revistas) que se ocupaban del medio en sus distintas aristas, es decir, programas en particular, lanzamiento de la programación, balances anuales sobre el medio, géneros televisivos, entre otros.

Hemos caracterizado a esta propuesta de investigación como la de indagar en un objeto "democrático" y en un "discurso innecesario". Hacemos referencia a que la crítica de televisión enfrenta la dificultad de evaluar un objeto que no necesita de ella para constituirse como tal, no cumple la función de sancionar, de limitar qué es un programa y qué no. Por el contrario, en las artes la figura del crítico sería la de quien aprueba y convalida a dicho producto como artístico, en especial cuando a partir del siglo XX, la crítica ha "constituido" a la obra. A su vez, los espectadores no necesitan de la crítica de televisión para realizar sus consumos, les resulta irrelevante, en todo caso podría ser utilizada como reafirmación de cierto gusto anteriormente legitimado por ellos [6], quizá la excepción se encuentre en las críticas a las series de televisión (sobre ello retomaremos hacia el final de este texto).

El artículo está organizado en dos apartados. El primero da cuenta de nuestra propuesta teórica para abordar el análisis y relación entre televisión y crítica de medios. El segundo apartado focaliza en la propuesta metodológica en torno al tema. Cabe mencionar que por las características y objetivo de este trabajo no se compartirán los resultados de la investigación, sino la propuesta para una agenda de investigación, no obstante es importante mencionar que dicha propuesta se sostiene en los resultados de la investigación que han sido publicados previamente [7]. Consideramos que un trabajo de este tipo permite contribuir a los estudios en crítica de medios en tanto se comparte y somete a discusión una agenda de investigación en torno a la temática que suele ocupar un lugar periférico en el campo comunicacional o es abordada, en algunas ocasiones, como complemento de una investigación más amplia.

1. Propuesta para abordar la relación entre televisión y crítica de medios

Desde el campo del arte se hace presente la idea de que en el siglo XX la crítica "construye" a las obras, se puede advertir, entonces, el valor de estos dispositivos en tanto productores de opinión y de imaginarios, entendiendo esto último como capitales o competencias culturales. Analizar a un medio es también dar cuenta de sus metadisursos para observar los diversos modos de generación de sentidos, ausencias, posibilidades y límites en relación con el contexto en el cual se desarrolla. Jorge Rivera expresa que "el rastreo pormenorizado por diarios y revistas permitiría recomponer una serie de historias de las que carecemos y cuya importancia no parece accesoria: una historia, por ejemplo, de la televisión" (1987: 81); nosotros agregamos que la relevancia también reside en poder reconstruir la propia crítica, que entendemos como un objeto de análisis que en parte completa una mirada integral sobre la televisión. Además, desde el momento que escribió Rivera al presente, se ha actualizado la cantidad de literatura que se ocupa de la televisión, no así de su crítica.



Un trabajo que articule la relación entre la televisión y la crítica de medios implica diversos saberes que se conjugan. Por un lado requiere de un acercamiento a los estudios que focalizan en la televisión, podemos sintetizar cuatro grandes perspectivas desde donde ha sido abordada en el caso de Argentina.

Por un lado los estudios basados en la **economía política de los medios**, poniendo especial énfasis en las condiciones estructurales de los mismos y su regulación legislativa (Muraro, 1974, 1987; Graziano 1974, 1986; Argumedo 1987; Becerra y Mastrini 2001, 2006; Bolaño, Mastrini 1999; Mastrini 2001, 2005; Albornoz, 2011; Amado Suárez, 2010; Postolski, 2008; Segura, 2011; Mangone, 2013; Loreti, 2008; Gándara, 2008; Monje, 2010, 2011; Henkel y Morcillo, 2013; Lamas, 2008; Mastrini, Bizberge y de Charras, 2013; Baranckuk, 2010; Mastrini y Loreti 2013; De Moraes, 2011; Becerra, 2014, 2015, entre otros).

Por otro lado, aquellos estudios que han profundizado en la televisión desde una perspectiva cercana a los **Estudios Culturales** (Landi 1992; Grimson y Varela 1999; Varela, 2005, 2010; Alabarces y Olivan: 2010; Alabarces 2011; Duek, 2012; 2013, Mazziotti, 2006; Quevedo, 2016, 1992, entre otros).

discursiva (Ulanovsky y Walger 1974; Mangone, 1992; Gándara, Mangone, Warley 1997, Sarlo, 1972 1992; Carlón, 2004, 2006, 2009, 2016, García Fanlo 2016, entre otros). Por último, aquellas investigaciones que han abordado a la televisión desde la propia **historia del medio**, es decir, realizando un recorrido cronológico de las modificaciones a lo largo de los años (Sirvén 1988, 1998; Ulanovsky, Itkin, Sirvén 1999; Nielsen, 2004, 2005, 2006, 2007, 2009; Sirvén y Ulanovsky, 2009, entre otros).

Consideramos que un acercamiento a los estudios que focalizan en la televisión, distinguiendo las diversas perspectivas desde dónde es posible abordarla, es relevante para el análisis de la crítica televisiva ya que permite reconocer, sistematizar y analizar al corpus de críticas en relación con las perspectivas teóricas con las que dialoga, se enfrenta y/o discute implícita o explícitamente. Entendemos que la relación entre el campo académico y el campo periodístico no está exenta de tensiones, no obstante, también se produce un diálogo e interpelación que en el caso de la crítica de televisión hemos podido observar. Se suele apelar a la voz autorizada de algunos académicos para legitimar posturas, reivindicar géneros y/o promover programas.

Asimismo, no puede escapar a la reflexión indagar por las peculiaridades y características de la **crítica de televisión**. En Argentina, la semiótica es la disciplina que más ha indagado sobre la crítica, entre sus autores se destacan Gustavo Aprea (2000; 2001; 2003; 2011), Gastón Cingolani (2006a; 2006b; 2007), Raúl Barreiros (2006), Oscar Traversa (1984), Mabel Tassara (2005), Oscar Steimberg (2005) y José Luis Fernández (2005).

Estos autores constituyen los antecedentes en que se inscribe esta investigación. Sin embargo, es pertinente mencionar que, sin desconocer estas reflexiones teórico en torno a la crítica, desde el campo de la comunicación, existe cierta área de relativa vacancia crítico / analítica en lo que respecta a los análisis de la crítica de televisión; quizás esto se corresponda con el carácter efímero y el escaso valor estético que suele adjudicarse al propio medio. Precisamente, una de las diferencias con otros productos culturales como el cine, la fotografía y la literatura es la valoración estética que se realiza de los mismos. Muchas veces esta afinidad hace que se los intente "retener", y aun exhibir por medio de la conformación de bibliotecas o de videotecas. Por el contrario, en el caso de la televisión existiría la dificultad de "retener" a los programas para su contemplación. Williams (1974 [2011]) explica que la televisión y la radio imponen una atención desatenta a partir del concepto de flujo, es decir, de la continuidad de la televisión.



La crítica de televisión se ubica, consecuentemente, en una posición de menor prestigio y legitimidad en relación con el campo de la crítica cultural y artística en general. Sin embargo, en los últimos años, el auge de las series de televisión, proveniente de diversos países y consumidas a través de la televisión digital y/o los servicios de video bajo demanda -Netflix, On Demand, Om Video-, ha generado el interés y la legitimación por parte de la crítica de televisión. Estas series ofrecen características de producción, circulación y consumo que podrían ubicarse entre el cine y la televisión en su modo más tradicional. En este punto, la crítica de televisión también se ha reactualizado (sobre ello retomaremos más adelante). Desde el campo académico de la comunicación también se ha producido una amplia literatura sobre las series de televisión (García Fanlo: 2016a, 2016b; Muñoz Fernández: 2016; Carrión: 2011; Creeber: 2015^a, 2015b; Waade: 2011^a, 2011b; Redvall: 2013; Jensen y Waade: 2013; Jensen, Nielsen y Waade: 2015; Hammerich: 2015, entre otros).

1.1. Propuesta para el análisis cualitativo sobre televisión y crítica de medios

A partir de nuestra experiencia en investigaciones en esta área proponemos dos grandes ejes para el análisis cualitativo sobre televisión y crítica de medios. Vale aclarar que la propuesta no clausura otras dimensiones, como en toda investigación se propone un abordaje reflexivo y abierto lo cual permite repensar variables de análisis.

— Primer eje. Historizar al medio

Un primer eje para trabajar en una investigación que vincule a la televisión con la crítica de medios es *historizar* al medio. Consideramos necesario reponer panorámicamente las modificaciones a nivel de la estructura de medios de la televisión, en función de contextualizar y entender las características del medio. Así como también complementarlo con una mirada que desde lo historiográfico contextualice a nivel de contenido la tradición -en términos de géneros y formatos- en que se inscribe el producto por analizar.

Es decir, se propone tener una mirada amplia sobre la televisión que permita ubicar trayectorias, antecedentes, condiciones de producción. En otras palabras periodización de los momentos condensadores en los cambios en la televisión argentina, a los que denominamos:

Emergencia (1951); Consolidación de la televisión privada y modernización cultural (1960-1963); Crisis política y del sistema de medios (1973-1976); Dictadura, modernización tecnológica y censura ideológica (1978-1981); Democracia y continuismo legal mediático (1984-1987); Consolidación de la concentración multimediática (1990-1994); Medios y capitales extranjeros (1995-1999) y Los medios en los medios: disputas y tensiones en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2008-2015) [8].

Sin clausurar otro tipo de periodizaciones, esta nos permite observar las principales tendencias del medio y sus modificaciones tanto a nivel estructura como en contenido. Ello permitirá comprender la producción y circulación de la

crítica en relación con el contexto mediático y política en la que se desarrolla. Por ejemplo, los cambios en la producción de contenidos en el último período en relación a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y un conjunto de políticas de fomento a la producción, pero también en relación a la polarización política y/o a un conjunto de transformaciones sociales no ligadas a la estructura de medios como la ampliación de derechos de género y sexualidades.

— Segundo eje. Análisis de las características de la crítica de televisión en su conjunto

Un segundo eje es analizar las características de la crítica de televisión en su conjunto, para así poder ponerlo en relación con las particularidades del medio. Construimos tres estadios de la crítica que nos permite comprender posibles maneras en que la crítica de televisión se hace presente en la prensa. Parafraseando a Eco (1983) denominamos a los dos primeros paleo crítica, neo crítica, y por último la snack crítica.

Por **paleo crítica** nos referimos a un tipo de discurso que se caracteriza por ofrecer una mirada pedagógica, que explica al producto. El crítico se posiciona de manera distante con el objeto que analiza. La jerarquización de valores que se establecen para evaluar al producto no forma parte de los intereses de la industria, hacemos referencia específicamente al rating, que muchas veces es utilizado como parámetro de calidad.

Durante las primeras décadas de la televisión en Argentina la crítica de televisión tuvo estas características, en sintonía con el planteo de Casetti y Odin acerca de que el contrato de comunicación de la Paleo TV es esencialmente pedagógico:

“(1) su objetivo es la transmisión de saberes; (2) se trata de una comunicación voluntarista, y (3) supone una fuerte jerarquización de los roles: hay los que saben, y los que esperan la comunicación de los que saben”

(Verón: 2009: 233).

La **neo crítica** se caracteriza por ofrecer un análisis más relativista y autoreferencial -igual que la misma televisión en término de Eco-. La neo crítica explicita los gustos y preferencias del crítico, quien analiza desde su gusto personal sin temor a manifestar sus dudas, gustos y preocupaciones. No pretende ofrecer un análisis “desde afuera”, sino manifiesta su punto de vista. Esta tendencia de la crítica comenzó a preponderar en la década de los años 90 en Argentina, coincidiendo con la conformación de los grupos multimedia en el país.

Por último, denominamos **snack crítica** a lo que Pardo Kuklinski (2009) menciona como las características del consumo snack, es decir aquel que se realiza con retazos de la información a partir de YouTube, Twitter, Instagram, Facebook e iTunes. Los dispositivos móviles conectados a Internet potencian no sólo ese tipo de consumo, sino también la producción.

La crítica circula por el sistema multimedia que la coloca en “diálogo” con los lectores; ahora ellos tienen la posibilidad virtual de discutir, coincidir o debatir con el crítico (Jenkins, 2008 [2006]). Entonces, si anteriormente la crítica “finalizaba” al momento de su publicación, podríamos decir que en la actualidad “comienza”, en el sentido de

una serie de textos que producen algunos lectores a partir de su opinión sobre la crítica en cuestión. Prevalece lo emocional, el “me gusta - te odio”, se aleja de la argumentación y se basa en un discurso más pasional canalizado vía redes sociales.



Asimismo, nos basamos en el sistema de conceptos y categorías elaborado por Raymond Williams (1977 [2009]) ya que su visión dinámica del funcionamiento cultural nos permite comprender cómo funciona **lo emergente, lo residual y lo dominante** en la crítica de medios. Lo residual podría pensarse en términos de una crítica pedagógica, la paleo crítica. Lo dominante lo ubicamos en la neo crítica, un tipo de discurso en el que prevalece el gusto personal y se evalúa con las propias lógicas e intereses del medio, es decir, una crítica desde adentro. Lo emergente es -en tensión con lo dominante- la snack crítica.

La propuesta de investigación que ofrecemos consiste en abordar el análisis de un corpus determinado de críticas de televisión y observar qué tipo de crítica prevalece -paleo, neo o snack- para así poder ponerlo en relación con las características del medio y sus géneros.

2. Propuesta metodológica para una agenda de investigación

En el proyecto de investigación que venimos desarrollando desde hace diez años sistematizamos una propuesta de análisis que permite acercarnos a la crítica de televisión desde un abordaje cualitativo, entendiendo que la investigación cualitativa no privilegia un único tipo de método o perspectiva; esto facilita la utilización de un diseño de investigación flexible y abierto.

Una de las primeras decisiones que debe tomar el investigador es la elección de los materiales que constituirán el corpus de análisis, como menciona Barthes (1971) debe ser lo suficientemente amplio para que nos permita observar un sistema completo de semejanzas y diferencias. Así también, y siguiendo a este autor, el corpus al ser una colección finita de materiales determinados previamente por el analista posee cierto grado de arbitrariedad, no obstante lo cual existen criterios de justificación. Partimos de entender que la temporalidad social en que se inscribe la crítica de medios está en relación con la temporalidad en que se ubica la televisión abierta en la vida cotidiana (Martín Barbero: 1987). Proponemos por ello, tres **momentos condensadores** para analizar las críticas a los programas de la televisión de aire.

Un **primer momento** lo denominamos **apertura de temporada** [9]: de la misma manera que durante marzo y abril comienza el ciclo lectivo y demás actividades organizadoras de la agenda anual, la programación también se relanza (si bien actualmente podría pensarse en el borramiento de los meses de “lanzamientos”, debido a los cambios permanentes en la programación, continua existiendo una temporada de estrenos, desplazándose paulatinamente al mes de mayo). Tradicionalmente, en estos meses se produce, mayoritariamente, el recambio de programación de los canales, por lo cual la prensa dedica especial atención a las nuevas emisiones.

Otro momento condensador para analizar las críticas lo **denominamos balances anuales**: durante diciembre se realiza una suerte de recuento y análisis de lo ocurrido durante el año; con la crítica sucede lo mismo, se producen arqueos, estableciendo lo positivo, lo negativo y las cuestiones por modificar, suele primar una mirada general sobre el medio. Por último, la **programación de verano**: durante enero se produce el receso por vacaciones (escolar y laboral) y en la pantalla sucede algo similar, es el mes de menor audiencia, la televisión se permite dos acciones entre sí antagónicas, por un lado se experimenta con nuevos formatos y programas, y, por otro se ofrece una programación que se reitera año tras año, en especial los programas de magazine “playeros”.

En cuanto al modo de indagación que utilizamos implica una organización del trabajo a partir de un **método comparativo**, utilizando metodología de análisis del discurso de base semiótica, entendiendo que en los textos lo social, lo cultural y lo económico se articulan. Esto nos posibilita generar un análisis interpretativo que culmina con una sistematización de los aspectos relevantes que surjan de las críticas. Hemos trabajado sobre dos dimensiones de análisis.

La primera se ocupó de analizar las críticas de televisión en relación al **género televisivo** que abordan. El género (Steimberg: 1988) es una variable de organización de la lectura que surge con la literatura, coincidimos con Valleja Mejía en que “además de su utilidad didáctica, la aproximación al género ayuda a comprender la vigencia de ciertos procedimientos narrativos, la aparición de nuevas formas, su evolución histórica y la recepción, puesto que el género da sentido al llamado <<pacto de lectura>> entre el autor y el lector” (1993: 48). Si por un lado el género organiza el **horizonte de expectativa**, por el otro podría tener un componente limitante en tanto cuestiones a esperar. Interesa observar por ejemplo en qué géneros televisivos se ha priorizado y cuáles se omiten.

En esta dimensión de análisis, hemos observado que muchas críticas se constituyen a partir de la evaluación de un programa en relación con sus antecedentes, es decir, con sus condiciones intertextuales de producción, siendo la **originalidad**, la **tradicción** en la que se inscribe y la inserción dentro de determinado **género**, tres de los posibles parámetros a partir de los cuales se suele realizar el juicio de valor. **Originalidad**, expresa Williams (1976), es una palabra relativamente moderna, de uso corriente hacia fines del siglo XVIII. “Original” hace referencia a una obra de arte auténtica, como término que elogia a la literatura o al arte. “Originalidad”, es algo nuevo y distinto, y se constituye como un valor positivo al momento de evaluar; a la vez que implica cierta continuidad necesaria para poder reconocerse como original, distinto o innovador dentro de los de su tipo.

En los campos artísticos y científicos, la lucha por lo novedoso se manifiesta más que en otros; a su vez, las industrias culturales se caracterizan por su funcionamiento serializado. Precisamente por ello la crítica destaca la originalidad de un programa como un aspecto intrínsecamente laudable que entra, a su vez, en tensión con la inserción de dicho producto dentro de determinado género [10].



El concepto de tradición concierne “al campo literario, estético, ideológico y filosófico, en cuyo interior se organizan las producciones culturales y se ubican, con grados más o menos desarrollados de autopercepción (Altamirano y Sarlo: 1980: 140). La tradición no incluye a todas las obras del pasado; por el contrario, implica la identificación con algunas en oposición a otras. La tradición no puede ser pensada como una continuidad sin conflictos, es una tradición selectiva, en términos de Williams (1977).

En el caso de la crítica de televisión, al analizar un programa se lo intenta relacionar con la tradición en la que se enmarca el director, los actores, el guion, o, como es más habitual, la obra en su conjunto. El contraste con lo novedoso se visualiza en la dificultad de ubicar la tradición en la que se enmarca determinado programa. Uno de los casos reiterados ha sido el de analizar a las telenovelas a partir de la tradición en la que se inscribe, es decir, desde su origen en el melodrama, e incorporado a la cultura masiva con el folletín y el radioteatro.

Otro de los parámetros, que a su vez se vincula con el anterior, es el de género. En la crítica de televisión es habitual encontrar referencias a este, como virtud o defecto. Si el producto televisivo manifiesta ciertas rupturas en relación con el género en el que se inscribe, puede ser considerado de manera positiva -se lo rescata como original-; otras veces, el hecho de no enmarcarse en un género o de constituirse sobre la base de varios se evalúa negativamente, precisamente por no respetar sus restricciones discursivas.

Otra dimensión de análisis que proponemos tiene por objetivo caracterizar las críticas por publicación, con el propósito de establecer una mirada panorámica sobre las perspectivas y los énfasis por diario y/o revista. Esto nos permite tener un mapeo sobre las preocupaciones, las ausencias y las tendencias de la crítica por cada publicación. Consideramos relevante, para ello, tener presente en qué tipo de publicación circulan las críticas en relación con la tradición del medio dentro del campo del periodismo gráfico en particular y del contexto político, social y cultural en general en el que se desarrollan.

De manera transversal a estas dimensiones consideramos necesario tener en cuenta desde qué marco de referencia se posiciona la crítica: si desde un aspecto ético-moral, estético, ideológico o tecnológico. Así también qué tipo de argumentación se desarrolla, si de índole interpretativa, explicativa, descriptiva o historiográfica.

Conclusiones

La propuesta que se presenta se basa en el trabajo de investigación de la autora, en torno a la temática de la televisión y la crítica de medios, labor que viene desarrollando desde hace diez años. El objetivo de proponer una agenda de trabajo implica sistematizar un abordaje que no está exento de tensiones pero que consideramos pertinente tener en cuenta al momento de realizar investigaciones en esta área. A modo de cierre queremos dejar planteadas una serie de conclusiones que están abiertas a ser revisadas, así como también nuevas preguntas de investigación.

En primer lugar es importante advertir que no necesariamente las perspectivas subyacentes en las críticas de televisión publicadas en la prensa están en relación con el medio en que circulan. A partir de los resultados de la investigación, podemos señalar lo necesario de mantener la vigilancia epistemológica para evitar reduccionismo que no permitan ver matices y tensiones entre el medio y la crítica. Si bien, a priori, y en el contexto actual de fuerte confrontación política y mediática es cada vez más notoria la manera en que los medios de comunicación operan al servicio de determinados intereses, también es cierto que dependiendo de los temas y géneros televisivos podemos encontrar más o menos matices que “contradicen” al medio en el cual es publicada la crítica.

Un segundo aspecto que interesa mencionar, reside en términos de la ausencia de demandas por parte de las críticas. Como menciona Nelly Richard (2001), la crítica no sólo debe realizar preguntas sino promover demandas, estas han sido una ausencia significativa en el conjunto de los materiales. Las críticas describen, promocionan, discuten, pero no interpelan al medio en relación a posibles demandas y faltantes que podrían cubrir.

En relación a los géneros televisivos que las críticas optan por evaluar, hemos notado que se suelen omitir algunos, en especial aquello que se ubican dentro de lo que denomina “magazine” y ocupan la franja horaria de la tarde. Creemos que ello se corresponde con la dificultad precisamente de evaluarlos en relación al género, ya que se caracterizan por ser un “mega género” o popurrí de diversos géneros.

Por último, consideramos relevante tener presente los desplazamientos y modificaciones que están sucediendo en la manera de producir y ver televisión. Las encuestas demuestran que el consumo se orienta hacia una televisión *on demand*. Nos encontramos con una tensión entre una televisión de aire que pierde en audiencia pero que a su vez es la que marca agenda y, los servicios de *streaming* que incrementan día a día en audiencia. Creemos que un análisis sobre la televisión y su discurso debe incorporar las nuevas tendencias que se avecinan. Hacemos referencia al consumo de las series de televisión a través de diversas plataformas, y la crítica a ello. Encontramos allí nuevas maneras de constituirse

tanto del producto que se emite como de la crítica, sus características de producción, circulación y consumo se ubican en la tensión entre el cine y la televisión en su modo más tradicional.

Quedaría entonces por observar cómo se constituye allí la crítica, desde qué parámetros de análisis se posiciona, cómo circula esa crítica a través de las diversas redes sociales, así también analizar las intervenciones de los espectadores a través de los comentarios online de las críticas.

Mencionábamos al inicio de este artículo que la crítica de televisión tiene la peculiaridad –a diferencia de otras críticas a diversos productos culturales– de analizar un objeto efímero y de un cuestionable valor estético como son muchos de los programas emitidos en la televisión de aire, quedaría por observar, analizar y comparar qué sucede con la crítica de televisión cuando evalúa series de televisión producidas y consumidas por servicios de streaming. Los datos ofrecidos al inicio de este artículo nos demuestran que hacia allí se dirige el consumo, en consecuencia nuestras preguntas de investigación también deben orientarse en analizar las complejidades de la televisión en su actual formato y contenido.

Bibliografía

- AA.VV. Encuesta de Consumos Culturales y entorno digital. Audiovisual. Presidencia de la Nación, Ministerio de Cultura. 2017.
- Alabarces, P. y Olivan, M. J. 6 7 8. La creación de la otra realidad. Buenos Aires: Paidós. 2010.
- Albornoz, L. Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación. Buenos Aires: Paidós. Biblioteca Estudios de Comunicación. 2011.
- Amado Suárez, A. (comp.) (2010). La palabra empeñada. Buenos Aires: Friedrich Ebert. 2010.
- Altamirano, C. y Sarlo, B. Conceptos de sociología literaria, Buenos Aires: CEAL. 1980.
- Aprea, G. La construcción de la memoria mediática en la Argentina: el registro de la aparición de los medios de comunicación a través de la prensa gráfica. Figuraciones. 1 y 2. 2003.
- Aprea, G. ¿Existe una crítica sobre Internet? En AAS. Actas del VI Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica. 2005.
- Aprea, G. El nacimiento de la crítica televisiva en la argentina. En Memorias de las V Jornadas de Investigadores de Comunicación. Red Nacional de Investigadores de Comunicación y la U.N.E.R. 9 al 11 de noviembre de 2000.
- Baladrón, M. y Rivero, E. La regulación de las plataformas OTT audiovisuales: un modelo para armar. Revista Fibra. Tecnologías de la Comunicación, N° 16. 2017.
- Baranckuk, M. Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones). En LEY 26522 DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Historia, antecedentes europeos y principales artículos. Buenos Aires: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. 2010.
- Barthes, R. Elementos de semiología. Buenos Aires: Tiempos Contemporáneos. 1971
- Barreiros, R. La cultura en la cintura. Medios y Comunicación. 20. 1989. P. 5.
- Barreiros, R. La crítica, los estatutos artísticos y la indignación moral. Los Textos Críticos y la Televisión. II. En AAS. Actas del VI Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica. 2005.
- Becerra, M. Medios de comunicación: América Latina a contramano. En revista Nueva Sociedad N° 249, enero-febrero de 2014.
- Becerra, M. et al (eds.) Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina. Madrid: Tecnos. 2012.

- Becerra, M. De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós. 2015.
- Carlón, M. De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad. Buenos Aires: La Crujía. 2006.
- Carlón, M. y Scolari, C. El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía. 2009.
- Carlón, M. Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos. Buenos Aires: La Crujía. 2004.
- Casetti, F. y di Chio, F. Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós. 1999.
- Cingolani, G. Discursividad televisiva. La Plata: Edulp. 2006.
- Cingolani, G. La televisión, objeto de la televisión: archivo, crítica y juicio de gusto en los programas meta televisivos y de espectáculos. Oficios terrestres. 18. 2006.
- Cingolani, G. Crítica de medios: aproximaciones a la discursividad intra-mediática. En Memorias de las XI Jornadas Nacionales de Investigación en Comunicación. UNCUIYO. 2007.
- De Moraes, D. La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación. Buenos Aires: Paidós. 2011.
- Di Guglielmo, H. La programación televisiva en guerra. Buenos Aires: La Crujía. 2010.
- Duek, C. Infancias entre pantallas. Buenos Aires: Capital Intelectual. 2013.
- Fernández, J. L. Límites de la crítica a los medios de sonido. En ASS: Actas del VI Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica. 2005.
- García Fanlo, L. Producción, reconocimiento y convergencia digital en el periodismo militante de 678. Trazos Universitarios. 2012. S/n-s/n.
- Grimson, A., Varela, M. Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión. Buenos Aires: Eudeba. 1999.
- Henkel, C. y Morcillo, J. La palabra liberada. Una crítica marxista a la "Ley de Medios". Buenos Aires: EUDEBA. 2013.
- Heram, Y. (2009). La televisión argentina en diferentes contextos de cambios políticos, tecnológicos y culturales. En Revista Margen de Trabajo Social y Ciencias Sociales, N° 54. Pp. 1-6.
- Heram, Y. (2010). De la pregunta, ¿Qué es la crítica? a ¿Qué hace la crítica? para finalmente indagar ¿A quién le importa la crítica televisiva? En revista Perspectivas de la Comunicación, Vol 3, N° 2. Pp. 18-28.
- Heram, Y. (2012). Paleo, neo y pos crítica. Análisis de tres momentos de la crítica televisiva. En revista La Trama de la Comunicación, Vol. 16. Pp. 259-267.
- Heram, Y. (2016). La televisión argentina: historia, composición y crítica de medios. En revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 22. Pp. 1039 - 1050.
- Heram, Y. (2015). A televisão e o campo acadêmico. En revista ECO-Pós Vol. 18, Río de Janeiro.
- Jenkins, H. Convergence cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós. 2008.
- Mangone, C. A quince años. Las polémicas sobre la tv en los noventa, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales. Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura. 3. 2008.
- Mangone, C. Tinellismo, veinte años son demasiado. Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura. 5. 2010.
- Martín-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Barcelona: Gustavo Gilli. 1987.
- Mastrini, G, Bizberge, A. y de Charras, D (eds.). Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Buenos Aires: La Crujía. 2013.
- Mazziotti, N. Telenovelas: industria y prácticas sociales. Colombia: Norma. 2006.
- Nielsen, J. La magia de la televisión argentina 6. Buenos Aires: Del Jilguero. 2009.
- Pérez de Silva, J. La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial. Barcelona: Gedisa. 2000.
- O'Connor, A. Raymond Williams on Television. Selected writings. Toronto: Between the Lines. 1989.

- Orlik, P. Media Criticism in Digital Age. Professional and Consumer considerations. Nueva York: Routledge. 2016.
- Orza, G. Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental. Buenos Aires: La Crujía. 2002.
- Quevedo, L. A. La metamorfosis de la televisión. En revista *Todavía*. 2016. Pp. 28-37.
- Richard N. Globalización académica, estudios culturales y crítica latinoamericana. En Mato D. (Eds) *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Clacso. 2001.
- Rivera, J. La investigación en comunicación social en la Argentina. Buenos Aires: Puntosur. 1987.
- Scolari, C. A. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Hiperactiva*. Barcelona: Gedisa. 2008.
- Segura, M. S. La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. En *Argumentos*. 13. 2011.
- Sirvén, P. y Ulanovsky, C. *¿Qué desastre la TV! [pero cómo me gusta...]*. Buenos Aires: Emecé. 2009.
- Steimberg, O. La recepción del género. En Colección *Investigaciones* N° 1, Lomas de Zamora: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora. 1988.
- Valle, Mónica; Ruiz, M. Ruiz & Otras. Etnografía de la Teleaudiencia de Medellín. Hábitos, uso y contextos de consumo. *Revista Luciérnaga/Comunicación*, Año 6, N11. (2014). Doi: 10.33571/revistaluciernaga.v6n11a1.
- Vallejos Mejía, M. L. *La crítica literaria como género periodístico*. Navarra: EUNSA. 1993.
- Varela, M. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*. Buenos Aires: Edhasa. 2005.
- Varela, M. *Intelectuales y televisión: historia de una relación*. *Revista Argentina de Comunicación*. 1. 2006.
- Varela, M. *La televisión: el espacio vacío de la crítica*. *Imagofagia*. 2. 2010.
- Williams, R. *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Las Cuarenta. 1977.
- Williams, R. *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós. 1974.
- Williams, R. *Palabras clave*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. 1976.

— Notas

[1] Los medios sin fines de lucro, que menciona la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no fueron implementados o lo hicieron de manera parcial (Marino, 2016; Guimerà Orts y Marino, 2016; Segura y Weckesser, 2016; Segura, 2013).

[2] Realizada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación.

[3] Para más información consultar el diario *El Cronista* (19/06/2015). <https://www.cronista.com/controlremoto/Sigue-cayendo-el-rating-de-la-TV-abierta-y-el-cable-lidera-20150601-0039.html>

[4] "La oferta local es todavía más amplia y se completa con plataformas "nativas" de Internet como MUBI y VESBI; otras

creadas por operadores de TV Paga (DirecTV Ondemand, ESPN Play, Fox Play, HBOGO, Movie City Play, HOT GO, Space Play TNT Plus) y un tercer grupo de servicios a cargo de las empresas de telecomunicaciones (OnVideo de Telefónica, Arnet Play de Telecom y Claro Vi-deo de América Móvil)" (Baladrón y Rivero: 2017).

[5] Se analizó la crítica de televisión en los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Página/12* y las revistas *Noticias*, *Página/30*, *La Maga* y *El Porteño* en diferentes períodos históricos en relación con la periodización de la televisión, haciendo especial foco en la tesis de doctorado en el momento de conformación y consolidación de los multimedios en Argentina (1990-1995).

[6] Aclaremos que esta afirmación sobre el carácter irrelevante de la crítica para los

espectadores, se corresponde por un lado con las particularidades del discurso crítico en tanto legalidad y legitimidad de éste en contraposición con otras críticas; y por el otro lado, con las percepciones de los periodistas que escriben críticas de televisión, a partir de una serie de entrevistas que hemos realizado a los críticos en 2010 (Autor: 2010).

[7] Heram (2009, 2010, 2012, 2015, 2016).

[8] La periodización señalada tomó como referencia a otros trabajos (Mastrini, 2008), y propuso a partir de ello, y en

relación con el análisis de las críticas, estos momentos condensadores (Heram, 2009).

[9] Esta periodización la realizamos en función del calendario en Argentina, cabría repensar y adaptar esta propuesta en función de cada país y su calendario.

[10] Si bien no desconocemos que los propios géneros consienten (y hasta reclaman) la modificación acotada de sus rasgos.

— Para citar este artículo:

Heram, Yamila (2019). **LA CRÍTICA DE TELEVISIÓN: PROPUESTA PARA UNA AGENDA DE INVESTIGACIÓN**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 88 - 104.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a4>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

VIDEOCOLUMNISMO. Desafíos para el periodismo de opinión

Cesar Augusto Gaviria Cuartas *

Diego Alberto Polo Paredes**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a5>

Resumen

El artículo presenta la reflexión teórica, resultado de investigación, acerca del fenómeno mediático denominado "videocolumnismo". Se exponen algunos de los aspectos históricos de aparición de la prensa en Occidente, proposiciones acerca de la esfera de lo público y la Modernidad, el modelo clásico de periodismo de opinión y las apropiaciones tecnológicas por parte de usuarios que se mueven en el escenario de la esfera pública virtual. Al final del escrito, se muestran las continuidades y discontinuidades del columnista de opinión clásico frente al videocolumnista como figura del comentario político en línea.

Palabras clave: periodismo de opinión; esfera pública digital; retórica online; sociedad de la información.

Recibido. Marzo 20, 2019

Aceptado. Marzo 26, 2019

* Comunicador social-Periodista, Universidad de Antioquia; Magíster en Historia. Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor asistente de Universidad del Tolima. Orcid. <http://orcid.org/0000-0003-0437-4395> ; e-mail: cagaviriac@ut.edu.co

** Comunicador Social y Periodista, Universidad Surcolombiana; Especialista en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad Jorge Tadeo Lozano; Magíster Conflicto Territorio y Cultura, Universidad Surcolombiana. Doctorando en Comunicación de la Universidad de La Plata -Argentina. Profesor asistente de la Universidad del Tolima. Orcid.<http://orcid.org/0000-0002-6786-0940> ; e-mail: dapolop@ut.edu.co

VIDEO-COLUMN FORMAT. Challenges for the opinion journalism

Cesar Augusto Gaviria Cuartas *
Diego Alberto Polo Paredes**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a5>

Summary

The article presents the theoretical reflection from results of a research focused on the media phenomenon known as "video-column". It presents some of the historical aspects raised in the occidental press, proposals about the sphere of the public and Modernity, the classic model of opinion journalism and the technological appropriations on the part of users who move in the scenario of the virtual public sphere. At the end of the paper, the continuities and discontinuities of the traditional opinion columnist are shown as opposed to the video columnist as an actor on the online political opinion.

Key words: opinion journalism; digital public sphere; rhetoric online; information society.

Received. March 20, 2019

Accepted. March 26, 2019

* Comunicador social-Periodista, Universidad de Antioquia; Magíster en Historia. Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor asistente de Universidad del Tolima. Orcid. <http://orcid.org/0000-0003-0437-4395> ; e-mail: cagaviriac@ut.edu.co

** Comunicador Social y Periodista, Universidad Surcolombiana; Especialista en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad Jorge Tadeo Lozano; Magíster Conflicto Territorio y Cultura, Universidad Surcolombiana. Doctorando en Comunicación de la Universidad de La Plata -Argentina. Profesor asistente de la Universidad del Tolima. Orcid.<http://orcid.org/0000-0002-6786-0940> ; e-mail: dapolop@ut.edu.co

VIDEOCOLONISMO. Desafíos para o jornalismo de opinião

Cesar Augusto Gaviria Cuartas *

Diego Alberto Polo Paredes**

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a5>

Resumo

O artigo apresenta a reflexão teórica, resultado da pesquisa, sobre o fenômeno midiático conhecido como "videocolunismo". Apresenta alguns dos aspectos históricos do surgimento da imprensa no Ocidente, proposições sobre a esfera do público e da Modernidade, o modelo clássico do jornalismo de opinião e as apropriações tecnológicas por parte dos usuários que se movem no cenário da esfera pública virtual. No final do texto, as continuidades e discontinuidades do clássico colunista de opinião são mostradas em oposição ao vídeo colunista como figura do comentário político online.

Palavras-chave: jornalismo de opinião; esfera pública digital; retórica online; sociedade da informação.

Recebido. Março 20, 2019

Aceitado. Março 26, 2019

* Comunicador social-Periodista, Universidad de Antioquia; Magíster en Historia. Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Nacional de Colombia. Profesor asistente de Universidad del Tolima. Orcid. <http://orcid.org/0000-0003-0437-4395> ; e-mail: cagaviriac@ut.edu.co

** Comunicador Social y Periodista, Universidad Surcolombiana; Especialista en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad Jorge Tadeo Lozano; Magíster Conflicto Territorio y Cultura, Universidad Surcolombiana. Doctorando en Comunicación de la Universidad de La Plata -Argentina. Profesor asistente de la Universidad del Tolima. Orcid.<http://orcid.org/0000-0002-6786-0940> ; e-mail: dapolop@ut.edu.co

Introducción

En 2016, en medio del maremágnum de sucesos que representó para Colombia el período previo al Plebiscito por la Paz, adquirieron protagonismo comentaristas colombianos que emplearon plataformas virtuales -particularmente Youtube- para evaluar avances y alcances de los acuerdos de La Habana entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la guerrilla de las Farc. Aunque al final el resultado del Plebiscito del 2 de octubre sería tan sorprendente como lo fue el Brexit en Inglaterra y lo que sería luego el triunfo de Donald Trump en Estados Unidos (de allí la inclusión del término 'posverdad' en el Diccionario Oxford [2]), dicho contexto de la política nacional vería la aparición de los "videocolumnistas" [3] quienes, además de intensificar las discusiones de la opinión pública doméstica en torno al proceso de paz, representaron el germen de un nuevo agente mediático que, trascendiendo el cliché del youtuber como figura del ocio pre-adolescente (Aran-Ramspott, Fedele y Tarragó, 2018), se concentra en la apropiación de elementos del periodismo de opinión tradicional y diversas prácticas propias de la interactividad propiciada por las tecnologías de la información y la comunicación.

¿Quién hubiese imaginado hace un par de décadas que Facebook, Twitter y Youtube se iban a convertir en importantes instituciones de la esfera pública del presente? (Dahlgren, 2012).



Imagen: <https://bit.ly/2VreVFT>

Precisamente, este escrito [1] plantea una reflexión sobre aspectos del clásico opinador de prensa en comparación con el comentarista audiovisual digital, en particular porque este fenómeno mediático del denominado *videocolumnismo* esbozó en 2016, *avant la lettre*, los rasgos de recientes formas del opinar públicamente [4] en la esfera pública digital. Aunque últimamente reconocidos columnistas de prensa escrita han empezado a hacer presencia audiovisual online, es pertinente establecer los que fueron elementos fundantes del videocolumnismo a partir del análisis de dos canales de Youtube generados por prosumidores [5] digitales colombianos que se integraron al 'boom' opinativo

digital surgido en el contexto del Plebiscito por la Paz-, período durante el cual las utilidades de las tecnologías contemporáneas de comunicación se relacionaron con dos creaciones insignes de la modernidad en Occidente: la esfera pública liberal y el clásico periodismo de opinión.

1. Algunas consideraciones históricas

La aparición de la imprenta de tipos móviles de Johann Gutenberg en Alemania a finales del siglo XV generó una serie de cambios paulatinos, no solo técnicos, sino también de orden social y cultural que tendrían repercusiones en distintas sociedades europeas. De los cambios que Elizabeth Eisenstein (1968) planteó acerca de los efectos sociales y políticos que la imprenta trajo inicialmente al viejo continente, particularmente se pueden destacar aquellos que aportaron valores constitutivos de lo que se conoce como esfera pública moderna: aumento del alfabetismo, crecimiento del protestantismo, creación de nuevas profesiones, separación de lo sacro y lo secular, intensificación del deseo de libertad y recrudescimiento de la censura. Posteriormente, el proceso de modernización de la ciencia y la técnica en los siglos XVIII y XIX en Europa, llevaría al aumento de las fábricas, el surgimiento de grandes urbes, la explosión de la libertad de expresión y la cultura de masas (De Sola Pool, 1993).

Es decir, la imprenta desató un permanente proceso social y cultural que consolidó prácticas en torno al libro impreso y la divulgación periodística de acontecimientos de relevancia, lo que daría el primer gran impulso a la sensación de mayor rapidez, eficacia y amplitud de la información (Villamarín, 2011).

En varios sectores de Europa fue tal el ímpetu del *capitalismo impreso* luego de la invención de Gutenberg (Anderson, 2006), que muchos ciudadanos comunes y corrientes fundaron periódicos "no oficiales" sobre cuestiones políticas, al punto que hoy sigue vigente la pregunta si dicha explosión impresa fue una "trivialización" de los problemas políticos del momento o, por el contrario, ayudó al "ingreso de la política nacional en la vida cotidiana" (Briggs y Burke, 2002, p. 108).



Tomada de: <https://bit.ly/2ruBheG>

Caso prototípico sería el de Martín Lutero quien a pesar de no ser propiamente un "periodista", utilizó todos los géneros -el formato académico, la sátira, e incluso el libelo-, para sacar máximo provecho al "regalo divino" que era la imprenta del momento. Lutero marcaría el camino de la naciente labor cuando aceptó el oficio de escribir como si fuese una "misión apostólica complementaria a la predicación", ya que orientó sus escritos a capas sociales específicas -nobles, clérigos, campesinos- "según el interés del momento" (Alvarez, 2004, p.30).



Tomada de: <https://bit.ly/2qlicWv>

Hacedores de opinión como Lutero paulatinamente aportarían al surgimiento del prototipo de la esfera moderna de lo público escenificada a lo largo de los siglos XVII y XVIII en espacios de debate en salones y cafés de Londres y París, donde se evidenciaron los avances de un periodismo de fuerte carácter doctrinario. R.R. Palmer explica que en esa época las personas que leían y hablaban con frecuencia sobre cuestiones políticas, adquirieron "un sentido cada vez mayor del interés público y se creía que las mejoras que se esperaban no había que dejarlas a la cerrada operación del gobierno, sino que debían ser legítima preocupación de todos" (citado por Muñoz-Alonso, 1992, p.39).

Aunque durante esta etapa el oficio del periodismo no era reconocido como parte fundamental de los sistemas de gobierno representativo -ni el periodista como designación de quien lo ejerce-, la mayoría de estos periódicos ponían en consideración de sus lectores temas dedicados a la filosofía, la moral, las ciencias y la política sustentados en el deseo de desarrollar el uso público de la razón, la libertad de expresión y la abierta discusión de ideas. Esto significó igualmente que la prensa y la labor del periodista -casi desde el momento mismo de su aparición- generara cuestionamientos ambivalentes en diversos sectores de la opinión pública: mientras hubo quienes consideraran a los periódicos como importantes "motores sociales" de la opinión, no faltaron quienes tildaran a estos redactores de ser "escritorzuelos de periódicos para la canalla" (Briggs y Burke, 2002, p.130-132).

Ello era el producto lógico de la materialización de la disposición liberal interesada en fortalecer la esfera pública teniendo como correlato los rasgos distintivos del periodismo de la época. En tal sentido, la discusión pública era "el medio" para librar la polémica nutrida por la información de la prensa escrita. De allí se desprende la definición de "publicidad" que Jurguen Habermas (1985) relaciona con el conocimiento, la circulación abierta, el debate de ideas y el discernimiento público. Si se comprende que para la época "la publicación de un

periódico político era equivalente en importancia a un compromiso en la lucha por un espacio de libertad de opinión pública, por la esfera de lo público como principio" (Habermas, 1985, p.128), puede entenderse que haya tomado cuerpo el primer modelo de periodista de opinión como señal de la transformación de la sociedad a partir de la discusión pública de ideas en un espacio centralizado y normatizado.



Por entonces, el debate racional de las ideas promovido por editores y articulistas de la prensa implicaba asumir los alcances de la opinión planteada ante una audiencia dispuesta a atender las justificaciones de estos denominados "publicistas". Ya lo escribía el poeta y dramaturgo Friedrich Schiller en 1782:

"El público lo es todo para mí; mi escuela, mi soberano, mi amigo fiel. A este tribunal, y solo a este, me someteré"

(citado por Van Horn Melton, 2009, p.16).

Dicho espíritu inspiró la defensa que Voltaire hizo de Jean Calais en su Tratado sobre la Tolerancia, en 1763 [6], e incluso pervivió en expresiones posteriores como la carta "Yo acuso" del también francés Emile Zolá [7]. Estas efemérides de la esfera pública moderna coinciden en cuatro aspectos propios del primigenio periodista de opinión: llevar conocimiento a los sitios donde predominara la ignorancia; alcanzar la verdad por vías racionales; actuar para generar cambios políticos y sociales; y mostrar responsabilidad y sometimiento a las leyes públicas.

Sin embargo desde mediados del siglo XIX ese periodismo encendido e incendiario, lleno de ideas moralistas o vanguardistas, fue decayendo para darle paso a un periodismo más moderado, más formateado, más profesional. El mismo Honoré de Balzac, en 1843, alertaba sobre el aparente deterioro del periodismo de su tiempo ante el debilitamiento de la figura del publicista tradicional: "Del generalizador sublime, del profeta, del pastor de ideas que fuera antes, del publicista no queda ya más que un hombre ocupado de los despojos de la actualidad". Y más adelante él mismo agrega: "El publicismo era como un gran espejo concéntrico: los publicistas de hoy en día lo han hecho pedazos y cada uno de ellos tiene un trozo que hacen brillar a los ojos de la muchedumbre" (2009, p.43).

Deudor de “la exigencia normativa del deber de instrucción” (Habermas, 1985) propio del liberalismo cultivado particularmente en el siglo XVIII, el escritor político tenía la misión de orientar a la mayor cantidad posible de lectores a partir de la fuerza de sus ideas. Era la argumentación racional la que protagonizaba el escenario del debate sobre asuntos públicos. Pero con el fortalecimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se ha debilitado esa figura del opinador que asume la centralidad del “servidor público”, para darle paso a prácticas de expresión online que otorgan licencia para expresarse libre y autónomamente, a gentes que no siempre cumplen con el ideal de racionalidad que caracterizó al clásico periodista de opinión.

2. La opinión convertida en retórica online

Los análisis de corte habermasiano suelen entender la abundancia de las opiniones de los comentaristas políticos digitales como el producto de los ambientes creados por la cultura capitalista basados en el intercambio de gustos e inclinaciones, modas y suposiciones (Dader, 1992; Dimitriu, 1997); contextos donde predominan “relaciones sociales inspiradas en obligaciones típicas de grupos donde las normas de acción pública tienen más flexibilidad” como la familia, los amigos o los coetáneos (Habermas, 1981). No obstante, los videos de este tipo de prosumidor cargados de aseveraciones, acusaciones, negociaciones y reconsideraciones políticas, son, más bien, el resultado de la capacidad humana de anticipar contextos de interacción con otros frente a un asunto público, entreviendo las características generales de un auditorio en línea. Este ejercicio incluye la disposición de los ciudadanos prosumidores a someter a discusión lo que consideran válido o no, pues han ensayado sus expresiones ante imaginarias reacciones de sus potenciales oyentes (De Sola Pool, 1993).

Ubicado en una perspectiva economicista antes que sociológica, Alvin Toffler (1980) había vislumbrado que las transformaciones técnicas llevarían al advenimiento de una época (“la tercera ola”) protagonizada por el prosumo, una actitud capaz de disolver la línea entre el productor y el consumidor implantada por el industrialismo (“la segunda ola”). Esta “tercera ola” sería una etapa en la que el público “se desmasifica” al articularse con artefactos técnicos que facilitan la apropiación de la información. De allí que intuyera -a finales de la década de los 70 del siglo XX- que las grabadoras en video harían realidad “que cualquier consumidor se convierta además en productor de su propia imaginería” (Toffler. p. 169). Hoy día la fuerza de este pronóstico es tal que, en el caso de Youtube, es común relacionar el nombre de un canal con quien lo produce. Aunque Toffler obviamente no describió al prosumidor digital de nuestros días, su propuesta tiene aplicabilidad en un período en el que las gentes ya no se limitan a ser simples receptores y consumidores pasivos de informaciones en línea, sino emisores y productores activos. Son consumidores y productores -“prosumidores”- motivados por su deseo de comunicar virtualmente información de manera activa y reticular.

La demostración de lo anterior se puede encontrar en los meses previos al Plebiscito por la Paz de 2016, período en el que se crearon los primeros canales de youtubers colombianos que se enfocaron en temáticas políticas y en hacer públicas sus consideraciones sobre asuntos del partidismo nacional, trascendiendo con ello los anecdóticos personalistas juveniles del fenómeno

youtuber hasta entonces conocido. Dos de los canales que sobresalieron en este contexto fueron La Pulla[8] y Me llamo Wally [9], dos canales en los que quedaron perfiladas las primeras características del videocolumnista originario.

En general, el análisis de ambos canales permite establecer, por ejemplo, que cada video estaba determinado por algún hecho o circunstancia política particular, a partir del cual se traían a colación diversos elementos comunicativos que el prosumidor digital considerara conexo. Es la versatilidad técnica que ofrece Youtube la que posibilita -en diversos grados-, la mezcla de contenidos políticos con el humor y diversos temas livianos de la "cultura pop" para crear un arsenal discursivo que le da carácter informal al mensaje que llega a los públicos. Esto puede implicar una fuerte inclinación por hibridar el análisis político con el infoentretenimiento, que en ocasiones lleva, incluso, al uso de estereotipos inspirados en particularidades culturales ya sea empleando el acento distintivo de algún lugar de Colombia o usando frases típicas de ciertas regiones del país.



Sin embargo, la caracterización de estos agentes comunicativos permite establecer también sus particularidades. Específicamente, La Pulla es el ejemplo colombiano de lo que podríamos tipificar como el *youtuber periodista*, aquel prosumidor en el que un periodista (o grupo de periodistas) toma a Youtube como canal alternativo a los medios tradicionales con el fin de hacer públicas las consideraciones que por razones editoriales o corporativas no encuentran espacio en empresas informativas de renombre.

Este canal se basa en la compilación de antecedentes de un hecho puntual, la selección de titulares de distintos medios nacionales, la indagación y confrontación de información entremezclándolos con actitudes burlescas de su presentadora cuando hace referencia a la realidad política nacional. Aunque puede tener una tendencia ideológica que inclina la balanza discursiva hacia un lado del espectro político, el canal hace lo posible por limitarse a la contundencia de los hechos relacionados con el caso.

Por su parte, Me llaman Wally esboza lo que identificaríamos como el *youtuber comentarista*, el ciudadano que, sin provenir de las escuelas de periodismo, se da la licencia de generar opinión a partir del consumo permanente de noticias de política nacional. El principal objetivo de este canal es reusar información de distintos medios tradicionales para que otros ciudadanos conozcan y acojan las opiniones políticas de su productor. Este espacio digital se percibe con

mayor proclividad a mostrar una tendencia política particular, usando con frecuencia elementos comunicativos provenientes de la televisión, la música y las redes sociales virtuales como respaldo retórico a sus planteamientos acerca del proceso de paz.

Aunque el diseño discursivo fue distinto en estos canales, los contenidos de ambos giraron en torno a los puntos de vista que, directa o indirectamente, se relacionaron con el proceso de La Habana que ese momento pretendía concluir el sino trágico que ha golpeado a Colombia durante los últimos 60 años. Usando las facilidades del formato audiovisual, estos opinadores plantearon argumentos para esclarecer las dudas de un posacuerdo desconocido por la mayor parte de la gente y debilitar las justificaciones de un conflicto incorporado por años al imaginario de la nación. Eran consideraciones en las que se abordaron las preocupaciones y esperanzas acerca de los efectos del Acuerdo de Paz, el régimen político del país, e incluso los tabúes internos a la sociedad colombiana que en los últimos años se han usado cotidianamente para interpretar la dinámica política nacional.

Tradicionalmente la argumentación de base racionalista ha considerado al "debate" como un intento serio de tener un diálogo crítico regulado y destinado a resolver una diferencia de opinión - expone Frans H. van Eemeren (2012)-; y al "cuasi-debate", un monólogo unidireccional calculado solamente para ganar el consentimiento de la audiencia en relación con los propios puntos de vista.

El primero se basa en principios de dialéctica en busca de la demostrabilidad, mientras el segundo sería ante todo una actuación oratoria en busca de la eficacia y la verosimilitud.

(Van Eemeren, 2012).

Si adoptáramos esa perspectiva, los discursos de los videocolumnistas serían cuasidebates que abastecen a una "minoría partisana" que usa la democratización de los medios digitales para ofuscar la verdad y manipular a la opinión pública (Keen, 2007).

"Las democracias, como uno de sus objetivos centrales, deberían promover tales discusiones críticas de puntos de vista. Solo si este es el caso, una participación estimulante en el discurso político puede mejorar la calidad de nuestras democracias"

(Van Eemeren, 2012, p. 27).

Con esto, se estaría pervirtiendo el papel de la opinión "publicada" para darle protagonismo a quienes no tienen como objetivo consciente el fortalecimiento del encuentro dialéctico, el fortalecimiento del *ethos* del argumentador, el mutuo reconocimiento del contrario (como lo fue en la esfera pública moderna), sino la argumentación marcada por una retórica que estimula particularmente el *pathos* -en términos de la teoría retórica aristotélica-

Sin embargo, varias características del modelo racionalista del opinador surgido en la Edad Moderna (p. e. la distinción de la columna de opinión como un texto firmado por un ciudadano -periodista o no- respaldado por un prestigio adquirido; la publicación frecuentemente de consideraciones acerca de sucesos políticos o sociales de relevancia; y dar al público explicaciones de estos hechos y sus posibles consecuencias), se han combinado con las transformaciones técnicas de las últimas décadas, particularmente provocadas por las prácticas de consumo tecnológico, obligando a redefiniciones de lo conocido hasta ahora.

La realidad es que estos comentaradores políticos de la virtualidad en el siglo XXI, como agentes de opinión de la nueva esfera pública, han impulsado la renovación de las formas tradicionales del género de opinión a través de derivaciones contemporáneas como la videocolumna, ensanchando, de paso, los espacios de debate público.



Y es que las actuales condiciones mediáticas digitales impulsan la adaptación de nuevas perspectivas que ajusten la presunción acerca de ambientes ideales de argumentación para darle una mayor fuerza a la apreciación de los contextos discursivos de la vida contemporánea "afectados por los sujetos, las emociones, el poder, la cultura y la ideología" (Reygadas y Haidar, 2001, p.123).

En términos discursivos, el videocolumnista, como sujeto enunciador, se caracteriza por cargar sus contenidos de intención persuasiva, adaptado al público destino que tiene en mente, y presentado en condiciones de masividad online. Con esto, la retórica política se convierte en una construcción cultural "que tiene una posición definida en la comunicación social y es percibida como tal construcción, a la cual están asociados los temas, las actitudes locutivas e ilocutivas de sus productores, los oradores políticos o autores de los mismos, y los efectos perlocutivos en los receptores, así como su influencia en la construcción de la sociedad". (Albadalejo, 2012, p. 53).

Hay que decir también que las formas de argumentación del videocolumnismo en línea pueden combinar, en distinta medida, aspectos de la lógica, la dialéctica, la lingüística y la retórica. Para cada uno de ellos corresponden, respectivamente, los criterios formales (demostrabilidad), los criterios trascendentales (aceptabilidad), los criterios lingüísticos (gramaticalidad) y criterios empíricos (comunicabilidad) (Reygadas y Haidar, 2001). Pero cuando el videocolumnista hace mayor énfasis en su capacidad retórica, hace de ella instrumento intencionado para la realización de actos de habla persuasivos de conjeturadas conversaciones en las que se crean verdades sociales, correspondiendo con "la realidad aceptada por una determinada comunidad lingüística" (López Eire, 2000, p.100). Ello confirmaría que en las condiciones comunicativas del presente, los sujetos que adelantan acciones retóricas de carácter político no buscan la acumulación de vínculos, sino su actualización o perfeccionamiento (Laborda Gil, 2012).



Muchas propiedades del discurso se relacionan, precisamente, con “las realizaciones estratégicas de los usuarios del lenguaje en acción” (Van Dijk, 2000, p.22). En este sentido, puede decirse que el discurso -como práctica social- y el enunciador, a partir de una secuencia de enunciados, confirman que se argumenta a partir de una posición evidente (apoyo, ataque, desautorización, provocación, etc.) asumida frente a un tema controvertido con el fin de que el enunciatario -un auditorio o interlocutores presenciales- acepte la forma de ver el asunto de debate. Por eso, el discurso de estos videocolumnistas surgidos en el contexto plebiscitario no pretendía el consenso ante un auditorio universal (como suele pretenderse desde la dialéctica moderna), sino aglutinar retóricamente a grupos específicos de oyentes.

Insertos en segmentos específicos de la sociedad, los comentaristas digitales asumen a cada momento la tarea de convertirse en panegiristas de una tendencia política y de sus correligionarios, incluso sin que medie delegación ni contacto presencial con estos. Ello pone en cuestionamiento la tradicional teoría del Two-Step Flow -propuesta por Lazarsfeld y Katz a mediados del siglo XX- pues no responde a los contextos comunicativos del presente.

Hoy tenemos que hablar de una teoría del Three-Step Flow (Gonzalez García, 2010), en el que personas que no son líderes en la vida real, llegan a serlo a partir del reciclaje de información proveniente de medios tradicionales y que luego redistribuyen a través de medios virtuales alternativos administrados por ellos mismos (p.e. blogs, fanpage, canales de Youtube, entre otros). En este nuevo modelo, la comunicación fluye: 1) de los medios tradicionales a los líderes internautas, 2) de los líderes internautas a los medios virtuales administrados por ellos, y 3) de los canales virtuales a los ciudadanos que frecuentan estos contenidos. Este es el marco de actuación del prosumidor de Alvin Toffler (1980) en versión digital, aquel sujeto que se beneficia de la instauración de una nueva sensibilidad social y cultural creada por las nuevas tecnologías (Turkle, 1997).

Lo anterior confirma que en muchas ocasiones los entornos sociales prácticos superan los modelos idealistas de la argumentación. El mismo Van Eemeren lo reconoce:

“Debido a una variedad de factores, la realidad argumentativa raramente se parece al ideal de una discusión crítica, como es de esperar a la hora de comparar cualquier realidad con un ideal”

(Van Eemeren, 2012, p.41).

Ese es precisamente el actual desafío que enfrenta el modelo liberal de la esfera pública ante la avasalladora realidad comunicativa de hoy: redefinir muchos de sus conceptos básicos a partir de salvar la distancia, cada vez más amplia, entre el anhelo racional en sus orígenes y los contextos en los que se desenvuelven agentes digitales cuyas prácticas obligan a considerar ajustes según nuevos fenómenos comunicativos.

2.1 Artistas de la esfera pública digital

Raymond Williams (2001) explica que, en sus inicios, conceptos como "democracia", "industria" o "cultura" habían surgido débilmente; se usaban raras veces, pero luego se presentarían hechos o circunstancias que hicieron que su uso y significados iniciales se consolidaran o transformaran –en positivo o negativo-. Este proceso de cambio y asentamiento semántico de conceptos toma años o siglos, pero en cualquier caso se convierte en "un reconocimiento del efecto de estos cambios sobre la sociedad en su conjunto, que se transforma de manera similar" (Williams, 2001, p.14). Esto aplica para la aparición y afianzamiento de nuevos conceptos surgidos de las actuales condiciones sociales, políticas y económicas en las que los medios de información y las personas que acceden a ellos se relacionan con un entorno en el que las lógicas de producción, consumo y difusión de contenidos se modifican permanentemente.

A inicios del siglo XX, Charles Horton Cooley planteó que la expresión del pensamiento de unas personas a otras tiene su motivación en la expectativa del "efecto imaginado" que tendrá la reflexión interior en la mente de esos otros a quienes se dirige. Para Cooley, los artistas, hombres de letras y "las mentes productivas" se caracterizan por una especial necesidad de compartir con otros la expresión de su pensamiento. "Luchamos por comunicar a los otros esa parte de nuestra vida que intentamos desplegar en nosotros mismos" (Cooley, 2005, p.15).

Esto se verifica en los denominados *colaboradores culturales* (Williams, 1971), agentes que poseen "máxima importancia" por su activa participación en la cultura del presente. Estos creadores -entre los que se incluyen periodistas, críticos y comentaristas - buscan dar a sus obras una forma comunicable de la que obtienen "alguna satisfacción real", partiendo de lo que encuentra necesario decir o mostrar. "En sus diferentes maneras, el reportero, el comentarista y crítico, el actor y el artista necesitan una libertad garantizada para comunicar lo que, en términos de la propia concepción de sus trabajos, tienen que comunicar" (Williams, 1971 p.118).

Para Williams, una "buena sociedad" se construye a partir de que la consciencia de cada persona disponga de hechos e ideas cercanas a todo lo que "han visto, conocido y sentido realmente" los hombres que experimentan la realidad. Para Williams, el sistema de comunicaciones de cada momento se encuentra interiorizado en el *colaborador cultural* al punto que empleará en él, "lo mejor que puede", creativamente, un lenguaje común o convenciones conocidas para comunicarse con los demás. Su capacidad de hacer pública su obra dependerá del sistema de medios disponible, lo que responde a la explosión creativa que hoy se observa gracias a la "cercanía" de la tecnología:

“Ahora que los ordenadores son las herramientas que utilizamos para escribir, diseñar, jugar con ideas, formas e imágenes, para crear secuencias de video y efectos musicales, para crear novelas interactivas e imágenes gráficas, se está desarrollando un nuevo conjunto de asociaciones intelectuales y emocionales, más parecidas a aquellas que aplicamos a los clavicémbalos que a los martillos. En la actualidad la cultura de la informática personal está dejando espacio a formas de conocer que dependen de la manipulación “concreta” de los pinceles y pinturas virtuales, de los bolígrafos y papeles virtuales”

(Turkle, 1997, p.81).

Esta creatividad del presente está relacionada con lo que se ha llamado las hipermediaciones, esto es, las transformaciones que van más allá del quehacer de los medios tradicionales, para dar paso a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones en la tecnología digital. Es lo que respecta “a los receptores, del consumo activo, rebelde y contrahegemónico de las mediaciones”; es otra dimensión donde el usuario “colabora en la producción textual, la creación de enlaces y la jerarquización de la información” (Scolari, 2008, p.114).

Con esto, los videocolumnistas -ciudadanos que re-crean el formato de opinión basados en el uso de Youtube para comentar la política nacional-, se convierten no sólo en inéditos líderes de opinión sino en *artistas* de la opinión pública contemporánea que dedican sus creaciones a sentar posición acerca de hechos o personajes políticos del momento frente a porciones sociales específicas, rompiendo con ello la unidimensionalidad de los procesos comunicativos:

“Contrario a la práctica generalizada en los medios tradicionales que se dirigían a un público masivo e impersonal, el comunicador, hoy, debe hacerlo a las personas concretas con perfiles muy definidos o, al menos, a sectores claramente delimitados de una población, en lo que se ha llamado la segmentación de las audiencias”

(Asmar, 1997, p.64).

Orihuela (2002) indica que hoy día los medios dejaron de ser intermediarios para convertirse en *desintermediarios*, porque las prácticas de selección de temas y enfoques ya no son facultades exclusivas de medios y periodistas. Por tanto, se da una transformación de la unidireccionalidad a la interactividad, lo que supone ajustes en los modos de relación de medios y periodistas con los usuarios.



“Las plataformas de los medios sociales, lejos de ser productos acabados, son objetos dinámicos que van transformándose en respuesta a las necesidades de los usuarios y los objetivos de sus propietarios” (Van Dijck, 2016, p. 13).

Es decir, los medios masivos virtuales hacen parte de un cambiante ecosistema tecnocultural que a lo largo de la historia ha evolucionado en simultáneo con los usos y las necesidades de los públicos que le corresponden. Así, estos “artistas” de la opinión política, usan las cámaras de video como el nuevo acicate para exteriorizar el “tren de pensamiento” que hasta hace dos siglos estaba estimulado por las cartas y la presencia de los demás. Incluso puede afirmarse que los monólogos audiovisuales están reeditando la tendencia ilustrada que consideraba que “el pensar por sí mismo parece coincidir con el pensar en voz alta, exactamente igual que el uso de la razón equivale a su uso público” (Habermas, 1981, p.138).

La comprensión de las particularidades germinales de este columnismo audiovisual online, en especial por el fortalecimiento de las tecnologías de información y la autonomía adquirida por sus usuarios, lleva a considerar que aunque los asuntos políticos no han dejado de ser objeto de discusión de la esfera pública, el usuario se ha convertido en el eje de los procesos comunicativos -como afirma Scolari-. En la misma dirección, se puede afirmar que hemos pasado a las estructuras textuales no secuenciales, a las basadas en la *hipertextualidad* en las que se da mayor participación de los usuarios bajo la *interactividad* y la convergencia de medios y lenguajes en la *multimedialidad*.

En el plano de los lenguajes o plano comunicativo, el adjetivo multimedia identifica a aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios. En el plano de los medios, que por concretar, denominaremos plano instrumental, multimedia equivale a los “múltiples intermediarios” que pueden participar en la transmisión de un producto informativo, tanto si este producto es multimedia en el sentido comunicativo como si no lo es. (Xie, citado por Salaverría, 2001, p. 385)

En este contexto, hablar de *multimedialidad*, más que un campo cerrado y definido, es una invitación a las re-definiciones y las re-mediaciones en el ecosistema comunicativo digital. Para Scolari, el cambio en las estéticas narrativas se sustenta en las potencialidades tecnológicas en las que se presentan vínculos “de muchos a muchos”, de forma *reticular*. “Los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación. Esta idea que estamos delineando nos aleja de cualquier planteamiento extincionista” (Scolari, 2009, p.49).

Así, la videocolumna, como género emergente del entorno digital, materializaría los virajes narrativos basados en los juicios de valor de los usuarios. Y a su vez, las innovaciones incorporadas por el periodismo digital fortalecen la cultura participativa (Jenkins, 2008) y el ecosistema digital (Scolari, 2008) del presente. “En su evolución conjunta con las tácticas desarrolladas por sus usuarios habituales, un medio contribuye a moldear la vida cotidiana de las personas, y al mismo tiempo esta socialidad mediada se integra al tejido institucional de la sociedad en su conjunto”. (Van Dijck, 2016, p. 13).

Una mirada amplia nos muestra, en principio, que el columnista clásico y el primigenio videocolumnista se asemejan en la regularidad de sus publicaciones y la indisputable autoría de sus contenidos (escritos o audiovisuales). Asimismo, la estructura de sus razonamientos busca acercarse a un público determinado, razón por la cual sus mensajes muestran marcado carácter personalista, de tenor intimista. Por último, ambos tipos de opinadores coinciden en su empeño por abordar temas de relevancia sociopolítica, desplegando una comunicación generalmente argumentada que en ocasiones enfrenta consideraciones de pares que opinan sobre el mismo asunto y se dirigen al mismo público.

No obstante, también se encuentran diferencias que se desprenden del soporte material sobre el que se desenvuelve su labor: la figura del columnista tradicional surgió en una época en la que el papel era el sustento de un restrictivo código, limitación que obviamente no enfrenta el videocolumnista quien -como su nombre lo dice- echa mano de la versatilidad del soporte material audiovisual y multimedia de aparición reciente.

Como agente de la esfera pública moderna de fuerte sentido centralizado, el columnista clásico emplea un logos erudito con el que busca consolidar su *ethos* (talante) ante todo intelectual y su compromiso con el establecimiento de la verdad (típico de la Modernidad), de allí que sus razonamientos sean esencialmente dialécticos. Por su parte, el videocolumnista se desenvuelve como agente de una esfera pública virtual marcadamente fragmentada; se enfoca en percepciones caleidoscópicas respaldadas por la flexibilidad tecnológica que le facilitan un carácter ante todo creativo. De allí que su logos sea un medio para reforzar un pathos (ánimo) sobre el que se apoyan razonamientos principalmente retóricos, que le sirven de instrumento para presentar de manera sencilla no sólo las probabilidades de una situación sino la tendencia política que marca el derrotero de sus apariciones.

A manera de conclusión

Aunque la idea occidental de libertad de expresión y libertad de prensa nació antes de la denominada Sociedad Red (Castells, 2000), las dinámicas humanas digitales impulsan no sólo la aparición de nuevos usos y prácticas, sino la aparición de nuevos agentes que llevan a la redefinición de principios y conceptos clásicos de la democracia en Occidente. Si antes de la aparición de los medios electrónicos muchos científicos sociales renegaban del conformismo y la inactividad de los ciudadanos que no expresaban sus inconformidades abiertamente al público -señala De Sola Pool (1993)-, hoy, en vista de la dispersión en la producción facilitada por los medios digitales, se quejan de la falta de conciencia, la irracionalidad y el carácter atomizado de la sociedad del presente.

De allí que se encuentren profesionales inquietos ante la aparente desaparición del espíritu de la prensa del siglo XVIII como mediadora de la discusión pública, en consonancia con la posición crítica de Jürgen Habermas que ha culpado a los avances del industrialismo de haber convertido a la esfera pública moderna en simple medio "para una cultura del consumo" (1985, p.128).

Habría que decir, más bien, que el carácter público es hoy más complejo si se observa detenidamente cómo cuestiones que ocurren en la vida offline saltan a la vida online, y viceversa, generando posibles interdependencias en ambos espacios de discusión pública.

“Los patrones de comportamiento existentes en la socialidad offline (física) se mezclan cada vez más con las normas sociales y sociotécnicas generadas en el entorno online, que adquieren así una nueva dimensionalidad”

(Van Dijck, 2016, p. 23).

Es decir, de no ser por esa sobre excitación opinativa, no sería posible cimentar una versión mucho más acotada de la libertad de expresión como baluarte renovado del periodismo contemporáneo. En este sentido, los medios digitales deben comprenderse como la arena en la que permanentemente se ajustan, desajustan y reajustan los modelos y las reglas de comunicación tradicional entre los humanos, particularmente si se tiene en cuenta que las herramientas tecnológicas de hoy empoderan a personas comunes y corrientes que en muchas ocasiones prescinden de los expertos y los especialistas que opinan, ratificando con ello el fin de las jerarquías y la verticalidad de la información en favor de la *autocomunicación de masas* (Castells, 2009).

Se entiende, entonces, que quienes en 2016 asumieron el rol de videocolumnistas desarrollaron, ante terceros en masa, formas de liderazgo virtual en un momento preciso de una polémica política que generó interés en la ciudadanía de a pie -como sucedió durante los meses previos al Plebiscito por la Paz en Colombia-, aparentemente renunciando a la razón, pero en realidad planteando argumentos razonables, antes que racionales. Esa intención coyuntural los llevó a ellos (y a otros videocolumnistas) a utilizar las ventajas y potencialidades de las herramientas multimediales para usar y reusar información, combinada con estrategias retóricas que sirvieron para hacerse visible a la masa anónima y amorfa que diacrónicamente consultaba su opinión en video.

Lo que experimentó -y sigue experimentando- el periodismo de opinión podría equipararse con la expansión de las publicaciones “no oficiales” que aparecieron en Europa en los siglos XVI y XVII que sirvieron para acercar la esfera política a la cotidianidad de las gentes del común. Igualmente, mientras el prototipo de columnista clásico fue producto de la mezcla del capitalismo impreso de inicios de la modernidad y el capitalismo industrial del siglo XIX, el videocolumnista sería el primer esbozo del opinador generado por el capitalismo informacional del siglo XXI. Así mismo, el videocolumnista, en su condición de prosumidor digital, sería la verificación de la transformación de la teoría de los dos pasos -*two-step flow*, en teoría de los tres pasos -*three-step flow*.

Claramente esto representa un escenario de importantes redefiniciones de orden epistémico y práctico en el periodismo. Epistémico, porque a este oficio en tiempos de internet le asalta la duda permanente acerca de si efectivamente se está ante un nuevo periodismo, o si por el contrario, es el mismo ejercicio acompañado de otras mediaciones. Y práctico, toda vez que sus estilos se ven obligados a modificarse debido a que el acceso a los datos es más fluido e impersonal. Ante esta preocupación de un sector del profesionalismo, habría que decir que así como la aparición histórica de una nueva invención técnica de

comunicación no ha significado la completa desaparición de sus antecesores (Cervera Gil, 2004), también podría afirmarse que la crisis generada por la aparición del videocolumnismo no llevará al columnismo clásico a su desaparición sino a su fortalecimiento. Por ello -después de conocer el intelectualismo en la divulgación de información nacida tres siglos atrás y presenciar hoy día la aparición de opinadores audiovisuales online-, las reflexiones acerca de manifestaciones periodísticas en la esfera pública virtual (como el videocolumnismo) deberían comprender los actuales contextos comunicativos como posibilidad de consolidación de los principios democráticos de la información en el presente siglo.

Referencias

- Alvarez, Jesús Timoteo (2004). Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental. En: Historia del periodismo Universal. Carlos Barrera -coordinador-. España, Ariel, pp. 25-40
- Albadalejo, Tomas (2012). La retórica política y comunicación digital. La ampliación de la poliacroasis. En: Del Río Sanz, Emilio, Ruiz de la Cierva, M^a del Carmen, y Albadalejo, Tomás (editores). Retórica y política. Los discursos de la construcción de la sociedad. España, Instituto de Estudios Riojanos, pp. 49-66
- Anderson; Benedict (2006). Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo [1983]. México, Fondo de Cultura Económica
- Aran-Ramspott, Sue; Fedele, Maddalena; y Tarragó, Anna (2018). Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la preadolescencia. En: Comunicar, Revista Científica de Educomunicación. España, N° 57, v. XXVI, pp.71-80
- Asmar, Patricia (1997). La Narrativa en Multimedia. Algunas implicaciones de las nuevas tecnologías en la formación de comunicadores. En: Palabra Clave, 55 (2), 55-72.
- Briggs, Asa y Burke, Peter (2002). De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación. España, Taurus
- Castells, Manuel (2000). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red. [1996]. Madrid, Alianza
- _____ (2009). Comunicación y poder. Madrid, Alianza
- Cervera Gil, Javier (2004). Comunicación social y generalización de la cultura de masas. En: Historia del mundo contemporáneo, siglos XIX-XX. Javier Paredes -director-. España, Ariel, pp. 780-801
- Cooley, Charles Horton (2005). El yo espejo [1902]. En: CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. No. 10, 2005, pp. 13-26
- Dader, Jose Luis (1992). La personalización de la política. En: Muñoz-Alonso. Alejandro. et.al. Opinión pública y comunicación política. Madrid. Eudema. pp.351-367
- Dahlgren, Peter (2012). Mejorar la participación: la democracia y el cambiante entorno de la web. En: Internet y el futuro de la democracia. Champeau, Serge e Innerarity, Daniel (compiladores). Barcelona, Paidós, pp. 45-67
- De Balzac, Honoré (2009). Monografía de la prensa parisina: Los periodistas [1843]. Zamora. Comunicación Social
- De Sola Pool, Ithiel (1993) Tecnologías sin fronteras: De las telecomunicaciones en la época de la globalización. México, Fondo de Cultura Económica
- Dimitriu, Andrés (1997). Cuando las cosas son llamadas por su precio: del periodismo de opinión a la información como valor de cambio. En: Entel. Alicia - compiladora-. Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo. Argentina, Paidós. pp. 217-231
- Eisenstein, Elizabeth (1968). Some conjectures about the impact of printing on western society and thought: a preliminary report. The Journal of Modern History, Vol. 40, No. 1 (March), pp.1-56

- Gonzales García, María (2010). Los líderes de opinión o influentials en las redes sociales de Internet. Hacia el Three-Step Flow que defina los procesos de influencia personal en la Red. España, Memorias II Congreso AEIC Malaga 2010
- Habermas, Jurgen (1981). Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública [1962]. Barcelona. Gustavo Gili
- _____ (1985). La esfera de lo público. En: *Dialéctica*. Vol. 10. No. 17. México. UAP. pp. 123-130
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture: La Cultura de la Convergencia: De los Medios de Comunicación*. Madrid: CIC Cuadernos de Información y Comunicación
- Keen, Andrew (2007). *The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture*. Estados Unidos, Doubleday
- Laborda Gil, Xavier (2012). *De retórica: La comunicación persuasiva*. Barcelona, UOC
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La Cultura de la Sociedad Digital: Antrhopos*. Orihuela, J. L. (2008). La hora de las redes sociales. Recuperado de http://www.luminpdf.com/files/10767632/nueva_revista_08.pdf
- López Eire, Antonio (2000). *Esencia y objeto de la retórica*. España, Universidad de Salamanca
- Monzón, Cándido (2008). El hombre espectador en la cultura de masas: Opinión pública y medios de comunicación. En: Capellán. Gonzalo-editor-. *Opinión pública: Historia y presente*. España. Trotta. pp. 207-225
- Muñoz Alonso, Alejandro, Monzón, Cándido, et.al. (1992) *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema
- Rey, Germán (2014). Transformaciones de la cultura y variaciones de las políticas. Del ecosistema mediático al ecosistema digital en Colombia. En: *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*. Febrero -mayo. Recuperado de www.telos.es
- Reygadas R., Pedro, y Haidar E., Julieta (2001) Hacia una teoría integrada de la argumentación. En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, México, Universidad de Colima. Vol. 7, No. 13, junio, pp. 107-139
- Salaverría, Ramón (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. (7), pp. 383-395.
- Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa
- _____ (2009). Alrededor de las Convergencias. Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales, y transformaciones en el ecosistema de medios. En: *Signo y Pensamiento*, 28(54), pp. 44-55.
- Toffler, Alvin (1980). *La tercera ola*. Barcelona, Plaza & Janes
- Turkle, Sherry (1997). *La vida en pantalla: La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona, Paidós
- Van Dijk, Teun (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona, Gedisa
- Van Dijck, Jose (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Siglo XXI
- Van Eemeren, Frans H. (2012) *Maniobras estratégicas en el discurso argumentativo*. México, Plaza y Valdes
- Van Horn Melton, James (2009). *La aparición del público durante la ilustración europea*. Valencia. PUV
- Villamarin Carrascal, José (2011). *La retórica en los artículos de opinión: Teoría, metodología y análisis de casos*. Ecuador, Ciespal
- Williams, Raymond (1971). *Los medios de comunicación social*. Barcelona, Península
- _____ (2001). *Cultura y sociedad, 1780-1950*. De Coleridge a Orwell. Argentina, Nueva visión

— Notas

[1] Este artículo es producto de la investigación "Comunicación emotiva de videocolumnistas colombianos en el contexto político del Plebiscito por la Paz en 2016".

[2] 'Posverdad', palabra del año. El País (España). 17 de noviembre de 2016. Online:

http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html

[3] Conferencias TED Colombia: "Llegó la hora del periodismo visceral", María Paulina Baena. 5 de enero de 2017. Consultado 10 de mayo de 2017. Online: <https://www.youtube.com/watch?v=d3KnXm4ScXk> - También en "Colombia es un país mojigato, yo digo lo que pienso y ya": Adolfo Zableh. Kienyke. 4 de agosto de 2016. Consultado 12 de mayo de 2017. Online:

<https://www.kienyke.com/historias/colombia-es-un-pais-mojigato-yo-digo-lo-que-pienso-y-ya-adolfo-zableh> -

[4] En este escrito los diversos géneros de periodismo de opinión (editorial, crítica, comentario, entre otros) se entienden bajo el término "columna", es decir como un sólo género de opinión en el que un periodista (ciudadano profesional del área o no) presenta una posición personal basada en razonamientos o reflexiones acerca de un hecho, personaje o cuestión de interés público.

[5] Aunque el creador de este término, Alvin Toffler (1980) no describió propiamente al prosumidor digital de nuestros días, vislumbró genéricamente al prosumidor, un sujeto capaz de disolver la línea entre el productor y el consumidor implantada por el industrialismo ("la segunda ola"), para darle paso a una

época (la "tercera ola") en la que las gentes ya no se limitan a ser simples receptores y consumidores pasivos de bienes y servicios, sino emisores y productores activos. Una época en la que el público "se desmasifica" al articularse con artefactos técnicos que facilitan sus apropiaciones.

[6] Allí Voltaire dice estar animado por "un espíritu de justicia, de verdad y de paz" en pro de limpiar públicamente el nombre del condenado Calais ante "Europa entera".

[7] En 1898 Emilé Zolá imploraba a la humanidad verter luz en favor del capitán Alfred Dreyfus como "medio revolucionario de activar la explosión de la verdad y de la justicia". Afirmaba Zolá: "Mi ardiente protesta no es más que un grito de mi alma. Que se atrevan a llevarme a los Tribunales y que me juzguen públicamente".

[8] Canal de Youtube producido por un grupo de jóvenes periodistas profesionales encabezado por su presentadora María Paulina Baena. Desde su inicio ha estado respaldado por el periódico El Espectador. El formato usado por este canal es el monólogo de opinión apoyado en spots periodísticos relacionados con las argumentaciones planteadas.

[9] Canal de Youtube producido por el joven abogado Walter Rodríguez. La apertura de este canal data de diciembre de 2015. Aunque Rodríguez no proviene del mundo periodístico ni era reconocido masivamente antes de 2016, las producciones de este ciudadano se han desarrollado en el formato televisivo de opinión late night show.

— Para citar este artículo:

Gaviria Cuartas, Cesar, y Polo Paredes, Diego Alberto (2019). **VIDEOCOLUMNISMO. Desafíos para el periodismo de opinión.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 105 - 124.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a5>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

EL CANDOMBE ARGENTINO COMO REPERTORIO DE ACCIÓN CULTURAL POPULAR

Jorge Iván Jaramillo Hincapié *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a6>

A la memoria de Mari Mariño (mayo del 2010)

"...los afroargentinos, no pasaron por la esclavitud en apática dependencia, ni con entusiasmo despreocupado, ni con triste nostalgia por la libertad en el más allá, sino desarrollando un universo que seguía siendo fundamentalmente africano, a pesar de ser expresado en formas occidentales" Picotti (1998, pág. 29).

Resumen

En el artículo se describe el repertorio de acciones populares que desde lo subalterno girando hacia acciones de resistencia, se realizan en torno al candombe en Argentina; manifestación cultural de origen negroafricano, que aunque es considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad, se esfuerza por su visibilización en el hegemónico discurso cultural de ese país. El análisis del trabajo de campo se realizó con la Asociación Civil África Vive, la Sociedad de Socorros Mutuos Unión Caboverdeana de Dock Sud y el Proyecto de Apoyo a los Afroargentinos y sus Organizaciones de Base.

Palabras clave: afroargentinos; candombe; culturas populares; repertorios de acción.

Recibido. Marzo 11, 2019

Aceptado. Abril 01, 2019

* Doctor en Conocimiento y Cultura en América Latina (IPECAL - México), Posdoctor en Comunicación, Educación y Cultura (Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y Universidad Santo Tomás (Colombia). Doctorando en Antropología Social (IDAES -UNSAM, Argentina). Magíster en Ciencias Sociales (Universidad Nacional de General Sarmiento - Argentina). Especialista en Docencia Universitaria (Universidad Complutense de Madrid - España). Comunicador Social - Periodista (Universidad de Antioquia - Colombia). Profesor Honorario Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión - Perú. Profesor Asociado, Universidad Central - Departamento de Comunicación Social y Periodismo. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7977-396X> ; e-mail. ivanjaramillo458@gmail.com

ARGENTINEAN CANDOMBE AS A REPertoire OF POPULAR CULTURAL ACTION

Jorge Iván Jaramillo Hincapié *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a6>

To the memory of Mari Mariño (May 2010)

"...the Afro-Argentines did not go through slavery in apathetic dependence, neither with unconcerned enthusiasm, nor with sad yearning for freedom in the hereafter, but by developing a universe that remained fundamentally African, despite being expressed in occidental shapes" Picotti (1998, p. 29).

Summary

The article enquires about candombe in Argentina, a cultural manifestation of black African origin, that even it is considered Cultural Heritage of Humanity, it strives for its visibility in the hegemonic cultural discourse of this country. The analysis of the fieldwork was carried out in compliance with the Civil Association Africa Vive, Sociedad de Socorros Mutuos "Unión Caboverdeana" of Dock Sud and the Project to Support Afro-Argentines and their Grassroots Organizations.

Key words: afro-argentineans; candombe; popular cultures; action repertoire.

Recibido. March 11, 2019

Aceptado. April 01, 2019

* Doctor en Conocimiento y Cultura en América Latina (IPECAL - México), Posdoctor en Comunicación, Educación y Cultura (Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y Universidad Santo Tomás (Colombia). Doctorando en Antropología Social (IDAES -UNSAM, Argentina). Magíster en Ciencias Sociales (Universidad Nacional de General Sarmiento - Argentina). Especialista en Docencia Universitaria (Universidad Complutense de Madrid - España). Comunicador Social - Periodista (Universidad de Antioquia - Colombia). Profesor Honorario Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión - Perú. Profesor Asociado, Universidad Central - Departamento de Comunicación Social y Periodismo. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7977-396X> ; e-mail. ivanjaramillo458@gmail.com

O CANDOMBE ARGENTINO COMO REPERTÓRIO DE AÇÃO CULTURAL POPULAR

Jorge Iván Jaramillo Hincapié *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a6>

Em memória de Mari Mari Mariño (maio de 2010)

"os afro-argentinos não passaram pela escravidão na dependência apática, nem com entusiasmo despreocupado, nem com triste nostalgia da liberdade no futuro, mas desenvolvendo um universo que permaneceu fundamentalmente africano, apesar de expresso em formas ocidentais" Picotti (1998, p. 29).

Resumo

O artigo investiga o candombe na Argentina, uma manifestação cultural de origem negra africana, que embora seja considerada Patrimônio Cultural da Humanidade, busca sua visibilidade no discurso cultural hegemônico deste país. A análise do trabalho de campo foi realizada com a Associação Civil África Vive, a Sociedade de Socorros Mútuos Unión Caboverdeana de Dock Sud e o Projeto de Apoio aos Afro-Argentinos e suas Organizações de Base.

Palavras-chave: afro-argentinas; candombe; culturas populares; repertórios de ação.

Recebido. Março 11, 2019

Aceitado. Abril 01, 2019

* Doctor en Conocimiento y Cultura en América Latina (IPECAL - México), Posdoctor en Comunicación, Educación y Cultura (Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y Universidad Santo Tomás (Colombia). Doctorando en Antropología Social (IDAES -UNSAM, Argentina). Magíster en Ciencias Sociales (Universidad Nacional de General Sarmiento - Argentina). Especialista en Docencia Universitaria (Universidad Complutense de Madrid - España). Comunicador Social - Periodista (Universidad de Antioquia - Colombia). Profesor Honorario Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión - Perú. Profesor Asociado, Universidad Central - Departamento de Comunicación Social y Periodismo. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7977-396X> ; e-mail. ivanjaramillo458@gmail.com

Introducción

En el artículo se indaga por el candombe en Argentina, manifestación cultural de origen negroafricano, que tiene presencia en la cultura Uruguaya desde hace más de doscientos años, y es considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad. De lado se deja la discusión de sí el candombe es uruguayo o argentino [1] en tanto este es un debate zanjado, reconociendo la presencia de diferentes rasgos [2] comunes en la expresiones culturales del contingente negro en Latinoamérica. Tampoco se aborda el análisis de las letras del candombe. Nos adentramos al candombe en Argentina mediante entrevistas y observaciones realizadas a integrantes de la Asociación Civil África Vive, la Sociedad de Socorros Mutuos Unión Caboverdeana de Dock Sud y el Proyecto de Apoyo a los Afroargentinos y sus Organizaciones de Base, en las que tienen presencia integrantes de la familia Lamadrid, quienes han abierto un espacio al candombe dentro de las artes del Gran Buenos Aires.

1. Encuentros con la Familia Lamadrid

María Magdalena Lamadrid "Pocha" de la organización África Vive, comenta que los encuentros, son un espacio para que personas de distintos orígenes conozcan no solo a la agrupación sino a las "tías", depositarias de una tradición oral que viene desde comienzo del siglo XX. También se conocen las nuevas generaciones, se integra la familia Lamadrid con los invitados y se visibiliza la organización.

La Familia, es el nombre que le dan a la agrupación de candombe que a su vez está integrada por miembros de la misma familia Lamadrid. A sus encuentros se vinculan amigos/as, académicos/as y miembros de otras organizaciones así como público que:

"se va enterando que el candombe argentino existe y está vivo, aunque no esté dentro de los programas de la Provincia o el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires".



Imagen: Iván Jaramillo, La Matanza.

A los encuentros [3] también asisten periodistas, fotógrafos, académicos, dirigentes y miembros de otras organizaciones afroargentinas, estudiantes y vecinos del Partido de la Matanza. Las jornadas se inician con el típico asado argentino, vino y la presencia de dos de las “tías mayores” de la familia.

María Magdalena indica que convoca a la comunidad negra de la siguiente manera:

“yo voy por la calle o estoy en algún bar u hospital y veo los rasgos de una persona, me le acercó y le pregunto por su nombre y apellido, ahí ya comenzamos a hablar, seguimos en contacto y algunas veces me he encontrado con gente que iba a la Casa Suiza o incluso familiares lejanos o familias amigas de otros momentos”.

Magdalena, empezó a concientizar acerca del ser negro en Argentina, mediante charlas en la casa de uno de sus hermanos, su idea era aportar a la reconstrucción de la identidad, la autoidentificación. Según ella esto ha dado frutos y hoy día sus primos Hugo Lamadrid y Carmen Yanone “Pelusa” y su hija Mailén Lamadrid están trabajando directamente en la organización:

“Yo inicié esto en las casas de mi familia, de mis primas, contándole a los chicos que tenían ya su orquestita, su conjuntito. Yo les venía diciendo de que ellos tenían que apoyarse en el candombe argentino, porque ellos no lo tuvieron que ir a aprender a ningún lado, que estaba en la familia, que si ellos saben tocar los tambores es porque estaba en la familia, creo que eso los hizo más vagos, porque como lo tuvieron ahí, no le dieron el valor que tenía, entonces estuve casi dos años dando esa charla, casa por casa, familia por familia.

Yo tengo una sobrina que crie desde los 9 meses, se llama Celeste, y un día, llegó de trabajar a la tarde y me la encuentro en la escalera llorando que el papá y la mamá no la dejaban ir a un baile en el barrio, era en un club que hay en el barrio. Entonces le digo: déjame descansar un rato te llevo yo; que conmigo la dejaban ir. Cuando llegamos ahí me encuentro con que estaba el conjunto de mi hermano y abren el show tocando el candombe argentino, yo lloraba, porque a mí esas cosas me ablandan en el sentido de que dos años tuve que luchar para que todos entendieran que esto es lo que tienen adentro. No es una cosa que lo tienen que aprender”.

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009)

1.1 “Yo Desperté”

[María Magdalena] “Yo bailé desde chica, yo no sé cuando desperté creo que fue cuando tenía 12 años, hasta ese momento yo iba a la Suiza a mirar, un día me dijeron bailá y salí y no sé qué bailé, pero la cuestión es que al rato vino un hombre que me dijo “vas a tener que aprender tres coreografías, nos vamos dentro de cuatro días” y bueno, me las aprendí. Oswaldo se llamaba el petizo, y le gustaba escuchar el tambor y practicar, porque era un tipo que te hacía practicar dos horas

todos los días de lunes a viernes. Ensayamos en los lugares más raros; la mamá de él limpiaba una sinagoga, y se la prestaban a él a la noche para que fuéramos a ensayar ahí. Y ahí aprendí a mover las manos, a mover la cintura, o sea encontré el estilo y yo me di cuenta de que los chicos, o sea mi familia, les faltaba eso, les faltaba saber de que esto del baile es una cosa de que no hay muchos que lo hagan.

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009)

El “desperté” designado en el discurso de nuestra entrevistada se podría analizar en clave de despertar étnico y racial, en un clima generado en todo el continente desde los años setenta con el surgimiento de los movimientos negros en Estados Unidos, y en la década del ochenta en toda Latinoamérica con la eclosión de movimientos sociales indigenistas que fueron adhiriendo a su causa la problemática afro-latinoamericana, hasta la década de los noventa donde en varios países se contempla en las constituciones nacionales la inclusión de las comunidades negras y muchas de ellas asumen movimientos propios e independientes.

Para María Magdalena el candombe argentino existió, existe y ella es exponente directa del mismo, por eso dice: “es lo que tenemos adentro” (en el discurso de nuestra entrevistada el término candombe está relacionado con la nación, en todas sus interpelaciones, como un común diferenciador frente a la permanente oposición (discursiva) a la práctica del candombe uruguayo en algunos sectores de la ciudad).

[María Magdalena] Cuando yo bailo, yo no bailo para el público, yo bailo para mí. Entonces yo les decía a mis sobrinos siempre que agarren los tambores piensen y méntanse en el sonido que quieren sacarle a ese tambor. Y bueno hasta ahora, vos ves tocar a mi sobrino Cutín y agacha la cabeza y toca para él. Y mi hermano lloraba de verlo tocar, por ser tan tímido, tan calladito que no se puede creer que toque tan bien, que sepa el ritmo y que lo toque bien. Y eso es lo que me gustó y todos dicen que es mi preferido y es verdad, no nos llevamos bien porque él es muy impuntual; pero es derecho. Ellos saben cómo bailo y saben acompañarme, ¿por qué no mostrar esto al mundo?

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009)

Ella nombra lo innombrable, lo resignifica, le atribuye un nuevo valor y lo trae a la escena actual desde su propia interpelación, ella muestra lo que estaba subsumido o soterrado por el efecto de la hegemonía en el campo cultural. Tal vez no se podría hablar del mismo candombe de finales del siglo XIX, pero si de un arte reconfigurado o resignificado, todo a partir de los recuerdos y contenidos que aún quedan en la memoria de las y los descendientes de las familias negras en la Argentina.

1.2 La Suiza

[Paulina] “Nosotros los caboverdianos (esta identificación se refiera a los descendientes de los inmigrantes venidos de las islas de Cabo Verde a comienzos del siglo XX) íbamos a la Suiza, pero siempre daba la sensación de estar los unos a un lado y los otro de otro. Conocíamos a todas las familias y la pasábamos muy bien en los bailes, pero no nos terminábamos de juntar del todo” (Paulina, Dock Sud, agosto del 2009).

La mención que se hace a la Suiza, refiere a la casa en la que se realizaban los bailes de carnaval convocados por el *Shimmy Club* desde 1920 hasta 1970. Los *Lamadrid* era una de las familias asiduas a esos eventos. En general los entrevistados hacen mención a los bailes en la Casa Suiza, en la que cada mes, “así fuera pagando, se encontraba toda la Raza”.

“Siempre íbamos con toda mi familia a la Suiza, desde los más chiquitos hasta los grandes, conocíamos a todas las familias y siempre allí nos enterábamos cómo andaban muchas de nuestras amistades y era un momento de fraternidad muy intenso”

(Marí Mariño, San Telmo, febrero del 2010)

“Yo estaba muy chica y la que me llevaba era mi abuela, lo que más me gustaba era que cuando dejaban desocupada la pista yo me ponía a patinar con mis amiguitas, pero allí estábamos todas las familias y era un momento de encuentro de todos”

(Beba Datarmani, San Telmo, febrero del 2010)

“Yo allí iba a bailar, a encontrarme con mis amistades, tocaba el tambor y era el momento para ver a muchas personas que no veíamos durante el mes”

(Hugo Lamadrid, noviembre del 2009)

2. El candombe

“El candombe como modo de ser de nuestra cultura ha tenido origen en distintos lugares del continente americano y aún tiene vigencia. La Argentina no es la excepción. El candombe en la República Argentina encuentra sus orígenes en la era colonial y desde ese momento ha tenido un desarrollo ininterrumpido hasta nuestros días. Como hecho social, cultural y musical, el candombe fue mantenido por nuestros ancestros en el seno de nuestras familias quienes supieron sostenerlo y transmitirlo a las generaciones jóvenes con orgullo y profunda espiritualidad”.

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009)

El candombe como música internacional, surge desde un panorama local con un repertorio local [4]. Siguiendo el argumento de Paul Gilroy en el *Atlántico Negro*, por la transnacionalización de la industria cultural se cruzan signos racializados nacionales en la diáspora africana; una consecuencia no esperada de la industria cultural; apuntamos a este proceso de transnacionalización por el cual aparece la rumba afro-cubana entre los afrodescendientes de la ciudad de Buenos Aires desde al menos mediados del siglo XX.

“Los candombes que pasaron de boca en boca los recuperamos acordándonos de lo que cantábamos cuando éramos chicos, las letras que les escuchábamos a nuestras viejas y que nos iban enseñando. Por ejemplo, mis tías, que son las mellizas cantaban entre ellas los candombes, se retrucaban. Esas letras nos las aprendimos nosotras y hablo de lo que yo sé y María Elena; que es lo que tocan en Bakongo.

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009).

La mención de nuestra entrevistada sobre el grupo Bakongo [5] da a lugar a indicar que en varias ocasiones nos aproximamos a esta organización donde tuvimos la oportunidad de asistir a un evento social por su aniversario, allí logramos observar como al llegar la media noche se instalan los tambores en medio del salón y se inicia lo que denominan como música candombe. Ruth Silva (76 años), invitada especial y miembro honorario de la Organización, al sonar los tambores, se pone de pie, se lleva una mano a su frente y otra en la cintura y empieza a danzar, todos la rodean y se inicia el baile.

En África Vive la cuestión culturalista nace como una de las primeras iniciativas para visibilizarse, inician las reuniones y todo el proyecto queda a mitad de camino por diferentes circunstancias pero Misibamba retoma esta iniciativa y la lleva a cabo. Los cantos, las letras y todo el repertorio cultural del candombe ha sobrevivido [6].

“Cuando mis sobrinos empezaron con La Familia Rumba Nuestra, tocaban de todo hasta que yo hice el trabajo casa por casa para que incluyeran esos candombes que yo me acordaba. Yo volví a mis raíces, volví al candombe”.

(Entrevista a María Magdalena , Buenos Aires. 15 de mayo del 2009).

Entre el 2009 y 2010, asistimos a dos presentaciones públicas de su agrupación de candombe, una en el Centro Cultural Ricardo Rojas y otra en El Rosedal. Esto nos sirve para tener en cuenta que hay otras agrupaciones recuperando el candombe argentino. Carmen Yanone “Pelusa”, quien práctica y permanentemente se presenta en diferentes escenarios públicos del país, advierte del significado del candombe para la cultura negra argentina.

[Carmen Yanone] “Yo puedo decir que soy afroargentina, este movimiento me parece muy maravilloso, necesitamos que todo el pueblo argentino se conscientice de que todos los afroargentinos y todos los afro que están llegando tienen que ver con este bendito país, nosotros somos quinta generación que durante muchísimos años, hemos mostrado nuestra cultura a través del candombe argentino. Tal vez son muy pocos los que saben que nosotros los argentinos tenemos una música milenaria que es el candombe argentino. El movimiento se está mostrando a través de su cultura, el baile y el canto de esta música nuestra”.

(Entrevista, Carmen Yanone, Buenos Aires, septiembre de 2009).

Carmen Yanone asume la raíz afro como algo referido directamente en un sentido étnico, lo afro como equivalente a lo negro desde su propia acepción, y un sentido abarcativo al mencionar “todos los afroargentinos y todos los afros que están llegando”, es una identidad ampliada hacia una concepción de diáspora que engloba no sólo a los afroargentinos sino a todas las organizaciones y el movimiento migratorio como el que se viene dando los últimos años en la argentina.

En entrevista con Juan Suaqué, presidente de la Asociación Cultural Misibamba, le preguntábamos por la posibilidad de trabajar en conjunto con las otras organizaciones afroargentinas, para el rescate de sus artes y la consolidación organizacional, comentó:

“Nosotros nos designamos como afroargentinos del tronco colonial, actualmente estamos trabajando al interior de la organización y el no juntarnos es reconocer de cierta manera que todo el contingente negro no es lo mismo, por eso la división”. Con respecto a esta respuesta surge la pregunta de si en Argentina, hay una cierta etnización de las organizaciones afro. Quizás piensan que para ser un buen negro argentino es necesario ser un buen candombero [7].

Queda claro entre África Vive y Misibamba, están conformadas por afroargentinos, no tienen, en el momento “comunicación oficial” entre ellas. María Magdalena Lamadrid no se reconoce como perteneciente a la categoría usada por Misibamba de *afrodescendientes argentinos del tronco colonial*, incluso su mismo uso no le hace sentido, porque según ella le parece que es una expresión (categoría) exclusiva que no tiene en cuenta a otras organizaciones afroargentinas.

María Magdalena Lamadrid se define como “negra argentina descendiente de quinta generación”. Estas organizaciones no realizan actividades sociales en común, y tampoco tienen comunicación, a pesar de que en ambas hay integrantes que son familiares entre sí. Misibamba se ha dedicado a realizar una serie de actividades y presentaciones en conjunto con la Casa Indoafroamericana de Santa Fe liderada por Lucía Molina, haciendo jornadas de candombe y charlas en Córdoba. Recientemente participaron en la celebración del Bicentenario argentino.

África Vive se está reestructurando internamente y no posee agenda pública. En este contexto, no hay competencia alguna por representatividad de alguna de las dos organizaciones en el espacio público. África Vive ha optado por mantener un bajo perfil, mientras Misibamba mantiene una agenda activa.

Reflexión final

El candombe en Argentina, intentan interpelar a una escala mayor al Estado y no deja de evidenciar la importancia de nombrarle como tal. Esto quizás se explique debido a que a finales del siglo XIX e inicios del XX - como se lee en los diarios de la época [8], y argumenta George Reid Andrews- la presencia negra en el Gran Buenos Aires ha sido desvanecida hasta llegar a su completa negación [9].

Graciela Rodríguez (2008) plantea que las manifestaciones culturales implican reconquistar lo anónimo a través de dejar marcas en el sistema y, consecuentemente, la salida hacia los espacios libres (Pág.331). Lamborghini y Frigerio (2010) advierten que en Argentina no se puede hablar de un movimiento social como tal sino de un

“incipiente pero dinámico movimiento social afrodescendiente”. En términos de Bhabha podríamos estar hablando de ese “intersticio” del que hacen uso las organizaciones negras para instrumentalizar algunas tácticas de resistencia (en el caso que nos convoca, el candombe como repertorio de acción cultural) en el intento de instalar sus demandas en la esfera pública.

En Argentina para el siglo XX el arte de los negros fue relegado al interior de los hogares de los afroargentinos, o desplazado a la Provincia de Buenos Aires, en esos espacios cerrados íntimos se conservó y pasó de generación en generación. Por otra parte, como sugiere la tesis de Alicia Martín (2008), también fue transformado entre familias y vecindarios multirraciales de ciertos barrios de la ciudad de Buenos Aires en lo que hoy se conoce como murga porteña, una forma viva del carnaval de esta ciudad en esferas públicas locales a lo largo del siglo XX.

Si se asumen las expresiones populares como el registro de actividades que provienen desde lo subalterno [10], desde abajo, así como a manifestaciones que no están empotradas en lugares hegemónicos y que dan lectura de lugares de resistencia, se puede colegir que el candombe se inscribe (por el momento) como expresión cultural popular sin llegar a ser masivo popular, como ocurre con la cumbia argentina, el chamamé, cuarteto, rock nacional, zamba, tango o milonga.

Siguiendo a Alabarces en su libro *Resistencias y Mediaciones, Estudios Sobre Cultura Popular (2008)*, preguntarnos hoy por lo popular exige una nueva lectura, un análisis radical que interrogue con dureza la nueva economía de lo simbólico heredada de las dictaduras y el neoconservadurismo[11]. ¿Qué ofende el presunto progresismo? ¿qué es tolerable de la aguda desigualdad simbólica?. Desigualdades harto complejas porque no solo designa -cómo se ha hecho- el acceso a determinados bienes culturales, sino también las condiciones de producción de todo lo simbólico. Además el derecho a la voz. De un modo no menos importante designa el derecho a la visibilidad y a los modos de administrarla. Lo popular nombra en la América Latina contemporánea, aquello que esta fuera de lo visible, de lo decible y de lo enunciable (Pág.25).

Alabarces (2008) deja ver su cercanía con el paradigma de los *Estudios Subalternos*[12] de la India, donde a partir de la lectura que hicieron todos sus integrantes de Gramsci, a la cabeza del historiador Ranahit Guha (1997/2002) se dan a la tarea de *recuperar la voz de los que no tienen voz*, todo a partir de una lectura a contrapelo de la historia, ya más adelante se da el debate con la pregunta de Gayatrik Spivak (1999): ¿Realmente puede hablar el subalterno?

La hegemonía silencia el entramado social subalterno; la primera alcanza a los segundos, quienes se acomodan históricamente a esa invisibilización, y hacen suyos valores de blanquitud y estrategias de enblanquecimiento.

En el paradigma de lo popular como lo expresa Michel de Certeau (1996) “...el espacio instituido por otros, caracteriza la actividad, sutil, tenaz, resistente, de grupos que, por no tener uno propio, deben arreglárselas en una red de fuerzas y de representaciones establecidas. Hace falta “valerse de”. En estas estratagemas de combatientes, hay un arte de las buenas pasadas, un placer de eludir las reglas de un espacio limitante...mil maneras de *hacer/deshacer el juego del otro*” (Pág. 22).

Es de advertir que las organizaciones afroargentinas están en procura de su visibilización, esto a partir de la década de 1990, cuando interpelan por un lugar en la esfera pública, en diferentes estamentos y en la sociedad en general. Dichas comunidades tratan de revertir los estigma de "negro", "cabecita negra", y todo lo relacionado con el contingente negro que poseía una carga negativa y peyorativa. Ahora lo convierten en una de sus fortalezas [13].

En las diferentes entrevistas con María Magdalena Lamadrid siempre tarareó y delectó candombes en castellano e hizo mención de cómo en su momento también bailaron la denominada rumba abierta, salsa, etc.

Luego del anterior recorrido y las observaciones que llevamos adelante en nuestra investigación, nos surgen estas preguntas: ¿para ser un buen negro argentino hay que ser un candombero? ¿para obtener derechos de afro-reparación es necesario andar tocando candombe y convertirlo en su arte más representativo?

Es nuestro interés consignar que en este tipo de estudios, la cercanía, la empatía y también en muchas ocasiones el alejamiento permiten observaciones más concretas y críticas de la cultura popular (Bhabha, 20017), en este caso los afroargentinos dentro de una práctica cultural como lo es el candombe a la que estos actores presentan como representativa de sí mismos y bregan porque así sea en los espacios públicos a los que logran acceder, donde se siguen repitiendo ciertas prácticas hegemónicas, pero que se espera en un futuro ese visibilizarse culturalista sea la punta de lanza para la formación de cuadros políticos y de infraestructura organizativa que les permita construir una plataforma política como tal.

En la línea de Albarces y Añón (2008), se debe seguir explorando:

"...una definición de lo popular entendido como subalterno. Una definición que enfatice el plural pero que no se tranquilice en él; que incluya siempre el conflicto, el poder, la desigualdad, sin naturalizarlos ni cristalizar a los sujetos en ellos; que incorpore a la noción de popular las múltiples articulaciones jerárquicas que permite la noción de subalternidad; que reflexione de modo constante sobre el lugar del intelectual sin enmudecer; que, a contrapelo de expectativas y deseos populistas, pueda ver la reproducción de la dominación articulada en los implacables mecanismos de los medios de comunicación; y que, a contrapelo de expectativas y deseos legitimistas o reproductivistas, agudice el entrenamiento para leer allí mismo pliegues, fisuras, intersticios, tráfico" (Pág.302).

En Argentina la comunicad negra aún no cuenta con un movimiento social consolidado, se observa una serie de organizaciones en busca de maneras de unirse para constituir un gran frente y llegar a ser un movimiento como tal[14]. Es el caso de la agrupación La Familia estableciendo espacios de enunciación, para el candombe argentino [15] con un repertorio de acciones culturales populares para interpelar a dicha sociedad.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo. Añón, Valeria (2008) ¿Popular(es) o Subalterno(s). De la retórica la pregunta por el poder. En: Alabarces, Pablo. Rodríguez, María Graciela (2008) (Comp.), Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular. pp. 281-303, Buenos Aires, Paidós.
- Andrews, George Reid (1989) Los afroargentinos de Buenos Aires 1800-1900, Buenos Aires, Ediciones de la Flor.
- Bhabha, Homi (2007) El lugar de la cultura, Buenos Aires, Manantial.
- Boas, Franz 1993 (1896) Las limitaciones del método comparativo en Antropología. En Renold J. M. Antropología Cultural. F. Boas, A. Kroeber, R. Lowie. Buenos Aires: CEAL.
- Carvalho, José Jorge de (2004) "Las tradiciones musicales afroamericanas: de bienes comunitarios a fetiches transnacionales". En: Serie Antropología Nro. 320, Brasilia, 2002. Republicado en: Arocha, Jaime (org.), Utopía para los excluidos. El multiculturalismo en África y América Latina. Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.
- Castells, Manuel (1974) Movimientos sociales urbanos, México, Siglo XXI editores.
- Certeau, Michel de (1996) La invención de lo cotidiano. Artes de hacer. México, Universidad Iberoamericana.
- Cirio, Norberto Pablo (2007) La música afroargentina a través de la documentación iconográfica, Bogotá D. C., 2007, Universidad Nacional de Colombia, núm. 13, pp. 127-155.
- Frigerio, Alejandro (2000) Cultura negra en el Cono Sur: Representaciones en Conflicto. Buenos Aires, Ediciones de la Universidad Católica Argentina.
- Gilroy, Paul (2008) Después del imperio, Barcelona, Tusquets.
- Grimson, Alejandro. Semán, Pablo (2005) "Presentación: la cuestión "cultural". En: etnografías contemporáneas, (1): 11-20, Buenos Aires, Escuela de Humanidades /Unsam.
- Grignon, Claude. Passeron, Jean-Claude (1991) Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- Guha, Rānahit (2002) Las voces de la historia y otros estudios subalternos, Barcelona, Crítica.
- Guha, Rānahit (1997) La prosa de contrainsurgencia, en: S. Rivera y R. Barragán (comp.), Debates post coloniales: una introducción a los estudios de subalternidad. Bolivia, Ed. Historias-SEPHIS-Aruwiri.
- Hall, Stuart (1984) Notas sobre la reconstrucción "de lo popular". En: Samuel, Ralph (ed.), Historia popular y teoría socialista, Crítica, Barcelona.
- Jaramillo Hincapié, Jorge Iván (2016) Las voces en los bordes de la historia. Presencias y ausencias de las/los afroargentinos en el Gran Buenos Aires. España: Editorial Redactum.
- Jaramillo Hincapié, Jorge Iván (2009) Praxis discursiva del Ejército Zapatista de Liberación Nacional de México. Un caso, las Seis Declaraciones de la Selva Lacandona. España: Editorial Académica Española.
- Lamborghini, Eva. Frigerio, Alejandro (2010) Quebrando la invisibilidad: Una evaluación de los avances y las limitaciones del activismo negro en Argentina. Publicado en El Otro Derecho 41: 139-166. 2010. Revista del Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos (ILSA). Número editado conjuntamente con el IDCARAN/CES, de la Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Martín-Barbero, Jesús (1993) De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía, México, Editorial Gustavo Gili.
- Melucci, Alberto, (1994) "Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales", en Zona Abierta N° 69: Madrid.
- Pérez Ledesma, Manuel (1994). "Cuando lleguen los días de la cólera (Movimientos Sociales, teoría e historia)". Revista Letra Internacional, número 34, Madrid.
- Picotti, Dina (1998) la presencia africana en nuestra identidad, Buenos Aires, Ediciones Colihue.
- Rodríguez, María Graciela (2008) La pisada, la huella y el pie. En: Alabarces, Pablo. Rodríguez, María Graciela (2008) (Comp.), Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular. pp. 281-303, Buenos Aires, Paidós.
- Spivak, Gayatri (1985) "¿Puede el subalterno hablar?" (Traducción de José Amícola) en Revista Orbis Tertius, Año 6, N° 6. Wolkmer, Antonio (2000) El humanismo en la tradición de la cultura jurídica latino-americana, en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/derecho/wolk1.rtf>.

Otras fuentes:

Archivo Histórico General de la Nación Argentina

Hemeroteca de la Biblioteca Nacional Argentina

Videos y charlas con la Asociación Civil Misibamba, su presidente Juan Suaqué, vicepresidenta María Elena Lamadrid y vocal Pablo Cirio.

Entrevistas con María Magdalena Lamadrid "Pocha" presidenta y fundadora de la Asociación Civil África Vive.

Entrevistas con Miriam Gomes (presidenta), Paulina Dias (ex-secretaria) y otros miembros de la Sociedad de Socorros Mutuos Unión Caboverdeana de Dock Sud, Buenos Aires.

<http://bakongocandombeafroargentino.blogspot.co>.

Coloquio que reunió a Elemar do Nascimento Cezimbra, Maristella Svampa, Raúl Prada Alcorezza, Luis Tapia y Raúl Zibechi en torno a la problemática "Movimientos sociales y nuevas prácticas políticas: logros y dificultades en la recreación del lazo social". Disponible en: <http://lavaca.org/mu.shtml>.

Notas

[1] Sobre este tema tanto en Uruguay como en Argentina existen hasta el día de hoy estudios realizados por académicos/as expertos en el tema: Alejandro Frigerio (1993, 2000), Pablo Cirio (2007), Eva Lamborghini (2010), etc.

[2] Aquí retomamos a Boas, para quien, de acuerdo con los principios del relativismo cultural, todas las culturas son iguales y comparables, en este punto Boas ve rasgos de heterogeneidad en las culturas: "La antropología moderna descubrió el hecho de que la sociedad humana crece y se desenvuelve de tal manera por toda parte, que sus formas, opiniones y acciones tienen muchos trazos fundamentales en común" (Boas 1993:25). Varios de los alumnos y teóricos cercanos a Boas retoman su trabajo sobre rasgos culturales y lo llevan a sus arenas de discusión, uno de ellos es Melville Herskovits quien en su libro *El hombre y sus obras* (1952/1948) tiene todo un capítulo dedicado al tema de los rasgos, esto lo teoriza en las discusiones del momento como la antropología moderna descubrió el hecho de que la sociedad humana crece y se desenvuelve de tal manera por toda parte, que sus formas, opiniones y acciones tienen muchos trazos fundamentales en común" (Boas 1993:25). Varios de los alumnos y teóricos cercanos a Boas retoman su trabajo sobre rasgos culturales y lo llevan a sus arenas de discusión, uno de ellos es Melville Herskovits quien en su libro *El hombre y sus obras* (1952/1948) tiene todo un capítulo dedicado al tema de los rasgos,

esto lo teoriza en las discusiones del momento como la supervivencia de rasgos culturales africanos, y Sydney Mintz y Richard Price se suman a la apuesta teórica de Herskovitz en un completo diálogo con el autor, esto sin omitir sus puntos de vista haciéndole críticas: "...no niegan la posible existencia de continuidades en rasgos concretos, les parece más fructífero examinar la existencia de reglas, estructuras, principios o valores (frecuentemente inconscientes) que estructuran la producción de ciertas manifestaciones culturales afroamericanas y que serían equivalentes a los que operan en África (en Frigerio 2000: 31/32).

[3] Hago esta aseveración aun corriendo el riesgo de equivocarme pues según Pierre Bourdieu "Las ideas preconcebidas que desempeñan un papel fundamental en la conversación cotidiana tienen la virtud de que todo el mundo puede recibirlas y además instantáneamente por su banalidad son comunes al emisor y al receptor". Dice Bourdieu "Cuando se emite una idea preconcebida es como si eso ya se hubiera hecho. El problema está resuelto. La comunicación es instantánea porque, en un sentido, no existe. O es sólo aparente. El intercambio de ideas preconcebidas es una comunicación con más contenido que el propio hecho de la comunicación". Si estas ideas preconcebidas de las que habla el autor son las que se dan en el cotidiano entre congéneres se puede entender desde ese lugar, pero si son las ideas

preconcebidas emanadas de expertos o provenientes de la academia, en ese lugar es en el que nos posicionamos para señalar esta cuestión.

[4] Para una disertación completa sobre este tema en Homi Bhabha (2007) *El lugar de la cultura*, Manantial, Buenos Aires.

[5] "El grupo Bakongo está formado por afrodescendientes argentinos del tronco colonial de distintas generaciones. El repertorio que realiza incluye cantos y toques tradicionales de la comunidad afroargentina, así como también algunos de creación actual. Los cantos más antiguos se encuentran en lengua kikongo, en la mayoría de los casos, otros son en castellano combinados con palabras y oraciones en kikongo. Por su parte, los de creación reciente, están cantados enteramente en castellano. La música afroargentina que hoy muestra Bakongo al público en general, es el candombe en su expresión porteña y la rumba abierta, también de expresión porteña, y la zemba. En nuestros gestos y cantos, en nuestros tambores y cuerpos de historia desterrada viven nuestros ancestros...vivimos nosotros los afroargentinos y nuestra cultura, que se alza rebelde frente el olvido que sobre nuestros nombres pusieron..." (<http://bakongocandombeafroargentino.blogspot.co>). Es una cita que nos aporta mucho material de análisis puesto que desde un comienzo se designan dentro del marco del Estado-nación, esa autoinclusividad no deja de estar dentro de la hegemonía de ese mismo Estado "blanqueador" que hasta el día de hoy no los reconoce como comunidad. Igualmente, manejan una interpelación que va desde lo nacional en su autodesignación como "afroargentinos" y luego pasa a una escala local al expresarse como "porteños".

[6] Uno de los académicos más asertivo en este tema es George Reid Andrews (1989) quien es su libro *Los afroargentinos de Buenos Aires 1800-1900*, expone como tesis principal cuatro puntos que hasta el momento resuelven este interrogante: "Reclutados en grandes números en los ejércitos revolucionarios que combatieron a los españoles, los soldados afroargentinos lucharon luego sucesivamente contra los indios, los brasileños y los paraguayos [...] Esta explicación está íntimamente relacionada con la segunda, la del mestizaje, o mezcla racial. Enfrentada a una escasez de hombres de su raza, y supuestamente deseosas de producir

hijos de piel más clara con fines de movilidad social hacia arriba, las mujeres negras y mulatas se dirigieron a los hombres blancos como parejas. Este argumento combina la casi eliminación de los varones negros con el gran flujo de varones inmigrantes europeos posterior a 1850, en una explicación lógica para la declinación de los afroargentinos. Un tercer argumento se centra en las bajas tasas de natalidad y las altas tasas de mortalidad que sufrieron los afroargentinos [...]. Una cuarta explicación, y bastante obvia, es la declinación del comercio de esclavos" (pp. 10/11). Una quinta sería la acomodación (en términos de Sherry Ortner) que puede verse cuando Reid Andrews refiere a la preferencia por autoclasificaciones emblanquecidas como "trigueño", "moreno", "mestizo", y más adelante a partir de la década del cincuenta "negro cabeza" "cabecita" o simplemente "cabeza" para designar lo "no blanco".

[7] Agradezco a los profesores Luís Ferreira y Alejandro Frigerio los comentarios que me llevaron a formular esta pregunta.

[8] Para una descripción completa, ver: Geler, 2008 y Cirio, 2009.

[9] El presente tema lo vengo trabajando desde el 2009 en el Congreso Nacional de Antropología en la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, donde se expuso un escueto texto con las primeras notas, al día de hoy ya se logró concretar y teorizar esa idea inicial.

[10] Inscribiéndonos en el paradigma de los Estudios Subalternos de la India.

[11] Cultura es siempre historia, agencia y poder, disputa y alteración. La vida social es una condición procesual, no una causa automática, de los modos de pensar y de actuar {...} Hay sujetos, hay agencia, hay historia y, por lo tanto, la acción puede ir más allá de la propia base cultural, introduciendo una grieta, una fisura, siendo protagonista de cambios socioculturales (Grimson y Semán, 2005: 20).

[12] Para un estado de la cuestión ver Mellino, Miguel (2008) *La crítica poscolonial. Descolonización, capitalismo y cosmopolitismo en los estudios poscoloniales*, Buenos Aires, Paidós.

[13] Agradezco al profesor Luís Ferreira la concreción de esta idea.

[14] Entendiendo movimiento social desde la óptica de tres autores que nos aportan desde el lugar de cada uno de ellos una amplia concepción del mismo. El teórico Raúl Prada Alcorezza quien manifiesta: "los movimientos sociales son un entramado de lenguajes y de gestos, que expresan tanto el mapa de síntomas de la crisis como la construcción de interpretaciones colectivas, discursos contra hegemónicos, procedimientos de trastrocamientos de las formas institucionales, recurrencias prácticas de la invención política popular. Los movimientos sociales abren horizontes de visibilidad, permiten introducir formas de conocimiento, elaborados colectivamente, hacen visible el engranaje opaco de las instituciones, muestran las fisuras de los aparatos de Estado, los desajustes de las instituciones de la sociedad civil, hacen patente las fuerzas que están en juego, las contradicciones micro sociales y territoriales, las contradicciones segmentarias, de género y generacionales, además de las de clase y de nacionalidades.

Los movimientos sociales hacen posible el conocimiento político (2007:1). Por otra parte, Paul Wilkinson (1971) define los movimientos sociales como un esfuerzo colectivo deliberado de promover cambios en alguna dirección y por cualquier medio, sin excluir la violencia, la ilegalidad, la revolución o la retirada a una comunidad utópica [...].

El compromiso del movimiento social con el cambio y la *raison d'être* de su organización se basan en la volición consciente, el compromiso normativo con

los objetivos o creencias del movimiento y la participación activa por parte de los seguidores o miembros del mismo (Wilkinson, 1971, en Pérez Ledesma, 2005: 62). Alberto Melucci (1994) aporta dos definiciones sobre movimientos sociales y acción colectiva que no están tan alejadas de los autores anteriores: la acción colectiva se ve representada como la respuesta reactiva a la crisis o desorden del sistema social.

La idea de movimiento social está contextualizada en las luchas directas con el desarrollo del sistema empresarial capitalista y se reconoce como el agente histórico que marcha hacia un destino de liberación o como la masa sugestionada y bajo control de unos pocos agitadores. Además de aportar estos dos términos, Melucci considera un término más englobador como son los fenómenos colectivos y los considera como resultado de múltiples procesos que favorecen o impiden la formación y el mantenimiento de las estructuras cognoscitivas y los sistemas de relaciones necesarios para la acción.

El fenómeno colectivo es, de hecho, producto de procesos sociales diferenciados, de orientaciones de acción, de elementos de estructura y motivación que pueden ser combinados de manera distinta (pp. 155/156).

[15] En todos los encuentros y presentaciones todos nuestros entrevistados/as advierten la necesidad de reivindicar el *candombe* argentino esto siempre en consonancia con el *candombe* uruguayo.

Para citar este artículo:

Jaramillo Hincapié, Jorge Iván (2019). **EL CANDOMBE ARGENTINO COMO REPERTORIO DE ACCIÓN CULTURAL POPULAR**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 125 - 139.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a6>

OJS: <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link: <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

LA CONSTRUCCIÓN DE LA FELICIDAD COMO OBJETO DE ESTUDIO Y SU POSIBLE ABORDAJE DESDE EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Óscar Julián Cuesta Moreno *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a7>

Resumen

Se presentan los resultados de una revisión de la construcción de la felicidad como objeto de estudio en las ciencias sociales haciendo hincapié en el campo de la comunicación. Se identificó que la felicidad es un concepto polisémico que dificulta su construcción como objeto. No obstante, algunos científicos han determinado indicadores econométricos para abstraerla, corriendo el riesgo de hegemonizar una sola forma de comprender la felicidad. Se concluye que la comunicación tiene un alto potencial de trabajo investigativo y teórico en este tema, ya que puede aportar de manera crítica a la comprensión de la felicidad en la sociedad contemporánea. En junio de 2012 la Asamblea General de las Naciones Unidas expresó que la felicidad y el bienestar deben orientar los objetivos de las políticas públicas de los países.

Palabras clave: felicidad; psicología positiva; comunicación.

Recibido. Noviembre 23, 2018

Aceptado. Marzo 12, 2019

*Magister en educación. Profesor del Departamento de Formación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7181-1183>; e-mail: ocuesta@javeriana.edu.co

THE CONSTRUCTION OF HAPPINESS AS AN OBJECT OF STUDY AND ITS POSSIBLE APPROACH FROM THE SCIENTIFIC FIELD OF COMMUNICATION

Óscar Julián Cuesta Moreno *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a7>

Summary

We present the results of an analysis of the construction of happiness as an object of study in the social sciences, emphasizing the field of communication. It was identified that happiness is a polysemic concept that hinders its construction as an object. However, some scientists have determined econometric indicators to abstract it, running the risk of hegemonizing a single way of understanding happiness. It is concluded that communication has a high potential for investigative and theoretical work in this topic, since it can contribute critically to the understanding of happiness in contemporary society. In June 2012, the General Assembly of the United Nations expressed that happiness and well-being should guide the objectives of the public policies of the countries.

Keywords: happiness; positive psychology; communication.

Received. November 23, 2018

Accepted. March 12, 2019

*Magister en educación. Profesor del Departamento de Formación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7181-1183>; e-mail: ocuesta@javeriana.edu.co

A CONSTRUÇÃO DA FELICIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO E A SUA POSSÍVEL ABORDAGEM A PARTIR DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Óscar Julián Cuesta Moreno *

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a7>

Resumo

São apresentados os resultados de uma revisão da construção da felicidade como objeto de estudo nas ciências sociais com ênfase no campo da comunicação. Identificou-se que a felicidade é um conceito polissêmico que dificulta sua construção como objeto. No entanto, alguns cientistas determinaram indicadores econométricos para abstraí-la, correndo o risco de hegemonizar uma única forma de entender a felicidade. Conclui-se que a comunicação tem um alto potencial de pesquisa e trabalho teórico sobre o tema, pois pode contribuir criticamente para a compreensão da felicidade na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: felicidade; psicologia positiva; comunicação.

Recebido. Novembro 23, 2018

Aceito. Março 12, 2019

*Magister en educación. Profesor del Departamento de Formación de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Orcid. <https://orcid.org/0000-0001-7181-1183>; e-mail: ocuesta@javeriana.edu.co

Introducción

Si bien los estudios sobre la felicidad tienen una resonancia en los medios de información, no existe el campo científico único para estudiarla. De hecho, Rojas (2009) afirma:

“Al ser la felicidad un objetivo final para los seres humanos, es sorprendente que no exista ninguna disciplina que se ocupe directamente de su estudio de manera científica; aunque también es cierto que todas las disciplinas suponen que su quehacer científico contribuye, directa o indirectamente, a aumentar el bienestar del ser humano” (p.540).

Sin embargo, “en las últimas décadas ha surgido una serie de trabajos que en lugar de pensar en función de utilidad se preguntan qué tan satisfechos o felices están los individuos” (García y Chicaiza, 2013, p. 365). Un buen ejemplo es The World Database of Happiness, un archivo global de investigaciones sobre el tema.

En ese orden de ideas, se puede ver que si bien no existe una única disciplina que tenga por objeto de estudio la felicidad, si hay varias de estas que han vinculado a su saber disciplinar la pregunta por la felicidad o términos que buscan abarcar la satisfacción de las personas con la vida que llevan.



Imagen: <https://bit.ly/32x5KGI>

Rodríguez et al (2016) muestra que el 68% de los trabajos publicados sobre la felicidad analiza los factores o causas que influyen en su consecución (el camino para ser feliz). Por su parte, el debate sobre su medición solo es del 14%; el 8% habla sobre valores y creencias asociados a ella y el 5,4% discute teóricamente el concepto. Además:

“es importante resaltar también que la felicidad tiende a ser vista desde la ciencia como un fenómeno finalista, es decir como la variable dependiente a explicar o afectar. En muy pocos casos se utiliza como variable independiente causante de otros fenómenos o se estudian sus consecuencias (sólo el 4,5% de la literatura)” (Rodríguez et al, 2016, p. 49).

De hecho, la investigación sobre la felicidad cobra aún más relevancia cuando el Rey de Bután, Sigme Singye Wangchuk, formuló el concepto de Felicidad Interna Bruta (FIB) o Felicidad Nacional Bruta (FNB), puesto que llevó la felicidad a un tema de Estado y, con ello, a pensar metodologías científicas para abstraer un índice. Este hecho se convirtió en referente internacional y generó “esfuerzos importantes para medir el bienestar subjetivo y aplicarlo a sus políticas públicas” (Beytía, 2015, p.61).

Beytía (2015), al analizar estos indicadores, señala la paradoja de los índices de felicidad, dado que algunos países pobres suelen estar por encima de los ricos. Esto ha llevado a un debate permanente sobre la formulación de métodos para medir la felicidad.

No obstante, no se trata de pensar cómo medir la felicidad, sino de debatir una semántica de la felicidad que está haciendo carrera en la sociedad de mercado, entre otras cosas, porque los medios de información han ayudado a hegemonizar sus supuestos. Un buen ejemplo es la idea de que la felicidad es un asunto individual, donde el sujeto debe organizarse emocionalmente para lograr su bienestar. Para ello, en cualquier supermercado encuentra libros de superación personal que le indican cómo “estar bien” a pesar de que el lugar donde trabaje le genera malestar.

En esa línea, Gómez (2017) critica la filosofía de la superación personal, “pues parte de una actitud conformista, que cree que vivimos en el mejor de los mundos posibles y en tal medida al sistema no se le debe cambiar nada, solo hacerle ajustes”. Argumenta, que esta filosofía hace creer que “quien fracasa en la sociedad del rendimiento individual se hace responsable a sí mismo, es el único culpable de sus errores” (s.p).

Consecuentemente, es importante analizar que esta filosofía de la superación personal se asocia a una gramática de felicidad donde el sujeto es responsable de su bienestar, dejando de lado una crítica estructural a la sociedad y sus dinámicas económicas.

Es pertinente esta crítica toda vez que la Oxford Happiness Inventory “parte de la hipótesis de que las percepciones de felicidad, cambian de región a región, por la influencia que ejercen los factores culturales y las condiciones” (Chicaiza, 2012, p. 41). Es decir, que no existe un único modelo de felicidad y que esta está atada a factores socioculturales que no pueden universalizarse como lo pretende hacer la semántica del orden hegemónico.



Además, varios autores han señalado que en la sociedad contemporánea la felicidad se asocia al bienestar, intrínseco al mercado: comprando productos y servicio que generan comodidad, placer, éxito, belleza y salud.

Entonces, detrás de la idea de felicidad hegemonizada por los medios de información, la publicidad y organizaciones estatales y no estatales, se advierte un asunto de conducción de subjetividades, para que los sujetos moldeen sus mentes y cuerpos conforme al canon del bienestar ofrecido por el mercado, donde la infelicidad es un asunto de fracaso individual, pues todo está dispuesto para ser feliz, encubriendo que existen problemas estructurales socioeconómicos que limitan las oportunidades para una gran parte de las personas.

Este texto presenta los resultados de una investigación que revisó trabajos de ciencias sociales que abordan la construcción de la felicidad como objeto de estudio, para identificar de qué manera se ha abordado este tema en el campo de la comunicación.

El artículo primero expone la dificultad de construir la felicidad como objeto de estudio, después muestra como ciertos científicos se han valido de indicadores econométricos para abstraerla empíricamente. Existen otros autores que señalan que este tipo de trabajos desconocen la constitución cultural de la felicidad, lo que implica hablar de felicidades. Finalmente, se exponen trabajos que desde el campo de la comunicación han pensado la felicidad, pero se señala la necesidad de profundizar en el tema, ya que se advierte como una línea de alto potencial investigativo y teórico.

1. Metodología

Se realizó una revisión documental de carácter descriptivo, determinada por un corte temporal y geográfico. De esta manera, se tuvieron en cuenta trabajos publicados entre el año 2000 y 2017. Frente al corte geográfico, el estudio contempló documentos académicos de América Latina y España. Solo se tuvieron en cuenta trabajos en español, idioma predominante en la región. La búsqueda se desarrolló con bases en datos virtuales de ciencias sociales. La información se organizó en una matriz que clasificaba los trabajos según su temática.

2. Resultados y discusión

En primer lugar, es pertinente decir que la **felicidad es un concepto polisémico**. Para el campo científico, esta es un reto ya que el concepto debe propender una única representación. Cosa que se complica, toda vez que "Hoy en día las definiciones se han multiplicado y difieren tanto en el significado de la felicidad como en la forma propuesta de alcanzarla" (Beytía, 2015, p. 63).

Martínez (2008), basado en García Martín (2002), identifica tres grandes grupos de definiciones de la felicidad:

1- Valoración de la vida de los individuos en términos positivos, usualmente relacionada con la noción de satisfacción con la vida como un todo. 2- Definiciones del bienestar subjetivo en las que priman los componentes afectivos positivo y negativo, es decir, se basan en el cálculo que hacen las personas para llegar a un dictamen global acerca de su estado de ánimo. 3- Definiciones que aluden a la felicidad como virtud o gracia, concentrándose principalmente en los aspectos morales, religiosos y filosóficos (Martínez, 2008, p.26).

En general la palabra parte de una asociación positiva: “podemos decir que todas las definiciones y semánticas cotidianas relacionan el concepto con algo preciado para la vida” (Beytía, 2015, p. 64).

Para Beytía y Calvo (2011) “la felicidad es definida como el grado con que una persona aprecia la totalidad de su vida presente de forma positiva y experimenta afectos de tipo placentero” (p.2). Otros autores aseguran que su medición debe “remitir a la vida en general e incorporar tanto pensamientos como sentimientos” (p.2).



Para Muñiz y Álvarez (2013) la aristotélica eudaimonia “asocia felicidad a un bienestar psicológico surgido de vivir con arreglo a un ideal de perfección humana, esto es, a la virtud” (p.93).

A partir de lo anterior, se puede decir que, si bien la felicidad es una experiencia circunscrita a realizaciones individuales, en los últimos años tiene una relevancia de corte social (Rodríguez et al, 2016), entre otras cosas, porque su estudio cuenta con variables que establecen la realización del sujeto en su comunidad. En todo caso, como dice Rodríguez et al (2016) al tratar de conceptualizar la felicidad, se definen tareas relacionadas con su diagnóstico y consecución.

Rodríguez et al (2016) se arriesga a postular que existe un campo de la felicidad, resultado de una configuración científica. “Parece que entramos en una nueva era conceptual alrededor de la felicidad, como nueva dimensión clave de la existencia y vida individual y social” (Rodríguez et al, 2016, p.46).

2.1 Economía y medición de la felicidad

Diferentes disciplinas han indagado sobre la felicidad, pero particularmente es un tema de interés en las ciencias sociales. Por ejemplo, existe un campo denominado “la economía de la felicidad” (EF), que se basa en el “enfoque de bienestar subjetivo”, es decir, “preguntar directamente a las personas acerca de su bienestar: la felicidad, la satisfacción de vida o algún concepto relacionado con esto” (Rojas, 2009, p.541).

De hecho, según Vega y Osorio (2016),

“Al entender que la felicidad está correlacionada con la economía, se realizan diversos estudios en este sentido. Por esta razón, la relación entre ingreso y felicidad es significativa [...] Así mismo, la brecha aspiracional influye en la felicidad de las personas, pues sus aspiraciones aumentan a medida que se incrementa el ingreso” (p.7).

La felicidad está asociada a juicios subjetivos y, al mismo tiempo, a factores estructurales (economía, cultura, ambiente), es decir, está condicionada a variables subjetivas y objetivas. Esta simultaneidad de factores ha incentivado debates sobre la forma de investigar la felicidad, no obstante, los trabajos tienden a darle preponderancia a variables que inciden en el bienestar de las personas, como la libertad, la salud, el descanso, etc. (Vega y Osorio, 2016). Aliaga et al (2015) dicen que “la felicidad en economía es utilizada como una alternativa de medición del bienestar de las personas, este enfoque empezó con la idea de que la política pública podía aumentar la felicidad de las personas” (pp. 22-23). Básicamente, esto se hace con encuestas que buscan acercarse al nivel de bienestar de los ciudadanos.

De hecho, la asociación de la felicidad a variables económicas a llevado a ciertos estudios a plantear que:

“las personas sienten un mayor grado de felicidad cuando gastan dinero en otras personas y no así en sí mismas, este gasto “bondadoso” hace que los individuos se sientan bien ayudando a otras personas”

(Aliaga et al, 2015, p. 23).

2.2 Calidad de vida y felicidad

Los estudios econométricos y sociológicos han orientado la investigación de la felicidad a indicadores de bienestar subjetivo, ya que “los científicos sociales han encontrado que la felicidad puede ser medida utilizando preguntas sobre la satisfacción con la vida” (Veenhoven, 2013). A veces estos estudios se asocian con el término de calidad de vida.

Para Veenhoven (2001) el término de calidad de vida indica que las distintas cosas que consideramos buenas tienden a coincidir”. Este autor piensa que la felicidad hace parte de esta idea. Sin embargo, la conceptualización es compleja ya que “algunas cosas que consideramos buenas pueden incluso reducir la felicidad” (s.p). Por ello, la calidad de vida es más que una construcción conceptual para hacer mediciones y determinar indicadores. Por otro lado, la calidad de vida “se reduce al disfrute subjetivo de esta, a la que se alude normalmente con términos tales como “bienestar subjetivo”, “satisfacción en la vida” o “felicidad” en el sentido limitado del término” (Veenhoven, 2009, s.p).

Otro concepto que sale en este entramado econométrico es la felicidad global, que para Veenhoven (2009) puede entenderse como:

“el grado con que una persona juzga favorablemente la calidad global de su propia vida como un todo. En otras palabras: lo que a uno le gusta la vida que lleva” (s.p).

Varios factores para juzgar la propia vida han sido instalados de manera inconsciente en el sujeto, por lo que su apreciación o juicio global puede hablar de una mala o buena vida, pero en el marco de estándares que se creen naturales, como los que logra el mercado imponer con la publicidad.

De allí que sea pertinente sospechar de términos como bienestar subjetivo y satisfacción con la vida como sinónimos de felicidad. De hecho, Martínez (2008) plantea que es imposible discriminar los factores que influyen en la felicidad. La consecución de esta, es una experiencia individual que evalúa a cada persona y se asocia a las oportunidades que ha tenido en su vida. Conceptos como satisfacción personal, bienestar subjetivo o calidad de vida sólo expresan modelos de medición que buscan estandarizar la felicidad, dejando de lado que es un concepto “producto de una construcción histórica que corresponde con el espíritu de los tiempos o el sentido común imperante en una sociedad y época” (Martínez, 2008, p.46).

Para Martínez (2008) esto es preocupante ya que estas mediciones de felicidad sirven para orientar y planificar políticas públicas. Es un problema que la investigación sobre la felicidad tenga por eje la forma de medirla, como si se entendiera bien este concepto.

Rodríguez et al (2016) muestran como la felicidad deja de ser un asunto de reflexión mística y filosófica, para tener un lugar concreto en el pensamiento, tanto que busca ser concreta, delimita, medible, objetivizada y materializa. En sus palabras, la felicidad se establece como gran meta social, por lo que “se desarrolla una compleja y extensa industria de la felicidad” (p.47).



Esta industria combina el sector de bienestar y la satisfacción, que aparentemente procura un distanciamiento de lo material o económico. Por ejemplo, Vega y Osorio (2016) aseguran que “las personas en el mundo sienten mayor satisfacción frente a la vida cuando tienen una buena expectativa de salud, cuando sienten el apoyo de las personas de su entorno y se sienten libres de tomar decisiones” (p.12).

No obstante, la satisfacción con la vida asociada a la salud y el buen entorno afectivo se asocia, así sea de manera parcial, al nivel de ingreso de las personas (Santa, 2012). Entonces, esta industria del bienestar que asocia la felicidad a aspectos no materiales es sostenida, de manera directa, por las relaciones materiales del capital. En efecto, los ingresos monetarios permiten seguridad, educación, salud, ocio, etc.

2.3 Trabajos de felicidad y comunicación

La comunicación como campo disciplinar no ha sido ajeno a la investigación sobre la felicidad. De hecho, La Rosa (2012) afirma que la comunicación es importante en el estudio de la felicidad porque cuando alguien está bien lo expresa, “dada la vinculación de las emociones con la comunicación no verbal”. Además, porque “una sociedad donde la gente se comunique de manera abierta, intensiva y asertiva reuniría algunas de las condiciones básicas para ser una sociedad feliz” (p.48).

Este autor también vincula la comunicación interpersonal con felicidad, en la medida que una “persona satisfecha, le da sentido a su existencia, y esto lo transmite mediante sus palabras y su propia conducta” (p.49).

De allí que entornos donde exista una comunicación fluida y con libertad de expresión contribuyen a la felicidad (La Rosa, 2012). Además, se asocia la comunicación con 9 dominios y 33 indicadores de la felicidad Nacional Bruta planteado por el Rey de Bután. Entre otros, la comunicación se articula a la resiliencia, la comunidad, buen gobierno, diversidad cultural, educación, familia.

Muñiz y Álvarez (2013), siguiendo la propuesta en boga de la psicología positiva de Martin E. P. Seligman, hablan de una comunicación positiva, que definen como “aquella comunicación organizacional que, al margen de otros objetivos, fomenta consciente o inconscientemente la felicidad y el bienestar psicológico de los públicos a los que se dirige” (p.90). Afirman que la comunicación tiene un vínculo intrínseco con la felicidad, toda vez que sostiene muchas de las virtudes y fortalezas que diferentes autores han señalado para ser feliz.

Puntualmente, se entiende comunicación positiva como la orientada a “mejorar el grado de bienestar psicológico o felicidad eudaimónica del conjunto de receptores, independientemente de si dicha comunicación alberga objetivos de otra índole, sean estos eminentemente persuasivos, informativos, o de entretenimiento” (Muñiz y Álvarez, 2013, p.94), ya sea a nivel interpersonal, organizacional o empresarial. Plantean que “una empresa eudaimónicamente feliz será, por tanto, aquella que cuente con miembros mayoritariamente felices” (p.95).

Jordá (2013), tomando una posición crítica, señala que “las marcas, todos los productos y servicios ofrecen la felicidad como ventaja de compra principal” (p.16). Para vender el concepto de felicidad, “hablan explícitamente [y] de forma implícita a través de la actitud de los personajes que aparecen en las escenas del anuncio, bien sea a través de gestos de felicidad o del concepto de éxito” (p.19).

Por su parte, Chicaiza (2012) dice que “buena parte de los productos, sus deseos de posesión y adquisiciones no responden a necesidades fisiológicas, sino sociales, de autorrealización y entre ellas aparece, lo que muchos consideramos indiscutible: la imparable búsqueda de la felicidad” (p.38). Entonces, bajo estas condiciones, “la felicidad se encuentra vinculada a las estrategias comunicacionales persuasivas de las marcas tanto de productos y servicios” (Chicaiza, 2012, p. 39).

En últimas, las marcas buscan llegar a la gente con la idea de bienestar y prosperidad individual. La ilusión de prosperidad esta asociada a adquirir cosas, que a lo que llevan es a una ansiedad permanente (Chicaiza, 2012). Así, “la marca está asociada a valores que simbolizan los estilos de vida “más felices”. En general, para Chicaiza (2012), la idea de felicidad que predomina asocia a las marcas “con la sensación de control, la cognición positiva, los afectos positivos y el buen estado físico” (p.48).

2.3 El predominio de la felicidad asociada a la psicología positiva

Se advierte que la psicología influye mucho en la construcción de la felicidad, ya que su discurso y análisis se centra en el individuo y no en lo colectivo (Martínez, 2008).

Rodríguez (2014) señala que a veces estos estudios “son manipulados por la industria del consumo” que los homologa “casi totalmente con la imagen pragmática de éxito social” (p.301). Esto último tiene consecuencias importantes, pues centra la felicidad a una búsqueda individual “desatendiendo las responsabilidades compartidas de las personas y las instituciones en la construcción de mundo, minimizando los efectos de estructuras sociales como la exclusión o la injusticia, sobre todo en contextos donde estos [significados de felicidad] se han naturalizado, como es el caso de los países de Latinoamérica” (Rodríguez, 2014, p.301).

De hecho, Roque (2011) considera que al ser la felicidad un significante que “obedece a diferentes contextos histórico-socio-políticos”, se presta fácilmente a usarlo “como un dispositivo de poder, para promover las ideologías que obedecen a las estructuras hegemónicas” (p.iv).

Por ello, algunos autores concedieran que la psicología positiva, sustentada como ciencia, construye una realidad donde los sujetos tienen las mismas características. Por tal, para lograr la felicidad se establece un camino, una serie de consejos, que son universales, es decir, que no dependen de la individualidad. Esto coloca en lugar de poder al que tiene el secreto, al psicólogo, al autor de libros de autoayuda, al experto en coaching, etc.



La idea de felicidad postulada por la psicología positiva no es ajena a su contexto de enunciación, esto es, el capitalismo de mercado. De allí que para Roque (2011) esta psicología “alberga un mensaje de conformismo con la situación de vida para sentirse satisfecho, finalmente feliz” (p.65).

En efecto, las exportaciones de la psicología positiva orientan al sujeto a prácticas de agradecimiento y relajación que parten de la aceptación pero, peligrosamente, se pueden quedar en estados de resignación sonriente. Desconociendo la potestad del sujeto en la construcción de las estructuras sociales y su poder de agenciamiento.

El discurso de la psicología positiva tácitamente expresa que el sujeto infeliz es culpable de su estado, incluso, da entender que es obligación de todos estar felices, por lo que es obligación siempre experimentar emociones positivas (Roque, 2011), desconociendo la naturaleza humana, que de por sí es abierta a múltiples emociones que tienen interpretaciones de acuerdos a esquemas construidos subjetivamente.

La psicología positiva simplifica a la clasificación social, toda vez que “dicotomiza al ser humano y lo clasifica como feliz o infeliz” (Roque, 2011, p.67), promoviendo el individualismo que, por demás, es necesario en el capitalismo. Para Roque (2011) esta imposición de estar siempre felices y positivos, de mirar siempre el lado bueno de las cosas, puede tener consecuencias negativas: “Si te sientes mal por algo y no puedes poner una cara feliz aunque lo intentes, puedes llegar a sentirte incluso peor” (p.68). En otras palabras, sentirse culpable por no estar bien, genera grandes conflictos intra-subjetivos que pueden llevar a estrés y otras reacciones. El significado de la felicidad que siembra esta psicología simplifica la experiencia humana (Roque, 2011). Como se ha señalado, la felicidad es una construcción, cultural e histórica, que no puede naturalizarse como lo pretenden estos discursos, por lo que no hay caminos o formulas absolutas para alcanzarla.

Además, al ser la felicidad una construcción cultural e histórica, es decir, discursiva, no está ajena a relaciones de poder. De hecho, es lo que se ve hoy con la psicología positiva y los libros de auto ayuda: un discurso que se ha impuesto porque es conveniente para el capitalismo, toda vez que coloca el malestar como un problema del individuo y no estructural o sistémico.

Para finalizar, Oxa, Arancibia y Campero (2014) consideran que la felicidad experimentada por las personas depende de muchos factores, que varían entre la dimensión subjetiva y las diferentes concepciones de felicidad, además, entre el género, la edad, el nivel de educación, las creencias religiosas, las condiciones laborales, la salud, etc. Así, es pertinente reiterar que no puede existir un único canon sobre ser feliz.

No obstante, lo que se ve es que se ha impuesto una suerte de unidad semántica de la felicidad que determina formas de estudiarla y, sobre todo, que agenda técnicas para alcanzarla. Esta semántica es tributaria al orden económico vigente toda vez que su consecuencia es un asunto del individuo y no de las estructuras socioeconómicas. Para lograr esta imposición, el orden recurre, entre otras cosas, a los discursos, de allí que sea importante analizar si las construcciones periodísticas subsidian o reproducen la imposición de esta felicidad del capitalismo de mercado.

Conclusiones

En los últimos años se ha venido incrementando el estudio científico sobre la felicidad. Entre otras cosas, este se explica porque los Estados tienen hoy como eje de sus políticas el bienestar y satisfacción subjetiva, conceptos asociados a la medición econométrica de la felicidad. Además, estas investigaciones pasan rápidamente al mercado de la felicidad, como lo son los libros de autoayuda, muchos de ellos sostenidos por discursos de la psicología positiva. En noticieros de radio, televisión, periódicos y revistas se abordan los resultados de estas investigaciones sobre la felicidad de manera cotidiana, haciendo hincapié en los pasos o consejos que se deben seguir para alcanzarla. Sin embargo, al divulgar esta información muchas veces se reproduce un discurso sobre la felicidad que es subsidiario del sistema socioeconómico neoliberal, desconociendo otras formas de felicidad ancladas a prácticas culturales diferentes a dicho modelo.

Por ello, es importante investigar por qué y cómo la felicidad se establece como objeto de estudios en las ciencias sociales y humanas. En primer lugar, porque si bien “la felicidad desde épocas muy antiguas ha merecido el interés de los filósofos [...] no había representado hasta hace relativamente poco tiempo, tema de interés para la investigación científica” (La Rosa, 2012, p. 42). En ese orden, siguiendo a Rojas (2009), existe un reto académico de ampliar el conocimiento sobre la felicidad pues es un concepto asociado a la experiencia de las personas.

Es importante investigar sobre la felicidad porque es un asunto relativamente reciente en el campo científico, además porque una ampliación en su conocimiento permite “hacer recomendaciones de política pública y de organización social que contribuyan al aumento del bienestar de los seres humanos” (Rojas, 2009, p. 542). De hecho, Beytía (2015) señala “que es deseable que los Estados nacionales consideren la felicidad de su población como uno de los factores relevantes en la orientación de sus políticas públicas” (p.62). Esto lo ha reiterado Veenhoven (2013), quien plantea unas políticas para lograr una mayor felicidad para más número de personas. Aún más, en junio de 2012 la Asamblea General de las Naciones Unidas expresó que la felicidad y el bienestar deben orientar los objetivos de las políticas públicas de los países.

Se observa una necesidad de aumentar el conocimiento científico de la felicidad y, con este, planificar políticas para llevar a los ciudadanos a alcanzarla. Visto así, un proyecto que analice la felicidad desde el campo académico de la comunicación aporta a un debate contemporáneo a nivel científico y puede incidir en la formulación de lo público. Muñiz y Álvarez (2013) afirman que “Si bien las posibilidades de confluencia entre felicidad humana y comunicación aún están en un estado incipiente, parece haber por delante un enorme y prometedor terreno por explorar” (p.90).

A esto se suma que es importante analizar cómo los mensajes masivos posicionan discursos de la felicidad que organizan ideales sociales, por ejemplo, que colocan la productividad como variable de bienestar, hecho que puede ser altamente perjudicial toda vez que hay estudios que muestra como la productividad puede afectar relaciones familiares y sociales lo que reduciría la felicidad (Aliaga, Gantier y Herrera, 2015).

Referencias

- Aliaga Lordemann, J., Gantier Mita, M., & Herrera Jiménez, A. (2015). Productividad y Felicidad: ¿Las Personas más Productivas son más Felices?(No. 13/2015).
- Aliaga, J. Herrera, A. Gantier, M. Serrudo, L. Carvajal, M. (2015). Avances de la economía de la felicidad en bolivia. En línea: http://www2.hss.de/fileadmin/americalatina/Bolivia/downloads/Libro_economia_felicidad.PDF.
- Amaro La Rosa (2012). Comunicación y felicidad. En: Rosario Alarcón Alarcón (Dir.). Psicología positiva. La Molina: Universidad Femenina del Sagrado Corazón - UNIFÉ39-54.
- Beytía, P. (2015). El potencial político de la felicidad: fundamentos científicos y de aplicación gubernamental. *Persona Y Sociedad*, Vol. XXIX / N° 3, pp. 59-86.
- Beytía, P., Calvo, E. (2011). ¿Cómo medir la felicidad? Claves para Políticas Públicas 4, 1-10 .
- Cuesta, O. y Lora, M. (2015). La mediación creativa. Un acercamiento a su construcción conceptual. *Revista Luciérnaga/Comunicación*, Año 7 (14). Págs. 46-63. Disponible en: <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/lu/article/view/818>.
- Chicaiza, Tania. 2012. "Vendiendo felicidad: el nuevo paradigma de las marcas", en: *Revista Retos*, Año 2, Núm. 3, pp. 37-50.
- García Molina, Mario; Chicaíza Becerra, Liliana Alejandra. (2013). Felicidad: ¿reemplazar o mejorar la utilidad subjetiva? *Cuadernos de Economía*, vol. XXXII, núm. 60, julio-diciembre, pp. 363-368.
- Gómez, J. (2017). El engaño de la 'superación personal'. *El Espectador*. En línea: <http://www.elespectador.com/opinion/el-enganho-de-la-superacion-personal-colu-mna-706103>.
- Grajales, D. (2015). La felicidad según Veenhoven . En línea http://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/la_felicidad_segun_veenhoven.php#.WZluptLyii.
- Jordá, M., Teresa Pellicer. (2013). La promesa de felicidad en los mensajes de la publicidad comercial/The promise of happiness in the messages of commercial publicity. *Pensar La Publicidad*, 7(1), 13-23.
- Martínez, E. (2008). Una mirada sociológica en el estudio de la felicidad: en respuesta a ruut veenhoven. En línea: http://eva.fcs.edu.uy/pluginfile.php/77501/mod_folder/content/0/1-Textos%20obligatorios/Oblig38Mart%C3%ADnezAlvarez2008UnamiradasociologicaFelicidad.pdf?forcedownload=1.
- Muñiz-Velázquez, J. A., & Álvarez-Nobell, A. (2013). Comunicación positiva: la comunicación organizacional al servicio de la felicidad. *Vivat Academia*, 15(124), 90-109.
- Oxa Gerónimo, Alcides Valentín, Arancibia Romero, Cristina, & Campero Encinas, Sergio. (2014). Economía de la Felicidad: evidencia empírica para Latinoamérica. *Revista Perspectivas*, (34), 159-180.
- Rodríguez Díaz, José Antonio; Yter Gimeno, Mireia; Arroyo Moliner, Liliana; (2016). El campo de definición de la felicidad por las Ciencias Sociales: una aproximación desde el Análisis de Redes Sociales. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, Vol.27,#2. 45-71
- Rodríguez, M. (2014). Reflexiones sobre desarrollo humano: diálogo entre el estudio de las representaciones sociales de la noción de felicidad y los discursos expertos en psicología positiva. En: *Memorias del Primer Encuentro Latinoamericano de Investigación en Psicología*. Neiva: Universidad Cooperativa de Colombia. Pp 285-305.
- Rojas, M. (2009). Economía de la felicidad. *El Trimestre Económico*, vol. LXXVI (3), núm. 303, pp. 537-573.
- Roque, B. (2011). La psicología positiva como texto: análisis crítico del discurso de la felicidad. [tesis doctoral]. Gurabo: Universidad del Turabo.
- Santa, L. Fernández, J. (2012). Felicidad, desigualdad, religión y capital social, *Revista Economicus Heterodoxus*, No.1, pp.11-32.

Veenhoven, R. (2001). Calidad de vida y felicidad: no es exactamente lo mismo. Centro Científico Editore, pp. 67-95.

Veenhoven, Ruut. (2009). Medidas de la Felicidad Nacional Bruta. *Psychosocial Intervention*, 18(3), 279-299.

Veenhoven, R. (2013). Más felicidad para un mayor número de personas ¿Es posible esto en México? En: Ranking de Felicidad en México, Manzanilla-Prieto F. (Ed.), Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, pp. 33-53.

Vega, L. Osorio, A. (2016). Economía de la felicidad: bienestar subjetivo y objetivo. *Revista Plout0s*. Vol. 6, Núm. 2, 4 - 13.

— **Para citar este artículo:**

Cuesta Moreno, Óscar Julián (2019). **La construcción de la felicidad como objeto de estudio y su posible abordaje desde el campo de la comunicación.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 140 - 155.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a7>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>

IMPACTO DE LA PUBLICIDAD DE MARCA EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

María Cristina Otero Gómez*

Wilson Giraldo Pérez**

Ivan Darío Giraldo Pérez***

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a8>

Resumen

La investigación de la que surgió este artículo tuvo como objetivo analizar el impacto del uso de diferentes medios tradicionales de comunicación masiva y su relación con la fortaleza de marca en el segmento juvenil. Se utilizó el modelo BrandZ de la consultora Millward Brown. Se seleccionaron jóvenes universitarios de ambos sexos, con edades entre 18 y 24 años para conformar la muestra con 60 personas. Se observó que la combinación de los medios televisión + radio + revistas es la que genera mayor crecimiento en la variable vínculo emocional, pero no es la mejor opción de inversión en comunicación publicitaria. Por esta razón las empresas implementan diversas combinaciones dependiendo del ciclo de vida del producto. Esto con el fin de inducir al consumidor al uso de un bien o un servicio mediante la relación necesidad-satisfacción con la marca, que presentan los medios de comunicación con fines publicitarios.

Palabras clave: comunicación; marca; publicidad; consumidor.

Recibido. Marzo 26, 2019

Aceptado. Marzo 30, 2019

* Profesional en Comercio Internacional, Magíster en Mercadeo, Directora del Grupo de Investigación Dinámicas de Consumo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-3241-7877>; e-mail: motero@unillanos.edu.co

** Administrador de Empresas, Magíster en Mercadeo, docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-8514-9805>; e-mail: wgiraldo@unillanos.edu.co

*** Profesional en Mercadeo y Publicidad; Especialista en Gerencia de publicidad; Especialista en Comunicación Corporativa. Marketing Science Director OMD. Bogotá - Colombia. e-mail: igiraldo@omd.com.co

THE IMPACT OF BRAND ADVERTISING ON DIFFERENT MASS MEDIA

María Cristina Otero Gómez*

Wilson Giraldo Pérez**

Ivan Darío Giraldo Pérez***

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a8>

Summary

This article is the result of a research that aimed at analyzing the impact of different traditional mass media and their relationship with brand strength in the youth segment. The BrandZ model of the consultancy firm Millward Brown was used. Young university students of both sexes, aged between 18 and 24, were selected to make up the sample of 60 people. It was observed the mixed media of television + radio + magazines is the one that generates the greatest growth in the emotional bond variable, but it is not the best option for investment in advertising communication. For this reason, companies implement different combinations depending on the life cycle of the product, in order to induce the consumer to use a good or a service through the relationship need-satisfaction and brand, presented by the media for advertising purposes.

Key words: communication; brand; advertising; consumer.

Received. March 26, 2019

Accepted. March 30, 2019

* Profesional en Comercio Internacional, Magíster en Mercadeo, Directora del Grupo de Investigación Dinámicas de Consumo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-3241-7877>; e-mail: motero@unillanos.edu.co

** Administrador de Empresas, Magíster en Mercadeo, docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-8514-9805>; e-mail: wgiraldo@unillanos.edu.co

*** Profesional en Mercadeo y Publicidad; Especialista en Gerencia de publicidad; Especialista en Comunicación Corporativa. Marketing Science Director OMD. Bogotá - Colombia. e-mail: igiraldo@omd.com.co

IMPACTO DA PUBLICIDADE DA MARCA EM DIFERENTES MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

María Cristina Otero Gómez*

Wilson Giraldo Pérez**

Ivan Darío Giraldo Pérez***

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a8>

Resumo

A pesquisa que levou a este artigo teve como objetivo analisar o impacto do uso de diferentes meios de comunicação de massa tradicionais e sua relação com a força da marca no segmento jovem. Foi utilizado o modelo BrandZ da empresa de consultoria Millward Brown. Foram selecionados jovens universitários de ambos os sexos, entre 18 e 24 anos, para compor a amostra de 60 pessoas. Observou-se que a combinação de televisão + rádio + revistas é a que gera maior crescimento na variável vínculo emocional, mas não é a melhor opção para investimento em comunicação publicitária. Por este motivo, as empresas implementam diferentes combinações dependendo do ciclo de vida do produto. Isto para induzir o consumidor a utilizar um bem ou serviço através da relação necessidade-satisfação com a marca, apresentada pela mídia para fins publicitários.

Palavras-chave: comunicação; marca; publicidade; consumidor.

Recebido. Março 26, 2019

Aceitado. Março 30, 2019

* Profesional en Comercio Internacional, Magíster en Mercadeo, Directora del Grupo de Investigación Dinámicas de Consumo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-3241-7877>; e-mail: motero@unillanos.edu.co

** Administrador de Empresas, Magíster en Mercadeo, docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos. Villavicencio - Colombia. Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-8514-9805>; e-mail: wgiraldo@unillanos.edu.co

*** Profesional en Mercadeo y Publicidad; Especialista en Gerencia de publicidad; Especialista en Comunicación Corporativa. Marketing Science Director OMD. Bogotá - Colombia. e-mail: igiraldo@omd.com.co

Introducción

Las empresas compiten en un mercado donde existe una amplia y creciente oferta de productos que están contenidos en diversas categorías. Esta oferta, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE, 2014), es definida como productos de la canasta familiar y se trata de los bienes y servicios que puede demandar cualquier hogar en el país, incluyendo a aquellos de ingresos bajos, medios o altos.

Por estas razones, las empresas se esfuerzan constantemente en el desarrollo de bienes y servicios orientados a satisfacer las necesidades y deseos del ser humano. Pero no basta con crearlos, es necesario dar a conocer y generar recordación de los productos en los consumidores. De allí que muchos empresarios se fijan como objetivo el posicionamiento de la marca, puesto que es el encargado de “crear percepciones mentales con respecto a la marca en la mente de los consumidores y, por lo tanto, ayuda al comercializador a vender la misma” (Lakshmi y Kavida, 2018, p.1). El término posicionamiento tiene diferentes interpretaciones. Según Fischer y Espejo (2011), el posicionamiento influye en la percepción mental que los consumidores tienen de una marca, producto, o empresa, en relación con la competencia; Keller (2003) lo asocia a la superioridad de una marca en la mente de los consumidores; y Wang (2017) advierte que es clave para la diferenciación de una marca frente a sus competidores.

Lo anterior refleja la ausencia de un consenso para definir el término posicionamiento, pero esto no significa que tampoco existan elementos afines que permitan alcanzar la recordación de la marca, la cual se logra mediante el desarrollo de una comunicación adecuada cuya finalidad es entregar los mensajes deseados, al público objetivo.

Uno de estos elementos afines, es la capacidad que tiene la publicidad en la construcción de marca, la cual se apoya en los medios de comunicación para que las organizaciones den a conocer y promocionen sus productos. Así lo sugieren Berger, Wagner y Schwand (2012) al afirmar que “los anunciantes pueden elegir estímulos altamente sobresalientes o emocionalmente excitantes que atraigan la atención visual de los consumidores” (p. 411), esto para hacer referencia a la televisión y medios impresos. En cuanto a la comunicación sonora, Kilian (2009) sostiene que en un contexto de saturación mediática el sonido -y más concretamente- la música, permiten a las marcas incrementar su valor y fidelidad entre su público, dotar de coherencia a sus mensajes y generar una experiencia inmersiva. Estos postulados conllevan a inferir que la publicidad es uno de los elementos presentes en el medio que puede modificar las preferencias del individuo.

Por ello, se reconoce la necesidad de evaluar la incidencia del uso de los diferentes medios publicitarios tradicionales, como generadores de recordación y con ello, de posicionamiento. Al respecto, Gelb, Pickett y Zhang (Citados por Cifuentes y Sánchez, 2006) afirman que, para lograr una actitud positiva hacia la marca, debe existir primero, una actitud positiva hacia el anuncio; por tanto, la publicidad cumple una función de puente entre la marca y el consumidor (López, 2010).



Imagen: <https://bit.ly/2p0ozTP>

En este sentido, es relevante la cuantificación de la influencia de los medios masivos y tradicionales de comunicación sobre la construcción de la fortaleza de marca. Para ello se ha tomado como población objeto de estudio al segmento juvenil, quienes actúan de forma diferente según el entorno social. Aunque en la cotidianidad los jóvenes demuestran un alto uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), también hacen uso de los medios tradicionales de comunicación. Según la Encuesta sobre Consumo Cultural, durante el año 2017 de un total de 28.023 personas que vieron televisión el 30% corresponde a jóvenes; asimismo, de 19.266 personas que escucharon radio, el 24% corresponde a la población joven (DANE, 2018).

Estos datos se convierten en una oportunidad, puesto que según la misma encuesta los jóvenes son el segundo grupo etario que más consume contenido televisivo y el tercer grupo a nivel de consumo radial. Aunque la encuesta no revela información para los medios impresos, resulta conveniente indagar sobre el desempeño de estas fuentes o la combinación de estas y su aporte a la construcción de la fortaleza de la marca.

Este estudio se ha propuesto como objetivo analizar el impacto del uso de diferentes medios tradicionales de comunicación masiva y su relación con la fortaleza de marca en el segmento juvenil. En particular, el producto objeto de análisis es el polvo efervescente Bonfiest Lua desarrollado por la firma Tecnoquímicas. Se ha tomado como referencia un estudio realizado en Estados Unidos donde se revela que la publicidad:

“para medicamentos se transmite a través de medios tradicionales como la televisión, la radio, las revistas, los periódicos y las vallas publicitarias, solo se dedica una pequeña pero creciente porción a mostrar anuncios (banners) y búsquedas patrocinadas en Internet”

(Chesnes y Jin, 2019, p.2).

Debido a la ausencia de estudios en Colombia que revelen la efectividad de la publicidad de los medios masivos tradicionales de comunicación en tiempos actuales, proponemos este estudio con el fin de enriquecer la literatura relacionada con los procesos de construcción y gestión de la marca.

En razón a que Tecnoquímicas es una de las compañías más fuertes en el mercado farmacéutico colombiano, en el avance de la presente investigación también se considera la literatura empresarial, junto con la literatura científica. Desde esta perspectiva se asume la propuesta de medida de carácter comercial "BrandZ" desarrollada por la firma consultora Millward Brown, la cual, a partir de un modelo gráfico presenta un enfoque jerárquico que determina la fortaleza de la relación que establece una marca con el consumidor.

El presente estudio [1] busca trascender en la interpretación expuesta en la literatura sobre las Comunicaciones Integradas de Marketing (CIM), pues en diferentes escritos, el análisis se ha centrado, principalmente, en demostrar las ventajas económicas y financieras que su uso genera para la empresa (Schultz y Kitchen, 2000), pero poco se ha avanzado en la investigación sobre los efectos de la integración de las herramientas de comunicación disponibles, particularmente en Colombia.

A partir de lo anterior, se formularon las siguientes preguntas de investigación ¿Cuál es la combinación de medios tradicionales de comunicación masiva más efectiva, que permite alcanzar niveles superiores de fortaleza de marca en el segmento juvenil? y ¿Cuál es el medio de comunicación tradicional masivo capaz de mejorar los indicadores de fortaleza de marca en el segmento juvenil?

Para dar respuesta a este interrogante y al objetivo planteado, el trabajo se organiza a partir de una revisión de literatura, seguido de los métodos empleados para analizar la relación entre las variables de evaluación. Finalmente se discuten los resultados, seguidos por las conclusiones, así como las implicaciones prácticas y el planteamiento de nuevas temáticas de estudio.

1. La publicidad, los medios de comunicación y la marca

La publicidad es una forma de comunicación que se manifiesta en diferentes ámbitos de la sociedad, y sobre ella existen diversas posiciones, algunas a favor otras en contra. Por ejemplo, se ha cuestionado sobre el contenido de sus mensajes (Cortés, Marván y Lama, 2004); las técnicas implementadas (Ramírez, 2001); el poder influenciador sobre el consumidor (Golovina, 2014); y otros consideran que estigmatiza determinados segmentos del público (Uribe, Manzur, Hidalgo y Fernández, 2008). No obstante, resulta conveniente mencionar que en 1986 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura se pronunció refiriéndose a que los aspectos de la publicidad y la información son importantes en todas las sociedades. De ello se desprende que la publicidad "abarca todas las formas en que los individuos y las organizaciones anuncian las mercancías y los servicios que ofrecen y promueven una imagen positiva de ellos mismos" (Unesco, 1986, p.11).

Posteriormente, surge otro concepto donde la publicidad supone un proceso de comunicación entre un emisor y su mercado, con la capacidad de influir en determinado comportamiento; de este modo, Richards y Curran (2002) sostienen que "la publicidad es una forma de comunicación pagada y mediada de una fuente identificable, diseñada para persuadir al receptor para que tome alguna decisión, ahora o en el futuro" (p. 74). Así también, otros autores ven en la publicidad aspectos favorables como:

Llegar a la gente inaccesible para los vendedores, dar a conocer los nuevos usos de un producto, introducir un nuevo producto, aumentar las ventas, ayudar a la fuerza de ventas. Para ello, la publicidad trata de modificar la disposición y el comportamiento de los posibles clientes, a través del suministro de información; modificando los deseos del consumidor y las preferencias de marca de los clientes (Degrado, 2005, p. 3).

En esta definición se destaca el suministro de información, el cual requiere de los medios de comunicación para llegar de forma adecuada a su grupo de interés. Al respecto Román (2000) menciona que “de forma pasiva o activa todos estamos ante los medios de comunicación. Nuestra existencia está condicionada y articulada por ellos” (p.128). Por esta razón en el contexto de la promoción y la publicidad se encuentra la presencia y operación de estas formas de comunicación. Entre sus principales funciones se encuentran “informar, entretener y ofrecer publicidad de productos y servicios” (García, 2003, p. 171). De allí que “los medios de comunicación tradicionales, lejos de desaparecer por el desarrollo tecnológico han ido avanzando y actualizándose” (Marín, 2006, p. 194). Tanto la televisión, como la prensa y la radio, se han reinventado mediante la implementación de nuevos formatos que permiten la formación de contenidos orientados a una audiencia específica. Por ejemplo, “cada vez más personas eligen ver películas y programas de televisión en Internet” (Wang, Zhuoa, Li, Ren y Zhang, 2018, p.1.)

Si bien es cierto que se ha afirmado que los medios de comunicación “poseen una enorme capacidad de influencia en el cambio y/o asentamiento de hábitos, patrones y conductas” (Calderón, 2014, p.6), también lo es, que no todos los medios tienen la misma habilidad para transmitir un mensaje que se vea reflejado en la captación de clientes para sus marcas. De allí la importancia en el análisis de la relación entre la escogencia del medio de comunicación y el fortalecimiento de la marca.

En coherencia con el planteamiento anterior, se demuestra que hay investigaciones orientadas a estudiar los efectos de la consistencia estratégica del mensaje en el consumidor. Dichos estudios infieren que, con mensajes de comunicación que transmiten información congruente en contenido y significado, se pueden producir efectos positivos en la construcción de marca. En esta línea, la tarea consiste en identificar los medios de comunicación en los cuales la empresa debe invertir para introducir un nuevo producto en el mercado, posicionarse de acuerdo con un determinado concepto, aumentar la recordación de la marca o motivar la compra del público objetivo (Torres y Muñoz, 2006).

Dependiendo del objetivo que pretende alcanzar cada organización existe una clasificación de medios indicados para lograrlo. Por ejemplo, Sanna (2013) considera que, si una organización busca un reconocimiento de marca “la televisión, las revistas, la publicidad en vía pública, internet y las redes sociales pueden ser apropiados, al igual que una comunicación de marketing directo” (p. 188). Asimismo, cuando se busca la recordación de marca “la televisión, la radio en todas sus formas, los periódicos y la red son medios apropiados para este objetivo. Las revistas tienen limitaciones en cuanto a su repetición” (p. 188).

Algunos estudios revelan que la escogencia de la marca, producto o empresa está influenciada por diferentes motivos, bien sea por moda, por estatus, por recomendación, por utilidad o por afinidad, entre otros. Por ejemplo, Golovina (2014) plantea que la comunicación masiva es un instrumento que moldea los

motivos de compra; mientras que Rundle-Thiele y Bennett (2001) consideran que el comportamiento del consumidor juvenil varía en función del producto; y, Wood (2004) sostiene que la lealtad de los jóvenes en relación con una marca está determinada por la sensibilidad al precio.

En este sentido, otro factor que se debe considerar es el segmento al que está dirigida la publicidad de determinada marca, pues “los resultados muestran que la prensa y la radio son medios más distantes para los jóvenes, a diferencia de la televisión e Internet. Sin embargo, la credibilidad de la televisión es peor que la radio y la prensa” (Bernal, 2010, p. 1). A este respecto, Menéndez (2014) en su estudio sobre la presentación de los jóvenes en los medios de comunicación, específicamente en el caso de la prensa, la radio y la televisión, manifiesta que estos medios cada vez se encuentran más alejados de ellos y que sobresale la ausencia de contenidos dirigidos a la población joven. La misma autora sostiene que “los editores son conscientes de esta situación y de la necesidad de diseñar estrategias que les permitan mantener un target joven” (p.28). Por tanto, se convierte en un reto la identificación del mensaje y el medio o la combinación de los medios de comunicación tradicionales, adecuados para conectarse con el consumidor juvenil, con el fin de persuadirlo en el consumo de una marca.

2. METODOLOGÍA

Para medir la fuerza de la relación de la marca con el consumidor, se utilizó el Modelo BrandZ. Este modelo permite analizar, a partir de una escala jerárquica de 5 niveles, la lealtad que se tiene hacia la marca y los puntos en los cuales son fuertes o débiles estas relaciones (Brandz, 2013). De esta forma, se puede intervenir mediante acciones que apunten a contrarrestar las debilidades encontradas. Millward Brown sugiere que cada persona, en función de la Presencia (presence), la relevancia (relevance), el desempeño (performance), la ventaja (advantage) y el vínculo emocional (bonding) hacia una categoría o marca, se ubica en un nivel de la escala BrandZ. A partir de esto, se obtiene un perfil de relación del consumidor con las marcas, el cual soporta la preparación de planes y acciones de mercadeo, hasta poseer un conjunto de elementos que posibiliten su desempeño adecuado.

Para el desarrollo del estudio, se utilizó una metodología cuasiexperimental, trabajando con jóvenes universitarios de ambos sexos, con edades entre 18 y 24 años residentes en Bogotá, Colombia. Se conformó una muestra total de 6 grupos, cada uno con 10 integrantes, para un total de 60 personas. A cada una de ellas se le aplicó una prueba de entrada y otra de salida, orientadas a verificar la fortaleza de la marca Bonfiest dentro de productos de la misma categoría y también dentro de otras categorías de productos; todo esto a través de la exposición a diferentes medios de comunicación masiva. Como dice Segura (2003), los tipos de diseños cuasiexperimentales corresponden a estudios que establecen una medición previa a la intervención y otra posterior; además, “son factibles dado que se pueden realizar en pequeñas unidades, por lo cual son más baratos y tienen menos obstáculos prácticos” (p. 2).

Los seis grupos se organizaron de la siguiente manera:

- Grupo 1: Expuesto solamente a publicidad en televisión.
- Grupo 2: Expuesto solamente a publicidad en radio.
- Grupo 3: Expuesto solamente a publicidad en revistas
- Grupo 4: Expuesto a combinación de publicidad en televisión y radio.
- Grupo 5: Expuesto a combinación de publicidad en televisión y revistas.
- Grupo 6: Expuesto a combinación de publicidad en televisión, radio y revistas.

La actividad se llevó a cabo durante varias jornadas académicas desarrolladas en condiciones normales de clase en dos universidades -una pública y otra privada-; como primera actividad de clase se aplicó una prueba de entrada que buscó determinar la fortaleza de la marca inicial a través del modelo *BrandZ* propuesto por la empresa Millward Brown. El siguiente paso consistió en aplicar un instrumento que reflejaba: la mención de la marca (*presence*); la recordación de exposición a la marca en medios de comunicación masiva (*relevance*); el lugar jerárquico que la marca ocupa en la mente del consumidor para determinada categoría, tanto de forma espontánea como asistida (*performance*); la marca favorita en la categoría estudiada (*advantage*); y finalmente, la próxima marca a comprar (*bonding*). El instrumento de recolección de la información se presenta a continuación.

Instrumentos de entrada y de salida

1. ¿Qué marcas de XXX recuerda? (Escriba cada una de las que recuerde)
2. ¿Recuerda haber visto o escuchado publicidad para algunas marcas de XXX en las 2 últimas semanas? (Escriba cada una de las marcas que recuerda haber visto u oído publicidad)
3. ¿Qué otras marcas de las que aparecen en la imagen adjunta, conoce? (Ver tarjeta de ayuda)
4. De las marcas en la imagen adjunta, ¿para cuáles recuerda haber visto u oído publicidad en las últimas 2 semanas?
5. ¿Cuál es su marca favorita de XXX? (una sola respuesta)
6. La próxima vez que necesite un XXX ¿qué marca comprará? (una sola respuesta)

Nota: Este instrumento se aplicó tanto al inicio como al final de las sesiones. Donde aparecen las equis (XXX) se incluye la categoría del producto.

En el intermedio de la jornada académica, los jóvenes fueron expuestos a mensajes publicitarios estructurados de la siguiente manera:

Para el grupo "televisión" se presentó un video de 7 minutos, que contenía un *reel* de 8 comerciales donde se incluyeron tres categorías de productos, dentro del cual, en la cuarta posición, se insertó el comercial de la marca *Bonfiest* para evitar que su ubicación al inicio o al final afectara los resultados. En el grupo "radio", los jóvenes fueron expuestos a una grabación con una canción de moda y un corte comercial con 8 cuñas, ubicando la marca *Bonfiest*, nuevamente, y por las mismas razones, en la cuarta posición. Para el grupo "revistas", se entregaron ejemplares que contenían la pauta de la marca, al igual que de marcas relativas a las otras dos categorías de productos.

Al finalizar la jornada se aplicó la prueba de salida que midió las mismas variables que la prueba de entrada, para así analizar los cambios presentados en ellas.

El estudio planteó tres hipótesis, la primera se apoya en la fortaleza de la televisión, pues según Childers y Heckler (1986) es el elemento visual que ha demostrado un efecto más favorable sobre el recuerdo, ya que otorga mayor accesibilidad en la memoria del consumidor. Por tanto, se sugiere la siguiente hipótesis:

H1 Al utilizar solo el medio de comunicación televisión para focalizar la inversión publicitaria, este es capaz de generar crecimiento en todas las evaluaciones de las variables estudiadas.

La segunda hipótesis considera la combinación de diferentes medios de comunicación. El estudio de Chang y Thorson (2004) demuestra que la exposición a diferentes estímulos publicitarios tiene la capacidad de producir efectos mucho más favorables en el consumidor, comparado con una exposición repetida a un mismo estímulo. En línea con esto, se ha formulado la siguiente hipótesis:

H2 Al utilizar la combinación de dos medios convencionales se genera un mayor crecimiento en las evaluaciones de las variables estudiadas, en comparación con el uso de un solo medio.

Por último, la tercera hipótesis se soporta en que los consumidores procesan y codifican la información en su memoria mediante diversas rutas, esta diversidad en la codificación se presenta puesto que cada una de ellas posee diferentes modos sensoriales de percepción. Estas rutas de codificación facilitan la posibilidad de recuperar la información en el momento en que el individuo la necesite para realizar su elección de marca (Appleton-Knapp, Bjork y Wickens, 2005; Sahni, 2015). Por tanto, se sugiere la siguiente proposición:

H3 Al integrar los tres medios de comunicación masivos convencionales se genera el mejor desempeño en los consumidores de las variables estudiadas, especialmente en el vínculo emocional.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Luego de realizar las pruebas de entrada y de salida junto con los análisis de las variaciones, se pudo evidenciar un proceso de cambios en el grado de influencia que los diversos medios de comunicación evaluados ejercen sobre las variables analizadas. A continuación, las tablas 1, 2 y 3 presentan los resultados de las variaciones de cada medio de forma independiente. Seguidamente, en las tablas 4, 5 y 6 se exponen los resultados de la exposición a la combinación de diferentes medios de comunicación.

Al utilizar exclusivamente la televisión en una campaña publicitaria, en un proceso comparativo entre la prueba de entrada y la prueba de salida, se observa que la mayoría de los indicadores presentan un buen desempeño. Pese a que la tabla 1 refleja una variación significativa en el desempeño que alcanzó el 60%, también se evidencia que el uso de este medio de manera independiente no tiene la fuerza suficiente para mover el vínculo emocional, pues su indicador generó un decrecimiento del 14%. Por ello se rechaza la primera hipótesis planteada, la cual se basó en el uso exclusivo de la televisión para generar un crecimiento en todas las variables que generan la fortaleza de marca.

No obstante, se debe reconocer que, al utilizar la televisión como medio exclusivo de inversión publicitaria, es el único medio con el que se logra el efecto más favorable sobre la memoria puesto que eleva al 100% los resultados en la prueba de salida de las variables Presencia y Relevancia.

Tabla 1. Resultado del grupo expuesto a publicidad en televisión.

VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	75%	66.67%	-14%
Ventaja	58.33%	75%	29%
Desempeño	41.67%	66.67%	60%
Relevancia	83.33%	100%	20%
Presencia	83.33%	100%	20%

Fuente: Elaboración propia.

Al revisar los resultados del comportamiento de las variables a través de la exposición de los consumidores a la radio, tal como se presenta en la tabla 2, se percibió un crecimiento importante en las cinco variables analizadas. Allí se observan las variaciones positivas en cada una de ellas, donde la más beneficiada fue la variable desempeño, que logró elevar el vínculo en un 25%, frente a la intención inicial para la próxima compra.

Lo anterior demuestra que, para el segmento estudiado, la radio como medio convencional, es capaz de generar crecimientos en todas las variables necesarias para la fortaleza de marca, debido en parte, a que su programación juvenil se ha reinventado logrando estar más conectada con los consumidores.

Tabla 2. Resultado del grupo expuesto a publicidad en radio.

VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	28.57%	41.67%	25%
Ventaja	28.57%	66.67%	50%
Desempeño	50%	66.67%	71%
Relevancia	57.14%	66.67%	50%
Presencia	71.43%	100%	40%

Fuente: Elaboración propia.

El efecto de la comunicación exclusiva mediante revistas presentado en la tabla 3 tuvo un resultado poco eficiente en términos construcción de fortaleza de marca, puesto que generó reducciones en la prueba de salida para el 80% de las variables estudiadas, manteniendo estable solo la variable presencia. Esto demuestra su poca eficiencia al utilizarlo de forma solitaria ya que no genera ningún tipo de crecimiento en las variables.

Tabla 3. Resultado del grupo expuesto a publicidad en revistas

VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	75%	41.67%	-44%
Ventaja	75%	66.67%	-11%
Desempeño	75%	66.67%	-11%
Relevancia	91.7%	66.67%	-27%
Presencia	100%	100%	0%

Fuente: Elaboración propia.

Pasando a las combinaciones de medios de comunicación, aunque la mezcla de televisión y radio muestra una mejora considerable en el desempeño del grupo objeto de estudio, su mejor desempeño se concentró en los indicadores de salida de la base de la pirámide (presencia y relevancia), sin lograr movilizar positivamente el vínculo. La tabla 4 demuestra que en este indicador la reducción alcanzó un 33% frente al resultado del vínculo emocional en la prueba de inicio.

Tabla 4. Resultado grupo expuesto a publicidad en televisión y radio.

VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	27.27%	18.18%	-33%
Ventaja	27.27%	27.27%	0%
Desempeño	18.18%	45.45%	150%
Relevancia	63.64%	81.82%	29%
Presencia	81.82%	90.91%	11%

Fuente: Elaboración propia.

La combinación de medios televisión y revistas expuesta en la tabla 5, generó incrementos en la mayoría de las variables, aunque el análisis del vínculo mostró una variación negativa del 50%; este resultado es consistente con la evaluación de dos medios (televisión y revistas) de maneja independiente, en los cuales también se generó una variación negativa del 14% y el 44%, respectivamente.

Tabla 5. Resultado grupo expuesto a publicidad en televisión y revistas.

VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	66.67%	33.33%	-50%
Ventaja	66.67%	75%	13%
Desempeño	41.67%	66.67%	60%
Relevancia	83.33%	91.67%	10%
Presencia	91.67%	100%	9%

Fuente: Elaboración propia.

Por ello frente a H2, se rechaza el planteamiento en cuanto a que el uso de dos medios convencionales como receptores de inversión publicitaria genera crecimientos en todas las variables de fortaleza de marca.

Por último, la tabla 6 presenta la combinación de los tres medios masivos como son televisión, radio y revistas. De ella se desprende que resulta favorable la inversión publicitaria en esta combinación, puesto que ayuda al crecimiento del 80% de las variables que construyen fortaleza de marca, es decir incrementa las mediciones de: presencia, relevancia, desempeño y vínculo emocional. Asimismo, mantiene estable la medición en la ventaja.

Tabla 6. Resultado grupo expuesto a publicidad en televisión, radio y revistas.

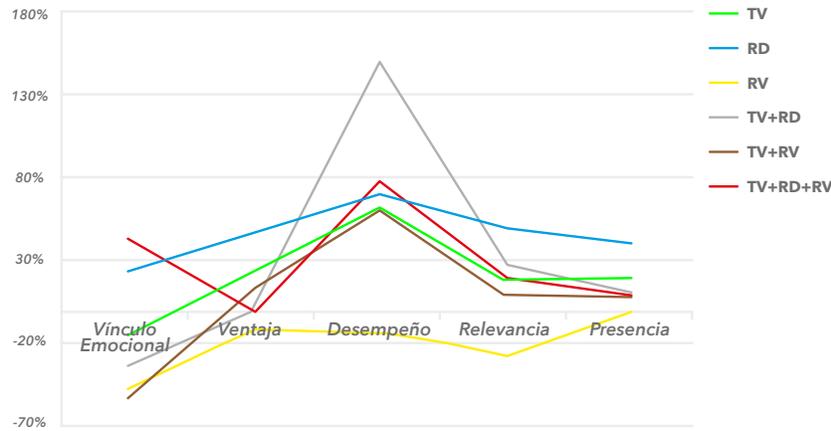
VARIABLES DE EVALUACIÓN	ENTRADA	SALIDA	VARIACIONES
Vínculo emocional	58.33%	83.33%	43%
Ventaja	66.67%	66.67%	0%
Desempeño	41.67%	75%	80%
Relevancia	83.33%	100%	20%
Presencia	91.67%	100%	9%

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 1 puede observarse cómo la triple combinación de medios es la manera más eficiente para elevar la variable vínculo emocional sobre el uso de otras combinaciones o sobre medios utilizados de forma separada.

Los resultados del uso de esta combinación para destinar los recursos de inversión publicitaria son superados por el uso en solitario del medio radio, que mejora los 5 indicadores, en detalle supera al uso de la combinación de medios en 3 de los 5 indicadores evaluados (presencia, relevancia y ventaja).

Gráfico 1. Comparativo de variaciones prueba de entrada y salida.



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de este contexto y frente al planteamiento de H3, esta es aceptada parcialmente, pues la combinación de los tres medios de comunicación masivos convencionales a saber: televisión, radio y revistas no es la que mejor desempeño presenta en conjunto. Pero sí es la mejor opción para elevar el desempeño en los resultados de la variable vínculo emocional.

Bajo esta perspectiva, se identificó que sí existe un mayor vínculo del individuo para procesar información cuando se presentó un mismo mensaje a través de diferentes herramientas comunicacionales, convirtiendo su uso en un ejercicio eficiente. Este resultado es concordante con los hallazgos de Stammerjohan, Wood, Chang, y Thorson (2005), al considerar que el uso de herramientas de comunicación múltiple debe ser eficiente, en lugar de extravagante o redundante.

Conclusiones

El aporte de la comunicación publicitaria es importante en el proceso de fortalecimiento de la marca, sin embargo, los resultados en el mercado dependen de una combinación de factores asociados al producto y a la estrategia global de mercadeo de cada empresa. Esto conlleva en primera instancia a fortalecer la base de la pirámide planteada por la consultora Millward Brown, en términos de presencia y relevancia; estas variables son fundamentales en los procesos de construcción de marca para fortalecerla y crear un posicionamiento en el largo plazo. En la etapa inicial se requiere de un gran esfuerzo en materia de inversión publicitaria, pues los datos analizados permiten afirmar que es mejor el uso de la televisión para elevar los resultados de estas variables.

Durante una segunda etapa la empresa puede reducir sus presupuestos publicitarios. En ella es conveniente utilizar la radio como medio publicitario para comunicar los reforzadores de las características de sus productos. En el caso concreto de *Sal Bonfiest*, indicado para aliviar los síntomas asociados al exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, como el dolor de cabeza y el malestar estomacal, puede mejorar las variables de desempeño y ventaja.

La combinación de los tres medios masivos tradicionales mejora la última variable del modelo *BrandZ*, el vínculo emocional de los consumidores jóvenes con la marca, pues su uso permite generar contenidos apropiados para este grupo etario. Esto sugiere la necesidad de replantear la forma de transmitir el mensaje del producto, lo que podría contribuir al fortalecimiento de la marca.

Finalmente, se recomienda que según los indicadores de crecimiento en la penetración de internet móvil, el uso de los medios digitales puede ser involucrado en la combinación de los medios de comunicación para mejorar la masificación de la información publicitaria.

Referencias

- Appleton-Knall, S. I., Bjork, R. y Wickens, T. D. (2005). Examining the spacing effect in advertising: encoding variability, retrieval processes, and their interaction. *Journal of Consumer Research*, 32 (2), 266-276. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1086/432236>
- Bernal, A. I. (2010). Definición conceptual de los medios de comunicación por un grupo de jóvenes españoles. *El valor de Internet. Vivat Academia*, (112). Recuperado de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivat/numeros/n112/PDFs/AnalBer cop.pdf>
- Berger, S., Wagner, U. y Schwand, C. (2012). Assessing advertising effectiveness: the potential of goal-directed behavior. *Psychology & Marketing*, 29(6), 411-421.
- Brandz. (2013). Brand Dynamic Pyramid. Recuperado de <http://www.brandz.com/output/Branddynamicpyramid.aspx>
- Calderón, I. (2014). Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse. Madrid, España: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)
- Cardona Bedoya, J., Riaño Cuevas, D., & Vaca González, Y. (2017). MARKETING Y CONSUMIDOR GREEN. Aplicación de la Matriz Mic Mac para el análisis de tendencias. *LUCIÉRNAGA*, 9(17), 12-23. doi: <https://bit.ly/34hkGwo>
- Chang, Y. y Thorson, E. (2004). TV and web advertising synergies. *Journal of advertising*, (33), 75-84.
- Chesnes, M. y Jin, G. Z. (2019). Direct-to-consumer advertising and online search. *Information Economics and Policy*, 46, 1-22.
- Childers, T. y Heckler, S. (1986). Memory for the visual and verbal components of print advertisements. *Psychology and Marketing*, (13), 137-150.
- Cifuentes, C. M. y Sánchez, J. (2006). Condicionamiento clásico de tres tipos de humor en publicidad. *Universitas Psychologica*, 5(1), 101-126.
- Cortés, S., Marván, L. y Lama, C. (2004). Análisis de la publicidad de productos relacionados con la menstruación en revistas dirigidas a adolescentes. *Psicología y Salud*, 14(001), 113-120. Recuperado de <https://bit.ly/3l4N8rk>

- Degrado, M. D. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar*, 25, 1-9.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2014). Preguntas frecuentes. Recuperado de <https://bit.ly/3l179is>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Encuesta de consumo cultural (ECC). Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>
- Fischer, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: Me Graw Hill.
- García, G. F. (2003). Los medios de comunicación, ¿al servicio de la comunidad? En AGUADED, J. I. (Dir.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva: Grupo Comunicar, Agor@ Digital y Universidad de Huelva.
- Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 10(28), 190-198.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Kilian, K. (2009). From Brand Identity to Audio Branding. In *Audio Branding. Brands, Sound and Communication*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer.
- Lakshmi, S. y Kavida, V. (2018). Factors contributing to brand positioning of smartphones among college students in Chennai: a study. *Journal of Brand Management*, 15(19), 55-65.
- López, C. D., Sandoval, E. M. y Cortés, P. O. F. (2010). Relación entre los niveles de TRP's, las medidas de recordación, preferencia de marca y la conducta de compra en consumidores colombianos. *Psicología desde el Caribe*, (25), 30-55.
- Marín, D. V. (2006). Medios de comunicación, educación y realidad. *Comunicar*, (26), 193-197.
- Menéndez, T. (2014). La presentación de los jóvenes en los medios de comunicación. Prensa, radio y televisión. Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse. Recuperado de <http://adolescenciayjuventud.org>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1986). *La comunicación de masas y la industria publicitaria*. Paris: UNESCO.
- Otero Gómez, M., Giraldo Pérez, W., & Vega Barbosa, J. (2018). Comunicación y Mercadeo. Estudio cualitativo para el desarrollo de la marca de Pan de arroz. *Luciérnaga*, 9(18). doi: <https://bit.ly/2Q5GjHH>
- Ramírez, J. (2001). El paraíso terrestre de la publicidad. *Comunicación*, 11(3), 1-16. Recuperado de http://www.repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/2106/recurso_203.pdf?sequence=1
- Richards, J. I., y Curran, C. M. (2002). Oracles on "advertising": Searching for a definition. *Journal of Advertising*, 31(2), 63-77.
- Román, P. M. (2000). Aspectos metodológicos de la historia de la comunicación. *Ámbitos*, (5), 119-128.
- Rundle-Thiele, S. y Bennett, R. (2001). A brand for all seasons? A discussion of brand loyalty approaches and their applicability for different markets. *Journal of Product and Brand Management*, 10(1), 25.
- Sahni, N. S. (2015). Effect of temporal spacing between advertising exposures: Evidence from online field experiments. *Quantitative Marketing and Economics*, 13(3), 203-247.
- Sanna, D. (2013). *Comunicación rentable en marketing. Seis pasos en la era de las redes sociales*. Buenos Aires: MarCom Ediciones.
- Schultz, D. E. y Kitchen, P. J. (2000). *Communicating Globally: An integrated marketing approach*. NTC Business Books, Chicago and Macmillan Business, Basingstoke.
- Segura, C. A. (2003). Diseños cuasiexperimentales. Facultad Nacional de Salud Pública. Universidad de Antioquia. Recuperado de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/renacip/disenos_cuasiexperimentales.pdf
- Stammerjohan, C., Wood, C. M., Chang, Y. y Thorson, E. (2005). An empirical investigation of the interaction between publicity, and previous brand attitudes and knowledge. *Journal of Advertising*, 34(4), 55-67.

Torres, E. y Muñoz, J. P. (2006). Publicidad exterior: Estudio exploratorio de recordación de marca y motivación de compra. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(36), 581-594.

Uribe, R., Manzur, E., Hidalgo, P. y Fernández, R. (2008). Estereotipos de género en la publicidad: un análisis de contenido de las revistas chilenas. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (41), 2008, 1-18.

Wang, H. (2017). A brand-based perspective on differentiation of green

brand positioning: A network analysis approach. *Management Decision*, 55(7), 1460-1475.

Wang, G., Zhuoa, L., Li, J., Ren, D. y Zhang, J. (2018). An efficient method of content-targeted online video advertising. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 50, 40-48.

Wood, L. (2004). Dimensions of brand purchasing behaviour: Consumers in the 18-24 age group. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 18-24.

— Notas

[1] Artículo resultado de investigación desarrollado por el grupo de Investigación Dinámicas de Consumo de la Universidad de los Llanos.

— Para citar este artículo:

Otero Gómez, María Cristina; Giraldo Pérez, Wilson y Giraldo Pérez, Ivan Darío (2019). **IMPACTO DE LA PUBLICIDAD DE MARCA EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 11, Núm. 21. Pp 156 - 171.

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a8>

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>