

# 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

VOL. 12, NÚM. 23 | ENERO - JUNIO 2020  
DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga>

ISSN 2027 - 1557  
ISSN-L 2027 - 1557

## Artículos

La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación (Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura  
Yuji Gushiken

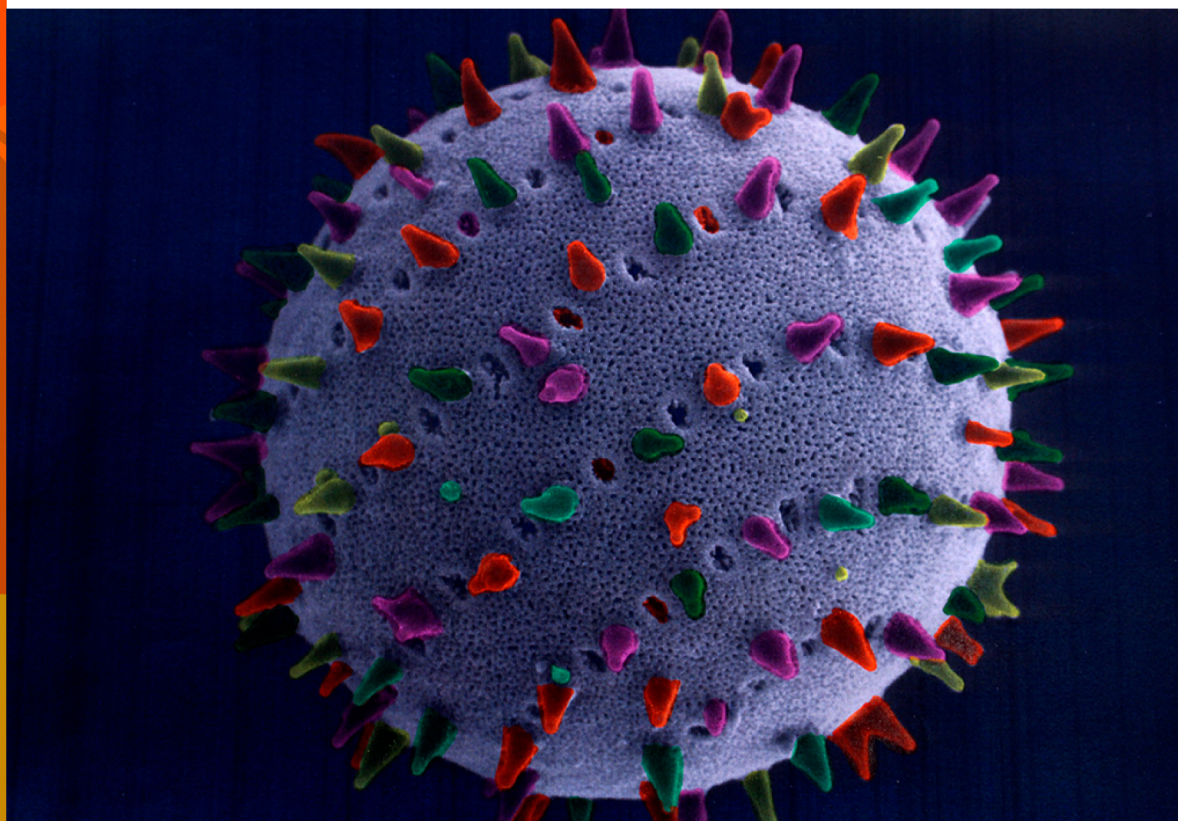
Videojugar. Estado del arte [1]

Yenifer Andrea Orozco  
Michael Andrés Rojas  
Jorge Enrique Quimbaya

## Editorial

Reflexiones epistemológicas para una nueva era

Rómulo Andrés Gallego Torres



## Entre - Vistas

Daniela Abad Lombana  
"Carta a una Sombra" (2015) y  
"The Smiling Lombana" (2018)

Transgénero. Transexual.  
Transformista. Transfeminista  
Serie documental en Tránsito.  
Historias de Resistencia

## Podcast

Crónica: Visita virtual al  
campeón de la vida  
Luis Fernando Carmona

## Galería

Resiliencia  
Juan Pablo Meneses  
Artista | Investigador



# REVISTA LUCIÉRNAGA COMUNICACIÓN N° 23

**Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid**

Libardo Álvarez Lopera  
Rector

**Vicente García Quintero**

Vicerrector de Docencia e Investigación

**Lina María Roldán Jaramillo**

Decana Facultad de Comunicación Audiovisual

## EDITORA

**Mónica Valle Flórez**

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid  
Email: mmvalle@elpoli.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1803-1115>

## 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>

**Mg. Raquel Espinosa Castañeda**

Universidad Autónoma de San Luis Potosí - México.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4978-729X>

**Francisco Jesús Ortiz Alvarado**

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

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4547-8361>

**Universidad Autónoma de San Luis Potosí**

Manuel Fermín Villa Rubio  
Rector

**Alicia Cabrero Lobato**

Directora de Cooperación Académica

**Adriana del Socorro Ochoa**

Directora Facultad de Ciencias de la Comunicación

## EDITORA ASOCIADA

**Adriana del Socorro Ochoa**

Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Email: direccion@fcc.uaslp.mx

## Asistente Editorial

**María Paulina Echeverri V.**

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

## Producción Audiovisual

**Mateo Ortiz Minotas**

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia  
Email: mateo\_ortiz20131@elpoli.edu.co  
mateominotas@gmail.com

**Isabel Restrepo García**

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia  
Email: isabel\_restrepo20111@elpoli.edu.co

## Editor Digital

**Santiago Flórez Román**

Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia  
Comunicador Audiovisual  
Consultor Artes Visuales  
Email: santiago.f.roman@gmail.com

## Diseñador y Maquetador Web

**Nelson Cortés Anzola**

Diseñador Visual  
Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Colombia  
Email: nelsoncortes@elpoli.edu.co  
nelson@colectivoinside.com

## Gestión Open Journal Systems

**Juliana Quiroz Estrada**

Bibliotecóloga  
Email: julianaquiroz@elpoli.edu.co  
julianaquiroz9509@gmail.com

## Traductores

**Inglés: María Elena Gutiérrez**

Email: mariagtz@gmail.com

**Portugués: Nicolás Enrique Barreda Torres**

Email: kikobarreda@yahoo.es

## Autores

Rómulo Andrés Gallego Torres, Yuji Gushiken, Yenifer Andrea Orozco, Michael Andrés Rojas, Jorge Enrique Quimbaya, Francisco Javier Arias Álvarez, Natalia Robledo Rodríguez, Tania Lucía Cobos, Katherine Díaz Cervantes, Gloria Esperanza Navarro Sánchez, Alberto Alejandro Alzate Giraldo, Claudia María Maya Franco, Verónica Heredia Ruiz, Santiago Andrés Segura Berrío, Carla Cristina Flórez Cortés, Luz Elena Santacoloma Varón



## TABLA DE CONTENIDO

<b>Reflexiones epistemológicas para una nueva era.....</b>	<b>4-12</b>
Rómulo Andrés Gallego Torres	
<b>Comunicação como ritual (James Carey) e folkcomunicação (Luiz Beltrão): modelos teóricos na interface com a cultura.....</b>	<b>13-31</b>
Yuji Gushiken	
<b>La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación (Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura.....</b>	<b>32-49</b>
Yuji Gushiken	
<b>Videojugar. Estado del arte [1].....</b>	<b>50-68</b>
Yenifer Andrea Orozco, Michael Andrés Rojas, Jorge Enrique Quimbaya	
<b>Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena.....</b>	<b>69-87</b>
Francisco Javier Arias Álvarez, Natalia Robledo Rodríguez, Tania Lucía Cobos	
<b>Análisis de las experiencias de la Red de Microcines de Chaski (Perú) y Wordbytes de Worldwrite de Londres, en el desarrollo del sector audiovisual.....</b>	<b>88-103</b>
Katherine Díaz Cervantes	
<b>Video comunitario colombiano en YouTube. Tipos de contenido y duración.....</b>	<b>104-129</b>
Gloria Esperanza Navarro Sánchez	
<b>El documental en el contexto de la televisión pública. Categorías para su análisis.....</b>	<b>130-149</b>
Alberto Alejandro Alzate Giraldo, Claudia María Maya Franco, Verónica Heredia Ruiz	
<b>El discurso godardiano en <i>vivre sa vie</i> (1962).....</b>	<b>150-164</b>
Santiago Andrés Segura Berrío	
<b>Luis Miguel de Zulategui: 1920 – 1970. Un legado colombo-español evocado desde su archivo musical.....</b>	<b>165-176</b>
Carla Cristina Flórez Cortés	
<b>Agro-Relatos. Periódico Universitario para el desarrollo de competencias de escritura y pensamiento crítico en estudiantes de Ciencias Agrarias .....</b>	<b>177-192</b>
Luz Elena Santacoloma Varón	



## Reflexiones epistemológicas para una nueva era

Rómulo Andrés Gallego Torres\*

### Resumen

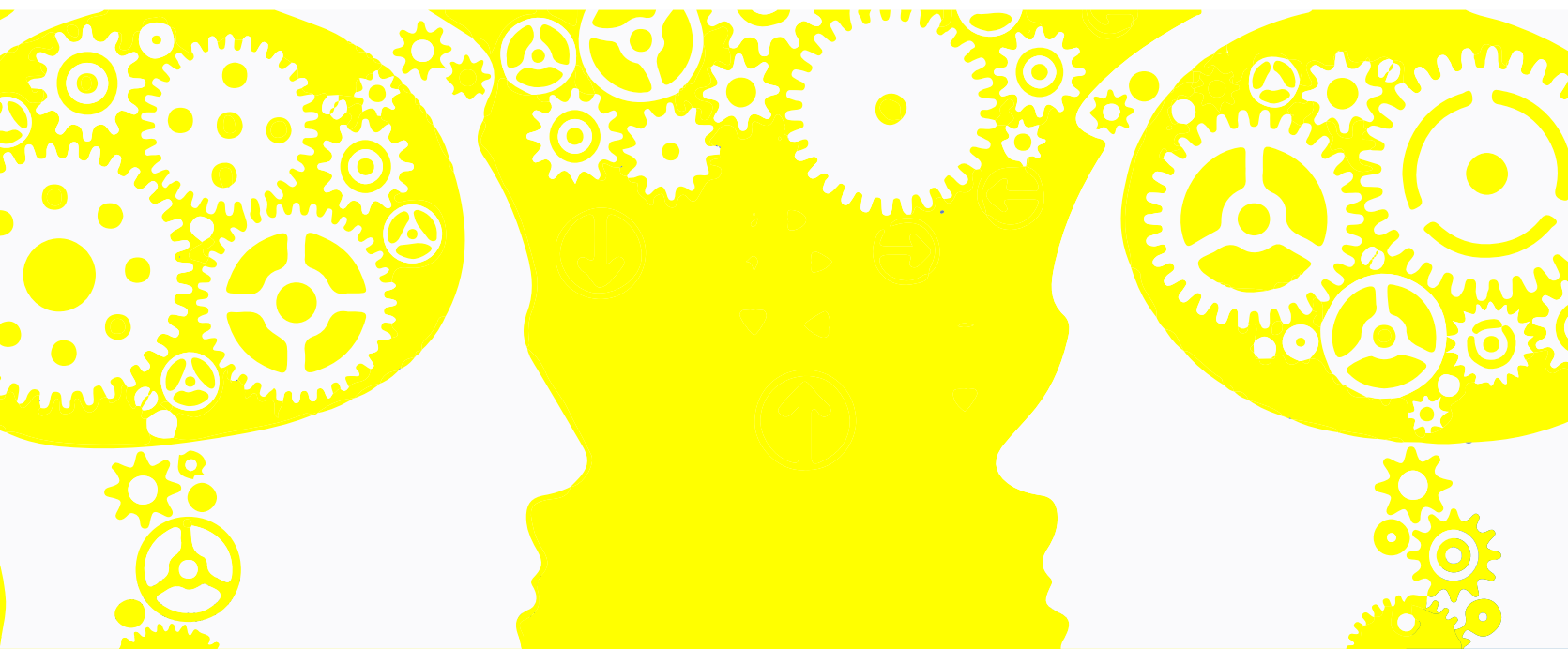
Esta reflexión aborda los principales hechos que han construido la ciencia y su filosofía. Culmina con la revisión del Connective Knowledge (Downes, 2007) como una alternativa en la construcción del conocimiento en la sociedad hiperconectada. Éste se basa en la interacción entre los miembros de la red. El saber que resulta de tales conexiones es el conocimiento conectivo que se concibe desde la diversidad, autonomía, interactividad y la apertura.

**Palabras clave:** Conocimiento, epistemología, conectividad, filosofía, ciencia, hiperconectividad.

**Recibido.** Abril 01, 2019

**Aceptado.** Enero 27, 2020

\*Candidato a doctor por la Universidad del País Vasco, España, magíster en Tecnologías de la Información Aplicadas a la Educación, de la Universidad Pedagógica Nacional, Docente Ocasional medio tiempo en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.  
Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5074-6781> ; email: [andresgallegot@gmail.com](mailto:andresgallegot@gmail.com)



- **Al inicio**

En la etapa mística, el saber estaba conformado por las creencias de las sociedades, es decir, no se necesitaba una comprobación real de lo que sucedía en la cotidianidad humana, de modo que una erupción volcánica era interpretada como un castigo dado por alguna deidad, por ejemplo, del fuego; o era usado como una excusa para asustar y dominar. Así, en muchos pueblos la respuesta a hechos como este era “calmar” al dios con sacrificios, algunas veces humanos.

En esta vía, los chamanes, médicos brujos o ancianos explicaban los sucesos por medio de narraciones orales, que se transmitían de generación en generación, en las que se concentraban estos relatos, sin sufrir cambios de fondo, pues eran su patrimonio cultural, las respuestas a las incógnitas que les generaban los fenómenos de la naturaleza, sus mitos.

Todo cambió cuando en las islas del mar Egeo se pusieron a pensar y a observar la naturaleza, lo cual preparó el camino para la primera revolución científica. Se da inicio en ese entonces a la era del logos, y nace la ciencia, como lo afirma Carl Sagan en Cosmos (1980). El método, en ese tiempo, fue empírico y sencillo. Así, los pensadores, luego llamados filósofos, le quitan a la religión la facultad de contestar las preguntas que el hombre se hacía, y comenzaron a tratar de entender los procesos naturales, y a deducir lo que pasaba a su alrededor: por ejemplo, Demócrito (460 a.C.- 370 a.C.) explicó que la materia estaba creada por partículas diminutas e indivisibles llamadas átomos [1]; o Eratóstenes (276 a.C. – 194 a.C.) demostró que la tierra era esférica utilizando tan sólo las sombras reflejadas en el piso y la distancia entre dos ciudades, esto fue algo que el oscurantismo ocultó, de modo que el mundo fue plano por mucho tiempo. De esta forma, nace el cosmos en contraposición al caos, la ciencia hace parte de la filosofía y juntas construyen y explican el conocimiento.

Con el paso de los años, aparecen los sofistas, cuyo pensamiento se inclinó a la doctrina de la democracia ateniense, iniciándose la profesión del “filósofo profesional”, el cual, se dedicaba a enseñar oratoria y filosofía. Uno de ellos fue Protágoras (485 a.C – 411 a.C) quien fue el primer sofista, en su concepción relativista niega la verdad absoluta y afirma que cada individuo tiene su propia visión de la realidad, que es verdadera para cada quien.

Pero, el más destacado entre los filósofos fue Sócrates (470 a.C – 399 a.C) quien se apartó de muchos de los pensamientos de estos y se basó en la educación. De sus planteamientos surgió la idea del “optimismo epistemológico” que significa que nadie que tenga conocimiento del bien actuará de forma incorrecta:

Sócrates argumenta que el conocimiento es algo noble (καλόν) y capaz de gobernar (ἀρχειν) al hombre que lo posee, y que si uno conoce las acciones buenas y malas (τάγαθά καί τά κακά) no puede ser dominado (κρατηθῆναι) por nada para hacer algo distinto que lo que su conocimiento le ordena (Boeri, 1999, p. 194).

Además, introduce el “concepto universal” explicando que esta idea es abstracta y no cambia a través del tiempo, por ejemplo, el concepto de cama será el mismo, no importando su material sino su función.

Otro importante filósofo fue Platón (427 a.C.- 347 a.C.) quien, desde el concepto de lo universal, creó el “mundo de las ideas”. Para este autor existen dos realidades totalmente diferentes: una que es inmaterial, la cual se encuentra en el mundo de las ideas, esta verdad es eterna, perfecta e invariable; y otra que corresponde al mundo sensible que es material y está regida por el cambio, este mundo está constituido por objetos materiales que son copias de los que se hallan en el mundo de las ideas. Este último es el verdadero, porque todo es eterno, tal como lo explica en el conocido “Mito de la caverna” (Platón, 1986, p.p. 514-521). En este mito plantea, precisamente, que

el conocimiento consiste en recordar lo que el alma ya conocía, ya que ésta es eterna y pertenece a un plano superior. Esta idea fue retomada, más tarde, por la Iglesia Católica para dar consistencia a la construcción de sus dogmas.

Otro filósofo que trabaja el concepto de lo universal es el principal discípulo de Platón, Aristóteles (384 a.C – 322 a.C), para quien la comprensión de lo universal es posible dado que las esencias están en el mundo real y deben ser introducidas en nuestra cabeza. Como para este autor este proceso se realiza desde lo sensible, con esto se aparta de las creencias de su maestro, naciendo así el empirismo, el cual defiende la idea que el conocimiento es adquirido por medio de los sentidos, y el método inductivo, es decir, que a partir de lo particular se llega a la universalidad.

Otro gran aporte de Aristóteles es la definición de los conceptos como representaciones mentales de las esencias universales del mundo sensible, lo que significa que éstas no son ideas que se deban alcanzar, sino que son juicios que se construyen, los cuales, luego, a partir de la lógica permiten que se generen nuevos saberes.

Al llegar la Edad Media, el logos fue encerrado y proscrito por la Iglesia Católica. En esta etapa que se conoce como “El Oscurantismo”, todos aquellos que se atrevieron a proponer nuevas ideas, que fueran interpretadas como contrarias al dogma, eran castigados duramente por el poder eclesiástico. El ejemplo más famoso de esto fue Giordano Bruno (1548-1600), quien, por afirmar, entre otras cosas que la tierra era un planeta, que había millones de estrellas y que no éramos el centro del universo, fue quemado en la hoguera.

Umberto Eco (1932-2016), en su libro *El nombre de la rosa* [2] (1982), con su personaje de Guillermo de Baskerville, quien es intuitivo, sagaz y pensante en permanente búsqueda del conocimiento, por medio de la razón y de las evidencias, representa el pensamiento empírico, hace un homenaje a Guillermo de Ockham (1288-1349), quien fue un filósofo y lógico franciscano que fue excomulgado por su pensamiento “criticista”. Su gran aporte al campo científico fue el principio de la “Navaja de Ockham” en el que se propone que todo fenómeno debe ser explicado del modo menos complejo posible.

En esta época, surgen dos grandes representantes epistemológicos. Uno de ellos fue Agustín de Hipona (354-430), considerado padre y doctor de la iglesia, cuyo razonamiento se basó en la fe, la doctrina cristiana, y la razón, caminos que llevaban a un destino o a una misma verdad. Si entre estos tres caminos se entraba en conflicto, prevalecía lo que estipulara la fe, transformando al pensamiento filosófico en algo inferior a la teología. El otro fue Santo Tomás de Aquino (1224-1274) quien afirmaba que estos caminos debían ser mirados por medio del mismo prisma y, al igual que el anterior, en caso de choque se debía imponer la fe.

Aunque Occidente perdió su saber, gracias a los árabes este se preservó, ya que muchos de los libros proscritos por la iglesia lograron salvarse de ser quemados al ser llevados principalmente a Constantinopla. Estos conocimientos reingresaron a la Europa occidental por España, cuando esta fue conquistada por los moros, y por los intelectuales que llegaron a Italia escapando de la caída de Bizancio, tomada por los turcos en 1453, sentando las bases para el surgimiento del **Renacimiento**. Con el que aflora una nueva mirada del mundo, en la que se sitúa al hombre nuevamente como centro del universo y renace el antropocentrismo, además se retoman las ideas griegas en las que Dios no es la respuesta a los fenómenos de la naturaleza, descartando como explicación válida los mitos y dogmas de la fe.

En esta época, se inicia la revolución científica de Copérnico (1473-1543), la cual desafía los modelos geocéntricos de Tolomeo y Aristóteles, dogmas de la iglesia, reintroduciendo el modelo heliocéntrico de Aristarco de Samos (310 a.C – 230 a.C). Este último no funcionaba del todo ya que

las órbitas de los planetas eran plasmadas como circulares, lo que fue corregido por Kepler (1571 - 1630) quien las representa elípticas, siendo el canon planetario que aun utilizamos, verificado y complementado por Newton (1642 - 1727) en el siglo XVIII.

Uno de los grandes filósofos de la **modernidad** fue Francis Bacon (1521 - 1626). De su pensamiento se puede resaltar el concepto de la utopía, pero su mayor aporte fue negar la veracidad de los modelos aristotélicos he intentar cambiarlos por medio de la inducción (de lo particular se llega a lo general). Es el primer pensador que le otorga el rol de cambiar el mundo a la ciencia, “saber es poder”, con lo que la vuelve práctica, basado en algunos de estos planteamientos Descartes (1596 - 1650) en su obra El Discurso sobre el método (1937) legitima la nueva ciencia, y establece la deducción como método, que va de lo general a lo particular, plasmando los cuatro principios del proceso: 1) Evidencia: no dar por válido nada que pueda ser falso; 2) Análisis: estudiar los problemas de lo grande a lo pequeño; 3) Síntesis: empezar por los elementos pequeños y así gradualmente llegar a la totalidad; y 4) Enumeración: tratar de realizar paradas específicas de análisis para evitar el error. De esta forma, se inicia la primera revolución científica según Kuhn (2004).

Antes de continuar, es importante definir los términos **empirismo y racionalismo** principios actualmente vigentes. El primero consiste en la tendencia filosófica que considera la experiencia como norma para la construcción del conocimiento, ésta niega la verdad absoluta, o que el hombre pueda acceder a ella, ya que toda afirmación debe ser puesta a prueba por medio de la vivencia y con esto transformarla, corregirla o desecharla. Sus principales autores son Locke (1632 - 1704), Berkeley (1685 - 1753) y Hume (1711 - 1776).

El racionalismo, por su parte, corresponde a la tendencia que refiere que la realidad es gobernada por la razón, es decir que existen las ideas innatas, que el racionamiento genera conocimiento por sí mismo, en contradicción a lo dicho por los empiristas. Sus mayores representantes fueron Descartes, Leibniz (1646 - 1716) y Spinoza (1632 - 1677) (Alcoberro, 2000).

La gran diferencia entre estas dos miradas es que una es dogmática y racional, en la que plantea que se puede conocer el mundo de forma perfecta, y el escepticismo que concibe que los fenómenos naturales no son totalmente conocibles. Así, en lo que se refiere a la fuente del conocimiento el dogmatismo desconoce de cierta forma al sujeto enfocándose en el objeto, mientras que el escepticismo se centra en el sujeto, siendo de su interés los factores subjetivos en la construcción del conocimiento humano. Esta dicotomía la intentará unificar de cierta manera Kant (1724 - 1804) en el siglo XIX.

Para algunos expertos, Emanuel Kant es el mayor autor de la historia y referente en la filosofía y la epistemología hasta nuestros días. Para él, gracias a las ideas de Hume despertó del sueño del dogmatismo de la razón. Intentará articular las dos corrientes epistemológicas, antes mencionadas, para lo cual empieza por plantearse cuatro preguntas: ¿qué puedo conocer? ¿qué debo hacer? ¿qué puedo esperar? ¿qué es el hombre?

Es el primer filósofo moderno que plantea que el conocimiento es personal, pues cada individuo tiene su forma única de pensar, y con esto, trata de aclarar la razón por la cual un mismo fenómeno puede ser explicado de diferentes maneras. En ese sentido, el sujeto que conoce y la forma en que conoce se convierte en la base principal de la ciencia.

Continuando con la revisión, se llega al **Círculo de Viena** (1921 - 1936), en el cual los autores afirman que cualquier disciplina científica que no utilice un método científico no puede llamarse ciencia. Su principal aporte fue el modelo inductivo, el cual fue refutado por Popper (1902 - 1994)

con su falsacionismo, que al plantear que toda verdad debe ser falsable, niega que desde lo particular se puedan plantear afirmaciones absolutas. A partir de este momento, entonces la ciencia se convierte en un conjunto de ideas ciertas, temporalmente verdaderas hasta que sean falseadas, y así se parte de hipótesis que deben ser comprobadas o no para la construcción del conocimiento.

Por otro lado, se encuentra Kuhn (1922 - 1996) quien intenta corregir las ideas de Popper, tomando el concepto de paradigma, definiéndolo como el arquetipo de la investigación, como el modelo que debe seguirse para encontrar la verdad. Sin embargo, al no existir una verdad absoluta este termina por implosionar, transformándose o destruyéndose, de esa manera, la ciencia va avanzando hasta que el paradigma formalmente aceptado ya no es funcional y debe ser cambiado, para luego redefinirse; así se producen las revoluciones científicas, que transforman la ciencia y su método. Históricamente, se han originado varias revoluciones que han logrado que el hombre se transforme y que su conocimiento evolucione constantemente, ya que la ciencia en sí debe ser dinámica (Kuhn, 2004).

- **Siglo XX**

Entrado el siglo XX, se encuentran las **ideas de Feyerabend** (1924 - 1994) quien, en palabras sencillas, niega el método científico al afirmar que la ciencia no lo necesita; con esto intenta romper el paradigma de que ésta sea superior a las otras disciplinas. Por el hecho, de tener un método, es decir, que contempla que todas estas pueden ser consideradas como ciencias. Esta perspectiva no es compartida por algunos de los actuales epistemólogos que continúan siguiendo las teorías de Popper y Kuhn.

A mediados del siglo XX e inicios del nuevo milenio, el mundo sufre una transformación, pues la revolución del conocimiento cambia la forma en que las personas lo adquieren. En palabras de Pierre Lévy, nace la **Cibercultura** (2007), una sociedad hiperconectada, en donde los usuarios cambian su rol de receptores de información por el de productores y consumidores -"prosumers". Adicionalmente, la sociedad desconectada de su contexto pasó a estar hiperinformada.

De ese modo, se da inicio a la generación de redes, sociales y de conocimiento, desplegando la "aldea global", concepto desarrollado, gracias a los estudios sobre comunicación y *Mass media*, en la década de los años sesenta por McLuhan (1911-1980), Esteinou la define como:

La idea de que, debido a la velocidad de las comunicaciones, toda la sociedad humana comenzaría una dimensión tecnológica para transformarse y, su estilo de vida se volvería similar al de una aldea. Debido al progreso tecnológico, todos los habitantes del planeta empezarían a conocerse unos a otros y a comunicarse de manera instantánea y directa. (citado por RA Gallego-Torres, 2017)

Esta sociedad, la cual se encuentra conectada por medio de redes de información, donde cualquier individuo puede transformarse en generador de contenido, con sólo contar con una conexión a Internet. Así, se crea un nuevo espacio que transforma la realidad, y la red deja de ser "un no-lugar", para pasar a ser un lugar, que según Mark Augé (2000) se define como:

"Lugar antropológico" para esta construcción concreta y simbólica del espacio que no podría por sí sola dar cuenta de las vicisitudes y de las contradicciones de la vida social, pero a la cual se refieren todos aquellos a quienes ella les asigna un lugar, por modesto o humilde que sea. (...) el lugar antropológico, es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa. (pp. 57-58).



Esto implica, que la red es el lugar en que las personas socializan, se comunican, en otras palabras, viven, dejando de ser virtual, es decir algo que puede ser, para ser real. Este fenómeno debe ser estudiado desde la epistemología ya que la producción de conocimiento ha cambiado, por tanto, la sociedad es una red gigantesca de comunicación e información, una gran autopista, sin peajes ni policías de tránsito que la organicen, y el saber ya no se encuentra en los centros académicos ni en las universidades, sino que está en discos duros, *USB* o en la “nube”. Es así, que se está iniciando una nueva revolución científica, las cosas no son como eran, la dinámica de los cyberciudadanos es diferente a la de la ciencia clásica, no se utilizan métodos claros y entramos en una anarquía epistemológica donde todo es válido (Feyerabend, 2004).

En la primera década del nuevo milenio, **Stephen Downes** (2007) plantea la idea del *Connective Knowledge*, que se basa en la interacción entre los miembros de la red, es decir que es un “(...) conocimiento que podría ser descrito como conectivo. Una propiedad de una entidad debe conducir, o convertirse, en una propiedad de otra entidad para que puedan considerarse conectadas; El conocimiento que resulta de tales conexiones es el conocimiento conectivo.” [3]. Para el autor, es más que sólo una relación entre las entidades, debe haber una interacción, por lo que afirma:

El conocimiento conectivo requiere una interacción. Más al punto, el conocimiento conectivo es el conocimiento de la conexión. Si Janet vota de cierta manera porque le dije que lo hiciera, se ha producido una interacción y se ha establecido una conexión. El conocimiento así observado no consiste en cómo votaremos Janet y yo, ni en cuántos de nosotros votaremos, sino en la observación de que existe este tipo de conexión entre Janet y yo. (Downes, 2005)

Frente a este nuevo tipo de conocimiento, otro de los autores, George Siemens (2006), manifiesta que “el conocimiento no está alojado en ningún órgano físico (...) se considera que es distribuido (...) todo el conocimiento está en las relaciones entre las personas que participan en la actividad, las herramientas que utilizan (...)” (pág. viii). Para este teórico, el *Connective Knowledge* posee cuatro características:

- **Diversidad:** se deben tener varios puntos de vista para la construcción de los conceptos, todas las verdades son temporales.
- **Autonomía:** los partícipes en el proceso contribuyen por su propia voluntad, de acuerdo con su propio conocimiento y saberes.
- **Interactividad:** el conocimiento es producto de la interacción de todos los participantes.
- **Apertura:** es buscar la manera para que los cyber-ciudadanos participen y el conocimiento sea libre para todos. (Siemens, 2006).

De esta manera, el marco epistemológico se fundamenta en la distribución a través de redes, donde las personas son nodos que aportan en la construcción del conocimiento, por lo cual, éste no se encuentra en la persona, sino en una organización, una red o cualquier dispositivo digital.

Con base en esto, se puede plantear que este saber no es estático, sino dinámico, ya que se basa en la co-creación, es decir: a partir de trabajos de otros se puede innovar o desarrollar nuevas teorías, ideas y conceptos, que luego se distribuyen por los recursos digitales a disposición, para, posteriormente, por medio de las conexiones, ser comunicado y evaluado a través de pares y, por último, recibir un *feedback*; para que luego el ciclo empiece de nuevo.

- **Metodología / Métodos**

Se entiende el método como el camino para llegar a la verdad, en el caso de la educación no existe un método preestablecido, ya que todos los caminos pueden llevarnos a la verdad, el conocimiento es personal, cada individuo tiene su forma única de pensar, y con esto, un mismo fenómeno puede ser explicado de diferentes maneras, en este caso será teórica, ya que un investigador en ciencias sociales es ante todo un teórico, como lo define Van Manen (2003):

El teórico es un observador sensible de las sutilezas de la vida cotidiana, y a la vez un lector ávido de textos significativos de la tradición de las ciencias humanas, de las humanidades, la historia, la filosofía, la antropología y las ciencias sociales en cuanto pertenezcan a su ámbito de interés, que, en nuestro caso, son las exigencias teóricas y prácticas de la pedagogía (pág. 47)

A partir de esto, se acudió a la investigación documental que permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos, en ese sentido, Rodríguez (2013) la define como:

(...) la investigación bibliográfica y documental como un proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido del material empírico impreso y gráfico, físico y/o virtual que servirá de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada.

Esta metodología, permitió un estudio sistemático de las investigaciones precedentes en el campo de la epistemología para elaborar una aproximación al estado del arte.

## **Reflexión final**

Después de este breve análisis histórico-epistemológico se puede afirmar que la epistemología y el método científico están articulados, y que cada cambio en uno de estos transforma el otro. Aunque hoy en día continúen las pugnas entre las corrientes científicas, esto hace parte del constante desarrollo, pues el conocimiento requiere ir adaptándose a los diferentes contextos sociales que han transformado a la sociedad a lo largo de la historia.

En definitiva, la humanidad ha tenido siempre un espíritu indagador, preguntándose sobre los fenómenos que lo rodean, y tratando de responder estas incógnitas se han desarrollado en principio una mirada mítica, donde los dioses eran la respuesta a todo, para luego terminar en una perspectiva humanista dándoles un significado más terrenal. Así, la filosofía de la mano de la ciencia ha explicado nuestro papel en el mundo y el lugar del hombre en el universo.

En esta época de grandes cambios, se deben analizar y replantear muchos de los paradigmas existentes, ya que la sociedad de la información ha cambiado los roles de los actores del proceso de construcción del conocimiento, y ahora lo ha descentralizado de los científicos, universidades o centros de estudio para distribuirlo entre todos, democratizando su adquisición y desarrollo. En esa medida, los métodos actuales ya no son válidos, y los ciber-ciudadanos ya no se quedan con los conceptos dados pues investigan, analizan y reflexionan desde la web, refutándolo todo, lo que resulta en que las verdades absolutas ya no existen, los modelos quedan desvirtuados y estamos próximos a una nueva revolución científica que cambiará nuevamente la mirada que tenemos de nuestra realidad.

## Notas

[1] Solo hasta la aparición de la teoría atómica de Borh (1885-1962) se demostró que éstos estaban compuestas por otras partículas más pequeñas.

[2] En este libro de Eco, el conocimiento es representado por un libro, “La Comedia” de Aristóteles. Mientras que la biblioteca y el laberinto muestran el camino que debe ser recorrido por el aprendiz para alcanzar la iluminación, esto paralelamente a la investigación de unas muertes acontecidas en el monasterio. En el final, el libro es quemado y el maestro y su discípulo continúan su búsqueda de la verdad. Así, simbólicamente, Eco representa de forma magistral como desde la filosofía y la ciencia pueden ser construidas, aunque el proceso puede ser tortuoso y tener muchos peligros, hasta la muerte, por las restricciones, en este caso, de la fe católica (representada por la Sagrada Inquisición, hoy conocida con el nombre de Congregación para la Doctrina de la Fe).

[3] “(...) Knowledge that could be described as connective. A property of one entity must lead to or become a property of another entity for them to be considered connected; the knowledge that results from such connections is connective knowledge.” (Downes, 2007, 4).

## Referencias

- Alcoberro, R. (sf). *Empirismo y racionalismo*. Obtenido de Filosofía i pensament: <http://www.alcoberro.info/planes/empirisme3.htm>
- Augé, M. (2000). *Los no lugares - Espacion del anonimato*. (M. Mizraji, Trad.) Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2005). *Los retos de la modernidad líquida*. Barcelona: Gedisa.
- Berman, M. (1988). *Todo lo solido se desvanece en el aire*. México: Siglo XXI.
- Downes, S. (16 de 10 de 2006). *Learning Networks and Connective Knowledge*. Obtenido de <http://itforum.coe.uga.edu/>: <http://itforum.coe.uga.edu/paper92/paper92.html>
- Downes, S. (22 de 12 de 2005). *An Introduction to Connective Knowledge*. Obtenido de [www.downes.ca](http://www.downes.ca): <http://www.downes.ca/cgi-bin/page.cgi?post=33034>
- Gallego-Torres, R. (2018). STUDY TELLING. Base teórica de una nueva comunicación para el e-learning. En C. S. (ed.), *Caleidoscopio educativo: Prácticas y reflexiones iberoamericanas* (págs. 135-144). Global Knowledge Academics.
- Guillen, H. (10 de 08 de 2007). *Sócrates y la sabiduría griega*. Obtenido de <http://epistemologia-ulisesgu-udeci.blogspot.com.co/>: <http://epistemologia-ulisesgu-udeci.blogspot.com.co/2007/08/scrates-y-la-sabidura-griega.html>
- Kuhn, T. S. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. (A. Contin, Trad.) México: Fondo de cultura económica.
- Lévy, P. (1995). *¿Qué es lo virtual?* Buenos Aires: Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. Informe al Consejo de Europa*. México: Antrhopos.
- McLuhan, M., & B. R. (1995). *La aldea Global*. Barcelona: Gedisa.

- Ramón, J. M. (03 de 2004). *La epistemología de Khun, Lakatos y Feyerabend: un análisis comparado*. Obtenido de: /josemramon.com.ar: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Ram%C3%B3n-Jos%C3%A9-Mar%C3%ADa-La-epistemolog%C3%ADa-de-Khun-Lakatos-y-Feyerabend.pdf>
- Rodríguez U., M. (2013, 08 19). Acerca de la Investigación Bibliográfica y documental. Recuperado: Guía de tesis: <https://guiadetesis.wordpress.com/2013/08/19/acerca-de-la-investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Sagan, C. (1980). *Cosmos*. New york: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Siemens, G. (2006). *Conociendo el conocimineto*. Ediciones Nodos Ele. Obtenido de: <https://app.box.com/shared/31mg21z77d>
- Van Manen, M. (2003). *Investigación educativa y experiencia vivida*. Barcelona: Idea Book.

### Para citar este artículo:

Gallego, G., R. (2020). **Reflexiones epistemológicas para una nueva era**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 12, Núm. 23. Pp 4-12. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a>

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

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

# Comunicação como ritual (James Carey) e folkcomunicação (Luiz Beltrão): modelos teóricos na interface com a cultura

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

## Resumo

O artigo apresenta uma interpretação de dois modelos teóricos na emergência do campo científico comunicacional: a *visão ritual* da comunicação, do americano James Carey, e a *folkcomunicação*, do brasileiro Luiz Beltrão. Os dois modelos são construídos tendo como condição histórica as nuances dos campos culturais nos EUA e no Brasil na segunda metade do século XX.

A hipótese de trabalho é que os modelos demandam renegociações epistemológicas no campo científico da comunicação, na medida em que sugerem um distanciamento do paradigma tecnológico constituído pela moderna comunicação massiva e do modelo da comunicação como difusão de informações. As práticas interdisciplinares de pesquisa promoveram uma abertura para abordagens teóricas ligadas ao campo da cultura, enquadrando objetos e temas de pesquisa segundo distintas dinâmicas culturais nos EUA e no Brasil.

O estudo comparado dos modelos de James Carey e Luiz Beltrão fornece pistas para discussões sobre as constantes mudanças em processos comunicacionais na modernização capitalista, os conceitos de mídia segundo padrões de desenvolvimento socioeconômico, a abrangência do campo comunicacional e as virtualidades da pesquisa interdisciplinar entre comunicação e cultura.

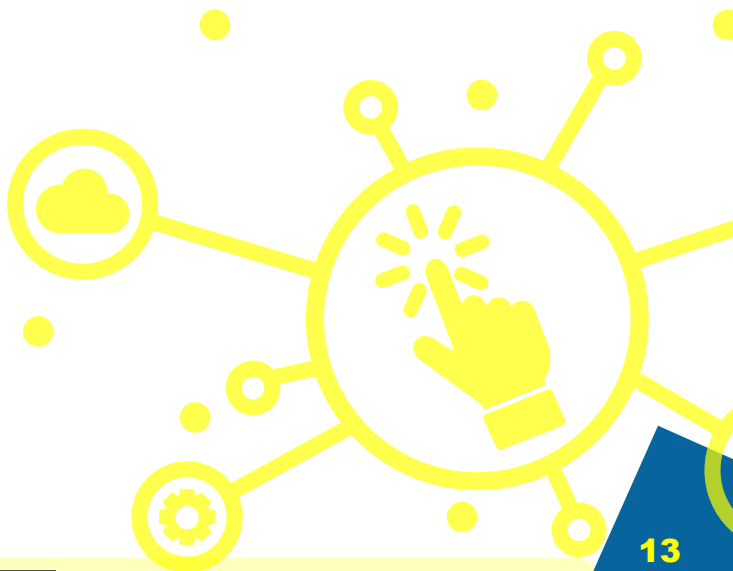
**Palavras chave:** Comunicação; comunicação como ritual; folkcomunicação; modelos teóricos.

**Recebido.** Fevereiro 07, 2020

**Aceitado.** Fevereiro, 18, 2020

\*Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at Posgraduation Program in Contemporary Culture Studies (ECCO).

Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375> ; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)



# Communication as ritual (James Carey) and folkcommunication (Luiz Beltrão): theoretical models at the interface with culture

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

## Abstract

The article presents an interpretation of two theoretical models in the emergence of the communicational scientific field: the ritual vision of the communication, of the American James Carey, and the folkcommunication, of the Brazilian Luiz Beltrão. The two models are constructed having as a historical condition the nuances of the cultural fields in the USA and Brazil in the second half of the twentieth century.

The working hypothesis is that the models demand epistemological renegotiations in the scientific field of communication, insofar as they suggest a distancing from the technological paradigm constituted by modern mass communication and the model of communication as information diffusion. The interdisciplinary practices of research promoted an openness to theoretical approaches related to the field of culture, framing objects and themes of research according to different cultural dynamics in the USA and Brazil.

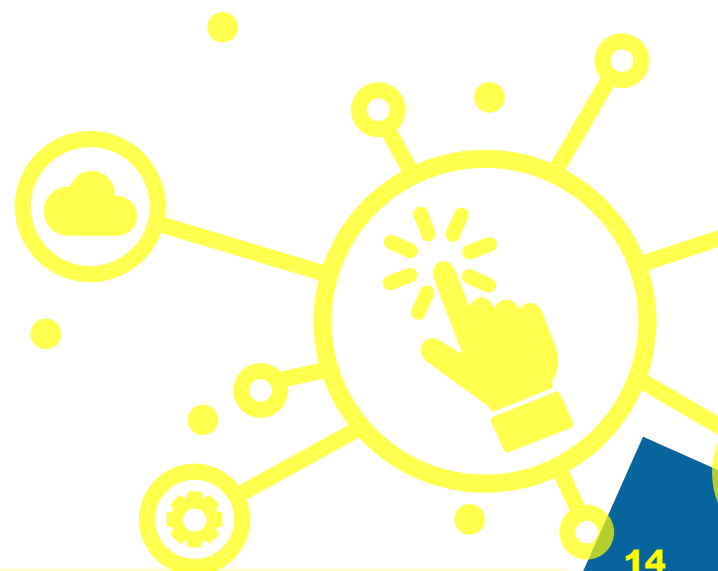
The comparative study of the models by James Carey and Luiz Beltrão provides clues to discussions about the constant changes in communication processes in capitalist modernization, media concepts according to patterns of socioeconomic development, the comprehensiveness of the communication field and the interdisciplinary research possibilities between communication and culture.

**Keywords:** Communication; ritual view; folkcommunication; theoretical models.

**Received.** February 07, 2020

**Accepted.** February 18, 2020

\* Professor of the Social Communication Course and the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies at the Federal University of Mato Grosso (PPGECCO-UFMT / Cuiabá). PhD in Communication and Culture from the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375>; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)



# La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación (Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

## Resumen

El artículo presenta una interpretación de dos modelos teóricos en el surgimiento del campo de la ciencia de la comunicación: la visión ritual de la comunicación, del estadounidense James Carey, y *folkcomunicación*, del brasileño Luiz Beltrão. Los dos modelos se construyen teniendo como condición histórica los matices de los campos culturales de EE.UU y Brasil en la segunda mitad del siglo XX.

La hipótesis de trabajo es que los modelos exigen renegociaciones epistemológicas en el campo científico de la comunicación, en la medida en que sugieren un alejamiento del paradigma tecnológico constituido por la comunicación de masas moderna y del modelo de comunicación como difusión de la información. Las prácticas de investigación interdisciplinaria promovieron una apertura a los enfoques teóricos vinculados al campo de la cultura, enmarcando los objetos y los temas de investigación de acuerdo con las diferentes dinámicas culturales de los Estados Unidos y el Brasil.

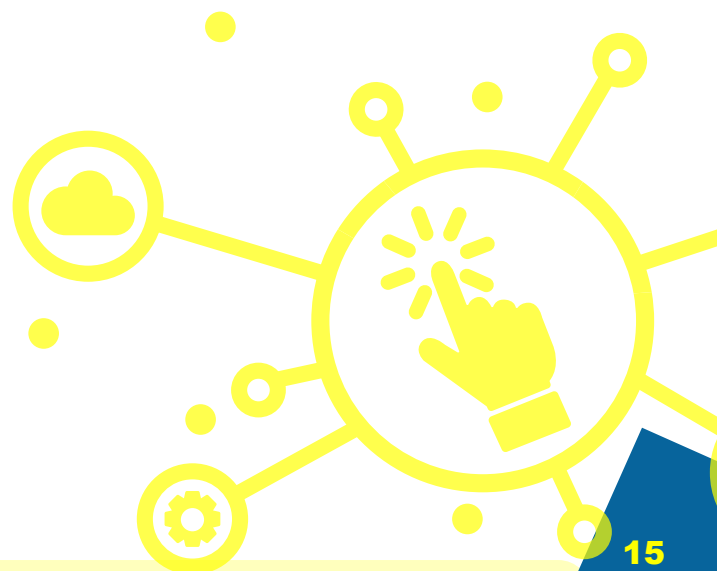
El estudio comparativo de los modelos de James Carey y Luiz Beltrão proporciona pistas para el debate sobre los constantes cambios en los procesos de comunicación en la modernización capitalista, los conceptos de los medios de comunicación según las pautas del desarrollo socioeconómico, el alcance del campo de la comunicación y las virtualidades de la investigación interdisciplinaria entre la comunicación y la cultura.

**Palabras clave:** Comunicación; comunicación como ritual; folkcomunicación; modelos teóricos.

**Recibido.** Febrero 07, 2020

**Aceptado.** Febrero 18. 2020

\*Profesor del Curso de Comunicación Social y del Programa de Postgrado en Estudios de Cultura Contemporánea de la Universidad Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doctorado en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Investigador del Programa de Posgrado en Estudios de Cultura Contemporánea (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375>; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)



## Introdução

A comunicação como ritual (visão ritual da comunicação), do americano James Carey, e a folkcomunicação, do brasileiro Luiz Beltrão, são propostas de dois modelos teóricos que têm em comum o fato de se inserirem em uma jovem tradição de pesquisa em Comunicação, principalmente nas universidades brasileiras, onde o processo de institucionalização das práticas de pesquisa torna-se mais visível apenas a partir da década de 1970, com o funcionamento dos primeiros cursos de pós-graduação *stricto sensu* na área e a maior amplitude da rede científica no país, através do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG). Os dois modelos teóricos fazem contraponto às práticas midiáticas que caracterizam o modelo da comunicação, hegemônico desde o século XX, como sinônimo de “transmissão de informação”, que no campo dos estudos antropológicos tem como referência os processos de difusionismo cultural.



No campo da pesquisa em comunicação, a emergência dos modelos teóricos de James Carey e de Luiz Beltrão torna mais complexa a definição e a delimitação disciplinar do que se configura historicamente como um campo de estudos e pesquisa, o campo comunicacional, uma vez que os dois modelos teóricos sugerem a apropriação e o enquadramento de novos objetos de pesquisa na área instituída, o que inclui dinâmicas comunicacionais de práticas culturais.

Historicamente, o campo da comunicação no Brasil, entre abordagens científicas e filosóficas, tem buscado sua constituição “disciplinar” na organização institucional das práticas de pesquisa, o que inclui a criação de entidades científicas e programas de pós-graduação. A criação de uma disciplina da Comunicação, no entanto, emergiu historicamente em duas instâncias através de duas práticas: o ensino de graduação nos cursos de Comunicação Social e a realização de pesquisas sobre questões comunicacionais a partir de outras áreas do conhecimento.

Em outras áreas do conhecimento, de modo incisivo nas Ciências Sociais e Humanas, mas também nas Letras e na Filosofia, práticas comunicacionais, em especial práticas midiáticas, têm sido consideradas como objetos de estudos – caso, por exemplo, da emergência, no século XX, da sociologia da comunicação e da psicologia da comunicação. A partir de distintas interfaces teóricas, a pesquisa em comunicação tem se caracterizado propriamente como práticas interdisciplinares, o que já fornecia indícios de sua abrangência e a conseqüente dificuldade na definição e delimitação do campo de investigação numa convergência idealizadamente disciplinar.

Neste artigo, promove-se uma leitura de James Carey e Luiz Beltrão, dois autores do moderno pensamento comunicacional na América do Norte (Carey) e América do Sul (Beltrão), sem, contudo,



pretender esgotá-los em sua complexidade e minúcias conceituais. Busca-se, porém, de modo analítico e comparativo, esboçar aproximações entre enunciados presentes nos dois modelos teóricos e, de modo simultâneo, evidenciar o afastamento que ambos promovem com relação à pesquisa em comunicação de massa.

Assim, o artigo analisa como a visão ritual (James Carey) e a folkcomunicação (Luiz Beltrão) tornaram-se perspectivas teóricas que fizeram diferença ao produzirem um afastamento com relação aos hegemônicos estudos da comunicação de massa, até então foco primordial de interesse nas ciências da comunicação emergentes ao longo do século XX, em sua experiência de modernização industrial e transformações nas tecnologias midiáticas.

A consequência mais visível é que os modelos de Carey e de Beltrão atribuem nova amplitude à pesquisa em comunicação na segunda metade do século XX, tendo como questão as dinâmicas comunicacionais presentes no âmbito das práticas culturais. Analisa também as implicações que essas duas perspectivas apresentam nos planos teórico-metodológico e epistemológico quando o tema de estudos e a relação muito próxima entre comunicação e cultura.



## 1. Visão ritual: dimensões comunicacionais da cultura americana

Nos EUA, de onde se originou a tradição de estudos em comunicação como ciência do comportamento, na interface com as ciências sociais e humanas, James Carey, a partir de leituras do filósofo e educador liberal John Dewey, propôs uma revisão nos fundamentos teóricos da área. Segundo Carey (1992), há duas concepções de comunicação que permeiam a cultura americana: a visão transmissiva e a visão ritualística. As duas concepções de comunicação têm origens no campo religioso, ainda que se refiram a diferentes regiões da experiência mística. A visão de comunicação mais comum na cultura americana é a transmissiva, definida por termos como “transferência” (*imparting*), “envio” (*sending*), “transmissão” (*transmitting*) ou “dar informação a outros” (*giving information to others*). (CAREY: 1992, p. 15). [1]

Não por acaso, boa parte da pesquisa em comunicação de massa (*mass communication research*) emerge historicamente marcada por ter como foco de interesse o pensamento comunicacional como prática difusionista: a concepção de comunicação como transmissão linear de informação que caracteriza não apenas o imaginário cultural americano, mas o próprio imaginário cultural do Ocidente moderno.

Interessa, neste artigo, mais especificamente a visão ritualística proposta por James Carey. A comunicação como ritual – concebida, portanto, numa abordagem cultural – é considerada “arcaica” por resistir à força dos processos de modernização ao longo do século XX. A visão ritual da comunicação liga-se a termos correlatos como “compartilhamento” (*sharing*), “participação” (*participation*), “associação” (*association*), “camaradagem” (*fellowship*) e “detenção de uma fé comum (*the possession of a common faith*)”. Explora a “identidade” (*identity*) e as “raízes comuns” (*common roots*), com base em termos e noções afins como “comum, ordinário” (*commonness*), “comunhão” (*communion*), “comunidade” (*community*) e “comunicação” (*communication*). (CAREY: 1992, p. 18)

Na visão ritual da comunicação, o mundo cultural comunitário é criado através de formas materiais. Atividades sociais e lúdicas – como danças, jogos, notícias (*news stories*) e “sermões” (*speeches*) [2] – são narrativas que, em certa medida, servem de controle e recipiente para a ação humana. Carey define a visão ritual da comunicação como aquela “direcionada não para a extensão de mensagens no espaço, mas em direção à manutenção da sociedade no tempo; não o ato de transmitir informação, mas a representação de crenças compartilhadas” [3]. (CAREY: 1992, p. 18-19, tradução nossa)

A construção teórica de Carey é a de que os processos comunicacionais relacionam-se diretamente com o campo da cultura em dois momentos no que se refere à produção de linguagem. Num primeiro momento, as formas simbólicas *apresentam* o mundo (são “símbolos de” algo) e num segundo momento tais formas *criam* a realidade que apresentam (são “símbolos para”). Assim, estudar comunicação, conforme Carey, demanda examinar o atual processo social em que formas simbólicas significativas são criadas, apreendidas e usadas.

É nessas formas simbólicas que se produzem as interações humanas, em escalas distintas: interpessoais (no âmbito comunitário) ou massivas (mediadas pelos meios de comunicação). Assim, Carey desenvolve um pensamento comunicacional que não se resume à mera transmissão de informação, mas considera os sistemas socioculturais criados frente à realidade e os modos para representá-la como ambientes comunicacionais. Entre os sistemas socioculturais estão a arte, a ciência, o jornalismo, a religião, o senso comum e a mitologia (CAREY: 1992, p. 30). Esses sistemas de percepção e construção da realidade designam a relação direta entre comunicação e cultura na medida em que, como sugere o próprio autor, pode-se compreender a comunicação através de uma abordagem cultural. [4].

A comunicação, portanto, apresenta uma dimensão de construção histórica na medida em que é resultado também da “corrupção da cultura” que se cria e se revela a partir da natureza humana. Na historicidade da construção cultural, concebe-se que há comunicação enquanto houver aptidão para se construir modelos de representação da realidade social, mas que simultaneamente se constituem como a própria realidade social. Se a comunicação não se relaciona com atribuições da aptidão de base genética, cabe descobrir sistemas ou modelos cognitivos e expressivos no âmbito da cultura que apontem como o “milagre” da comunicação é realizado.

Comunicação, como sugere Carey, relaciona-se com a produção de sentido, que por sua vez relaciona-se com a cultura em dimensão comunitária. A comunicação, para o cidadão comum, consiste em um conjunto de atividades meramente diárias: conversar, passar instruções, divertir-se, sustentar um debate ou uma discussão, adquirir informação (CAREY: 1992, p. 33). Assim, diz Carey, nossas mentes e vidas são formatadas pela nossa experiência total, ou melhor, por representações de experiência, e um nome para essa experiência é comunicação.

Se os modelos de representação tornam-se opacos, a realidade, em consequência, torna-se inapreensível, e fica-se inapto a descrevê-la ou compartilhá-la. Essas opacidades são indícios de que há falhas no modelo de comunicação, compreendido, na sugestão de Carey, como a própria ambiência cultural onde as informações são produzidas e dotam-se ou não de sentido comum. Dito de outro modo, comunicação é menos transmissão e efeito de informações, e mais “drama” que dá forma, ordem e tom à vida social.

Carey sugere em seu texto uma lição. Ele argumenta que pensamos muito em sociedade como rede de poder, administração, decisão e controle – como uma ordem política. Ou então a pensamos como relações de propriedade, produção e comércio – uma ordem econômica. A proposta de Carey é perceber que a vida social vai além de poder e comércio, além de terapias. Com base em Williams, Carey sugere que a vida social “inclui compartilhamento de experiência estética, idéias religiosas, valores e sentimentos pessoais e noções intelectuais – uma ordem ritual” [5]. (CAREY: 1992, p. 34).

De modo mais preciso, o autor americano sugere uma definição de comunicação que ele mesmo considera de uma simplicidade desarmante, mas que detém algum poder e algum alcance intelectual: “comunicação é um processo simbólico pelo qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada” [6]. (CAREY: 1992, p. 23). Um dos maiores problemas desta perspectiva teórica, segundo o próprio autor, é o fato de a comunicação referir-se à mais comum e mundana das experiências humanas.

Como se pode inferir no argumento de Carey, nada que se refere, até o momento em que ele formula o conceito, a segredos de técnicas de comunicação profissionais ou acesso a parafernalias tecnológicas da comunicação de massa. E nem necessariamente a ferramentas designadas modernamente de meios de comunicação, que, como já demonstrou a história da mídia e das teorias da comunicação, tornam-se elementos que constituem de modo mais enfático a centralidade da pesquisa em comunicação de massa.

Assim, o que está por baixo das ordens políticas e econômicas é a ordem ritualística, problematizada por Carey na medida em que a noção de cultura, na sociedade americana, tenha partido mais de um insistente individualismo típico do liberalismo da sociedade de consumo, não sendo por acaso que, como ele mesmo relembra, em geral a vida psicológica, centrada no indivíduo, seja colocada acima da realidade social.

Na abordagem cultural da comunicação, em especial na visão ritual, Carey reavalia a noção de cultura como crítica a uma visão puritana na qual se desvalorizam atividades humanas que não sejam pragmáticas ou orientadas para o mundo da economia e do trabalho. Ele situa, portanto, a visão ritual da comunicação como crítica da Modernidade, na medida em que esta reduz a noção de cultura aos constrangimentos dos processos econômicos e políticos.



## 2. Folkcomunicação: dimensões comunicacionais da cultura popular brasileira

Folkcomunicação é um conceito de Luís Beltrão, jornalista e pesquisador pioneiro nas ciências da comunicação no Brasil. Designa as práticas sociais populares que põem em relação os sistemas folclóricos e outras instâncias de produção simbólica, o que inclui a indústria cultural e as práticas da cultura erudita. Nas condições socioeconômicas brasileiras, os segmentos populares caracterizam-se historicamente pelo baixo índice de alfabetização, baixa renda econômica e baixa participação nos circuitos culturais hegemônicos.

Beltrão, depois de estudar a mídia moderna, em especial no campo jornalístico, buscou construir o conceito de folkcomunicação como sistema de comunicação no âmbito da cultura popular. Este sistema inclui o conjunto de agentes, meios, métodos e técnicas de que se valem os grupos marginalizados da sociedade na invenção de práticas comunicacionais para além das práticas consagradas da mídia comercial e das profissões socialmente instituídas da comunicação social (jornalismo, publicidade e propaganda, marketing, relações públicas, cinema).

Segundo Beltrão, folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal, já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa (BELTRÃO: 2004, p. 74). Entre os modos de expressão e comunicação na folkcomunicação encontram-se a literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes em geral. Consideram-se ainda como veículos de comunicação populares aqueles entre produção artesanal e industrial: folhetos, volantes e atos de presença corporal.

Já na década de 1960, Luiz Beltrão considerava os sistemas de comunicação de massa – TV, rádio e jornal – como a ortodoxia da informação, por não serem exatamente representantes da opinião e dos ideais populares. Beltrão analisava, no âmbito das mestiçagens étnicas, como os “catimbós” (práticas ritualísticas do sincretismo religioso brasileiro) na região Nordeste do Brasil tornaram-se sistemas de produção e circulação de informações entre seus praticantes.

Num estudo posterior, Beltrão buscou caracterizar estas condições expressivas em âmbito popular como “comunicação dos marginalizados” como singularidade da folkcomunicação (BELTRÃO, 1980). Ainda que partindo da tradição da *mass communication research* americana, ele sugere uma ênfase geográfica, ao considerar características da cultura popular brasileira e o que, no âmbito das classes populares, ganha o rótulo da marginalização econômica e simbólica.

Entram em cena os grupos sociais marginalizados, que vivem na transição entre a memória rural e a experiência urbana, atribuindo uma dimensão simultaneamente materialista e cultural à questão comunicacional.

O modelo teórico da folkcomunicação implicou, na medida de sua concepção por Beltrão, em adicionar objetos de investigação nas ciências da comunicação para além da pesquisa de comunicação com centralidade na mídia de massa, que compreende com maior ênfase as práticas comunicacionais legitimadas profissional e socialmente da publicidade, do jornalismo, das relações públicas, do rádio/televisão e do cinema.

O modelo teórico desenvolvido por Beltrão, portanto, promove uma interface direta entre comunicação e cultura, na medida em que o jornalista e professor brasileiro percebe, nas mais variadas expressões culturais populares, uma dinâmica comunicacional. O *ethos* social, portanto, funciona como um ambiente que captura e dispersa distintas formas de linguagem e promove a produção de sentido e as formas de vinculação social. A folkcomunicação, como conceito, aproxima-se do folclore na medida em que este se transforma, no processo de modernização midiática, em cultura popular.

No movimento que põe em relação folclore e cultura popular está o campo comunicacional. Folclore são as formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural, protagonizadas pelas classes subalternas. Folkcomunicação, pelo menos num primeiro momento do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, é o uso de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural.

Entre as observações de Beltrão está a noção de que os segmentos populares têm meios próprios de expressão, e somente através deles é que podem entender a realidade e fazerem-se entender quando se trata de produção simbólica. Os agentes da comunicação popular usam meios expressivos já de uso corrente desde a época do Brasil Colônia. Entre estes meios inventados pelas demandas populares, Beltrão busca esquematizar as formas de expressão popular em folkcomunicação oral, escrita e opinativa.

Os agentes de informação oral compreendem, entre outros personagens, cantadores, caixeiros-viajantes (representantes comerciais) e, mais recentemente, na modernização dos transportes, motoristas de caminhão. Na informação escrita incluem-se folhetos (literatura de cordel), almanaques e calendários. De forma análoga ao jornalismo opinativo, a folkcomunicação opinativa divide-se em centros de informação (a praça, a feira, o pátio das igrejas etc.), meios de expressão (imagéticos: sátira, caricatura, artesanato e artes plásticas populares; folguedos ou autos [7]. populares: queimado-Judas, serra-dos-velhos, mamulengo, bumba-meu-boi, carnaval. (BELTRÃO: 2001)

Na classificação proposta por Beltrão há inúmeras e variadas expressões na cultura popular brasileira que tornam-se estruturas simbólicas pelas quais as camadas populares dotam-se de possibilidades de produção de sentido. Para além do entendimento de mídia enquanto moderna tecnologia de envio e troca de informações, a cultura popular, no caso brasileiro, torna-se, ela própria, e simultaneamente, meio e mensagem numa estrutura que contém uma dinâmica caracterizadamente comunicacional.

Uma das contribuições de Beltrão às ciências da comunicação no Brasil foi ter adiantado, já no final dos anos 1960, a problematização nem tanto quanto aos efeitos da mídia, conforme a tradição dos estudos psicossociais da comunicação oriundos dos EUA (de modo específico, as primeiras fases

da chamada *mass communication research*), mas quanto ao uso dos meios, deslocando o foco das pesquisas para o que posteriormente veio a ser designado, história das teorias da comunicação, como estudos de recepção.

Folkcomunicação, portanto, é uma construção teórica que, ao emergir no desenvolvimento das ciências da comunicação no Brasil, contribui na constituição de um campo de pesquisa justamente por considerar como temas e objetos de estudos distintas práticas socioculturais, compreendidas como fenômenos expressivos e comunicacionais no âmbito da cultura popular brasileira. De modo mais específico, trata-se de considerar uma dimensão comunicacional nas distintas expressões folclóricas, o que atribui à obra de Beltrão uma singularidade inovadora da pesquisa brasileira e mundial nas ciências da comunicação.

### 3. Comunicação: Objetos culturais e comunicacionais

A hipótese desenvolvida neste artigo é que a visão ritual, de James Carey, e a folkcomunicação, de Luiz Beltrão, emergiram como modelos teóricos que tornaram mais complexas as nuances metodológicas da pesquisa em comunicação como campo do conhecimento. Trata-se de uma questão que tem demandado um debate epistemológico, conforme se registra no campo comunicacional (PRADO, 2002; WEBER, BENTZ, HOHFELDT, 2002; TRINTA, POLITSCHUK, 2003; MARTINO: 2006;).

No Brasil, a pesquisa em comunicação foi constituída historicamente em práticas interdisciplinares de investigação, em especial a pesquisa em comunicação de massa a partir dos anos 1970. Trata-se de um período relevante no desenvolvimento da pesquisa brasileira da comunicação, caracterizada pela interface direta que manteve num primeiro momento com as ciências sociais e depois com outros campos, como as ciências da linguagem, originando distintos modelos de estudos da comunicação (LIMA, 2001).

A folkcomunicação, na virada da década de 1960 para 1970, e a visão ritual da comunicação, na década de 1980, refletiram, quase simultaneamente, o desenvolvimento de modelos teóricos que fizeram avançar a pesquisa nas ciências da comunicação em dois aspectos: 1) por fazerem diferença especificamente com relação à pesquisa em comunicação de massa, do qual podem ser considerados críticos e sucedâneos e 2) por buscarem constituir suas próprias singularidades como propostas de modelos teóricos, ao sugerirem a incorporação de novos objetos de estudos no que vinha sendo constituído como ciências da comunicação ao longo do século XX.

Nos dois modelos teóricos em questão, recuperam-se, principalmente, as dimensões interpessoais e comunitárias dos processos comunicacionais, em que as práticas comunicacionais não se resumem às práticas de consumo midiático e nem mídia se restringe ao conceito de mídia industrial de massa.

O trabalho teórico de Luiz Beltrão, como observador da cultura popular brasileira, foi propor na pesquisa em comunicação um recorte temático que compreende os processos de mediação entre folclore, cultura massiva e cultura erudita (BELTRÃO: 1991). Já o trabalho teórico de James Carey foi reconhecer uma “cultura de classe média”, marcada principalmente por práticas de consumo na sociedade americana, para a qual a noção de cultura, a partir dos ambientes intelectuais, se relaciona com a noção de alta cultura, mas não se aplica a “propósitos domésticos” ou, como

podemos interpretar com o autor, a banalidades do senso comum ordinário e cotidiano. (CAREY: 1992, p. 19)

Nos modelos teóricos do brasileiro Luiz Beltrão e do americano James Carey, como consequência da autorreflexividade própria do campo científico, atualiza-se uma reavaliação teórico-metodológica da pesquisa em comunicação. Esta reavaliação apresenta uma demanda pela ampliação e pelo enquadramento de novos objetos de estudos, conforme as singularidades de distintos ambientes culturais. Nas obras dos dois pesquisadores, trata-se da cultura popular brasileira e da cultura de classe média americana.

Quando esses novos objetos se enquadram na interface entre comunicação e cultura, convém lembrar que Beltrão cria sua perspectiva teórica com base em especial na cultura popular do Nordeste brasileiro; e Carey reconhece na cultura americana, tanto a científica quanto a do senso comum, a proeminência e a hegemonia da visão transmissiva da comunicação e, nas entrelinhas, uma cultura de consumo típica onde vigora a hegemonia do pensamento liberal.

O professor José Marques de Melo (BELTRÃO: 2004, p. 11) situa a folkcomunicação como uma disciplina em meio às então nascentes ciências da comunicação no Brasil. Se a folkcomunicação passou a ser considerada uma disciplina é porque constituiu-se visualizando novos temas e objetos de pesquisa. O objeto de pesquisa desta disciplina situa-se, num primeiro momento, entre o folclore (reinvenção e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão industrial de símbolos por meios mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas).

A folkcomunicação torna-se, portanto, uma disciplina na medida em que passa a demandar métodos atualizados de investigação, ainda que historicamente tais métodos tenham sido capturados da tradição das ciências sociais e posteriormente, a partir dos estudiosos da obra de Beltrão, tenha passado a dialogar com outros modelos teóricos de estudos em comunicação, como os oriundos das ciências da linguagem.

A visão ritual da comunicação, de Carey, também reformula a tradição da pesquisa em comunicação de massa – a *mass communication research*, como uma das vertentes hegemônicas oriunda da sociologia e da psicologia desenvolvidas nos EUA. A visão ritual vai além da *communication research*, na medida em que propõe uma concepção de comunicação não como transmissão de informação, mas como uma construção simbólica. No caso, uma construção simbólica não necessariamente com a centralidade da mídia de massa, que tem sido simultaneamente representação e criadora da própria realidade, enfaticamente desde o século XX.

Portanto, para além da pesquisa em comunicação de massa e seus efeitos, e também da pesquisa de mídia, em modelos teóricos que dominaram por muito tempo a pesquisa em comunicação nos EUA com ressonâncias na América Latina e no Brasil, o que Beltrão e Carey fazem com suas propostas de modelos teóricos é fazer avançar as discussões sobre a constituição daquilo a que vem sendo designado, pela comunidade de pesquisadores brasileiros, como ciências da comunicação, que se caracterizam principalmente pelo fato de terem sido pesquisas produzidas em perspectiva interdisciplinar.

Assim, o que se pretende evidenciar é o fato de que a visão ritual e a folkcomunicação contribuíram para consolidar a caracterização historicamente interdisciplinar das ciências da comunicação, com base na abertura para uma amplitude de objetos passíveis de serem pautados e investigados.

Nos modelos teóricos de Carey e de Beltrão, o que se percebe é a concepção de cultura como a formação de um ambiente que funciona como catalizador da produção de sentido em comum, principalmente em nível comunitário.

As abordagens teóricas de Beltrão e de Carey promovem uma revisão teórico-metodológica na pesquisa em comunicação, na medida em que consideram a possibilidade de inserção de novos objetos de pesquisa e recortes temáticos de investigação – o que inclui expressões culturais em suas virtualidades comunicacionais. Os dois modelos teóricos criam perspectivas de pesquisa que permitem analisar distintas práticas socioculturais em suas dimensões simultaneamente expressivas e comunicacionais.

A partir da inserção dos modelos teóricos dos dois autores no campo de pesquisa comunicacional, as ciências da comunicação tiveram ampliadas suas possibilidades de expansão teórica e metodológica, com os problemas e desafios inerentes a este processo, contribuindo para os debates em nível epistemológico. As demandas acadêmicas e administrativas sobre a disciplinarização da comunicação, tornando-a menos um “campo” e mais uma “disciplina”, inclui o quesito: possíveis objetos e métodos próprios de investigação, embora esta propriedade esteja em disputa por distintas disciplinas nas Ciências Sociais e Humanas, e não apenas nas Ciências da Comunicação.

Pretendemos evidenciar dois momentos significativos no desenvolvimento da pesquisa em comunicação, na medida em que se constitui como campo do conhecimento no Brasil. Num primeiro momento, o fato de que a interface entre comunicação e cultura, evidenciada na visão ritual e na folkcomunicação, permitiu um processo de desenvolvimento das pesquisas interdisciplinares que marcaram a emergência das ciências da comunicação no Brasil e nos EUA. Num segundo momento, considerar que a própria interface entre comunicação e cultura, nos modelos teóricos dos dois autores em questão, resultou em abordagens de pesquisa que, ao proporem novos objetos de investigação, para além da comunicação de massa e das modernas práticas midiáticas da chamada indústria cultural, tornaram menos nítido o conceito de mídia, até então centrado no conceito de moderna mídia industrial de massa.

Os modelos teóricos da visão ritual e da folkcomunicação promovem movimentos sincrônicos entre eles, por alinhamento no diálogo com o campo cultural, mas, embora alinhados, também produzem movimentos diacrônicos com relação ao modelo então hegemônico de comunicação de massa que se desenvolve e se consolida ao longo do século XX. Esses movimentos são próprios da autorreflexividade das práticas científicas, na busca constante de adequação e reavaliação de modelos teóricos herdados de outras tradições científicas, no caso a pesquisa de abordagem psicossocial que originou a pesquisa em comunicação de massa nos EUA.

O movimento sincrônico se dá quando os modelos teóricos de Carey e de Beltrão sugerem visitar as relações comunitárias e interpessoais como práticas comunicacionais, depois da longa hegemonia da pesquisa em comunicação de massa, dada a hegemonia deste próprio modelo comunicacional ao longo do século XX. As práticas da mídia industrial de massa continuam a ser consideradas, mas agora em seu processo de mediação pelas práticas sociais em geral, o que inclui as práticas culturais, em especial as práticas em escala comunitária. O movimento diacrônico, como simultâneo ou conseqüente do movimento sincrônico, refere-se a um princípio de dispersão dos objetos de pesquisa em um sem-número de possibilidades, que incluem desde as conversas pessoais às mais amplas manifestações culturais em escala comunitária ou massiva.



De qualquer maneira, a visão ritual e a folkcomunicação promovem um avanço na pesquisa em comunicação ao considerarem não apenas a comunicação de massa como modelo industrial e constituinte de um modelo hegemônico de modernização, que são as práticas instituídas do cinema, da imprensa, do rádio e da TV como objetos a serem tematizados nos estudos da área. A partir destas práticas comunicacionais, instituíram-se também como objetos típicos de análise os produtos e os serviços das profissões legitimadas socialmente e ligadas à formação acadêmica do jornalismo, da propaganda, do radialismo, das relações públicas e do cinema.

No âmbito da cultura popular brasileira, segundo Beltrão, e dos processos em que se criam formas simbólicas significativas na cultura de classe média americana, segundo Carey, ganha em evidência a virtualidade da inserção de novos objetos em categorias pertinentes à pesquisa em comunicação, na medida em que os dois modelos teóricos são propostos ao longo da segunda metade do século XX: no Brasil dos anos 1960-70 e nos EUA dos anos 1980, ou seja, em duas experiências distintas de modernização e diferentes condições de acesso aos bens materiais e simbólicos da vida moderna.

Sabe-se que a concepção de uma sociedade de massa na passagem do século XIX ao século XX desestabilizou pesquisas sociológicas como as desenvolvidas pela chamada Escola de Chicago, em sua dimensão de estudos comunitários (COULON, 1995). A emergência e o desenvolvimento da mídia de massa naquele período passaram a constituir a fase da chamada pesquisa em comunicação de massa, que se tornou um modelo teórico hegemônico ao longo do século XX por conta das múltiplas implicações da indústria cultural na economia, na política e na cultura modernas (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, WOLF; 2005).

Pode-se conceber que a relação entre sociedade de massa e comunicação de massa resultou numa das grandes narrativas da Modernidade, notadamente no Ocidente capitalista. O que ficou em segundo plano nessa narrativa foram exatamente as dinâmicas sociais que compreendem as manifestações populares, como indícios de um suposto atraso civilizatório, e os processos simbólicos em que são construídos os modos de ser, pensar e produzir linguagens das grandes massas populacionais em seus banais cotidianos.

Coube às ciências sociais tratarem desses temas em suas variadas linhas de pesquisa e especialidades – na antropologia e na sociologia, principalmente. E, como se pode analisar, foi o diálogo interdisciplinar dessas disciplinas com a pesquisa em comunicação que permitiu o processo de amadurecimento da atividade científica que levou à emergência de modelos teóricos como a visão ritual e a folkcomunicação.

O livro *Communication as Culture: Essays on media and society*, de James Carey, do qual desconhecemos, até o momento, tradução para o português, está com edição esgotada, segundo as maiores livrarias em atividade no Brasil. Da mesma forma, convém lembrar que os textos de Luiz Beltrão foram forçadamente deixados fora do ambiente acadêmico e científico em tempos de ditadura militar no país, sendo mais bem divulgados apenas a partir dos anos 2000 com a recuperação de sua produção teórica por seus ex-alunos, outros pesquisadores que trabalham a

folkcomunicação como perspectiva teórica e lideranças científicas interessadas no desenvolvimento geral dos estudos em comunicação.

Não é de se estranhar, portanto, o quanto as problematizações teóricas tiveram seu avanço dificultado quando se trata de discutir, de um pretendido ponto de vista da cientificização dos estudos em comunicação, quais seriam seus objetos próprios e quais seriam, portanto, seus

métodos apropriados de investigação. Algumas das principais discussões sobre a constituição e institucionalização da pesquisa em comunicação no Brasil tem passado, de certa forma insistente e necessária, sobre a amplitude desses objetos aptos a serem enquadrados nos processos de tematização e perspectivação teórica. (WEBER; BENTZ; HOHFELDT: 2002; MARTINO: 2006)

No entanto, deve-se considerar que, desde os anos 1970, com Beltrão, e dos anos 1980, com Carey, foi mais precisamente a revisão teórica proposta pelos dois modelos que ampliou o enquadramento de objetos, na medida em que a visão ritual e a folkcomunicação passaram a tensionar os estudos e pesquisas vigentes, ainda emergentes no Brasil nas décadas de 1970 e 1980, a irem além dos temas da comunicação de massa e das profissões socialmente legitimadas da comunicação social.

A questão que nos parece pertinente, nesses entremeios do pensamento comunicacional, é o fato de que tanto a visão ritual, nos EUA, como o fenômeno da folkcomunicação – e mesmo do folclore e as manifestações populares de modo geral – no Brasil, terem, ainda neste início de século XXI, uma condição minoritária em meio a outras formas culturais, principalmente quando, no bojo da Modernidade, entram em cena a cultura científica e a cultura de massa como modos de percepção hegemônicos da realidade social no Ocidente capitalista.

De modo mais específico, James Carey nos lembra que a visão ritual se encontra numa posição minoritária no pensamento comunicacional americano, seja nos modos de se conceber o que é comunicação nas práticas cotidianas e profissionais ou nos estudos acadêmicos e científicos, diante de um modelo hegemônico, o conhecido e antigo difusionismo, que considera a comunicação enfaticamente como transmissão linear e eficiente de informação no mundo moderno.

No caso da folkcomunicação, as práticas culturais populares, em sua dimensão comunicacional, também configuram, como se pode também analisar de forma análoga, uma condição minoritária, diante de uma visível valorização da cultura erudita e da cultura de massa em meio aos processos de modernização da sociedade brasileira ao longo do século XX, com seus desdobramentos no século XXI, e consequente desvalorização simbólica das práticas culturais relacionadas ao passado, ao antigo e ao obsoleto.

Não é por acaso, portanto, que os objetos mais facilmente enquadráveis nas pesquisas em comunicação historicamente tenderam a ser, de modo mais visível, os relacionados à comunicação de massa, às profissões da comunicação social já instituídas, às instâncias culturais de maior prestígio social e aos processos comunicacionais que usam as mídias reconhecidas como tal (meios mecânicos ou eletrônicos de transmissão de informações).

Assim, cabe perceber, com base na moderna história da pesquisa em comunicação a partir do século XX, que essa prática científica tendeu a se referir, de modo restrito, à pesquisa de mídia, e em especial à pesquisa da mídia de massa. [8]. Mesmo as instâncias profissionais e teóricas que concebiam temas como da comunicação alternativa, da comunicação segmentada e da comunicação popular seguiram a tendência de considerar os processos de comunicação no processo de modernização, ou seja, sendo necessariamente concretizados por algum meio material de emissão de informações.

Nos modelos de Carey e de Beltrão, nem sempre os processos comunicacionais, conforme sugerem os próprios autores, são feitos com base num veículo ou mídia materialmente concebido enquanto tal na modernização do século XX. Na folkcomunicação, a expressão cultural, em sua materialidade

singular, é, ela própria, a mídia de si, detém uma dimensão comunicacional – caso, por exemplo, e já clássico nos estudos desta disciplina, das expressividades contidas em gestualidades e das canções folclóricas, práticas socioculturais típicas dos folguedos populares. Na visão ritual, as mediações possíveis são os próprios processos simbólicos através dos quais uma comunidade cria sentidos repartidos, “representa a realidade” e “representa para a realidade”, tornando possível o vínculo social e as possibilidades de experiência em comum.

Assim, pelo menos desde o final dos anos 1960, quando Beltrão defende sua tese de doutorado sobre folkcomunicação, e dos anos 1980, quando Carey divulga a visão ritual, completam-se respectivamente quase sessenta anos e quarenta e poucos anos, nesta segunda década do século XXI, de produção e divulgação de pesquisa em comunicação, em âmbito científico brasileiro, no qual os objetos de investigação têm sido amplamente concebidos, conforme a abertura sugerida nos dois modelos teóricos em questão.

Conforme se pretende demonstrar neste artigo, o moderno conceito de mídia, a partir da concepção de mídia de massa, restringe-se a uma definição de objetos próprios dos estudos em comunicação como aqueles concebidos ao longo do processo de modernização e, em especial, de transformação do modo de produção capitalista. Nos dias de hoje, as mídias extrapolam a noção de comunicação de massa e de cultura de massa, mas continuam atreladas a uma idéia relacionada diretamente com os processos de inovação tecnológica e, portanto, com uma concepção modernizadora de comunicação.

Quanto a isto, do texto de Carey se obtém uma crítica aos processos que contemplam o moderno modelo de comunicação difusionista que se instala no imaginário americano e mediado materialmente pelos meios de comunicação mecânicos e eletrônicos ao longo do século XX. [9]. Do texto de Beltrão, que localiza veladamente a folkcomunicação nas problematizações de classe social, relembram-se, em termos socioeconômicos, as restritas condições brasileiras de produção, circulação e consumo de informações como uma forma também de crítica à modernidade que insiste em não se instalar no país dos contrastes sociais.

## Considerações finais

O que se percebe na história da pesquisa em comunicação é que os modelos teóricos de James Carey e de Luiz Beltrão promovem um movimento sincrônico entre eles quando propõem a) o enquadramento de novos objetos de pesquisa ligados ao campo da cultura, enfaticamente em nível comunitário e b) novas concepções sobre o que é ou pode ser comunicação no mundo contemporâneo. Simultaneamente, os dois autores, cada qual desenvolvendo um pensamento comunicacional singular, promovem um movimento diacrônico com relação ao modelo hegemônico da tradição da pesquisa em comunicação de massa.

A história evidencia algumas questões relevantes, entre elas o fato de que problematizações teóricas na pesquisa em comunicação relacionam-se, de modo nem sempre muito explícito ou considerado relevante, com questões políticas e mercadológicas. No caso de James Carey e da visão ritual, trata-se, pelo menos para a comunidade de ciências da comunicação no Brasil, da disponibilidade de seus textos, se não em português pelo menos de forma mais consistente em bibliotecas e livrarias do país e nas bibliografias de cursos de graduação e pós-graduação. É razoável afirmar, por exemplo, que exemplares de *Communication as culture: Essays on media*

*and society* circulam em universidades brasileiras, ainda hoje, em forma de fotocópias, o mesmo problema de circulação verificado, até a década de 1990, com os textos de Beltrão. No caso de Luiz Beltrão e da folkcomunicação, sabe-se que o período de ditadura militar inibiu a circulação de sua produção teórica e mesmo constrangeu a divulgação de seu pensamento comunicacional, na medida em que, naquele tempo histórico, possíveis menções a questões de classe tornavam-se motivos de vigilância e repressão ideológica.

A maior divulgação do pensamento comunicacional desses dois autores redimensiona os debates epistemológicos na comunidade científica, mas ainda hoje esse debate é constrangido pelo difícil acesso a textos produzidos no final da década de 1980 (caso de Carey) e nos anos 1960 (caso de Beltrão). Assim, a visão ritual e a folkcomunicação anunciam-se produzindo um distanciamento com relação aos parâmetros oriundos dos estudos em comunicação de massa, do modelo difusor de informações e da moderna concepção tecnológica – e mesmo tecnocêntrica – de mídia. Promovem, com base nessas considerações, uma necessidade de revisão epistemológica nas ciências da comunicação.

A nosso ver, trata-se de se perceber como a abertura interdisciplinar possibilitou a emergência da pesquisa do campo cultural como sendo muito próximo, e mesmo se confundindo, com o campo comunicacional. Contudo, como se percebe nos textos dos dois autores, a cultura ganha uma dimensão comunicacional, o que sugere, como conseqüência destas concepções teóricas, que a comunicação tende a se tornar um paradigma como motor do conhecimento contemporâneo.

A virtualidade de opções nas práticas interdisciplinares resultou num processo de complexificação da pesquisa em comunicação. Engendra-se um campo de disputas em que práticas comunicacionais e midiáticas tornam-se objetos de pesquisa em outras disciplinas e campos do saber. Portanto, o campo instituído da pesquisa em comunicação não está sozinho nessa arena da produção de conhecimento, e não se pode ignorar a presença das nossas alteridades científicas mais próximas, nas ciências sociais e humanas, que também se propõem a investigar os fenômenos da comunicação no mundo contemporâneo.

Outra conseqüência dos modelos teóricos de Carey e de Beltrão é o redirecionamento da pesquisa em comunicação como ciência do comportamento para a comunicação como ciência da cultura, conforme os modelos de estudos teóricos pioneiros propostos por Venício Artur de Lima (2001). No caso da visão ritual, interessa muito mais os modos como são construídos sistemas simbólicos de representação da realidade, considerando que estes sistemas são elementos constituintes da própria realidade. Portanto, a comunicação como cultura, ou a cultura como comunicação, indica a dimensão comunicacional nas mais diversas expressões culturais e sugere a abrangência e a virtualidade de novos objetos de estudos.

Na folkcomunicação, como os estudos posteriores desta disciplina indicam (BENJAMIN, 1999; SCHMIDT, 2007), interessa verificar como os processos culturais, inclusive os das tradições populares, são reinventados na relação direta com os processos de midiaticização, o que nos parece, no caso da cibercultura e das novas mídias digitais, resolver em parte a caracterização que se pretende midiática dos objetos próprios de pesquisa em comunicação.

A nosso ver, se há perdas disciplinares, apesar do histórico interdisciplinar das pesquisas em comunicação, pelo menos no Brasil, é porque, no caso do campo comunicacional, os ganhos tendem a ser paradigmáticos, na medida em que a cultura (em especial uma cultura científica e

tecnológica) se apresenta como elemento motor da economia do século XXI e a comunicação se insinua como uma das principais características da cultura na contemporaneidade em sua ordem global.

Lembremos de James Carey quando ele suscita para a pesquisa em comunicação nos EUA um redimensionamento e maior relevância do conceito de cultura numa moderna sociedade de consumo, caracterizada, numa perspectiva liberal, por uma busca pela individualidade (que passa a se confundir com insistente individualismo, competição e conflito) e na qual os vínculos sociais configuram-se de forma predominante pelas relações de mercado: é o caso de uma sociedade nacional inventada ao longo do século XX em que a noção de comunidade é tida como utopia a ser construída.

Lembremos, da mesma maneira, de Luiz Beltrão, quando ele suscita para a pesquisa em comunicação no Brasil um redimensionamento do conceito de cultura ao considerar, já na segunda metade do século XX, a existência de um país em transição para o qual a experiência de modernização tem sido considerável fator de estranhamento e constrangimento, em especial para os segmentos populares: é o caso em que a noção de comunidade, na forçada e moderna invenção republicana do Estado nação brasileiro, é tida como memória a ser reconstituída ou reinventada.

## Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

BENJAMIN, Roberto. A nova abrangência da folkcomunicação. *PCLA*, vol. 1, no. 1, out-nov-dez 1999. Disponível em: < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>>. Acesso em: 25 mai. 2011.

BENJAMIN, Roberto. *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2000. Disponível em: <[http://www.folkcom2011.com.br/Benjamin\\_2000.pdf](http://www.folkcom2011.com.br/Benjamin_2000.pdf)>.

BOSI, Alfredo (org.). *Cultura brasileira: Temas e situações*. São Paulo: Editora Ática, 2000.

CAREY, James. *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge, 1992.

COULON, Alain. *A Escola de Chicago*. Trad. Tomás R. Bueno. Campinas: Papirus, 1995.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

FERNANDES, Florestan. *O folclore como questão*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: Um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 2005.

LIMA, Rossini Tavares de. *A ciência do folclore*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LIMA, Venício Artur de. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Edições Loyola, 1990.

MARTINO, Luis C. Abordagens e representação do campo comunicacional. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*, ano 3, vol. 3, número 8, pp. 33-54. São Paulo: ESPM, 2006.

MELO, José Marques de. *Mídia e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Editora Paulus, 2008.

MELO, José Marques de. *Teoria da comunicação: Paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_ (org.). *O campo da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2008.

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: O protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, Icinform, Ininco*. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

ORTIZ, Renato. *Românticos e folcloristas e Cultura popular*. São Paulo: Editora Olho d'Água, 1992.

PRADO, Luiz Aidar (org.). *Crítica das práticas midiáticas: Da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SATRIANI, Luigi M. Lombardi. *Antropologia cultural e análise da cultura subalterna*. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

SCHMIDT, Cristina. A reprodutibilidade digital na folkcomunicação: A construção de novas linguagens ou o fim do popular. In: *Comunicação & Sociedade*, ano 28, no. 47, 1º sem. São Bernardo do Campo: Umesp, 2007.

TOURAINÉ, Alain. *Crítica da Modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

TRINTA, Aluísio; POLISTCHK, Ilana. *Teorias da comunicação: O pensamento e a prática da comunicação social*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHFELDT, Antonio. *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

### Dicionários eletrônicos

*Dicionário Eletrônico Houaiss*. Disponível em: <[www.houaiss.uol.com.br](http://www.houaiss.uol.com.br)>.

*The Free Dictionary*. Disponível em: <[www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com)>.

*Word Reference*. Disponível em: [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)>.

### Sites na internet

*Jornal Folkcom*.

Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/jornalfolkcom.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2011.

*Portal Eletrônico da Rede Folkcom (Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação)*. Disponível em: <[www.redefolkcom.org](http://www.redefolkcom.org)>. Acesso em 25 jun. 2011.

*Revista Internacional de Folkcomunicação*.

Disponível em: <[www.uepg.br/revistafolkcom](http://www.uepg.br/revistafolkcom)>. Acesso em: 25 jun. 2011.

## Vídeos

*VER e entender folkcomunicação*. Coordenação de José Carlos Aronchi. Direção de Allan Kozlakowski. São Paulo: Uninove (Laboratório da Imagem e do Som), 2005. 1 disco (30 minutos): DVD, son., color. Didático.

## Notas

[1] As traduções ao longo deste texto, apontadas entre aspas com original entre parênteses, são nossas, tendo como ferramentas o *Dicionário Eletrônico Houaiss*, disponível em [www.uol.houaiss.com.br](http://www.uol.houaiss.com.br), *The Free Dictionary*, disponível em [www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com), e o *Word Reference*, disponível em [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com). Algumas palavras e termos têm tradução precisa em português, outras apenas tradução aproximada.

[2] Literalmente, a tradução seria “sequência de palavras”. Dado o contexto na escrita do autor, ao considerar o campo religioso, optamos pela palavra “sermões” [speeches].

[3] “A ritual view of communication is directed not toward the extension of messages in space but toward the maintenance of society in time; not the act of imparting information, but the representation of shared beliefs”. (CAREY: 1992, p. 18)

[4] Ver Carey (1992), em especial o capítulo “A cultural approach to communication”.

[5] “... it (social life) also includes sharing of aesthetic experience, religious ideas, personal values and sentiments, and intellectual notions – a ritual order” (CAREY: 1992, p. 34).

[6] “...communication is a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired, and transformed”. (CAREY: 1992, p. 23).

[7] Autos são conhecidos também como danças dramáticas, praticadas por grupos folclóricos, também conhecidos, em português, como “folguedos”.

[8] Ver, por exemplo, SANTAELLA in PRADO (2002, pp. 44-56).

[9] A partir da década de 1990, necessariamente passariam a ser citadas as mídias digitais, que têm demonstrado mudanças e revoluções constantes em sua estrutura tecnológica.

## Para citar este artículo

Gushiken, Y. (2020). **Comunicação como ritual (James Carey) e folkcomunicação (Luiz Beltrão): modelos teóricos na interface com a cultura**. *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 13-31. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

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

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

# La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación (Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

## Resumen

El artículo presenta una interpretación de dos modelos teóricos en el surgimiento del campo de la ciencia de la comunicación: la visión ritual de la comunicación, del estadounidense James Carey, y la *folkcomunicación*, del brasileño Luiz Beltrão. Los dos modelos se construyen teniendo como condición histórica los matices de los campos culturales de EE.UU y Brasil en la segunda mitad del siglo XX.

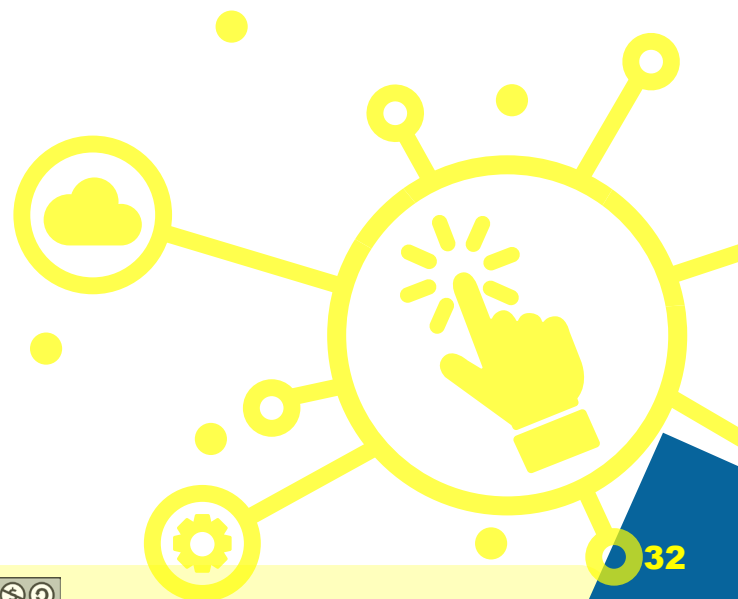
La hipótesis de trabajo es que los modelos exigen renegociaciones epistemológicas en el campo científico de la comunicación, en la medida en que sugieren un alejamiento del paradigma tecnológico constituido por la comunicación de masas moderna y del modelo de comunicación como difusión de la información. Las prácticas de investigación interdisciplinaria promovieron una apertura a los enfoques teóricos vinculados al campo de la cultura, enmarcando los objetos y los temas de investigación de acuerdo con las diferentes dinámicas culturales de los Estados Unidos y el Brasil. El estudio comparativo de los modelos de James Carey y Luiz Beltrão proporciona pistas para el debate sobre los constantes cambios en los procesos de comunicación en la modernización capitalista, los conceptos de los medios de comunicación según las pautas del desarrollo socioeconómico, el alcance del campo de la comunicación y las virtualidades de la investigación interdisciplinaria entre la comunicación y la cultura.

**Palabras clave:** Comunicación; comunicación como ritual; folkcomunicación; modelos teóricos.

**Recibido.** Febrero 07, 2020

**Aceptado.** Febrero 18,2020

\*Profesor del Curso de Comunicación Social y del Programa de Postgrado en Estudios de Cultura Contemporánea de la Universidad Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doctorado en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Investigador del Programa de Posgrado en Estudios de Cultura Contemporánea (ECCO).Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375> ; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)





## Communication as ritual (James Carey) and folkcommunication(Luiz Beltrão): theoretical models at the interface with culture

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

### Abstract

The article presents an interpretation of two theoretical models in the emergence of the communicational scientific field: the ritual vision of the communication, of the American James Carey, and the folkcommunication, of the Brazilian Luiz Beltrão. The two models are constructed having as a historical condition the nuances of the cultural fields in the USA and Brazil in the second half of the twentieth century.

The working hypothesis is that the models demand epistemological renegotiations in the scientific field of communication, insofar as they suggest a distancing from the technological paradigm constituted by modern mass communication and the model of communication as information diffusion. The interdisciplinary practices of research promoted an openness to theoretical approaches related to the field of culture, framing objects and themes of research according to different cultural dynamics in the USA and Brazil.

The comparative study of the models by James Carey and Luiz Beltrão provides clues to discussions about the constant changes in communication processes in capitalist modernization, media concepts according to patterns of socioeconomic development, the comprehensiveness of the communication field and the interdisciplinary research possibilities between communication and culture.

**Keywords:** Communication; ritual view; folkcommunication; theoretical models.

**Received.** February 07, 2020

**Accepted.** February 18, 2020

\*Professor of the Social Communication Course and the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies at the Federal University of Mato Grosso (PPGECCO-UFMT / Cuiabá). PhD in Communication and Culture from the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375> ; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)



# Comunicação como ritual (James Carey) e folkcomunicação (Luiz Beltrão): modelos teóricos na interface com a cultura

Yuji Gushiken\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

## Resumo

O artigo apresenta uma interpretação de dois modelos teóricos na emergência do campo científico comunicacional: a *visão ritual* da comunicação, do americano James Carey, e a *folkcomunicação*, do brasileiro Luiz Beltrão. Os dois modelos são construídos tendo como condição histórica as nuances dos campos culturais nos EUA e no Brasil na segunda metade do século XX.

A hipótese de trabalho é que os modelos demandam renegociações epistemológicas no campo científico da comunicação, na medida em que sugerem um distanciamento do paradigma tecnológico constituído pela moderna comunicação massiva e do modelo da comunicação como difusão de informações. As práticas interdisciplinares de pesquisa promoveram uma abertura para abordagens teóricas ligadas ao campo da cultura, enquadrando objetos e temas de pesquisa segundo distintas dinâmicas culturais nos EUA e no Brasil.

O estudo comparado dos modelos de James Carey e Luiz Beltrão fornece pistas para discussões sobre as constantes mudanças em processos comunicacionais na modernização capitalista, os conceitos de mídia segundo padrões de desenvolvimento socioeconômico, a abrangência do campo comunicacional e as virtualidades da pesquisa interdisciplinar entre comunicação e cultura.

**Palavras chave:** comunicação; comunicação como ritual; folkcomunicação; modelos teóricos.

**Recebido.** Fevereiro 07, 2020

**Aceitado.** Fevereiro, 18, 2020

\*Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/ Cuiabá). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Researcher at Posgraduation Program in Contemporary Culture Studies (ECCO). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6620-3375>; e-mail: [yug@uol.com.br](mailto:yug@uol.com.br)



## Introducción

La Comunicación como Ritual (visión ritual de la comunicación), del estadounidense James Carey, y la *folkcomunicación* del brasileño Luiz Beltrão, son propuestas de dos modelos teóricos que tienen en común el hecho de que forman parte de una joven tradición de investigación en Comunicación, especialmente en las universidades brasileñas, donde el proceso de institucionalización de las prácticas de investigación se hace más visible sólo a partir de los años setenta, con la puesta en marcha de los primeros cursos de postgrado *stricto sensu* en el área y la mayor amplitud de la red científica en el país, a través del Sistema Nacional de Postgrado (SNPG). Los dos modelos teóricos contraponen las prácticas mediáticas que caracterizan el modelo de comunicación, hegemónico desde el siglo XX, como sinónimo de “transmisión de información”, que en el campo de los estudios antropológicos tiene como referencia los procesos de difusión cultural.



En el ámbito de la investigación de la comunicación, la aparición de los modelos teóricos de James Carey y Luiz Beltrão hace que la definición y la delimitación disciplinaria sea más compleja de lo que históricamente se configura como campo de estudios e investigación, ya que los dos modelos teóricos sugieren la apropiación y el encuadre de nuevos objetos de investigación en el área instituida, que incluye las dinámicas de comunicación de las prácticas culturales.

Históricamente, el campo de la comunicación en el Brasil, entre los enfoques científicos y filosóficos, ha buscado su constitución “disciplinaria” en la organización institucional de las prácticas de investigación, lo que incluye la creación de entidades científicas y programas de postgrado. Sin embargo, la creación de una asignatura de Comunicación ha surgido históricamente en dos instancias a través de dos prácticas: la enseñanza de cursos de licenciatura en Comunicación Social y la realización de investigaciones sobre cuestiones de comunicación de otras áreas del conocimiento de manera incisiva en las Ciencias Sociales y las Humanidades, pero también en las Letras y la Filosofía, las prácticas de comunicación, especialmente las mediáticas, han sido consideradas como objetos de estudio, como es el caso, por ejemplo, del surgimiento, en el siglo XX, de la sociología de la comunicación y la psicología de la comunicación.

Desde diferentes interfaces teóricas, la investigación en materia de comunicaciones se ha caracterizado por ser prácticas interdisciplinarias, lo que ya ha puesto de manifiesto su alcance y la consiguiente dificultad de definir y delimitar el campo de investigación en una convergencia idealmente disciplinaria.

Este artículo promueve la lectura de James Carey y Luiz Beltrão, dos autores del pensamiento moderno de la comunicación en América del Norte (Carey) y América del Sur (Beltrão), sin pretender, sin embargo, agotarlos en su complejidad y minucias conceptuales. Sin embargo, de manera analítica y comparativa, tratamos de esbozar aproximaciones entre las afirmaciones presentes en los dos modelos teóricos y, simultáneamente, destacar la distancia que ambos promueven con respecto a la investigación en comunicación de masas.

Así, el artículo analiza cómo la visión ritual (James Carey) y la *folkcomunicación* (Luiz Beltrão) se convirtieron en perspectivas teóricas que marcaron la diferencia al producir un alejamiento de los estudios hegemónicos de la comunicación de masas, hasta entonces el principal foco de interés de las ciencias de la comunicación emergentes a lo largo del siglo XX, en su experiencia de la modernización industrial y los cambios en las tecnologías de los medios de comunicación.



## 1. Visión ritual: dimensiones comunicacionales de la cultura americana

En los EE.UU., donde se originó la tradición de los estudios en comunicación como ciencia del comportamiento, en la interfaz con las ciencias sociales y humanas, James Carey, a partir de las lecturas del filósofo y educador liberal John Dewey, propuso una revisión de los fundamentos teóricos del área. Según Carey (1992), hay dos concepciones de la comunicación que impregnan la cultura americana: la visión transmisiva y la visión ritualista. Ambas concepciones de la comunicación tienen su origen en el campo religioso, aunque se refieren a diferentes regiones de la experiencia mística. La visión más común de la comunicación en la cultura americana es la de la transmisión, definida por términos como “impartir”, “enviar”, “transmitir” o “dar información a otros”. (CAREY: 1992, p. 15). [1]

No por casualidad, gran parte de la investigación sobre la comunicación de masas surge marcada históricamente por tener como foco de interés el pensamiento de la comunicación como práctica difusiva: la concepción de la comunicación como una transmisión lineal de la información que caracteriza no sólo al imaginario cultural americano, sino al propio imaginario cultural occidental moderno.

En este artículo, la visión ritualista propuesta por James Carey es de interés. La comunicación como un ritual - concebido así en un enfoque cultural - se considera “arcaico” para resistir la fuerza de los procesos de modernización a lo largo del siglo XX. El punto de vista ritual de la comunicación está vinculado a términos conexos como “compartir”, “participación”, “asociación”, “compañerismo” y “posesión de una fe común”. Explora la “identidad” y las “raíces comunes” sobre la base de términos

y nociones afines como “común, ordinario”, “comuni3n”, y “comunicaci3n”. (CAREY: 1992, p. 18)

En la visi3n ritual de la comunicaci3n, el mundo cultural de la comunidad se crea a trav3s de formas materiales. Actividades sociales y l3dicas - como bailes, juegos, noticias y “serm3nes” (discurso) [2] - son narraciones que, hasta cierto punto, sirven como control y recipiente para la acci3n humana. Carey define la visi3n ritual de la comunicaci3n como aquella “dirigida no a la extensi3n de los mensajes en el espacio, sino al mantenimiento de la sociedad en el tiempo; no al acto de transmitir informaci3n, sino a la representaci3n de creencias compartidas”. (CAREY: 1992, pp. 18-19, nuestra traducci3n)

La construcci3n te3rica de Carey es que los procesos comunicacionales se relacionan directamente con el campo de la cultura en dos momentos con respecto a la producci3n del lenguaje. En un primer momento, las formas simb3licas presentan el mundo (son “s3mbolos de” algo) y en un segundo momento tales formas crean la realidad que presentan (son “s3mbolos para”). Por lo tanto, estudiar la comunicaci3n, seg3n Carey, exige examinar el proceso social actual en el que se crean, aprehenden y utilizan formas simb3licas significativas.

Es en estas formas simb3licas que las interacciones humanas tienen lugar, en diferentes escalas: interpersonales (a nivel comunitario) o masivas (mediadas por los medios de comunicaci3n). As3, Carey desarrolla un pensamiento comunicacional que no es meramente la transmisi3n de informaci3n, sino que considera los sistemas socioculturales creados frente a la realidad y las formas de representarla como entornos comunicacionales. Los sistemas socioculturales incluyen el arte, la ciencia, el periodismo, la religi3n, el sentido com3n y la mitolog3a [3] (CAREY: 1992, p. 30). Estos sistemas de percepci3n y construcci3n de la realidad designan la relaci3n directa entre la comunicaci3n y la cultura en la medida en que, como el propio autor sugiere, la comunicaci3n puede entenderse a trav3s de un enfoque cultural. [4].

La comunicaci3n, por lo tanto, presenta una dimensi3n de construcci3n hist3rica en el sentido de que es tambi3n el resultado de la “corrupci3n de la cultura” que se crea y se revela de la naturaleza humana. En la historicidad de la construcci3n cultural, es concebible que haya comunicaci3n mientras exista la aptitud para construir modelos de representaci3n de la realidad social, pero al mismo tiempo se constituyen como la realidad social misma. Si la comunicaci3n no est3 relacionada con las atribuciones de competencia gen3tica, es necesario descubrir sistemas o modelos cognitivos y expresivos dentro de la cultura que se3alen c3mo se realiza el “milagro” de la comunicaci3n.

La comunicaci3n, como sugiere Carey, se relaciona con la producci3n de significado, que a su vez se relaciona con la cultura en una dimensi3n comunitaria. La comunicaci3n, para el ciudadano ordinario, consiste en un conjunto de actividades meramente cotidianas: hablar, dar instrucciones, divertirse, sostener un debate o una discusi3n, adquirir informaci3n (CAREY: 1992, p. 33). As3 que, dice Carey, nuestras mentes y vidas est3n formadas por nuestra experiencia total, o mejor dicho, por representaciones de la experiencia, y un nombre para esa experiencia es comunicaci3n.

Si los modelos de representaci3n se vuelven opacos, la realidad, como resultado, se vuelve inapreciable, y uno es incapaz de describirla o compartirla. Estas opacidades son indicios de que hay fallas en el modelo de comunicaci3n, entendido, en la sugerencia de Carey, como el propio entorno cultural en el que se produce la informaci3n y dotado o no de sentido com3n. En otras palabras, la comunicaci3n es menos transmisi3n y efecto de la informaci3n, y m3s “drama” que da forma, orden y tono a la vida social.

Carey sugiere en su texto una lecci3n. Argumenta que pensamos mucho en la sociedad como una red de poder, administraci3n, decisi3n y control - como un orden pol3tico. O pensamos en ello como relaciones de propiedad, producci3n y comercio - un orden econ3mico. La propuesta de Carey es darse cuenta de que la vida social va m3s all3 del poder y el comercio, m3s all3 de las terapias. Bas3ndose en Williams, Carey sugiere que la vida social “incluye compartir la experiencia est3tica,

las ideas religiosas, los valores y sentimientos personales y las nociones intelectuales - un orden ritual” [5] (CAREY: 1992, p. 34).

Más precisamente, el autor estadounidense sugiere una definición de la comunicación que él mismo considera una simplicidad desarmante, pero que tiene cierto poder y alcance intelectual: “la comunicación es un proceso simbólico por el cual la realidad se produce, mantiene, repara y transforma” [6] (CAREY: 1992, pág. 23). Uno de los mayores problemas de esta perspectiva teórica, según el propio autor, es el hecho de que la comunicación se refiere a la más común y mundana de las experiencias humanas.

Como se puede deducir del argumento de Carey, nada que se refiera, hasta el momento de formular el concepto, a secretos de técnicas de comunicación profesional o acceso a parafernalia tecnológica de comunicación de masas. Y no necesariamente a las herramientas de los medios de comunicación de diseño moderno, que, como ya ha demostrado la historia de los medios y las teorías de la comunicación, se convierten en elementos que constituyen de manera más enfática la centralidad de la investigación de la comunicación de masas.

Así pues, lo que subyace a los órdenes político y económico es el orden ritualista, problematizado por Carey en la medida en que la noción de cultura, en la sociedad americana, se ha alejado más de un insistente individualismo típico del liberalismo de la sociedad de consumo, y no es casualidad que, como él mismo recuerda, en la vida psicológica general, centrada en el individuo, se sitúe por encima de la realidad social.

En el enfoque cultural de la comunicación, especialmente en la visión ritual, Carey reevalúa la noción de cultura como una crítica a una visión puritana en la que se desvalorizan las actividades humanas que no son pragmáticas ni están orientadas al mundo de la economía y el trabajo. Por lo tanto, coloca la visión ritual de la comunicación como una crítica de la Modernidad, ya que reduce la noción de cultura a las limitaciones de los procesos económicos y políticos.



## 2. Dimensiones comunicacionales de la cultura popular brasileña

Folkcomunicação es un concepto de Luís Beltrão, periodista e investigador pionero en las ciencias de la comunicación en Brasil. Designa las prácticas sociales populares que se relacionan con los sistemas folclóricos y otras instancias de producción simbólica, que incluyen la industria cultural y las prácticas de la cultura clásica. En las condiciones socioeconómicas brasileñas, los segmentos populares se caracterizan históricamente por su baja alfabetización, sus bajos ingresos económicos y su escasa participación en los circuitos culturales hegemónicos.

Beltrão, después de estudiar los medios de comunicación modernos, especialmente en el campo del periodismo, trató de construir el concepto como un sistema de comunicación dentro de la cultura popular. Este sistema incluye el conjunto de agentes, medios, métodos y técnicas que los grupos marginados de la sociedad utilizan para inventar prácticas de comunicación que van más allá de las prácticas establecidas de los medios de comunicación comerciales y de las profesiones mediáticas socialmente establecidas (periodismo, publicidad y propaganda, marketing, relaciones públicas, cine).

Según Beltrão, la *folkcomunicación* es por naturaleza y estructura, es un proceso artesanal y horizontal, similar en esencia a los tipos de comunicación interpersonal, ya que sus mensajes se elaboran, codifican y transmiten en lenguajes y canales conocidos por el público, a su vez conocidos psicológica y experiencialmente por el comunicador, aunque dispersos (BELTRÃO: 2004, p. 74). Entre los modos de expresión y comunicación en la *folkcomunicación* están la literatura, el arte, las creencias, los ritos, la medicina, las costumbres en general. También se consideran como vehículos populares de comunicación los que se encuentran entre la producción artesanal e industrial: folletos, volantes y actos de presencia corporal.

Ya en el decenio de 1960, Luiz Beltrão consideraba que los sistemas de comunicación de masas - TV, radio y periódicos - eran la ortodoxia de la información, porque no eran exactamente representantes de la opinión y los ideales populares. Beltrão analizó, en el ámbito del mestizaje étnico, cómo los “catimbós” (prácticas rituales del sincretismo religioso brasileño) en la región nordeste de Brasil se convirtieron en sistemas de producción y circulación de información entre sus practicantes.

En un estudio posterior, Beltrão trató de caracterizar estas condiciones expresivas en la esfera popular como “comunicación de los marginados” como una singularidad de la Folkcomunicación (BELTRÃO, 1980). Aunque partiendo de la tradición de la investigación de la comunicación de masas americana, sugiere un énfasis geográfico, considerando las características de la cultura popular brasileña y lo que, en el ámbito de las clases populares, obtiene la etiqueta de marginación económica y simbólica. Los grupos sociales marginados, que viven en la transición entre la memoria rural y la experiencia urbana, entran en escena, atribuyendo una dimensión materialista y cultural a la cuestión de la comunicación.

El modelo teórico de la folkcomunicación implicó, en la medida de su concepción por Beltrão, añadir objetos de investigación en las ciencias de la comunicación más allá de la investigación de la comunicación con centralidad en los medios de comunicación de masas, que comprende con mayor énfasis las prácticas de comunicación profesionalmente y socialmente legitimadas de la publicidad, el periodismo, las relaciones públicas, la radio/televisión y el cine.

El modelo teórico desarrollado por Beltrão, por lo tanto, promueve una interfaz directa entre la comunicación y la cultura, ya que el periodista y profesor brasileño percibe, en las más variadas expresiones culturales populares, una dinámica de comunicación. El ethos social, por lo tanto, funciona como un entorno que capta y dispersa las diferentes formas de lenguaje y promueve la producción de significado y formas de apego social. La folkcomunicación, como concepto, se acerca al folclore al transformarse, en el proceso de modernización de los medios, en cultura popular.

En el movimiento que pone en relación el folclore y la cultura popular es el campo de la comunicación. El folclore son las formas interpersonales o grupales de manifestación cultural, dirigidas por las clases subalternas. La folkcomunicação, al menos en un primer momento del pensamiento comunicacional de Luiz Beltrão, es el uso de mecanismos artesanales de difusión simbólica para expresar, en el lenguaje popular, mensajes previamente transmitidos por la industria cultural.

Entre las observaciones de Beltrão está la noción de que los segmentos populares tienen sus propios medios de expresión, y sólo a través de ellos pueden entender la realidad y hacerse entender cuando se trata de la producción simbólica. Los agentes de la Folkcomunicación utilizan

medios expresivos que ya son de uso común desde la época del Brasil Colonia. Entre estos medios inventados por las demandas populares, Beltrão trata de esquematizar las formas de expresión popular en la Folkcomunicación oral, escrita y opinativa.

Los agentes de información oral incluyen, entre otros personajes, cantantes, representantes de ventas ambulantes y, más recientemente, en la modernización del transporte, conductores de camiones. La información escrita incluye folletos (literatura de cuerda), almanaques y calendarios. Al igual que el periodismo opinativo, la comunicación folclórica opinativa se divide en centros de información (la plaza, la feria, el patio de la iglesia, etc.), medios de expresión (imaginaria: sátira, caricatura, artesanía y artes plásticas populares; folclore o autos [7] populares: queima-do-Judas, serra-dos-velhos, mamulengo, bumba-meu-boi, carnaval. (BELTRÃO: 2001)

En la clasificación propuesta por Beltrão hay numerosas y variadas expresiones de la cultura popular brasileña que se convierten en estructuras simbólicas a través de las cuales las capas populares se dotan de posibilidades de producir significado. Más allá de la comprensión de los medios de comunicación como una tecnología moderna para el envío e intercambio de información, la cultura popular, en el caso brasileño, se convierte en sí misma y simultáneamente en un medio y un mensaje en una estructura que contiene una dinámica comunicacional característica.

Una de las contribuciones de Beltrão a las ciencias de la comunicación en el Brasil fue haber avanzado, ya a fines del decenio de 1960, la problematización no tanto de los efectos de los medios de comunicación, según la tradición de los estudios psicosociales de la comunicación de los EE.UU. (concretamente, las primeras fases de la denominada investigación de la comunicación de masas), sino del uso de los medios de comunicación, desplazando el foco de la investigación a lo que más tarde se designó, la historia de las teorías de la comunicación, como estudios de la recepción.

La Folkcomunicación, por lo tanto, es una construcción teórica que, al surgir en el desarrollo de las ciencias de la comunicación en el Brasil, contribuye a la constitución de un campo de investigación precisamente porque considera como temas y objetos de distintas prácticas socioculturales, entendidas como fenómenos expresivos y comunicacionales en el ámbito de la cultura popular brasileña. Más específicamente, se trata de considerar una dimensión comunicacional en las diferentes expresiones folclóricas, lo que atribuye a la obra de Beltrão una singularidad innovadora de la investigación brasileña y mundial en las ciencias de la comunicación.

### 3. Comunicación: Objetos culturales y de comunicación

La hipótesis desarrollada en este artículo es que la visión ritual, de James Carey, y la Folkcomunicación, de Luiz Beltrão, surgieron como modelos teóricos que hicieron más complejos los matices metodológicos de la investigación en la comunicación como campo de conocimiento. Se trata de una cuestión que ha exigido un debate epistemológico, como se ha registrado en el campo de la comunicación (PRADO, 2002; WEBER, BENTZ, HOHFELDT, 2002; TRINTA, POLITSCHUK, 2003; MARTINO: 2006;).

En el Brasil, la investigación en materia de comunicación se ha constituido históricamente en prácticas de investigación interdisciplinaria, en particular la investigación en materia de comunicación de masas a partir del decenio de 1970. Este es un período relevante en el desarrollo de la investigación brasileña sobre la comunicación, caracterizado por la interfaz directa que mantuvo en un principio con las ciencias sociales y luego con otros campos, como las ciencias del lenguaje, originando diferentes modelos de estudios sobre la comunicación (LIMA, 2001).

La Folkcomunicación, a finales de los años sesenta y setenta, y la visión ritual de la comunicación, en los años ochenta, reflejaron, casi simultáneamente, el desarrollo de modelos teóricos que hicieron avanzar la investigación en ciencias de la comunicación en dos aspectos: 1) por marcar la



diferencia específicamente en relación con la investigación en comunicación de masas, de la que pueden considerarse críticas y sustitutivas, y 2) por tratar de constituir sus propias singularidades como propuestas de modelos teóricos, sugiriendo la incorporación de nuevos objetos de estudio en lo que se había constituido como ciencias de la comunicación a lo largo del siglo XX.

En los dos modelos teóricos en cuestión se recuperan las dimensiones interpersonal y comunitaria de los procesos de comunicación, en los que las prácticas de comunicación no se limitan a las prácticas de consumo de los medios de comunicación, ni los medios se restringen al concepto de medios industriales de masas.

El trabajo teórico de Luiz Beltrão, como observador de la cultura popular brasileña, fue proponer en su investigación sobre la comunicación un recorte temático que incluye los procesos de mediación entre el folclore, la cultura de masas y la cultura erudita (BELTRÃO: 1991). Por otra parte, la obra teórica de James Carey consistió en reconocer una “cultura de clase media”, marcada principalmente por las prácticas de consumo de la sociedad estadounidense, para la cual la noción de cultura, desde los entornos intelectuales, está relacionada con la noción de alta cultura, pero no se aplica a los “finés domésticos” o, como podemos interpretar con el autor, a las banalidades del sentido común ordinario y cotidiano. (CAREY: 1992, p. 19)

En los modelos teóricos del brasileño Luiz Beltrão y el estadounidense James Carey, como consecuencia de la autorreflexión del campo científico, se actualiza una reevaluación teórico-metodológica de las investigaciones sobre comunicaciones. Esta reevaluación presenta una demanda de expansión y enmarcado de nuevos objetos de estudio, de acuerdo con las singularidades de los diferentes entornos culturales. En los trabajos de los dos investigadores, es la cultura popular brasileña y la cultura de la clase media americana.

Cuando estos nuevos objetos encajan en la interfaz entre la comunicación y la cultura, vale la pena recordar que Beltrão crea su perspectiva teórica basada especialmente en la cultura popular del nordeste brasileño; y Carey reconoce en la cultura americana, tanto en el sentido científico como en el sentido común, el protagonismo y la hegemonía de la visión transmisiva de la comunicación y, entre líneas, una típica cultura de consumo en la que prevalece la hegemonía del pensamiento liberal.

El profesor José Marques de Melo (BELTRÃO: 2004, p. 11) sitúa la Folkcomunicación como una disciplina en medio de las entonces nacientes ciencias de la comunicación en Brasil. Si la Folkcomunicación ha llegado a ser considerada una disciplina, es porque se ha constituido visualizando nuevos temas y objetos de investigación. El objeto de investigación de esta disciplina se sitúa, en un primer momento, entre el folclore (reinención e interpretación de la cultura popular) y la comunicación de masas (difusión industrial de símbolos por medios mecánicos o electrónicos destinados a un público amplio, anónimo y heterogéneo).

La Folkcomunicación se convierte así en una disciplina que exige métodos de investigación actualizados, aunque históricamente tales métodos se han captado de la tradición de las ciencias sociales y más tarde, a partir de los estudiosos de la obra de Beltrão, han empezado a dialogar con otros modelos teóricos de estudios sobre la comunicación, como los de las ciencias del lenguaje.

La visión ritual de Carey de la comunicación también reformula la tradición de la investigación de la comunicación de masas como una de las vertientes hegemónicas originadas en la sociología y la psicología desarrolladas en los EE.UU.. La visión ritual va más allá de la investigación de la comunicación, ya que propone una concepción de la comunicación no como la transmisión de información, sino como una construcción simbólica. En este caso, no necesariamente con la centralidad de los medios de comunicación, que ha sido tanto una representación como un creador de la realidad misma, enfáticamente desde el siglo XX.

Por lo tanto, más allá de la investigación de la comunicación de masas y sus efectos, así como de la investigación de los medios, en los modelos teóricos que han dominado durante mucho tiempo la investigación de la comunicación en los Estados Unidos con resonancias en América Latina y el Brasil, lo que Beltrão y Carey hacen con sus propuestas de modelos teóricos es avanzar en las discusiones sobre la constitución de lo que la comunidad de investigadores brasileños ha designado como ciencias de la comunicación, que se caracterizan principalmente por el hecho de que han sido investigaciones producidas desde una perspectiva interdisciplinaria.

Así pues, lo que se pretende poner de manifiesto es el hecho de que la visión ritual y la Folkcomunicación han contribuido a consolidar la caracterización históricamente interdisciplinaria de las ciencias de la comunicación, basada en la apertura a una gama de objetos que pueden ser guiados e investigados. En los modelos teóricos de Carey y Beltrão, lo que se percibe es la concepción de la cultura como la formación de un entorno que funciona como catalizador para la producción de sentido común, principalmente a nivel comunitario.

Los enfoques teóricos de Beltrão y Carey promueven una revisión teórico-metodológica en la investigación de la comunicación, ya que consideran la posibilidad de insertar nuevos objetos de investigación y recortes de investigación temática, que incluyen las expresiones culturales en sus virtualidades de comunicación. Los dos modelos teóricos crean perspectivas de investigación que permiten el análisis de diferentes prácticas socioculturales en sus dimensiones simultáneamente expresivas y comunicativas.

A partir de la inserción de los modelos teóricos de los dos autores en el campo de la investigación de la comunicación, las ciencias de la comunicación han ampliado sus posibilidades de expansión teórica y metodológica, con los problemas y desafíos inherentes a este proceso, contribuyendo a los debates a nivel epistemológico. Las exigencias académicas y administrativas de la disciplina de la comunicación, que la hacen menos “campo” y más “disciplina”, incluyen la cuestión de los posibles objetos y métodos de investigación, aunque esta propiedad está en disputa para diferentes disciplinas en las Ciencias Sociales y Humanidades, y no sólo en las Ciencias de la Comunicación.

Nos proponemos destacar dos momentos significativos en el desarrollo de la investigación en materia de comunicación, ya que constituye un campo de conocimiento en el Brasil. En un principio, el hecho de que la interfaz entre la comunicación y la cultura, evidenciada en la visión ritual y en la Folkcomunicación, permitió un proceso de desarrollo de la investigación interdisciplinaria que marcó el surgimiento de las ciencias de la comunicación en Brasil y en los Estados Unidos. En un segundo momento, considerando que la propia interfaz entre comunicación y cultura, en los modelos teóricos de los dos autores en cuestión, dio lugar a enfoques de investigación que, al proponer nuevos objetos de investigación, más allá de la comunicación de masas y las prácticas modernas de los medios de la llamada industria cultural, dejaron menos claro el concepto de medios de comunicación, hasta entonces centrado en medios de masas industriales modernos.

Los modelos teóricos de la visión ritual y de la Folkcomunicación promueven movimientos sincrónicos entre ellos, a través de la alineación en el diálogo con el campo cultural, pero, aunque alineados, también producen movimientos diacrónicos en relación con el entonces modelo hegemónico de comunicación de masas que se desarrolló y consolidó a lo largo del siglo XX. Estos movimientos son típicos de la autorreflexividad de las prácticas científicas, en la búsqueda constante de adecuación y reevaluación de los modelos teóricos heredados de otras tradiciones científicas, en el caso de la investigación del enfoque psicosocial que originó la investigación de la comunicación de masas en los Estados Unidos.

El movimiento sincrónico se produce cuando los modelos teóricos de Carey y Beltrão sugieren revisar las relaciones comunitarias e interpersonales como prácticas comunicacionales, después de la larga hegemonía de la investigación de la comunicación de masas, dada la hegemonía de este mismo modelo comunicacional a lo largo del siglo XX, se siguen considerando las prácticas de

los medios de comunicación industriales de masas, pero ahora en su proceso de mediación por las prácticas sociales en general, lo que incluye las prácticas culturales, especialmente las de toda la comunidad. El movimiento diacrónico, como simultáneo o consecuente al movimiento sincrónico, se refiere a un principio de dispersión de los objetos de investigación en una multitud de posibilidades, que van desde las conversaciones personales hasta las más amplias manifestaciones culturales a escala comunitaria o masiva.

En todo caso, la visión ritual y la Folkcomunicación promueven un avance en la investigación de la comunicación al considerar no sólo la comunicación de masas como un modelo industrial y constituyente de un modelo hegemónico de modernización, sino también las prácticas establecidas del cine, la prensa, la radio y la televisión como objetos que deben ser discutidos en los estudios del área. A partir de estas prácticas comunicativas, se instituyeron también como objetos típicos de análisis los productos y servicios de las profesiones socialmente legitimadas vinculadas a la formación académica del periodismo, la propaganda, la radio, las relaciones públicas y el cine.

En la esfera de la cultura popular brasileña, según Beltrão, y los procesos en que se crean formas simbólicas significativas en la cultura de la clase media estadounidense, según Carey, la virtualidad de la inserción de nuevos objetos en categorías pertinentes a la investigación en materia de comunicación gana en evidencia, ya que los dos modelos teóricos se proponen a lo largo de la segunda mitad del siglo XX: en el Brasil en los años sesenta y setenta y en los Estados Unidos en los años ochenta, es decir, en dos experiencias distintas de modernización y condiciones diferentes de acceso a los bienes materiales y simbólicos de la vida moderna.

Se sabe que la concepción de una sociedad de masas a finales del siglo XIX y principios del XX desestabilizó las investigaciones sociológicas como la desarrollada por la llamada Escuela de Chicago en su dimensión de estudios comunitarios (COULON, 1995). La aparición y el desarrollo de los medios de comunicación de masas en ese período se convirtió en la fase de la llamada investigación de la comunicación de masas, que se convirtió en un modelo teórico hegemónico a lo largo del siglo XX debido a las múltiples implicaciones de la industria cultural en la economía, la política y la cultura modernas (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, WOLF; 2005).

Se puede concebir que la relación entre la sociedad de masas y la comunicación de masas dio lugar a una de las grandes narrativas de la Modernidad, en particular en el Occidente capitalista. Lo que quedó en el trasfondo de esta narración fueron exactamente las dinámicas sociales que comprenden las manifestaciones populares, como indicios de un supuesto retraso de la civilización, y los procesos simbólicos en los que las formas de ser, pensar y producir las lenguas de las grandes masas de población en su cotidiano banal.

Las ciencias sociales se encargaron de tratar estos temas en sus diversas líneas de investigación y especialidades - en antropología y sociología, principalmente. Y, como se puede analizar, fue el diálogo interdisciplinario de estas disciplinas con la investigación en comunicación lo que permitió el proceso de maduración de la actividad científica que llevó a la aparición de modelos teóricos como la visión ritual y la Folkcomunicación.

El libro *Communication as Culture: Essays on media and society*, de James Carey, del que no conocemos la traducción al portugués hasta ahora, está agotado, según las mayores librerías en actividad de Brasil. Del mismo modo, es importante recordar que los textos de Luiz Beltrão fueron dejados por la fuerza fuera del ámbito académico y científico en tiempos de la dictadura militar en el país, siendo mejor divulgados sólo a partir de la década de 2000 con la recuperación de su producción teórica por parte de sus antiguos alumnos, otros investigadores que trabajan la Folkcomunicación como perspectiva teórica y líderes científicos interesados en el desarrollo general de los estudios de comunicación.

No es de extrañar, por tanto, lo difícil que fue el avance de los problemas teóricos a la hora de discutir, desde el punto de vista de la cientificación de los estudios en comunicación, cuáles serían sus propios objetos y cuáles serían, por tanto, sus métodos de investigación apropiados. Algunos de los principales debates sobre la constitución e institucionalización de la investigación en materia de comunicación en el Brasil han pasado, de manera insistente y necesaria, por la amplitud de estos objetos capaces de enmarcarse en los procesos de tematización y perspectiva teórica. (WEBER; BENTZ; HOHFELDT: 2002; MARTINO: 2006)

Sin embargo, hay que tener en cuenta que desde los años setenta, con Beltrão, y los ochenta, con Carey, fue más precisamente la revisión teórica propuesta por los dos modelos la que amplió el encuadre de los objetos, ya que la visión ritual y la Folkcomunicación comenzaron a tensar los estudios e investigaciones actuales, que seguían surgiendo en el Brasil en los años setenta y ochenta, para ir más allá de los temas de la comunicación de masas y las profesiones socialmente legitimadas de los medios de comunicación.

La cuestión que nos parece pertinente, en medio del pensamiento comunicacional, es el hecho de que tanto la visión ritual, en los EE.UU., como el fenómeno de la Folkcomunicación - e incluso el folclore y las manifestaciones populares en general - en el Brasil tienen, todavía en el comienzo del siglo XXI, una condición minoritaria en medio de otras formas culturales, especialmente cuando, en el auge de la Modernidad, la cultura científica y la cultura de masas entran en escena como modos hegemónicos de percepción de la realidad social en el Occidente capitalista.

Más concretamente, James Carey nos recuerda que la visión ritual se encuentra en una posición minoritaria en el pensamiento de la comunicación estadounidense, ya sea en las formas de concebir lo que es la comunicación en las prácticas cotidianas y profesionales o en los estudios académicos y científicos, frente a un modelo hegemónico, el conocido y antiguo difusionismo, que considera enfáticamente la comunicación como una transmisión lineal y eficiente de la información en el mundo moderno.

En el caso de la Folkcomunicación, las prácticas culturales populares, en su dimensión comunicacional, también configuran, como se puede analizar de manera análoga, una condición de minoría, ante una visible valorización de la cultura erudita y de masas en medio de los procesos de modernización de la sociedad brasileña a lo largo del siglo XX, con su desenvolvimiento en el siglo XXI, y la consecuente desvalorización simbólica de las prácticas culturales relacionadas con el pasado, lo antiguo y lo obsoleto.

Por consiguiente, no es casualidad que los objetos más fáciles de encuadrar en la investigación de la comunicación hayan tendido históricamente a ser, de manera más visible, los relacionados con la comunicación de masas, con las profesiones mediáticas ya establecidas, con las instancias culturales de mayor prestigio social y con los procesos de comunicación que utilizan los medios reconocidos como tales (medios mecánicos o electrónicos de transmisión de la información).

Así pues, cabe señalar, sobre la base de la historia moderna de la investigación de la comunicación desde el siglo XX, que esta práctica científica ha tendido a referirse, de manera restringida, a la investigación de los medios de comunicación, y especialmente a la investigación de los medios de comunicación de masas [8]. Incluso las instancias profesionales y teóricas que concibieron temas como la comunicación alternativa, la comunicación segmentada y la Folkcomunicación siguieron la tendencia de considerar los procesos de comunicación en el proceso de modernización, es decir, se materializaron necesariamente por algún medio material de emisión de información.

En los modelos de Carey y Beltrão, los procesos de comunicación, como sugieren los propios autores, no siempre se basan en un vehículo o medio materialmente concebido como tal en la modernización del siglo XX. En la comunicación folclórica, la expresión cultural, en su singular materialidad, es en sí misma el medio de comunicación, tiene una dimensión comunicacional - por

ejemplo, y ya clásica en los estudios de esta disciplina, de la expresividad contenida en los gestos y las canciones populares, prácticas socioculturales típicas del folclore popular. En la visión ritual, las posibles mediaciones son los propios procesos simbólicos mediante los cuales una comunidad crea significados compartidos, “representa la realidad” y “representa para la realidad”, haciendo posible el vínculo social y las posibilidades de la experiencia común.

Como se pretendió demostrar en este artículo, el concepto moderno de medios de comunicación, desde la concepción de los medios de comunicación de masas, se limita a una definición de los objetos propios de los estudios de comunicación como los concebidos a lo largo del proceso de modernización y, sobre todo, de transformación del modo de producción capitalista. Hoy en día, los medios de comunicación extrapolan la noción de comunicación de masas y de cultura de masas, pero siguen vinculados a una idea directamente relacionada con los procesos de innovación tecnológica y, por lo tanto, a un concepto modernizador de la comunicación.

En este sentido, el texto de Carey proporciona una crítica de los procesos que contemplan el modelo moderno de comunicación difusionista que se instala en el imaginario americano y que está materialmente mediado por los medios de comunicación mecánicos y electrónicos a lo largo del siglo XX [9]. El texto de Beltrão, que sitúa veladamente la Folkcomunicación en las problematizaciones de clase social, recuerda, en términos socioeconómicos, las restringidas condiciones brasileñas de producción, circulación y consumo de información como una forma de crítica a la modernidad que insiste en no instalarse en el país de los contrastes sociales

## Consideraciones finales

Lo que se observa en la historia de la investigación de la comunicación es que los modelos teóricos de James Carey y Luiz Beltrão promueven un movimiento sincrónico entre ellos cuando proponen a) el encuadre de nuevos objetos de investigación vinculados al campo de la cultura, enfáticamente a nivel comunitario y b) nuevas concepciones de lo que es o puede ser la comunicación en el mundo contemporáneo. Simultáneamente, los dos autores, cada uno desarrollando un pensamiento comunicacional único, promueven un movimiento diacrónico en relación con el modelo hegemónico de la tradición de investigación de la comunicación de masas.

La historia pone de relieve algunas cuestiones pertinentes, entre ellas el hecho de que los problemas teóricos de la investigación de la comunicación se relacionan, de una manera no siempre muy explícita o considerada pertinente, con cuestiones políticas y de comercialización. En el caso de James Carey y la visión ritual, es, al menos para la comunidad de las ciencias de la comunicación en el Brasil, la disponibilidad de sus textos, si no en portugués al menos de una manera más consistente en las bibliotecas y librerías del país y en las bibliografías de los cursos de licenciatura y de posgrado.

Es razonable afirmar, por ejemplo, que las copias de Comunicación como cultura: Ensayos sobre los medios y la sociedad circulan en las universidades brasileñas, aún hoy, en forma de fotocopias, el mismo problema de circulación verificado, hasta los años 90, con los textos de Beltrão. En el caso de Luiz Beltrão y la Folkcomunicación, se sabe que el período de la dictadura militar inhibió la circulación de su producción teórica e incluso restringió la divulgación de su pensamiento comunicacional, en ese tiempo histórico, las posibles menciones a cuestiones de clase se convirtieron en motivos de vigilancia y represión ideológica.

La mayor difusión del pensamiento comunicacional de estos dos autores redimensiona los debates epistemológicos en la comunidad científica, pero aún hoy este debate se ve limitado por el difícil acceso a los textos producidos a finales de los años ochenta (caso Carey) y en los sesenta (caso

Beltrão). Así, la visión ritual y la Folkcomunicación se anuncian produciendo un distanciamiento respecto a los parámetros que surgen de los estudios de comunicación de masas, el modelo de difusor de información y la moderna concepción tecnológica - e incluso tecnocéntrica - de los medios de comunicación. Basándose en estas consideraciones, promueven la necesidad de una revisión epistemológica en las ciencias de la comunicación.

En nuestra opinión, se trata de comprender cómo la apertura interdisciplinaria ha hecho posible la aparición de la investigación en el campo cultural como algo muy cercano, e incluso si se confunde, con el campo de la comunicación. Sin embargo, como se puede ver en los textos de los dos autores, la cultura adquiere una dimensión comunicacional, lo que sugiere, como consecuencia de estas concepciones teóricas, que la comunicación tiende a convertirse en un paradigma como motor del conocimiento contemporáneo.

La virtualidad de las opciones en las prácticas interdisciplinarias ha dado lugar a un proceso de investigación compleja sobre la comunicación. Se trata de un campo de disputa en el que las prácticas de comunicación y medios de comunicación se convierten en objeto de investigación en otras disciplinas y campos del conocimiento. Por lo tanto, el campo instituido de la investigación de la comunicación no está sólo en esta arena de producción de conocimiento, y no se puede ignorar la presencia de nuestras alteridades científicas más cercanas, en las ciencias sociales y humanas, que también se proponen investigar los fenómenos de la comunicación en el mundo contemporáneo.

Otra consecuencia de los modelos teóricos de Carey y Beltrão es la reorientación de la investigación en comunicación como ciencia del comportamiento a la comunicación como ciencia de la cultura, según los pioneros modelos de estudio teórico propuestos por Venício Artur de Lima (2001). En el caso de la visión ritual, las formas en que se construyen los sistemas simbólicos de representación de la realidad son mucho más interesantes, considerando que estos son elementos constitutivos de la realidad misma. Por lo tanto, la comunicación como cultura, o la cultura como comunicación, indica la dimensión comunicacional en las más diversas expresiones culturales y sugiere el alcance y la virtualidad de nuevos objetos de estudio.

En la Folkcomunicación, como indican estudios posteriores de esta disciplina (BENJAMIN, 1999; SCHMIDT, 2007), es interesante comprobar cómo se reinventan los procesos culturales, incluidos los de las tradiciones populares, en la relación directa con los procesos de mediatización, lo que nos parece, en el caso de la cibercultura y los nuevos medios digitales, resolver en parte la pretendida caracterización mediática de los objetos de investigación en comunicación.

En nuestra opinión, si hay pérdidas disciplinarias, a pesar de la historia interdisciplinaria de la investigación de la comunicación, al menos en el Brasil, es porque, en el caso del campo de la comunicación, las ganancias tienden a ser paradigmáticas, ya que la cultura (especialmente una cultura científica y tecnológica) se presenta como un elemento impulsor de la economía del siglo XXI y la comunicación se insinúa como una de las principales características de la cultura en la contemporaneidad en su orden mundial.

Recordemos a James Carey cuando provocó para la investigación en comunicación en los Estados Unidos un redimensionamiento y una mayor relevancia del concepto de cultura en una sociedad de consumo moderna, caracterizada, en una perspectiva liberal, por la búsqueda de la individualidad (que comienza a confundirse con el insistente individualismo, la competencia y el conflicto) y en la que los vínculos sociales se configuran de forma predominante por las relaciones de mercado: es el caso de una sociedad nacional inventada a lo largo del siglo XX en la que la noción de comunidad se considera como una utopía a construir.

Recordemos, de la misma manera, a Luiz Beltrão, cuando planteó para la investigación en comunicación en Brasil un redimensionamiento del concepto de cultura al considerar, ya en la segunda mitad del siglo XX, la existencia de un país en transición para el cual la experiencia de la modernización ha sido un factor considerable de extrañeza y constreñimiento, especialmente para los segmentos populares: es el caso en que la noción de comunidad, en la forzada y moderna invención republicana del Estado nacional brasileño, es tomada como una memoria a reconstituir o reinventar.

## Referencias bibliográficas

- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicación: La comunicación de los marginados. São Paulo: Cortez, 1980.
- \_\_\_\_\_. Folkcomunicación: Teoría y metodología. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.
- \_\_\_\_\_. Folkcomunicación: Un estudio de los agentes y medios populares de información de hechos y expresión de ideas. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- BENJAMIN, Roberto. El nuevo alcance de la Folkcomunicación. CLP, vol. 1, no. 1, out-nov-dez 1999.
- Disponibile en: < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>>. Acceso el: 25 de mayo de 2011.
- \_\_\_\_\_. La Folkcomunicación en un contexto de masas. João Pessoa: Editor Universitario UFPB, 2000. Disponible en: <[http://www.folkcom2011.com.br/Benjamin\\_2000.pdf](http://www.folkcom2011.com.br/Benjamin_2000.pdf)>.
- BOSI, Alfredo (org.). Cultura brasileña: Temas y situaciones. São Paulo: Editorial Ática, 2000.
- Cuidado, James. La comunicación como cultura: Ensayos sobre los medios de comunicación y la sociedad. Nueva York: Routledge, 1992.
- COULON, Alain. La Escuela de Chicago. Trad. Tomás R. Bueno. Campinas: Papyrus, 1995.
- DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. Teorías de comunicación de masas. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- FERNANDES, Florestan. El folclore como tema. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Un concepto antropológico. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 2005.
- LIMA, Rossini Tavares de. La ciencia del folclore. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LIMA, Venício Artur de. Medios de comunicación: Teoría y política. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Investigación en comunicación: Formulación de un modelo metodológico. São Paulo: Ediciones Loyola, 1990.
- MARTINO, Luis C. Enfoques y representación del campo de la comunicación. En: Comunicación, Medios y Consumo, año 3, vol. 3, número 8, pp. 33-54. São Paulo: ESPM, 2006.

MELO, José Marques de. Medios de comunicación y cultura popular: Historia, taxionomía y metodología de Folkcomunicación. São Paulo: Editora Paulus, 2008.

\_\_\_\_\_. Teoría de la comunicación: Paradigmas de América Latina. Petrópolis: Editorial Vozes, 1998.

...y la de los niños. El campo de la comunicación en el Brasil. Petrópolis: Vozes, 2008.

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (eds.). La génesis del pensamiento comunicacional latinoamericano: El protagonismo de las instituciones pioneras Ciespal, Icinform, Ininco. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.

ORTIZ, Renato. Románticos y folcloristas y cultura popular. São Paulo: Editorial Olho d'Água, 1992.

PRADO, Luiz Aidar (org.). Críticas a las prácticas de los medios de comunicación: De la sociedad de masas a las ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SATRIANI, Luigi M. Lombardi. Antropología cultural y análisis de la cultura subalterna. São Paulo: Editorial Hucitec, 1996.

SCHMIDT, Cristina. La reproducibilidad digital en la Folkcomunicación: La construcción de nuevos lenguajes o el fin de lo popular. En: Comunicación y Sociedad, año 28, no. 47, 1er sem. São Bernardo do Campo: Umesp, 2007.

TOURAINÉ, Alain. Crítica de la modernidad. Petrópolis: Vozes, 1994.

TRINTA, Aluísio; POLISTCHK, Ilana. Teorías de la comunicación: El pensamiento y la práctica de la comunicación social. Río de Janeiro: Editora Campus, 2003.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHFELDT, Antonio. Tensiones y objetos de investigación de la comunicación. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

WOLF, Mauro. Teorías de la comunicación. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

### Diccionarios electrónicos

Diccionario Electrónico Houaiss. Disponible en: <[www.houaiss.uol.com.br](http://www.houaiss.uol.com.br)>.

El diccionario gratuito. Disponible en: <[www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com)>.

Referencia de palabras. Disponible en: [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)>.

### Sitios web

El periódico Folkcom.

Disponible en: <<http://www2.metodista.br/unesco/jornalfolkcom.htm>>. Acceso el: 25 de junio de 2011.

Portal electrónico de la Red Folkcom (Red de Estudios e Investigación en Folkcom). Disponible en: <[www.redefolkcom.org](http://www.redefolkcom.org)>. Acceso el 25 de junio de 2011.

Revista Folk Internacional.

Disponible en: <[www.uepg.br/revistafolkcom](http://www.uepg.br/revistafolkcom)>. Acceso el: 25 de junio de 2011.



## Videos

Ver y entender la Folkcomunicación. Coordinación por José Carlos Aronchi. Dirigida por Allan Kozlakowski. São Paulo: Uninove (Laboratorio de Imagen y Sonido), 2005. 1 disco (30 minutos): DVD, sonido, color. Didáctica.

## Notas

[1] Las traducciones de todo este texto, señaladas entre comillas con el original entre paréntesis, son nuestras, teniendo como herramientas el Diccionario Electrónico Houaiss, disponible en [www.uol.houaiss.com.br](http://www.uol.houaiss.com.br), el Diccionario Gratuito, disponible en [www.thefreedictionary.com](http://www.thefreedictionary.com), y el Word Reference, disponible en [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com). Algunas palabras y términos tienen una traducción precisa en portugués, otras sólo una traducción aproximada.

[2] Literalmente, la traducción sería “secuencia de palabras”. Dado el contexto de los escritos del autor, al considerar el campo religioso, elegimos la palabra “sermones” (disursos).

[3] Una visión ritual de la comunicación se dirige no hacia la extensión de los mensajes en el espacio sino hacia el mantenimiento como sociedad en el tiempo; no el acto de impartir información, sino la representación de creencias compartidas. (CAREY: 1992, p. 18)

[4] Ver Carey (1992), en especial o capítulo “A cultural approach to communication”.

[5] “...también incluye compartir la experiencia estética, las ideas religiosas, los valores y sentimientos personales y las nociones intelectuales - un orden ritual” (CAREY: 1992, p. 34).

[6] “...la comunicación es un proceso simbólico por el cual la realidad se produce, se mantiene, se repara y se transforma”. (CAREY: 1992, p. 23)

[7] Los autos son también conocidos como danzas dramáticas, practicadas por grupos folclóricos, también conocidos, en portugués, como “folguedos”.

[8] Véase, por ejemplo, SANTAELLA en PRADO (2002, págs. 44 a 56).

[9] A partir del decenio de 1990, se citarían necesariamente los medios digitales, que han mostrado constantes cambios y revoluciones en su estructura tecnológica.

## Para citar este artículo

Gushiken, Y. (2020). **La comunicación como ritual (James Carey) y la folkcomunicación**

**(Luiz Beltrão): modelos teóricos en la interfaz con la cultura.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 29-46. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a1>

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

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

# Videojugar. Estado del arte [1]

Yenifer Andrea Orozco\*, Michael Andrés Rojas\*\*, Jorge Enrique Quimbaya\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a2>

## Resumen

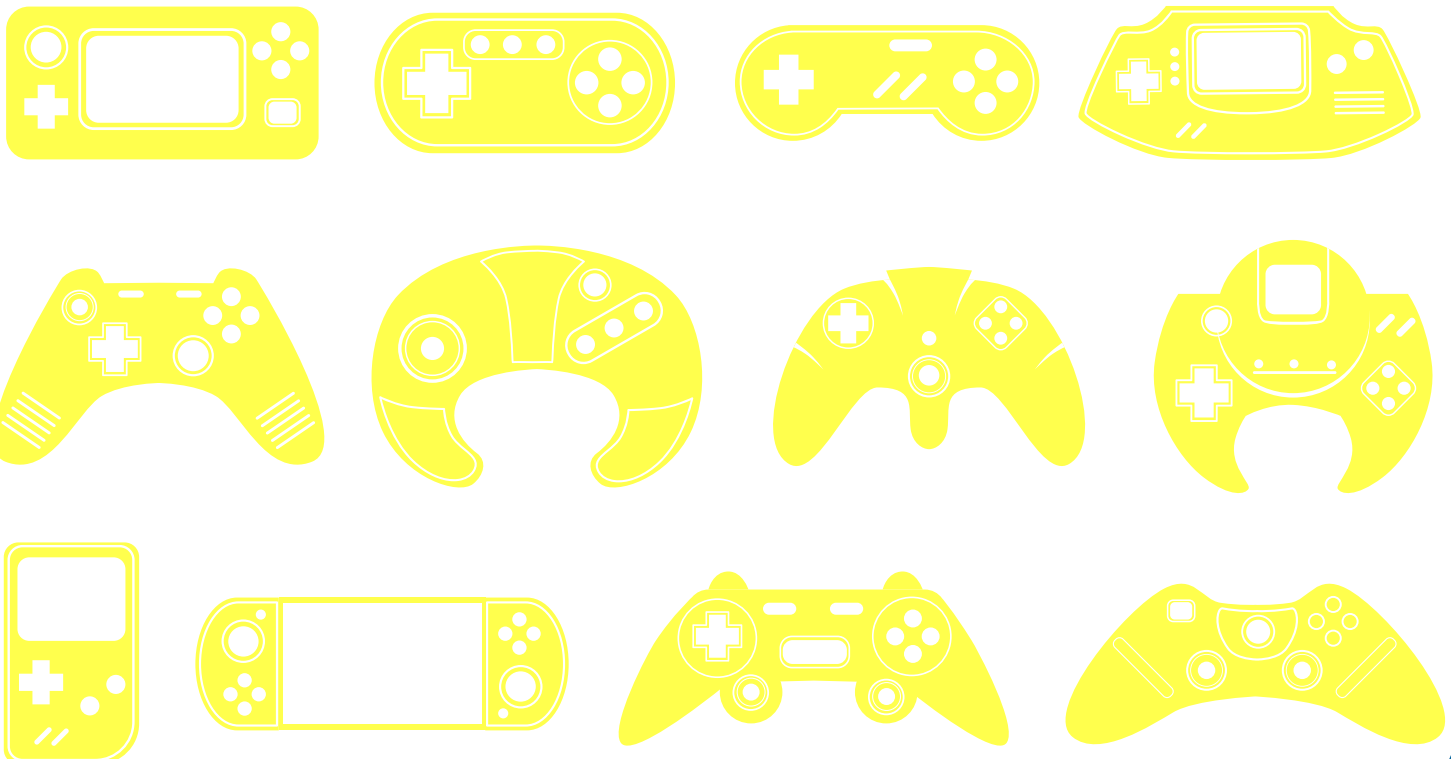
Las investigaciones sobre videojuegos cada vez cobran mayor relevancia en el campo de la psicología, su influencia en la estructura cultural de los escenarios digitales es relevante. Este estado del arte tiene como objetivo analizar los cambios que han tenido los estudios realizados desde el campo de la psicología alrededor de videojugar y las apuestas a generar pesquisas desde la cognición social.

**Palabras clave:** Videojuegos; cognición social; desensibilización de la violencia.

**Recibido.** Marzo 30, 2020

**Aceptado.** Abril 03, 2020

\*Estudiante de psicología. Universidad del Valle, Sede Buga, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9410-1077>; e-mail: [yenifer.orozco@correounivalle.edu.co](mailto:yenifer.orozco@correounivalle.edu.co), \*\*Estudiante de psicología. Universidad del Valle, Sede Buga, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3258-6080>; Email: [michael.rojas@correounivalle.edu.co](mailto:michael.rojas@correounivalle.edu.co), \*\*\*Magister en Psicología, profesor de la Universidad del Valle, Sede Buga, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1456-9874>; Email: [jorgequimbaya@correounivalle.edu.co](mailto:jorgequimbaya@correounivalle.edu.co)



## Video game. State of the art [1]

Yenifer Andrea Orozco\*, Michael Andrés Rojas\*\*, Jorge Enrique Quimbaya\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a2>

### Abstract

Research on video games is becoming increasingly relevant in the field of psychology since it is evident its influence on the cultural structure of digital scenarios. This state of the art aims to analyze the changes that the studies carried out from the psychology field have had around gaming and the attempts to generate researches from social cognition.

**Keywords:** Video games; social cognition; violence de-sensitization.

**Received.** March 30, 2020

**Accepted.** April 30, 2020

\*Psychology student of Universidad del Valle Buga campus, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9410-1077> ; e-mail: [yenifer.orozco@correounivalle.edu.co](mailto:yenifer.orozco@correounivalle.edu.co). \*\*Psychology student of Universidad del Valle Buga campus, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3258-6080> ; Email: [michael.rojas@correounivalle.edu.co](mailto:michael.rojas@correounivalle.edu.co). \*\*\* Master in Psychology, profesor of Universidad del Valle Buga campus, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1456-9874> ; Email: [jorge.quimbaya@correounivalle.edu.co](mailto:jorge.quimbaya@correounivalle.edu.co)



## Jogos de vídeo. O estado da arte [1]

Yenifer Andrea Orozco\*, Michael Andrés Rojas\*\*, Jorge Enrique Quimbaya\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a2>

### Resumo

A investigação sobre jogos de vídeo está a tornar-se cada vez mais importante no campo da psicologia, uma vez que a sua influência na estrutura cultural dos cenários digitais é evidente. Portanto, este estado da arte tem como objectivo analisar as mudanças que os estudos realizados no campo da psicologia têm tido em torno dos jogos de vídeo e as apostas para gerar investigação a partir da cognição social.

**Palavras chave:** Jogos de vídeo; cognição social; dessensibilização da violência.

**Recebido.** Março 30, 2020

**Aceitado.** Abril 03, 2020

\*Estudante de psicologia na sede da Universidade del Valle, Buga, Colômbia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9410-1077>; e-mail: [yenifer.orozco@correounivalle.edu.co](mailto:yenifer.orozco@correounivalle.edu.co). \*\* Estudante de psicologia Universidade del Valle, Campus de Buga, Colômbia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3258-6080>; Email: [michael.rojas@correounivalle.edu.co](mailto:michael.rojas@correounivalle.edu.co). \*\*\* Magister em Psicologia, professor na Universidade del Valle Sede Buga, Colômbia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1456-9874>; Email: [jorge.quimbaya@correounivalle.edu.co](mailto:jorge.quimbaya@correounivalle.edu.co)



## Introducción

La globalización ha logrado que los videojuegos tengan una difusión y popularización que va en aumento, posicionándose más allá de una actividad de ocio como un objeto cultural del cual se pueden aprender, transmitir y construir valores de una sociedad (Castells, 1999; Lacasa, 2011). Con este potencial las ciencias en general y en particular la psicología se ha interesado en conocer los fenómenos que orbitan alrededor de los videojuegos, los videojugadores y el videojugar.

Esta revisión en primer lugar trata de resolver la pregunta ¿qué es el videojuego? también pretende indagar sobre la utilización del sistema de clasificación de los géneros y subgéneros de los videojuegos en los estudio psicológicos sobre este tema. Interesa sondear acerca de la relación que hay entre los videojuegos y los constructos psicológicos. Por último se pretende describir los métodos de investigación empleados para analizar el videojugar y en particular asuntos relacionados con la desensibilización de la violencia desde la óptica de la cognición social.

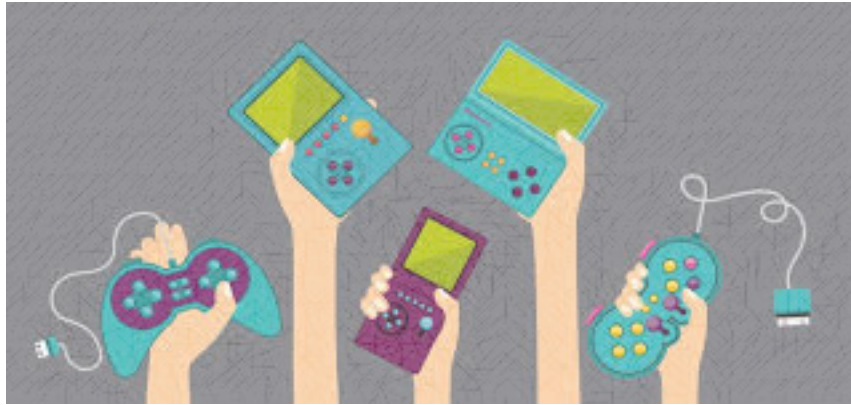


### 1. ¿Qué es un Videojuego?

Los videojuegos tienen características que los convierten en herramientas singulares de entretenimiento universal, entre ellas, se tiene en cuenta el soporte tecnológico que les da sustento, como lo menciona Tejeiro y Peregrina (2008) “los videojuegos le permiten interactuar al jugador con la máquina, y la acción que resulta es apoyada en un soporte visual” (p. 26). Por lo tanto, los juegos de video son reconocidos como instrumentos que incluyen diversos tipos de lenguaje:

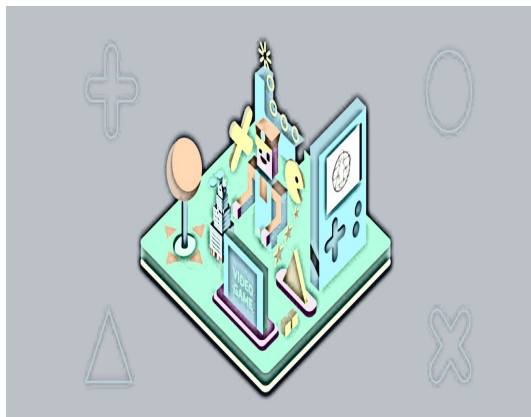
visual, sonoro, literario y el gestual; elementos diseñados en formato multimedia que han facilitado el acceso a personas con diferentes discapacidades, como la ceguera y la sordera, y de distintos rincones del mundo puesto que su sistema de iconos no está limitado por el idioma en el que fue diseñado el videojuego (Gee, 2004;Lacasa,2011; Mejía, 2012; Rosas et al., 2014).

Ante esta estructura multimedia tan compleja Eguía et al. (2012) dice que para estudiar las cualidades de los videojuegos es necesario identificar por una parte los conceptos orientadores que adoptan los diseñadores y por otra las características de las personas que videojuegan. Sin embargo, habría que prestar atención al escenario digital en el que convergen las reglas de un mundo virtual con sus propias reglas y la identidad virtual que forma el videojugador. Por esta razón las investigaciones abordan desde distintas ópticas este fenómeno, entre las que se identifican aquellas que lo relacionan con componentes como el Juego, Eguia et al. (2012), cita a Caillois (1991) para asemejar el videojuego a “una actividad que es esencialmente libre/voluntaria, separada en el tiempo y el espacio, incierta e improductiva que se rige por las reglas de la fantasía” (p. 4).



En esa misma línea Pereira y Alonzo (2017) dicen que el juego es entendido como un sistema que aporta reglas, condiciones y algunos aspectos de la competición. Sin embargo, Mejía et al. (2009) argumenta que desde una mirada psicológica los videojuegos se distancian de los juegos tradicionales y electrónicos en la medida en que son un software que introduce a un Otro, es decir, un programador que da las reglas de juego y otros virtuales que están programados para interactuar con el jugador, en ese sentido existe la posibilidad de jugar sólo o en compañía de otro humano, en modo cooperación con la computadora o en contra de ella; es un mundo virtual que le da la sensación de poder al jugador de tomar decisiones (construir o destruir) sobre el personaje y su contexto; el nivel de simulación es tan elevado que le proporciona sensaciones al jugador de quebrantar las reglas de manera fácil y sin recibir las consecuencias que tendría en la realidad.

En la década de 1950, los videojuegos se pensaron como una evolución del juego hacia un plano digital, pero con el paso del tiempo evolucionaron a mundos virtuales con nuevas mecánicas y la puesta en marcha de crear personajes con historias que le dan sentido y contexto a sus acciones, esto implicó un mayor despliegue en la planificación y producción, con equipos interdisciplinarios que participaran en su diseño: guion, arte conceptual, banda sonora, diseño instruccional, donde se involucran contenidos multimedia con herramientas tecnológicas (videoconsolas, motores gráficos) cada día más avanzadas. Los videojuegos actualmente se conciben como un tipo de expresión artística interactiva que depende en gran medida de la interpretación que puede hacer el videojugador y la comunidad de videojugadores a nivel social.



Es de resaltar que el diseño de los videojuegos con historias empezó a generar una conexión entre la identidad del videojugador y la del personaje, Gee (2004) se refiere a las posibilidades que tiene un videojugador de adoptar una identidad real, proyectiva y virtual.

La real refiere a la construida fuera del videojuego, la proyectiva lo que el sujeto quisiera hacer en el videojuego, y la virtual estaría ligada a las posibilidades de generar nuevas formas de ser en el mundo virtual en consonancia con lo que el videojugador concibe que el personaje debería ser.

A raíz de esto, se ha encontrado una relación entre el género del videojuego, los personajes y las características de la persona que lo juega (ideologías, creencias, rasgos físicos, gustos, intereses y comportamientos), aspectos que desde la psicología son de interés dadas las posibilidades de conocer a través de la proyección lo que el sujeto piensa y construye (Arango et al. 2009; Lacasa, 2011; Lee y LaRose, 2007; Mejía et al. 2009).

Desde la psicología, se puede decir que los videojuegos tienen un papel importante en el desarrollo cultural de quién videojuega y la sociedad que constela alrededor de esta práctica, llegando al punto de generar subculturas en torno a la temática del videojuego.

Desde la literatura se generan opiniones divididas en torno al fenómeno de videojugar, por ejemplo, están los que defienden los videojuegos y los que se oponen a ellos, asimismo, disciplinas que versan sobre el tema, como la psicología que también ha encontrado evidencias tanto positivas como negativas acerca del videojugar en relación con los géneros de videojuegos (Arango et al. 2009; Gee, 2004; Lacasa, 2011; Mejía et al. 2009; Mesa y Burgos, 2012).

Ante este panorama se hace necesario una clasificación de lo que sigue vigente a la fecha en este debate. (Ver Tabla 1).

**Tabla 1.**  
**Videojuegos, Sociedad e Investigaciones Científicas**

Categoría	Videojuegos y Sociedad		Videojuegos e investigaciones	
	<u>Críticos positivos</u>	<u>Críticas negativas</u>	<u>Positivos</u>	<u>Negativos</u>
Cognición y Conducta	Ignacio y Domínguez (2012). Mejía et al. (2009)		(Buckley & Anderson, 2006) Díaz et al. (2016) Lee y LaRose (2007) Dorantes (2017) Ceballos y Mejía (2018) Orozco (2018) Moebus et al. (2016) McCubbins, et al (2012). Ewell et al. (2018)	Wang et al. (2009) Shao y Wang (2019) Moller y Krahé (2009). Gabbiadini y Riva (2018) Martínez et al. (2013) Etxeberría (2011) Funk et al. (2004) Moebus et al. (2016)
Afectiva	Ignacio y Domínguez (2012)	Ignacio y Domínguez (2012)	Díaz et al. (2016)	Steven y Jeffrey (2007) Anderson et al. (2010). Bushman y Anderson (2009)

Elaboración propia.

En esta revisión (ver Tabla 1) se encontró que nueve de un total de 17 estudios no tipificaron los géneros y subgéneros de los videojuegos, entre estos tenemos a Anderson et al. (2010) quien en su estudio tomó como categoría general, videojuegos violentos, la cual no obedece a una clasificación de videojuegos, sólo se limita a un descriptor de “contenido”.

Dorantes (2017) hizo un estudio relacional también utilizó la misma generalidad de Anderson, la clasificación se basó en la frecuencia de los videojuegos más jugados en México, para el año 2015, no enfatizó en las condiciones para la clasificación, ni en la tipología creada por los diseñadores de videojuegos. Shao y Wang (2019) también contemplaron la definición general de videojuegos violentos, encontrando una correlación con la agresión en adolescentes, pues su interés principal era tratar de demostrar que los elementos internos del sujeto y los externos, tal como su ambiente familiar, influyen en creencias y actitudes agresivas.



En dos de las 17 investigaciones, se encontró que Díaz et al. (2016); Steven y Jeffrey (2007) no señalan la clasificación específica del videojuego estudiado, sin embargo, mencionan cuáles fueron los usos para la recolección de información y con este dato, un lector experto puede llegar a clasificarlos como se puede observar en la Tabla 2.

## 2. Tipos de videojuego y su relación con constructos psicológicos

En la Tabla 2. Se reseñan los géneros y subgéneros que se han usado en investigaciones de videojuegos para el estudio de constructos psicológicos: procesos cognitivos, aprendizaje, personalidad, identidad, reconocimiento facial de las emociones, empatía, agresividad. Se encuentra que la mayoría, no presenta evidencia de la elección del tipo de videojuego utilizado.



**Tabla 2.**  
**Principales Géneros en los Videojuegos y su Relación con el Estudio de Constructos Psicológicos**

Géneros	Sub – géneros	Características	Constructos Psicológicos
<b>Acción</b>	Plataforma	El jugador controla a un personaje el cual debe ir avanzando en su aventura esquivando una serie de obstáculos desplazándose a varios, lugares, quitándolos con algún poder, saltando, entre otros movimientos.	Ignacio y Domínguez (2012) Aprendizaje fuera del aula.
	Lucha	Coloca a dos personajes en un escenario de lucha reducido en donde el objetivo es acabar por completo con los puntos de salud del rival.	Bushman y Anderson (2009) Estudio 1, Encontraron relación de los videojuegos violentos con la desensibilización de la violencia.  Moller y Krahé (2009) Agresión física.
	Shooter En primera persona (FPS)	Se juega con la perspectiva de los ojos del personaje principal y podrá ver los disparos en primera persona.	Steven y Jeffrey. (2007) El reconocimiento de expresiones faciales.  Díaz et al. (2016) Reconocimiento de emociones faciales.
	Shooter En tercera persona (TPS)	El jugador podrá ver los disparos a partir de la cámara que se coloca por su espalda y que lo sigue a cierta distancia.	Gabbiadini (2017) Exclusión social (Clasificados como videojuegos violentos).
	Hack and Slash	El jugador va avanzando de nivel en nivel derrotando a sus contrincantes con armas cuerpo a cuerpo (cuchillos, espadas, martillos, entre otros)	Wang et al. (2009) funciones ejecutivas (amígdala, áreas prefrontales).
	Survival Horror	Combina la acción con la aventura para que el jugador tenga que sobrevivir ante situaciones terroríficas.	
	De acción	El jugador controla las acciones de un único personaje en tiempo real, está centrado en el combate y en la acción con la trama e interacción de personajes mantenida al mínimo.	Bushman y Anderson (2009) Estudio 1, Desensibilización de la violencia.

	MMORPG (JMLMJ)	<p>Juego en línea que permite una gran cantidad de jugadores con los cuales se tienen interacciones sociales que influyen en la dirección del juego.</p> <p>Mundo abierto dentro del juego en el que se pueden crear diferentes escenarios</p>	<p>Moller y Krahe (2009) Agresión física (Clasificados como videojuegos violentos).</p> <p>Gabbiadini y Riva. (2017). Exclusión social (Clasificados como videojuegos violentos).</p> <p>Ewell et al. (2018). Cognición social y videojuegos. (Clasificados como videojuegos violentos)</p>
<b>Géneros</b>	Sub – géneros	Características	Constructos Psicológicos
<b>Aventura</b>	Sandbox	Se imitan competencias entre vehículos. El objetivo usual es recorrer una distancia en el menor tiempo posible.	Díaz et al. (2016) Reconocimiento de emociones faciales.
<b>Deportivos</b>	Conducción Vehículos	Permite simular que estás controlando o manejando un vehículo (carros, aviones, tractores)	Bushman y Anderson (2009) Estudio 1, Desensibilización de la violencia.
<b>RPG</b>	Vida	Permite simular una vida completa y manejar todos los aspectos que esto significa.	Moller y Krahe (2009) Agresión física.
	Musicales	Inducen a la interacción del jugador con la música y cuyo objetivo es seguir los patrones de la canción, ya sea con instrumentos o pasos de baile.	Gabbiadini (2017) Exclusión social (Clasificados como videojuegos violentos).
			Gabbiadini y Riva (2017) Exclusión social. (Clasificados como videojuegos no violentos).
<b>Simulación</b>	Casuales	Son juegos simples, fáciles de entender y que a su vez no requieren mayor cantidad de requisitos. La gran mayoría se encuentran en smartphones.	Ceballos y Mejia (2018) Construcción de identidad.

	Educativos	Materiales con los que interactúa el jugador y le permiten aprender uno o varios temas.	En la investigación de Ignacio y Domínguez (2012) encontraron que los videojuegos tienen influencia positiva en el aprendizaje fuera del aula.
--	------------	---	--

Elaboración propia con base en un artículo del sitio egamers.com [1]

Para la clasificación de videojuegos, se tomó la Guía de Entertainment Software Rating Board [ESRB], 2020. Que incluye una evaluación de acuerdo a la edad (E: todos, E+10: mayores de 10 años, T: mayores de 13 años, M: mayores de 17 años, AO: mayores de 18 años) establecida para el consumo de ciertos videojuegos. Además de esto, la ESRB también incluye descriptores de contenido, que indican específicamente cuáles son las temáticas y contenidos que se presentan en el videojuego con relación a factores como: el uso de sustancias, hechos sangrientos, violencia, humor, lenguaje, desnudes, apuestas y sexualidad.

La ESRB, es considerada como el estándar de clasificación y descripción de contenido actualmente utilizado en el continente americano, ahora bien, para el contexto colombiano, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) dicta la ley 1554 de 2012, la cual en el artículo 9 clasifica los videojuegos en dos categorías:

- (a) De abierta circulación. Referidos a contenidos de entretenimiento educativo, deportes, competencias de vehículos reales o ficticios, informativo respecto de datos, hechos, información de recursos, o materiales referentes a eventos históricos, situaciones de naturaleza fantástica que incluyen personajes humanos y no humanos fácilmente distinguibles de la vida real.
- (b) De circulación restringida, referidos al lenguaje soez, desnudez, sexo o sexualidad, bebidas alcohólicas, drogas ilegales, productos de tabaco, discriminación de cualquier índole, violencia, derramamiento de sangre, armas, lesiones humanas y muerte, apuestas de dinero o propiedades.

Para Gee (2004) en un videojuego de acción en el cual se mata a civiles, el videojugador puede proyectar en su avatar del video sus propios valores, esto es avanzar en el juego con menos civiles muertos.

El videojugar debe implicar compromiso con el aprendizaje, tiempo, esfuerzo y participación, estas condiciones posibilitaran la caracterización de lo que se aprende en un videojuego. Gee (2004) identifica que en el videojuego se crea lo que Erikson (1968) denominó Moratoria social es decir que el videojugador puede asumir riesgos cuyas consecuencias se ven disminuidas en el mundo real.



Foto tomada de: <https://unsplash.com/photos/YpRj5w60zBY>

Todas las investigaciones consultadas abordaron metodológicamente el fenómeno de manera similar, buscando una relación entre las variables (constructo psicológico y videojuegos), recolectando datos sobre los videojuegos que los sujetos consumían y luego haciendo una medición del constructo con el que querían relacionarlos, teniendo como única variación las edades de las muestras. Éstas oscilaban entre 8 y 47 años, en aquellas investigaciones que sí mencionan este dato; sin embargo, casi la mitad de los estudios tuvieron participantes menores de 20 años, pero se debe tener en cuenta que estos datos son producto de investigaciones de otros contextos, como el europeo, el asiático y el norteamericano.

Si nos situamos en Hispanoamérica, la pesquisa Game Brasil (2019) ofrece estadísticas detalladas sobre características de los videojugadores, entre estas, menciona que los grupos de edad de las personas que con más frecuencia videojuega está entre 25 y 34 años, seguidos de los que tienen entre 16 y 24 años.

### 3. Tipos de instrumentos utilizados para recolectar información

A partir de la revisión de las investigaciones, se encontró los principales instrumentos in situ [2] y externos que se han utilizado para la recolección de información sobre los videojuegos y de determinados constructos psicológicos que se han investigado. En la Tabla 3, se presentan algunos.

**Tabla 3.**  
**Instrumentos de recolección de información**

Recolección de información sobre los videojuegos		Recolección de información sobre los constructos psicológicos	
In situ	Externa	In situ	Externa
	<p>Ignacio y Domínguez (2012) Utilizaron una encuesta semiestructurada validada por expertos del grupo ALFA (Ambiente Lúdicos Favorecedores de Aprendizajes).</p> <p>Díaz et al. (2016) Cuestionario de videojuegos (11 ítems) con el objetivo principal de caracterización de los participantes.</p> <p>Lee y LaRose (2007) Usaron un índice aditivo (reporte) de tres ítems.</p> <p>Steven y Jeffrey (2007) Utilizaron un Formulario de clasificación de videojuegos.</p> <p>Wang et al. (2009) Utilizaron el Índice de clasificación de los videojuegos (VRI): Un cuestionario que fue aplicado después de la práctica de videojuegos.</p> <p>Bushman y Anderson (2009) Usaron un cuestionario sobre preferencias de distintos tipos de videojuegos y distintos tipos de personas.</p> <p>Shao y Wang (2019) Usaron un cuestionario sobre los videojuegos.</p> <p>Moller y Krahé (2009) Usaron la exposición a la violencia en T1, lista de 40 videojuegos. Así mismo, usaron la exposición a la violencia en T2.</p> <p>Dorantes (2017) Inventario de Videojuegos Violentos (IViVi).</p> <p>Gabbiadini y Riva (2017) En su estudio usaron una encuesta web sobre frecuencia de juego y preferencias.</p> <p>Gabbiadini y Riva (2017) Le pidieron a los participantes puntuar el nivel de violencia de un videojuego, después de haberlo jugado.</p> <p>Martínez et al. (2013) Preguntaron sobre el uso de videojuegos.</p> <p>Funk et al. (2004) Usaron un cuestionario sobre los antecedentes de los participantes y sobre su consumo de multimedia violenta.</p> <p>Moebus et al. (2016) Utilizaron una entrevista de 5 preguntas abiertas.</p> <p>Ewell et al. (2018). Utilizaron el formato BIF-G (Behavior Identification Form - Gamers).</p>	<p>Díaz et al. (2016) Tareas de reconocimiento facial: Adaptación de un estándar usado por Bediou.</p> <p>Steven y Jeffrey (2007) Utilizaron la Tarea de identificación dinámica de emociones (DEIT)</p> <p>Bushman y Anderson (2009) en su estudio se ayudaron de la observación y medición del tiempo.</p> <p>Gabbiadini y Riva (2017) Utilizaron el Voodoo Doll Task (VDT).</p> <p>Ceballos y Mejia (2018) Utilizaron observaciones participantes.</p> <p>Wang et al. (2009) Procedimiento fMRI [3].</p>	<p>Díaz et al. (2016) The Buss and Perry Aggression Questionnaire. The Spielberger Trait Anxiety Inventory Form Y y The Beck Depression Inventory II, para los niveles de sintomatología depresiva.</p> <p>Bushman y Anderson (2009) Usaron un cuestionario sobre preferencias.</p> <p>Lee y LaRose (2007) Usaron un auto reporte adaptado de otras investigaciones para medir el flow experience</p> <p>Shao y Wang (2019) Utilizaron el Aggression Questionnaire (AQ) de Buss and Perry.</p> <p>Shao y Wang (2019) Utilizaron el Normative Beliefs About Aggression Scale (NOBAGS) de Huesmann and Guerra.</p> <p>Moller y Krahé (2009) Utilizaron la Normative beliefs about aggression y el Hostile attribution bias.</p> <p>Moller y Krahé (2009) Usaron el Aggressive behavior (cuestionario con ítems adaptados de otros investigadores)</p> <p>Dorantes (2017) Inventario de conductas agresivas en el tránsito (ICAT).</p> <p>Gabbiadini y Riva (2017) Hicieron una encuesta sobre percepción subjetiva del ostracismo [4].</p> <p>Ceballos y Mejia (2018) Utilizaron grupos focales con videojugadores experimentados.</p> <p>Martínez et al. (2013) Utilizaron la Escala de depresión del centro de epidemiólogos (CES-D) y la Escala de abuso infantil de Vladimírsky, Sánchez y Marín (2003).</p> <p>Funk et al. (2004) Para su investigación usaron tres cuestionarios: KID-SAVE, Escala de actitudes hacia la violencia: versión infantil (ATVC) y el Cuestionario sobre la empatía de los niños (CEQ).</p>

Elaboración Propia.

De la categorización hecha sobre los instrumentos de recolección de información utilizados por las investigaciones, se encontraron 14 que cumplen la función de recolectar datos acerca de los videojuegos pero ninguno de estos se pudo clasificar como in situ, lo que le resta validez ecológica y de contenido al instrumento, además, estos fueron auto reportes, aspecto que es considerado negativo por Loh et al (2015) puesto que, menciona que tales informes producen datos subjetivos que pueden estar inmersos en los prejuicios del propio investigador o del participante, lo que resta validez al estudio por la información contaminada.

Se encontraron 18 instrumentos que cumplen la función de recolectar información sobre los constructos psicológicos, de esos, sólo 6 se clasifican como in situ, aspecto que demuestra mayor validez ecológica, de contenido y consistencia interna a los resultados de las investigaciones. 12 de los 18 instrumentos fueron ex situ, en forma de cuestionarios, escalas e inventarios utilizados para recolectar información sobre los constructos psicológicos; por otro lado, algunos investigadores como Wang et al. (2009) complementaron estos datos con pruebas psicométricas y pruebas neurológicas, es decir, sólo usaron instrumentos de autor registro para recolectar información secundaria sobre el videojugar, sin embargo, no afirmamos que este aspecto sea un error directo del investigador, más bien, referimos a la dificultad que hay en la utilización de otro tipo de tecnologías para recolectar información sobre los constructos psicológicos.

Se advierte que la violencia es uno de los tópicos a los que más importancia se le ha prestado, esto puede deberse a lo que menciona Etxeberria (2011) sobre el constante incremento del contenido violento en los videojuegos, lo que ha generado alarma en organizaciones como la American Psychological Association (APA) o la American Association of Pediatrics (AAP), que han hecho un llamado para la reducción de la violencia explícita en los videojuegos, sin embargo, se centra la atención en el contenido violento de los videojuegos y se deja de lado las formas de videojugar y en cómo el sujeto procesa la información que ofrece el juego de video, por esta razón, se considera pertinente dar una discusión más amplia sobre esto.

#### 4. Videojugar

De acuerdo con Herrera et al., (2016) videojugar puede entenderse como una experiencia en la que el sujeto entra al mundo virtual, reconoce los objetivos, las reglas y las estrategias que puede utilizar para tener otras posibilidades en el juego, siendo capaz de resolver el evento, evitarlo, experimentar o fracasar.

En el videojugar también se encuentran actos del habla elocución, como menciona González y Obando (2011) el videojugador puede tener una actividad elocutiva asertiva, en la cual responde y obedece a las exigencias del mundo virtual; también, puede tener una actividad de elocución directiva, desde la cual, trata de ordenar y dirigir sus estrategias para transformar el mundo del videojuego. Con estos elementos, se entiende que el videojugar es rico en elocuciones, que “parece desempeñar un papel importante en la regulación emocional necesaria para operar los comandos y para adelantar anticipaciones, afectando –en el sentido de saturación de afectos- el mundo del videojuego y la actividad del videojugador” (González y Obando, 2011, p. 359).

Ahora bien, se parte del hecho que la construcción del videojuego trae integrado en su programación un conjunto de reglas que le permiten al videojugador crear estrategias e identificar las posibilidades para videojugar en el escenario virtual. Con estas características habría que detenerse en las implicaciones del videojugar, puesto que en este evento convergen las posibilidades inmediatas

que le dan los mandos de la consola, así como las verbalizaciones alrededor del juego que traen consigo las intenciones que el videojugador impone en el personaje y la significación de las acciones que el videojuego le permita al avatar.

Por esta razón, para estos autores (Gonzales y Obando, 2011; Herrera et al, 2016) el videojugar, da la posibilidad de extraer rendimientos virtuosos, dependiendo del tipo de demandas cognitivas y sociales que varían dependiendo del modo de juego, por lo tanto, no siempre se puede decir que, el videojugar sólo genera acciones negativas que influyen en comportamientos agresivos.

## 5. Cognición social y videojugar

Para entender la relación de la cognición social con la actividad de videojugar es importante contar con una definición de la cognición social. Atenas et al. (2019) se refiere a ésta como un proceso de integración que permite la interacción social entre diferentes individuos, además del intercambio de señales sociales que posibilitan la obtención de información acerca de estados mentales que experimentan otros sujetos. Ese proceso facilita la existencia de una realidad compartida entre las personas. La cognición social relacionada al videojugar reconoce cómo los sujetos extraen, interpretan organizan y procesan la información de su videojuego.

Como menciona Rubio (2007) desde la cognición social, se pretende mostrar que las conductas del individuo no están reguladas directamente por el medio físico, social, contextual o virtual, sino que se debe tomar en cuenta el procesamiento que tiene el sujeto de la información y para ello tendría mayor validez encontrar la manera de recoger información con instrumentos in situ.



## 6. Desensibilización a la violencia y videojugar

La desensibilización refiere a una herramienta utilizada para disminuir o eliminar respuestas a determinados estímulos, este constructo ha sido investigado ampliamente por diferentes perspectivas psicológicas, como el conductismo, desde el cual, se considera que la desensibilización sistemática puede utilizarse como técnica para reducir los niveles de ansiedad y miedo en una persona (Wolpe 1961); debe entenderse que este concepto ya existía antes de estar relacionado con la violencia.

En la actualidad, este concepto se conoce como el proceso que obedece a la exposición continua de un sujeto ante la violencia mediática o de la vida real, Linz et al. (1988) apoya esta idea, él plantea que la “desensibilización ocurre con la repetida exposición a escenas agresivas porque incrementan la aceptación del comportamiento agresivo”. Hay estudios que relacionan la violencia con la crianza en tanto hay padres que habitúan a sus hijos a tener actitudes aprobatorias hacia la violencia Su et al. (2010). Rice, 2000, como se citó en Galán y Preciado, 2014, han estudiado la exposición a la violencia niños y adolescentes.

En esta línea de investigación Carnagey et al (2006) plantea que la desensibilización relacionada al videojugar con contenido violento demuestra que el proceso puede ocurrir de manera intencional o no, tanto por parte de los diseñadores del juego como del videojugador, en esta perspectiva hay investigaciones (Bushman y Anderson, 2009) que proponen que el exponerse a la violencia explícita en videojuegos no sólo aumenta la desensibilización sino que, tal como apunta Mullin y Linz (1995) también puede disminuir la posibilidad de que las personas ayuden o tengan empatía con la víctima de violencia, pues, ante este evento para el videojugador resulta difícil distinguir otros estados psicológicos que experimenta él mismo y la otra persona y que son provenientes de respuestas desde otros ámbitos.

## Conclusiones

Con el surgimiento de los videojuegos en 1951 y la aceptación que tuvieron, despertaron un interés en las ciencias por estudiar los videojuegos y sus consecuencias sociales (Eguia et al. 2012).

Los estudios acerca de los videojuegos se han centrado en sus inicios a la mirada negativa sobre la incitación a la violencia, adicción a los videojuegos, el aislamiento social que al parecer producen este tipo de prácticas (Mesa y Burgo, 2008). También se encuentran estudios relacionados con las bondades de los videojuegos (Gee, 2004, Lacasa, 2011; Mejía et al. 2009). Autores como Lacasa (2011) plantea que el estudio de los procesos psicológicos con relación al videojugar es una asignatura pendiente.

Se pudo observar que la mayoría de los estudios utilizaron instrumentos ex situ para la recolección de la información sobre los videojuegos y su relación con los constructos psicológicos. Brockmyer (2015) menciona que en la mayoría de los estudios sobre videojuegos y desensibilización de la violencia se usa el cuestionario como instrumento principal de recolección de información, en los que se hacen comparaciones entre la exposición auto informada a los videojuegos y las respuestas a las preguntas de índice de desensibilización cognitiva y emocional de la violencia.

Con lo revisado, se reconoce la importancia de categorizar los diferentes videojuegos, pues se debe tener en cuenta su contenido, hacia qué tipo de población está dirigido y qué busca generar en el videojugador, porque el hecho de no abarcar estos elementos puede generar en el investigador una mirada simplista del fenómeno, lo que demostrará bajo control sobre las variables que pueden afectar los resultados de su investigación.

En los estudios sobre la cognición social se encontró que es un factor de riesgo que los jóvenes se expongan a los videojuegos violentos, tal como mencionan Funk et al (2004) en la adolescencia aún se está desarrollando un andamiaje moral, por esto, es más probable que los valores que operan en los videojuegos violentos tengan un impacto duradero en los adolescentes y niños que todavía están ampliando sus principios de razonamiento moral como guía de comportamiento.



Se sabe que los sujetos dentro de este rango de edad son de los grupos más consumidores de multimedia.

En cuanto a lo metodológico, se encontró poco uso de instrumentos para la recolección de información de los videojuegos de manera in situ, lo cual representa poca validez de contenido ya que el objeto a medir no corresponde totalmente con el planteamiento inicial de cada investigación. Estas condiciones pueden afectar la validez ecológica porque el entorno de la prueba influye en el comportamiento de los participantes y a su vez en los datos recolectados.

Con base en esto, se considera pertinente el uso tanto de instrumentos de recolección de información externa e in situ, puesto que, esto le daría mayor validez de contenido al instrumento y confiabilidad de los datos, además, de la validez ecológica que da la posibilidad de trabajar con escenarios que, aunque modificados y con variables críticas que influyen, se parecen a ambientes comunes. Por último, Loh et al. (2015) menciona que la mayor ventaja del uso de instrumentos in situ es que permite realizar evaluaciones “ad hoc”, lo que ayuda a que el investigador pueda acceder a los informes del videojuego sin necesidad de que el participante lo haya completado.

En este orden de ideas para finalizar se pretende dejar sobre la mesa preguntas como ¿Cuál es el lugar de la violencia en los videojuegos?, ¿cómo poder discriminar entre aquello que rodea al videojugador, noticias, contexto social y familiar, del contenido que consume a partir del videojuego? ¿Es posible asumir que las reglas dadas en un videojuego violento producen desensibilización de la violencia?

En las últimas décadas se han perfeccionado los métodos de investigación en el área de los videojuegos, lo que ha permitido mayor precisión en asuntos relacionados entre estos y la cognición, la personalidad, el juicio moral y la teoría de la mente desde una evaluación ecológica.

## Referencias

- Anderson, C. A., Ihori, N., Bushman, B. J., Rothstein, H. R., Shibuya, A., Swing, E. L. ... Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 136, 151– 173. [10.1037/a0018251](https://doi.org/10.1037/a0018251)
- Arango, S., Castellanos Jaramillo, B., Gómez Gallego, J., Zuluaga, C., Quimbaya Gómez, J., Rodríguez Mora M, Rodríguez Prieto, M., Segura Cavanzo, M. y Varón, D. (2009). *I/O Videojuegos, Computadoras y seres humanos*. Editorial Bonevanturiana.
- Atenas, T. L., Ciampi Diaz, E., Venegas Bustos, J., Uribe San Martín, R., & Cárcamo Rodríguez, C. (2019). Cognición Social: Conceptos y Bases Neurales. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 57(4), 365–376. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272019000400365>
- Brockmeyer, J. F. (2015). Playing Violent Video Games and Desensitization to Violence. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 24(1), 65-77. [10.1016/j.chc.2014.08.001](https://doi.org/10.1016/j.chc.2014.08.001).
- Buckley, K., & Anderson, C.A. (2006). A Theoretical Model of the Effects and Consequences of Playing Video Games.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2009). Comfortably numb: Desensitizing effects of violent media on helping others. *Psychological Science*, 20(3), 273–277. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02287.x>
- Castells, M., & Martínez Gimeno, C. (2001). *La Era de la información: economía, sociedad y cultura. Fin de milenio*. Siglo Veintiuno Editores.
- Carnagey, N. L.; Anderson, C. A. y Bushman, B. J. (2006) The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *Journal of experimental social psychology*, 43, 489-496. [10.1016/j.jesp.2006.05.003](https://doi.org/10.1016/j.jesp.2006.05.003)

- Ceballos, D. y Mejia, C. (2018). Videojuegos de rol en línea: Interacción, habilidades, evolución de los personajes, sentido de la fama y el clan. *Luciérnaga-Comunicación*, 10(19), 25–38. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a2>
- Cuenca Orozco, D. (2018). Game Studies: Estado del arte de los estudios sobre video juegos. *Luciérnaga-Comunicación*, 10(19), 13–24. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n19a1>
- Cuenca Orozco, D. (2019). Game Studies: Entornos virtuales e inmersión en los videojuegos [2]. *Luciérnaga Comunicación*, 10 (20), 14-26. doi: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v10n20a1>
- Diaz, R. L., Wong, U., Hodgins, D. C., Chiu, C. G., & Goghari, V. M. (2016). Violent video game players and non-players differ on facial emotion recognition. *Aggressive Behavior*, 42(1), 16–28. [10.1002/ab.21602](https://doi.org/10.1002/ab.21602)
- Diccionario panhispánico del español jurídico. (2020). multimedia. <https://dpej.rae.es/lema/multimedia>
- Dorantes Argandar, G. (2017). Jugar videojuegos violentos no influye en la agresividad vial de adultos jóvenes. *Revista de Psicología y Ciencias Del Comportamiento de La Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 51–73. [10.1804/rpcc.v8i2.182.g215](https://doi.org/10.1804/rpcc.v8i2.182.g215)
- eGamers. (2018). Tipos de videojuegos: Principales géneros que todo gamer debe conocer. Recuperado de: <https://www.egamers.com/2018/08/26/tipos-de-videojuegos-principales-generos-que-todo-gamer-debe-conocer/>
- Eguia, J., Contreras, R., & Solano, L. (2012). Videojuegos: Conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación. 3 c TIC: Cuadernos de Desarrollo Aplicados a Las TIC, 1(2).
- Entertainment Software Rating Board . (2020). Guía de Clasificaciones. <https://www.esrb.org/ratings-guide/es/>
- Etxeberria, F. (2011). Videojuegos violentos y agresividad. *Pedagogía Social Revista Interuniversitaria*, (18), 31.
- Ewell, P. J., Hamilton, J. C., & Guadagno, R. E. (2018). How do videogame players identify their actions? Integrating Action Identification Theory and videogame play via the Behavior Identification Form - Gamer. *Computers in Human Behavior*, 81, 189–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.019>
- Funk, J. B., Baldacci, H. B., Pasold, T., & Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: Is there desensitization? *Journal of Adolescence*, 27(1), 23–39. [10.1016/j.adolescence.2003.10.005](https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2003.10.005)
- Gabbiadini, A. & Riva, P. (2017). The lone gamer: Social exclusion predicts violent video game preferences and fuels aggressive inclinations in adolescent players. *Aggressive Behavior*, 44(2), 113–124. [10.1002/ab.21735](https://doi.org/10.1002/ab.21735)
- Galan, J. & Preciado, M. (2014). Desensibilización a la violencia una revisión teórica para la delimitación de un constructo. *Uaricha*, 11(25), 70-81.
- Gee, J. P. (2004). Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo (J. Pomares (ed.)). EDICIONES ALJIBE.
- González, J. & Obando, O. L. (2011). Tipos de eventos del videojugar y dirección de la actividad elocutiva. *Revista Nexus Comunicación*, (9). <https://doi.org/10.25100/nc.v0i9.895>
- Herrera, V., Rangel, A., Vasquez, D., & Quimbaya, J. (2016). Revisión sistemática de literatura El sentido subjetivo en el videojugar (Santiago de Cali). Universidad Cooperativa de Colombia [Trabajo de Grado].
- Ignacio, F. y Domínguez, R. (2012). ¿Qué aprendo con los videojuegos? Una perspectiva de aprendizaje meta del jugador. *Revista de Educación a Distancia*, 33.
- Lacasa, P. (2011). Los videojuegos: Aprender en mundos reales y virtuales. Madrid: Morata.
- Linz, D. G., Donnerstein, E., & Penrod, S. (1988). Effects of long-term exposure to violent and sexually degrading depictions of women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(5), 758–768. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.55.5.758>
- Lee, D., & LaRose, R. (2007). A socio-cognitive model of video game usage. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51(4), 632–650. <https://doi.org/10.1080/08838150701626511>

- Ley N° 1554 de 2012. Por la cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos y se dictan otras disposiciones. 9 de julio 2012.
- Loh, C. S., Sheng, Y., & Ifenthaler, D. (2015). Serious games analytics: Methodologies for performance measurement, assessment, and improvement. *Serious Games Analytics: Methodologies for Performance Measurement, Assessment, and Improvement*. Editorial Springer International Publishing.
- Martínez Lanz, P., Betancourt Ocampo, D. y González González, A. (2013). Uso de videojuegos, agresión, sintomatología depresiva y violencia intrafamiliar en adolescentes y adultos jóvenes. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 4(2), 167-180.
- Mejía, C. (2012). Videojuegos y evaluación cognitiva. In S. y Otros (Ed.), *Las tecnologías de la información en contextos educativos: nuevos escenarios de aprendizaje* (pp. 223–240). Editorial Universidad Santiago de Cali.
- Mesa, A., & Burgos, C. (2012). Jóvenes y videojuegos: preocupaciones y vivencias. Un análisis de las prácticas cotidianas al videojugar. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 1(5). <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1503/1274>.
- McCubbins, M. D., Turner, M., & Weiler, N. (2012). The theory of minds within the theory of games. In *Proceedings of the 2012 International Conference on Artificial Intelligence, ICAI 2012* (Vol. 1, pp. 515–521).
- Moebus, J. J., Coutinho J. & Assumpção, E. (2016). Jogos eletrônicos: corporeidade, violência e compulsividade. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 38(1), 3–10.
- Möller, I., & Krahé, B. (2009). Exposure to violent video games and aggression in German adolescents: A longitudinal analysis. *Aggressive Behavior*, 35(1), 75–89. [10.1002/ab.20290](https://doi.org/10.1002/ab.20290)
- Mullin, C. R. & Linz, D. (1995) Desensitization and resensitization to violence against women: effects of exposure to sexually violent films on judgments of domestic violence victims. *Journal of personality and social psychology*, 69(3), 449-459. [10.1037//0022-3514.69.3.449](https://doi.org/10.1037//0022-3514.69.3.449)
- Pereira Henríquez, F., & Alonzo Zúñiga, T. (2017). Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos. *Anagramas - Rumbos y Sentidos de La Comunicación*, 15(30), 51–64.
- Pesquisa Game Brasil. (2019). Painéis Gratuitos 2019. <http://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/painel-gratuito-2019>
- Rubio, A. (2007). La psicología social cognitiva : la cognición social y la teoría de las representaciones sociales.
- Shao, R., & Wang, Y. (2019). The relation of violent video games to adolescent aggression: An examination of moderated mediation effect. *Frontiers in Psychology*, 10:384. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00384>
- Steven J. Kirsh & Jeffrey R.W. Mounts (2007). Violent Video Game Play Impacts Facial Emotion Recognition. *Aggressive Behavior*, 33, 353–358. <https://doi.org/10.1002/ab.20191>
- Su, M., Mrug, S. & Windle, M. (2010) Social cognitive and emotional mediators link violence exposure and parental nurturance to adolescent aggression. *Journal of clinical child and adolescent psychology*, 39(6), 814–824. [10.1080/15374416.2010.517163](https://doi.org/10.1080/15374416.2010.517163)
- Tejeiro, R., & del Río, M. P. (2008). La psicología de los videojuegos: un modelo de investigación. *Aljibe*.
- Wang, Y., Mathews, V. P., Kalnin, A. J., Mosier, K. M., Dunn, D. W., Saykin, A. J., & Kronenberger, W. G. (2009). Short term exposure to a violent video game induces changes in frontolimbic circuitry in adolescents. *Brain Imaging and Behavior*, 3(1), 38–50. <https://doi.org/10.1007/s11682-008-9058-8>
- Wolpe, J. (1961). The systematic desensitization treatment of neuroses. *Journal of nervous and mental diseases*, 132, 180-203. Wolpe, J. (1961). The systematic desensitization treatment of neuroses. [10.1097/00005053-196103000-00001](https://doi.org/10.1097/00005053-196103000-00001)

## Notas

[1] La tabla fue hecha con base en un artículo del sitio egamers.com. Hace referencia sólo a algunos videojuegos y su relación con determinados constructos, los que no se mencionan como (Beat 'em up, Shoot 'em up, On rails, Arcade, Novelas visuales, Películas interactivas, Point and click, Tácticos, Fútbol, Pelea, Estrategia en tiempo real, Estrategia basada en turnos, MOBA, Supervivencia) obedecen a la razón de que la revisión de investigaciones se centró en el contenido violento, por lo cual, la mayoría de videojuegos usados son los que se clasifican como violentos (FPS, TPS, Acción, etc.), pese a esto, es importante tener una distinción de estos géneros y reconocer que sus características son distintas a las de otros tipos de videojuegos.

[2] La expresión latina "In situ" hace referencia a la recolección de información en el sitio.

[3] FMRI son las siglas en inglés para functional magnetic resonance imaging.

[4] En la actualidad la palabra Ostracismo es utilizada como sinónimo de rechazo social.

## Para citar este artículo

Orozco, Y., Rojas, M., Quimbaya, J. (2020). **Videojugar. Estado del arte.** Revista Luciérnaga Comunicación. Vol.12 Núm. 23. Pp: 50-68. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a2>

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

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

# Consumo de *anime* en la población universitaria de Cartagena

Francisco Javier Arias Álvarez\*, Natalia Robledo Rodríguez\*\*, Tania Lucía Cobos\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>

## Resumen

Esta investigación presenta un análisis sobre el consumo de *anime* en la población universitaria de Cartagena (Colombia). Se encontró que la mayoría de los participantes conciben este tipo de animación japonesa como una guía para su propia vida; se identifican con las historias, protagonistas y los valores de la responsabilidad, perseverancia, espíritu luchador y amistad, que caracterizan a estas producciones.

**Palabras claves:** Cartagena de indias; *anime*; exposición; influencia; *otaku*.

**Recibido.** Febrero 21, 2020

**Aceptado.** Marzo 03, 2020

\*Comunicador social de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Integrante del semillero de investigación Medios Masivos y Productos Culturales.. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6817-0338> , e-mail: [fran.arias\\_alvarez@gmail.com](mailto:fran.arias_alvarez@gmail.com)

\*\* Comunicadora social de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Integrante del semillero de investigación Medios Masivos y Productos Culturales. Su aporte y el del primer autor fue la construcción teórica, apoyo en la construcción del instrumento de recolección de datos y trabajo de campo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4379-2226>; e-mail: [nataliarobledo951109@gmail.com](mailto:nataliarobledo951109@gmail.com)

\*\*\*Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universitat Autònoma de Barcelona (ES). Maestra en Ciencias en Comunicación del Tecnológico de Monterrey (MX); Especialista en Periodismo Electrónico de la Universidad Pontificia Bolivariana, comunicadora social y periodista de la Universidad del Norte. Profesora-investigadora del programa de Comunicación Social Universidad Tecnológica de Bolívar. Su función en este trabajo fue el diseño de la metodología, la construcción del instrumento, el trabajo de campo, y la dirección de la redacción del artículo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8348-3631> ; e-mail: [tcobos@utb.edu.co](mailto:tcobos@utb.edu.co)

# Consumption of anime in the university population in Cartagena

Francisco Javier Arias Álvarez\*, Natalia Robledo Rodríguez\*\*, Tania Lucía Cobos\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>

## Abstract

This research presents an analysis on anime consumption in the university population of Cartagena (Colombia). It was found that most of the participants conceive this type of Japanese animation as a guide for their own life; they identify with the stories, protagonists and the values of responsibility, perseverance, a fighting spirit and friendship that characterize these productions.

**Keywords:** Cartagena; *anime*; exposure; influence; *otaku*.

**Received.** February 21, 2020

**Accepted.** March 03, 2020

\* Comunicador social de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Integrante del semillero de investigación Medios Masivos y Productos Culturales. Their contribution to the article was: the theoretical construction, they collaborated in the construction of the instrument, they supported the field work somewhat, they tabulated and analyzed the data in this paper and wrote the conclusions. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6817-0338>, e-mail: [fran.arias.alvarez@gmail.com](mailto:fran.arias.alvarez@gmail.com)

\*\* Comunicadora social de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Integrante del semillero de investigación Medios Masivos y Productos Culturales. Their contribution to the article was: the theoretical construction, they collaborated in the construction of the instrument, they supported the field work somewhat, they tabulated and analyzed the data in this paper and wrote the conclusions. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4379-2226>; email: [nataliarobledo951109@gmail.com](mailto:nataliarobledo951109@gmail.com)

\*\*\* Doctor in Communication and Journalism from the Autonomous University of Barcelona (ES). Master of Science in Communication from Tecnológico de Monterrey (MX); Specialist in Electronic Journalism from the Universidad Pontificia Bolivariana, social communicator and journalist from the Universidad del Norte. Professor-researcher of the Social Communication program Universidad Tecnológica de Bolívar. Her role in this work was the design of the methodology, the construction of the instrument, the field work, and the direction of the writing of the article. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8348-3631>; e-mail: [tcobos@utb.edu.co](mailto:tcobos@utb.edu.co)



# Consumo de anime na população universitária de Cartagena

Francisco Javier Arias Álvarez\*, Natalia Robledo Rodríguez\*\*, Tania Lucía Cobos\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>

## Resumo

Esta pesquisa apresenta uma análise sobre o consumo de anime na população universitária de Cartagena (Colômbia). Verificou-se que a maioria dos participantes concebe este tipo de animação japonesa como um guia para sua própria vida; identificam-se com as histórias, protagonistas e valores de responsabilidade, perseverança, espírito de luta e amizade que caracterizam estas produções.

**Palavras chave:** Cartagena das Índias; *anime*; exposição; influência; *otaku*.

\* Comunicador social da Universidade Tecnológica de Bolívar. Membro do Núcleo de Pesquisa em Meios de Comunicação de Massa e Produtos Culturais Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6817-0338>, e-mail: [fran.arias.alvarez@gmail.com](mailto:fran.arias.alvarez@gmail.com)

\*\* Comunicador social da Universidade Tecnológica de Bolívar. Membro do Núcleo de Pesquisa em Mídia de Massa e Produtos Culturais. A contribuição dele e do primeiro autor foi a construção teórica, suporte na construção do instrumento de coleta de dados e trabalho de campo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4379-2226>; e-mail: [nataliarobledo951109@gmail.com](mailto:nataliarobledo951109@gmail.com)

\*\*\* Doutor em Comunicação e Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona (ES). Mestre em Ciências da Comunicação pela Tecnológico de Monterrey (MX); Especialista em Jornalismo Eletrônico pela Universidad Pontificia Bolivariana, comunicadora social e jornalista pela Universidad del Norte. Professor-pesquisador do programa de Comunicação Social Universidad Tecnológica de Bolívar. Sua função neste trabalho foi o desenho da metodologia, a construção do instrumento, o trabalho de campo e a direção da redação do artigo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8348-3631>; e-mail: [tcobos@utb.edu.co](mailto:tcobos@utb.edu.co)

## Introducción

El *anime* es uno de los productos audiovisuales de Japón, país del sol naciente, que goza de una gran popularidad y consumo en el mundo. Tanto la estética que propone como la variedad de historias y universos que ofrece, permite la proliferación de esta industria acaparando tanta atención como ingresos posibles. En 2018, la industria del *anime* representó el 10% del PIB de la economía nipona, entre la venta y el consumo de *manga* y *anime*, así como sus derivados en marketing (Ortega en Agencia de Noticias Univalle, 2018). Asimismo, en un informe de la Asociación de Animaciones Japonesas - AJA, en el 2018 el mercado global del *anime* fue valorado en 21.814 billones de yenes (alrededor de 19,9 mil millones de dólares) (IGN Latinoamérica, 2019).

Temporada tras temporada salen en emisión decenas de *anime* los cuales, ya sea por lo novedoso de sus temáticas o la singularidad en la forma de abordarlas, movilizan grandes séquitos de fans quienes demuestran su afición a través del consumo de todo tipo de *merchandising* y generando comunidad.



Tomado de : [https://www.viaje.jp/cultura/anime-japon/anime\\_iconicos\\_japon.html](https://www.viaje.jp/cultura/anime-japon/anime_iconicos_japon.html)

En Latinoamérica el tema ha sido abordado previamente en estudios como *Análisis de la influencia cultural del anime japonés en la recepción comunicológica de estudiantes de primer y tercer semestre de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil* de Intriago Córdova (2018), orientado a determinar cómo el anime influía en la recepción comunicológica de estudiantes a través de la construcción de sus imaginarios sociales. *Influencia de los animes japoneses en los jóvenes de la asociación cultural A-Shinden Puno* de Galindo Velásquez (2017), el cual encontró una influencia significativa del anime en los jóvenes de dicha asociación cultural con respecto al conocimiento, imitación y prácticas tradicionales de la cultura japonesa. *Influencia cultural del anime y manga japonés en México* de Romero Quiroz (2012), que evidenció que los consumidores de este tipo de contenidos generan nuevos referentes de identidad cultural, tanto individual como grupal, sin dejar de lado la propia identidad y/o contexto de los mexicanos. Y *Japón hecho en Venezuela. Influencia cultural japonesa en la cosmovisión del mundo de los jóvenes en Venezuela a través de la televisión y el anime* de Conejo Quinche (2011), el cual señaló la posibilidad de comprobar que las barreras interpretativas entre personas con diferentes idiomas y culturas pueden desaparecer, a la vez que se generan diversos procesos en los que desarrollan emociones y se adaptan a los nuevos modos de comunicación, tomando como referencia programas de televisión de origen japonés como el *anime*.



Se encontraron otros estudios como *El anime y la apropiación de la cultura japonesa por parte del otaku barranquillero* de Pichón Ayazo (2012), en éste se analizó cómo los fanáticos barranquilleros del *anime* y el *manga* se apropian de la cultura e idioma de los productos que consumen y viven su identidad *otaku* a partir de sus prácticas *cosplay* [1], realización de eventos y adaptación de términos japoneses a su idioma cotidiano. También, *Apropiación de dramas coreanos en un grupo de jóvenes de Cartagena de Indias* de Zarco Quintero (2017).

## 1. El anime

En cuanto a la definición de *anime* nos aproximamos a través de lo conceptualizado por Cobos (2010, p. 7), quien afirma que es “el término occidental con el que se conoce a la producción de dibujos animados hechos en Japón”. Su formato de distribución puede ir desde animación para la televisión, películas para cine y material directo a DVD o Bluray (llamadas OVAs -*Original Animation Video*-). Si bien originalmente el término *anime* es una abreviación del término “*animēshon*”, denominación con la que la cultura nipona se refiere a los dibujos animados en general, independientemente de su estilo y nacionalidad, cruzando el océano y desde occidente, la palabra *anime* hace referencia exclusivamente a la animación realizada en Japón (Arciniegas y Mora, 2010, p. 15).

Al hablar de *anime* cabe citar la existencia de otro vocablo: el *manga*. Según Arciniegas y Mora (2010, p. 15) “se trata de dos términos cercanos, pero disímiles, puesto que el *manga* hace referencia a los cómics japoneses mientras que el *anime* a las animaciones, muchas veces de dichos cómics”. Esto puede ser entendido debido a que el *anime*, al ser un producto cultural con una gran industria audiovisual detrás, sus obras pueden ser desde ideas originales hasta adaptaciones de todo tipo. Así, un *anime* puede tener su origen en el *manga*, novelas ligeras, videojuegos, juegos de mesa, películas, literatura universal o ser una concepción original de su creador.

A su vez, existe otro término bastante cercano al *anime* y esta vez hace referencia a la forma en que se denominan su grupo de aficionados: *otaku*. Cobos (2010, p. 24) afirma que “la llegada del *anime* y el *manga* a América Latina ha generado también, como en el resto de occidente, el nacimiento de una nueva subcultura que se autodenomina *otaku*”. Éste “es el término japonés empleado para designar a un fanático obsesivo del *anime* y *manga*” (Pichón, 2012, p. 30). Según Arciniegas y Mora (2010, p. 29) es un término japonés usado para referirse de forma peyorativa a las personas introvertidas con aficiones malsanas, no propiamente del *anime/manga*. En occidente, el vocablo hace referencia sólo al aficionado del *anime/manga* y tienen una connotación más bien ambigua debido a que muchos fanáticos consideran un orgullo ser denominados de esa forma, y otros, al saber la acepción original, eluden etiquetarse de esta forma (Pichón 2012, p. 32).



Tomado de: <https://www.facebook.com/pg/swimminganimeFree/posts/>

Retomando, una de las grandes características del *anime* es su vasto abanico de temáticas, cuestión que desemboca en un amplio y extenso número de géneros. De lo expuesto por Álvarez de Moll (2008 en Arciniegas y Mora, 2010, p. 16) se infiere que dichos géneros se dividen en dos grandes grupos. Por un lado, la demografía de su audiencia, y por el otro, el tipo de historia.

Según la demografía estos pueden ser: *kodomo*, dirigido a los niños; *shōnen*, para chicos adolescentes; *shōjo*, para chicas adolescentes; *seinen*, dirigido a adultos hombres; y *josei* dirigido a mujeres adultas. Esta distinción de géneros por edades básicamente es heredada de la cultura del *manga*, pues estos se distribuyen en revistas con distintas obras por edición atendiendo al tipo de público. Así, por ejemplo, *Shūkan Shōnen Jump* atiende sólo al público *shōnen*, es decir, adolescentes masculinos y la *Bessatsu Friend* dirigida al público *shōjo*, dicho de otra forma, adolescentes femeninas.

En cuanto al tipo de historia, los géneros pueden ser: *nekketsu*; de altas dosis de acción, peleas y aventuras; *slice of life* sobre recuentos de la vida; *mecha*, robots gigantes que luchan contra los *kaiju* (monstruos también gigantes); *spokon*, de carácter deportivo; *harem/harem inverso*, chico rodeado de chicas o viceversa; *magical girlfriend*, sobre personajes comunes relacionándose con seres fuera de lo común; *mahō shōjo*, de chicas con poderes mágicos; *ecchi*, sobre situaciones con tintes picantes o eróticas; *hentai* explícitamente pornográfico; *hibi*, personajes pequeños y cabezones; *kemono*, personajes con rasgos y características animales; *isekai*, sobre humanos normales atrapados en mundos paralelos; *shōjo ai/yuri* y *shōnen ai/yaoi*, historias de romance homosexual de mujeres y hombres respectivamente.

Cabe mencionar que el *anime* también toca géneros comunes o presentes en las obras de carácter universal; tales como el *ciberpunk*, sobre distopías futuristas; *meitantei* o género detectivesco, *romakome* o romance, *steampunk* sobre mundos tecnológicos de la revolución industrial, el *sci-fi* sobre mundos futuristas o tecnológicos y *gore* o ficciones de carácter sangriento y violento.

### 1.1. El anime en Colombia

En Colombia la televisión ha cumplido un papel importante en la difusión del *anime*. Pichón (2012, p. 29), registra las primeras emisiones de animación japonesa en televisión nacional en la década de los 80s con series como Astroboy (1980) y Fuerza G (1982) por el canal Cadena 1 y Meteoro (1984), Heidi (1985), La Abejita Maya (1985) y Candy Candy (1988) por la Cadena 2. En 1987 inició la emisión de Cuentos de los Hermanos Grimm, *anime* con más de 20 años en la parrilla de programación siendo, por tanto, el más longevo en la TV nacional (Shock, 2019).

A partir de la década de los 90s la televisión colombiana experimentó varios cambios. Por un lado, la evolución de la televisión pública que se refleja en la existencia de los canales públicos nacionales Señal Colombia, Canal Institucional y Canal 1 (público-privado), también la aparición de la televisión privada y con ésta los canales Caracol Televisión y RCN Televisión. Asimismo, la diversificación de los canales regionales tanto públicos como privados, siendo algunos de estos CityTV, Telecaribe, Telepacífico, entre otros (Banrepcultural, s.f). De la misma manera, la llegada de la televisión por suscripción que permitió sintonizar canales extranjeros como XHGC Canal 5 (México), América TV (Perú), Locomotion (Argentina), entre otros.

Todo lo anterior facilitó el incremento de series de *anime* en la pantalla televisiva y se emitieron varias que alcanzaron gran popularidad entre las audiencias: Supercampeones (1993), Los Caballeros del Zodíaco (1993), Dragon Ball (1996), Sailor Moon (1996), Dragon Ball Z (1998), Pokémon (1999), Ranma 1/2 (1999), entre otras. Pero esta popularidad también implicó polémicas, ya que los contenidos de algunas chocaban con el contexto cultural nacional en varios sentidos, por ejemplo, la abierta relación lésbica entre las *sailors scouts* Haruka y Michiru en Sailor Moon; la transformación de Ranma Saotome en hombre si se mojaba con agua caliente o en mujer si se mojaba con agua fría, en Ranma 1/2; la violencia, sangre o el uso de palabras como destazar en Samurai X (Ruroni Kenshin), entre otros (El Tiempo, 2001).

En esta década que va corriendo, la animación japonesa también es consumida en el país desde servicios de *streaming*, tanto pagos como Crunchyroll o Netflix, o de consumo alegal como AnimeFLV, JkAnime, AnimeID, etc. Estas plataformas ofrecen ventajas diferenciales con respecto a la televisión tradicional como el consumo asincrónico en tandas, el visualizar subtítulos los nuevos capítulos en el mismo momento o pocas horas después de su estreno en Japón, o ver series que nunca se han licenciado para el país o que dejaron de emitirse.

Aún así, la televisión en general sigue cumpliendo un papel relevante en la difusión del *anime* en el país, quizá no tan a la vanguardia como las plataformas previamente mencionadas, pero sí con propuestas interesantes. Ejemplo de esto es Señal Colombia que en su sección “En Cine nos Vemos” ha emitido filmes de *Studio Ghibli*. Obras como El viento se levanta, Mis vecinos los Yamada, Ponyo en el acantilado, Lupin III en el Castillo de Cagliostro, Recuerdos del ayer, entre otras, han tenido su respectiva función en este canal, también Candy Candy, considerada un clásico. Por su parte, Canal 1 en su franja matinal de los fines de semana ha emitido series como Dragon Ball Super, Supercampeones, Los Caballeros del Zodíaco y Sailor Moon, así como Canal Claro ha tenido en su parrilla también a Los Caballeros del Zodíaco y tres de las series de Anime Marvel (X-Men, Iron Man y Wolverine).

## 1.2. El enfoque de la Teoría del Cultivo o los Indicadores Culturales

La investigación se abordó desde el enfoque de la Teoría del Cultivo o Indicadores Culturales, la cual busca determinar los efectos y/o consecuencias en los receptores expuestos a la programación televisiva creada para entretenerlos. Según Igartua y Humanes (2004, p. 267-270), esta teoría se centra en analizar la manera cómo los espectadores, a partir de lo que visualizan en la pantalla, pueden llegar a estructurar y generar un refuerzo en sus creencias, orientaciones sociales y perspectivas de la vida real mediante un sistema que envía mensajes estables y constantes, afianzando una forma de ver y entender su entorno social. De aquí que “la noción de cultivo se refiera a la contribución independiente que aporta la televisión a las concepciones que las personas se forman del mundo social como producto de una exposición sistemática, acumulativa y de largo plazo a sus contenidos, que son repetitivos y convencionales” (D’Adamo et al., 2007, p. 100).

Asimismo, D’Adamo et al. (2007, p. 101-103), indica que el interés de los pioneros de esta teoría radica especialmente en las consecuencias de las percepciones del entorno social, actitudes y opiniones de la población frente al uso, consumo y grado de exposición a la televisión. Para probar su hipótesis y supuestos básicos, se dedicaron a tres líneas de investigación denominadas Análisis Institucional, Análisis del Sistema de Mensajes y el Análisis del Cultivo. En estas tres etapas, los investigadores exploraron la producción y distribución de los mensajes de la televisión, examinaron qué modelo de la realidad social difundió la televisión e indagaron si los contenidos de esta influyen sobre la percepción pública. Para esta última, consideraron como variable fundamental el grado de aculturación.

Gerbner y su equipo de trabajo realizaron un análisis de contenidos en el que lograron señalar que “hay ciertas imágenes y valores que se repiten constantemente en los diversos géneros y programas”, (Gerbner y Gross, 1983 en Lozano, 2007, p. 125). La investigación señaló que, aunque no hay evidencia del impacto de los contenidos de los medios en la audiencia, sí se puede considerar válida la influencia de estos en ella, teniendo en cuenta tres imágenes y valores (supuestos básicos) recurrentes en los contenidos televisivos: la violencia social, los estereotipos sobre grupos demográficos y la homogenización de la ideología política (Lozano, 2007, p. 125-126).

Según Lozano (2007), respecto a la violencia televisiva (el primer supuesto), la probabilidad que el televidente asuma una actitud agresiva al finalizar un programa violento es baja, pero sostiene que para que este se vea influenciado por la exposición a dicho contenido y que este actúe como un detonador de conductas violentas, el individuo tendría que estar condicionado por su entorno (pobreza, desempleo, carencia de educación, familia desintegrada, etcétera). “Sin embargo, lo anterior no significa que las constantes imágenes de asesinatos, pleitos, destrucción, accidentes, balaceras y agresiones verbales que desbordan la televisión comercial sea inofensiva para los televidentes” (p. 127-128).

Sobre los estereotipos de grupos demográficos, Gerbner y sus colaboradores concluyeron que, “si bien no se puede afirmar que hay una relación causal entre el contenido de los anuncios y los problemas sociales como violaciones, trastornos alimenticios y discriminación en los centros de trabajo, tampoco contribuyen a disminuir las concepciones erróneas” (en Lozano, 2007, p. 131-132). Por último, el tercer supuesto apunta a la homogenización de la ideología política, “siendo uno de los efectos más importantes del sistema de envío de imágenes y mensajes que llegan de igual manera (por la televisión) a los diferentes hogares creando una homogenización de valores, creencias y visiones del mundo, en grupos sociales que, por sus características demográficas, sociales, económicas y raciales deberían demostrar diferencias significativas”, según Lozano (2007, p. 133). De esto último, los pioneros de la teoría del Cultivo señalaron que, entre mayor exposición de la audiencia a este tipo de contenidos, mayor será su predisposición para desarrollar visiones de la realidad, de la vida y la sociedad, similares a las representaciones en la televisión.

La investigación sobre la teoría de los Indicadores Culturales o del Cultivo “halló que la televisión influye sobre las actitudes, creencias y orientaciones políticas de la población”, esto debido a que la televisión tiende a reproducir contenidos con valores homogenizados de manera que la audiencia conciba el mundo social de una manera semejante, con sesgo y estereotipos, de acuerdo con D’Adamo et al. (2007, p. 109).

El eje principal de este documento, al ser un producto derivado de una investigación sobre la relación entre el *anime* y su consumo por parte de la población universitaria de Cartagena de Indias (Colombia), apunta al análisis de los hallazgos desde el enfoque de la teoría del Cultivo, con la finalidad de entender cómo la exposición a la animación japonesa configura la cosmovisión de la audiencia universitaria cartagenera. Para ello, es necesario distinguir el tipo de contenidos *anime* más consumidos por estos y su relación con su concepción del mundo, así como identificar la influencia que ha tenido dicha exposición a estos contenidos japoneses en el estilo de vida de los mismos.

## 2. Metodología

Este estudio deriva del proyecto de investigación matriz “Usos y gratificaciones del consumo de animación japonesa en la población universitaria de Cartagena de Indias” desarrollado por el semillero Medios Masivos y Productos Culturales del programa de Comunicación Social de la

Universidad Tecnológica de Bolívar, por lo que hereda la metodología implementada por éste y toma una porción de los hallazgos y genera sus particulares categorías de análisis encontrando su propia personalidad y distinción a la hora de interpretar los resultados.

La investigación matriz se planteó con un enfoque mixto y de alcance exploratorio y descriptivo, mismo que conserva este estudio. Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 534) afirman que este enfoque implica “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”. A su vez, su alcance exploratorio obedece a que se abordó o examinó un tema poco estudiado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 91). Finalmente, su alcance descriptivo ya que implicó “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan [...] se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92).

El instrumento que se aplicó fue una encuesta mixta compuesta 31 preguntas, en la que se recopilaban datos demográficos, formas y frecuencias de consumo, posicionamiento, usos, gratificaciones e influencia. Para ello, algunas preguntas tenían opción de respuesta, y en otras, contestación abierta. La encuesta estuvo disponible en línea en SurveyMonkey de marzo a mayo de 2019. La muestra, por tanto, se construyó a conveniencia a partir de la accesibilidad y proximidad de los sujetos para los investigadores. Finalmente, para incentivar la participación en su diligenciamiento, se sortearon dos membresías premium de Crunchyroll.

Para este análisis se estipularon las siguientes categorías: 1. Exposición al *anime* (edad en la que empezaron a ver *anime* y razones por las que empezaron a verlo), 2. Posicionamiento de *anime* (*anime* favoritos y géneros de *anime*), 3. Frecuencia de consumo (momento del día en el que ven *anime* y tiempo dedicado en horas y días a ver *anime*) y 4. Percepción de impacto del consumo (ver *anime* te ha motivado a, e impacto que el *anime* ha tenido en tu vida).

### 3. Hallazgos

La encuesta aplicada obtuvo por todo 350 respuestas válidas, es decir, que diligenciaron el cuestionario en su totalidad. En la Tabla 1 se detalla la conformación de la muestra:

**Tabla 1. Participantes**

Rango de edad	Número	Porcentaje	Estado civil	Número	Porcentaje
De 17 a 19 años	120	34.3%	Soltero/a	327	93.4%
De 20 a 25 años	177	50.6%	Unión libre	16	4.6%
De 26 a 30 años	30	8.6%	Casado/a	6	1.7%
De 31 a 35 años	15	4.3%	Divorciado/a	1	0.3%
De 36 a 40 años	4	1.1%			
De 41 a 45 años	4	1.1%			
Total	350	100%	Total	350	100%

Sexo	Número	Porcentaje	Rol	Número	Porcentaje
Femenino	139	39.7%	Docente	23	6.6%
Masculino	208	59.4%	Estudiante	327	93.4%
No declara	3	0.9%			
Total	350	100%	Total	350	100%

Fuente: elaboración propia

La Tabla 1 expone las características demográficas de los participantes. Inicialmente, uno de los datos a destacar es que más de la mitad de la muestra es masculina (59.4%), así mismo que la edad mayoritaria va de 20 a 25 años (50.6%). Sobre el rol desempeñado en la universidad el 93.4% de los encuestados son estudiantes y soletros. Puede decirse entonces que el encuestado promedio de la muestra poblacional es un estudiante masculino, soltero y con una edad oscilante entre 20 y 25 años.

**Tabla 2. Exposición al anime**

Edad en la que empezaron a ver anime		
Respuesta	Resultado	Porcentaje
De 6 a 9 años	157	44.9%
De 10 a 13 años	102	29.1%
De 14 a 17 años	70	20%
De 18 a 21 años	17	4.9%
De 22 años en adelante	4	1.1%
Total	350	100%

Razones por las que empezaron a ver anime		
Respuesta	Resultado	Porcentaje
Porque las tramas eran diferentes a otro tipo de caricaturas	206	58.8%
Por el estilo y estética del dibujo	168	48%
Porque eran más entretenidos que otro tipo de caricaturas	164	46.8%
Por el estilo de la animación	162	46.2%
Por las escenas de acción o de peleas	156	44.5%
Porque las historias eran “serias” y con riesgos “reales”	74	21.1%
Porque no aprecian letras sino caracteres o grafías (ideogramas)	17	4.8%
Por influencia de un familiar o amigo/a que me recomendó verlo	12	3.4%
Por los personajes y lo que me hacían sentir	5	1.4%
Por lo que mostraban de la cultura japonesa	4	1.1%

Por influencia de otro producto cultural relacionado ( <i>dorama</i> , <i>manga</i> )	2	0.57%
Porque vivía sola y quería ver algo diferente	1	0.28%
Porque era lo que transmitía la TV	1	0.28%

Fuente: elaboración propia

La Tabla 2, evidencia los primeros acercamientos a este tipo de programación y las razones que llamaron la atención para su consumo, siendo esto último los resultados de una pregunta de respuesta múltiple. El primer dato relevante es la relación inversamente proporcional entre la edad y la iniciación al consumo de animación japonesa. En la muestra, de forma dominante se registran los primeros visionados de *anime* en la infancia (6-9 años, 44.9%), seguidos de en la preadolescencia (10-13 años, 29.1%) y adolescencia (14-17 años, 20%), mostrando una disminución progresiva a medida que la edad incrementa, siendo la adultez la que registra la menor proporción (1.1%). Esto puede explicarse por el estereotipo cultural de Occidente acerca de la animación como un producto de consumo infantil, cuestión que, como se mencionó previamente, es errónea, pues hay *anime* para todo tipo de público independientemente de su edad. De acuerdo con estos resultados, se podría afirmar que si el consumo de *anime* no surge a temprana edad es inusual que luego se dé en edades más avanzadas.

La exposición al *anime* a edad temprana se puede relacionar con el concepto de la “niñera televisión”, teniendo en cuenta que la tecnología se ha convertido en un apoyo para el entretenimiento de los infantes. En este caso, la televisión cumple el papel de herramienta que ayuda a los padres y madres a criar a sus hijos e hijas manteniéndolos distraídos mientras se realizan otro tipo de actividades como los quehaceres del hogar o trabajar, fomentando así desde la infancia las predisposiciones y preferencias de las personas por determinados programas televisivos. Justamente el aspecto del entretenimiento fue mencionado por casi la mitad de los encuestados (46.8%) al compararlo con otro tipo de caricaturas.

Sobre las razones por las que los encuestados empezaron a ver *anime*, más de la mitad (58.8%) concuerda en que fue porque eran series animadas completamente diferentes a las que sus contrapartes estadounidenses les tenían acostumbrados, considerando que eran diferentes a otro tipo de caricaturas, con historias originales y una manera realista de involucrar temas serios de la vida. El nivel estético también jugó un papel importante pues cerca de la mitad de los encuestados mencionaron que el estilo del dibujo (48%) y el tipo de animación (46.2%) contribuyeron en su gusto por este tipo de series.

**Tabla 3. Posicionamiento de *anime***

Top 10 géneros favoritos de <i>anime</i>		
Género	Resultado	Porcentaje
Shōnen	290	82.9%
Gore	161	46%
Seinen	147	42%
Shōjo	143	40.8%

Mecha	105	30%
Sci-fi	105	30%
Harem	85	24.2%
Ecchi	83	23.7%
Isekai	79	22.5%
Slice of life	78	22.2%

**Top 10 *animés* favoritos**

<i>Anime</i>	Resultado	Porcentaje
Naruto (franquicia)*	168	48%
Dragon Ball (franquicia)**	144	41.1%
One Piece	80	22.9%
Death Note	67	19.1%
Nanatsu no Taizai	62	17.7%
Shingeki no Kyojin	62	17.7%
InuYasha	52	14.8%
Boku no Hero Academia	49	14%
Fullmetal Alchemist (franquicia)***	46	13.1%
Saint Seiya****	36	10.2%

\* Incluye Naruto, Naruto Shippuden y Boruto

\*\* Incluye Dragon Ball, Dragon Ball Z, Dragon Ball GT, Dragon Ball Z Kai, Dragon Ball Super.

\*\*\* Incluye Fullmetal Alchemist, Fullmetal Alchemist Brotherhood (*remake*).

\*\*\*\* Conocido en Latinoamérica como Los Caballeros del Zodíaco. Incluye Saint Seiya, Saint Seiya: The Hades Chapter, Saint Seiya Omega, Saint Seiya Lost in Canvas, etc.

Fuente: elaboración propia

La Tabla 3 muestra que el género más consumido por los encuestados es el *shōnen*, siendo este también el que encabeza la lista del Top 10 de *anime* favoritos. Este género está dirigido a jóvenes adolescentes masculinos principalmente, el resultado quizás se deba a que la muestra estuvo conformada mayormente por hombres (59.4%). Sin embargo, cabe aclarar que, aunque demográficamente los *shōnen anime* sean considerados “para chicos”, esto no excluye a las chicas de consumirlos también, un ejemplo de esto puede ser el caso de InuYasha, un *anime* “de chicos” con una gran base de mujeres fans entre la muestra (3.71%). Así, respecto a los favoritos, se encontraron *anime* del género *shōnen* como: Naruto, Dragon Ball, One Piece, Boku No Hero Academia, Saint Seiya y Nanatsu no Taizai, todos ellos de temática de acción y aventuras o *nekketsu*; Death Note, un *thriller* con temática paranormal; InuYasha, que mezcla los géneros de aventuras; Shingeki no Kyojin y Fullmetal Alchemist, de fantasías oscuras con una marcada estética *steampunk*.





Tomado de: <https://lanetaneta.com/necesitas-ver-dragon-ball-z-antes-de-dragon-ball-super/>

Sobre estos se pueden destacar varias cosas: Por un lado, los *anime* (incluyendo sus franquicias) como Dragon Ball, Naruto, Saint Seiya (Los Caballeros del Zodíaco), One Piece, InuYasha y Fullmetal Alchemist, cuentan con una fuerte tradición de consumo en Colombia. Son series animadas con doblaje al español latino, que han sido transmitidas por la televisión colombiana (ya sea abierta o por cable); y que incluso luego de varias décadas en emisión, tal es el caso de Naruto y Dragon Ball, continuaban al aire en el 2020.

En la década del 2000, época que la mayoría de los encuestados registran como sus primeros acercamientos al mundo anime (6-9 años), la televisión colombiana emitía de forma casi simultánea estas series, por lo que eran fáciles de sintonizarlas y seguirlas diariamente. Además, contaron con *merchandising* dirigido al público masivo (no necesariamente aficionado), especialmente a infantes: desde juegos de cartas, álbumes de calcomanías, tazos en mecatos, hasta todo tipo de material escolar; tal como sucedió, por ejemplo, en 1993 que se hizo el lanzamiento de Los Caballeros del Zodíaco (Saint Seiya) en Televisión Azteca, canal mexicano recibido en Colombia a través de televisión por suscripción, como una estrategia mercantilista para la venta de los productos relacionados a la serie (Lozano, 2007, p. 83).

Por otro lado, existen *anime* de emisión más reciente que nunca han sido transmitidos por la televisión colombiana y que carecen en muchos casos de doblaje al español latino y sin embargo, gozan también de popularidad. Esto podría explicarse por el cambio en el cómo se consumen los programas de televisión en la última década en la que el auge de la tecnología trajo consigo el nacimiento del *streaming*, es decir, una nueva forma de transmitir y consumir contenidos audiovisuales mediante plataformas como Netflix, HBO Plus, Amazon Prime Video, Hulu, entre otras, las cuales emiten contenidos de la televisión más diversificados y brindando un mayor dominio de elección a quien se expone, tanto en el contenido como en la manera de consumirlo. La televisión tradicional, de esperar pasivamente los horarios de transmisión de los programas favoritos, pierde incidencia en las vidas de los nuevos consumidores frente a la elección activa de contenido que ofrecen los servicios de *streaming*. (Suárez-Cousillas et al, 2019).

De esta forma, series como Shingeki no Kyojin y Boku no Hero Academia, que si bien no han sido transmitidas por la televisión tradicional, sí hacen parte de los contenidos ofrecidos por Crunchyroll, una de las grandes plataformas pagas de difusión de contenido *anime*. De forma similar, pero más abierta al público masivo, están los casos de Nanatsu no Taizai y Death Note que se encuentran dentro del catálogo de series de Netflix, la plataforma de *streaming* paga con mayor número de consumidores en el 2020 siendo inclusive dobladas también al español latino.

Otra característica que destacar de la Tabla 3 es que de los *shōnen* mencionados, más de la mitad: Naruto, Saint Seiya, Dragon Ball, Nanatsu no Taizai, Boku no Hero Academia y One Piece, corresponden al género *nekketsu*: un género del *anime-manga* que traduce literalmente “sangre

caliente”, nombre que hace referencia a la energía inagotable, espíritu imbatible y temple de acero de los protagonistas, siempre dispuestos a darlo todo por sus ideales. Son series de peleas y aventuras con similitudes y características particulares en cuanto al desarrollo de las historias, personajes y construcción de universo. Así, estos *anime* transcurren en mundos ficticios, siguen las aventuras de un grupo de amigos en su camino por alcanzar objetivos planteados desde el inicio de la serie y que marcan el plot de la historia, manejan sistemas de combate basados en poderes provenientes de su fortaleza del espíritu: como el *chakra*, el cosmos, la magia, el *ki*, los *quirks* y el *haki*, y plantean la existencia de elementos particulares y poderosos importantes dentro de la trama como: las frutas del diablo, las esferas del dragón y las bestias con cola (García, 2011).

Cabe destacar que sus historias se basan en el viaje del héroe mostrando el periplo de unos personajes que, si bien desde el comienzo se plantean como especiales (por poseer poderes particulares o actitudes no comunes en su universo), inician siendo jóvenes e inexpertos y a medida que avanza su viaje, evolucionan y maduran, tanto como luchadores, como personas. Más importante aún, en estos *anime* es que profesan valores de importancia para la sociedad japonesa (y en general) representando mensajes como el nunca rendirse, luchar por los sueños, sobreponerse a la derrota y mejorar a través del estudio y la práctica, así como el siempre apoyar y luchar por los amigos (Sayar, 2017, p.177).

**Tabla 4. frecuencia de consumo diario**

Tiempo en días y horas dedicado a ver <i>anime</i>				
Días	De 0 a 3 horas	De 4 a 7 horas	De 8 horas en adelante	Total
Lunes	323 (92.2%)	24 (6.9%)	3 (0.9%)	
Martes	316 (90.2%)	31 (8.9%)	3 (0.9%)	
Miércoles	308 (88%)	39 (11.1%)	3 (0.9%)	
Jueves	311 (88.8%)	37 (10.6%)	2 (0.6%)	
Viernes	11 (3.1%)	261 (74.6%)	78 (22.3%)	350 (100%)
Sábados	190 (54.3%)	127 (36.3%)	33 (9.4%)	
Domingos	200 (57.1%)	117 (33.4%)	33 (9.5%)	

Momento del día en el que ven <i>anime</i>		
Momento del día	Resultado	Porcentaje
Noche	247	70.6%
Tarde	70	20%
Madrugada	23	6.6%
Mañana	10	2.8%
Total	350	100%

Fuente: elaboración propia

La Tabla 4, frecuencia del consumo, describe los momentos del día predilectos para ver *anime* así como la intensidad horaria y diaria de los mismos. Se registra un consumo estable de 0 a 3 horas de lunes a jueves, entre 88% a 92.2%, y un aumento significativo y constante, de 4 a 8 horas y en adelante durante los fines de semana (sábados y domingos), siendo el viernes el día donde se produce un comportamiento atípico en el consumo por parte de la mayoría de los encuestados (74.6%), focalizado en una exposición de 4 a 7 horas. Sobre el momento del día preferido para ver *anime* la noche destaca con un 70.6% de los resultados.

El contraste entre pocas y muchas horas dedicadas al *anime* entre lunes a jueves, viernes y sábados a domingo respectivamente podría ser explicado como una consecuencia del mismo estilo de vida de la población universitaria. Pues estos, ya sean estudiantes o docentes, de lunes a jueves se encuentran en virtud de las labores y responsabilidades propias de las clases. Cuestión que cambia de viernes a domingos que, entrados al fin de semana, la rutina pasa a enfocarse más en los planes sociales y/o referentes a hobbies. A su vez, esto explicaría también la preferencia por la noche como momento del día de visionado de *anime* pues, normalmente y salvo excepciones, la vida productiva universitaria ocurre de día mientras que la noche se reserva para descansar o dedicarlo a actividades de esparcimiento.

Sobre la frecuencia de visionado entra a relucir un concepto importante, los *heavy viewers*, que de acuerdo a lo señalado por la teoría del Cultivo, hace referencia a aquellos individuos que tienen mayor frecuencia de exposición a ciertos contenidos televisivos. En este caso vendrían siendo los participantes que indicaron dedicarle al consumo de *anime* de 8 horas en adelante. Teniendo en cuenta la teoría, la constante exposición a este tipo de contenidos los hace más susceptibles a producir en ellos efectos significativos que fomentan la base para el cultivo de ciertas creencias, perspectivas y valores. De esta forma se puede inferir, según los resultados expuestos por la muestra, que aquellos individuos con mayores posibilidades de ser influenciados por los mensajes transmitidos por la animación japonesa son aquellos que registran altas horas de visionado los fines de semana. Los *heavy viewers* que se concentran viernes, sábado y domingo.

Tabla 5. Percepción de impacto de consumo

Ver <i>anime</i> te ha motivado a		
Respuesta	Resultado	Porcentaje
A meditar sobre mi vida, hacer introspección	198	56.6%
Dibujar al estilo <i>manga</i> , hacer <i>fanarts</i> , o <i>dōjinshi</i> *	130	37.1%
A estudiar sobre cultura y costumbres japonesas	112	32%
Ir a convenciones sobre el tema	106	30.2%
Ver programas de televisión japoneses (Ej: <i>dorama</i> )	102	29.1%
Ir a restaurantes de comida japonesa	96	27.4%
Ver cine japonés	91	26%
Practicar un deporte	85	24.2%
Viajar a Japón a hacer turismo	81	23.1%
Aprender a cocinar platos japoneses	68	19.4%
Tomar un curso de idioma japonés	67	19.1%
Aprender a tocar un instrumento musical	48	13.7%
Aprender manualidades (Ej: <i>origami</i> )	48	13.7%
Hacer animación	45	12.8%
Viajar a Japón a estudiar	39	11.1%

\* *dōjinshi* se refiere a *mangas* autopublicados. Generalmente las historias consisten en una parodia o historia original, pero con personajes de *animés* o *mangas* que ya existentes. Son creados por personas que quieren publicar sus propios cómics.

Fuente: elaboración propia

La Tabla 5, evidencia la influencia de la animación japonesa percibida por los aficionados cartageneros encuestados. Esta representa los resultados de una pregunta de opción múltiple por lo que un mismo participante podía identificar más de una influencia, además de cruzar estos resultados con una serie de testimonios descritos por los mismos.

El primer dato por rescatar es que parte de las principales influencias de la animación japonesa es la de despertar la curiosidad sobre otros elementos de la cultura nipona. Los encuestados muestran haberse visto atraídos por el estilo de vida, gastronomía y artes propios del país, inspirándose a consumir su comida tradicional (27.4%), sus otros tipos de programas de televisión y su cine (55.1%). También, desde una postura más proactiva, poco más de la mitad (52.2%) mostraron verse motivados a estudiar la cultura de Japón: su idioma, el cocinar sus platillos tradicionales y realizar sus manualidades (*origami*). Incluso dibujar al estilo *manga*, hacer *fanarts* y *doujinshis* (37.1%) e inspirarse a viajar al país como turista o estudiante (34.2%): “(...) me ha inspirado a leer, a investigar acerca de la cultura japonesa y sus costumbres, me ha motivado a desarrollar habilidades artísticas mediante el dibujo, y ha despertado mi imaginación (...)” (estudiante hombre, 20-25 años).

Cabe resaltar que más de la mitad (56.6%) de los encuestados manifestaron que el ver *anime* los ha motivado a hacer introspección y a meditar sobre sus vidas. Esto se explica mediante la Teoría del Cultivo, pues esta indica que entre más expuestas están las personas a ciertos contenidos, en

este caso la animación japonesa, mayor predisposición tendrán a desarrollar perspectivas, valores y estilos de vida similares a las representaciones a las que se ven expuestos: “El *anime* fue justo lo que necesitaba cuando niña para reforzar un sistema de valores que me permitió avanzar de una forma diferente a la ordinaria. La responsabilidad, la perseverancia y el espíritu luchador, valores característicos de los japoneses, se encuentran embebidos en cada capítulo y cada personaje, de manera que te llegan al corazón y te motivan a ser mejor sin que siquiera te des cuenta” (estudiante mujer, 17-19 años). Este testimonio evidencia una filosofía muy arquetípica en *anime* del género *nekketsu* predominante en el top 10 de *anime* favoritos.

Los resultados permiten validar lo planteado por la Teoría del Cultivo cuando señala que si las imágenes y valores presentes en los contenidos visionados se repiten con un alto grado de constancia, influyen en la cosmovisión de quienes se exponen, cultivando y/o reforzando concepciones semejantes entre estos productos audiovisuales y la realidad. Los participantes de la encuesta muestran asociar con su vida la cultura nipona a través de sus contenidos animados, a la vez que implementan o adoptan aquello que creen les sirve para su diario vivir.

## Conclusiones

La noción de “cultivo” hace referencia a aquello que de manera independiente contribuye a la concepción que se forman las personas sobre su entorno social como un efecto a la exposición regular a determinados contenidos. De esta manera, la teoría del Cultivo halló que sí existe influencia de estos a los que los individuos se exponen reflejado en las actitudes, creencias y perspectivas, lo que se alinea con los resultados de este estudio.

En el análisis se encontró una variable importante frente al impacto que ha tenido el anime en los encuestados, el tiempo de visionado, en donde se destacan los *heavy viewers*, o espectadores pesados, aquellos quienes manifestaron tener un alto grado de exposición dedicándole de ocho horas en adelante, así como también el tiempo que llevan consumiéndolo, como mínimo once años y en algunos casos más de veinte (la diferencia entre la edad en la que manifestaron iniciar el consumo y la edad que tenían al responder el cuestionario). Lo anterior, explicaría la susceptibilidad de los encuestados a los efectos significativos que fomentaron la base para el cultivo de creencias, perspectivas y valores, ya que, teniendo en cuenta la teoría del Cultivo, una exposición constante a este tipo de contenidos genera mayor susceptibilidad a ser influenciados por aquello que consumen.

Se encontró evidencia de que gran parte de la muestra inició el visionado de *anime* a una edad temprana (6-9 años) como forma de entretenimiento. Esto puede explicarse desde el concepto de la “niñera televisión”, es decir, el uso que los padres dan a este aparato como forma de entretener a los hijos pequeños, considerando estos a su vez a la animación japonesa como un producto apto para consumo infantil. Sin embargo es de considerar que hay *animés* dirigidos a adolescentes, jóvenes y adultos, pero al parecer en Colombia todos están catalogados como caricaturas aptas para infantes, aspecto que merece una revisión por parte de las programadoras.

Se encuentra que la exposición de los encuestados al *anime* pasó de considerarse entretenimiento a una forma de aprendizaje y crecimiento personal. Estos manifiestan haber desarrollando valores, creencias y estilos de vida similares a los representados en los *animés*. Se les despertó el interés por elementos propios de la cultura nipona, traducido en querer degustar y preparar su gastronomía, ver su cine y otros tipos de *shows* televisivos, hasta el deseo por aprender su idioma, viajar a este país y aprender a dibujar *manga*.

Se espera que este estudio permita avanzar en el análisis del tema y su categorización para lo que se sugieren entrevistas a profundidad con este tipo de consumidores.

## Referencias

- Agencia de Noticias Univalle (2018, 25 de septiembre). El impacto de la cultura visual japonesa. Recuperado de <http://emisora.univalle.edu.co/el-impacto-de-la-cultura-visual-japonesa/>
- Arciniegas, S. y Mora, S. (2010). Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras (tesis de pregrado). Universidad Sergio Arboleda. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://en.calameo.com/read/002357685a554cd00c8b1>
- Banrepcultural - Red Cultural del Banco de la República de Colombia (s.f). La televisión en Colombia. Recuperado de [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/La\\_televisi%C3%B3n\\_en\\_Colombia#Los\\_nuevos\\_canales\\_privados\\_1998](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/La_televisi%C3%B3n_en_Colombia#Los_nuevos_canales_privados_1998)
- Cobos, T. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en américa latina. Razón y Palabra, 72. Recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia\\_72/32\\_Cobos\\_72.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf)
- Conejo, F. (2011). Japón hecho en Venezuela: influencia cultural japonesa en la cosmovisión del mundo de los jóvenes en Venezuela a través de la televisión y el anime. XIII Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África - ALADAA. Bogotá, Colombia. Recuperado de [https://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria\\_xiii\\_congreso\\_internacional/images/conejo.pdf](https://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria_xiii_congreso_internacional/images/conejo.pdf)
- D'Adamo, O., García, V. y Freidenberg, F. (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid: Editorial McGraw Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Flores Guevara, S., & Hernández Téllez, J. (2019). Realidad Virtual & Género. Vocaloid versus Hatsune Miku, una "diva androide". *LUCIÉRNAGA*, 10(19). Recuperado de: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/1466/1109>
- El Tiempo (2001, 16 de diciembre). Muñecos malditos. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-715005>
- Galindo, Y. (2017). Influencia de los animes japoneses en los jóvenes de la asociación cultural A-Shinden Puno 2016 (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú. Recuperado de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3518/Galindo\\_Velasquez\\_Yanett.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3518/Galindo_Velasquez_Yanett.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, J. (2011). La épica y las sagas fantásticas en el manga: un acercamiento a la traducción argentina. *Digilenguas*, 10, 66-76. Recuperado de <https://editorial.fl.unc.edu.ar/book-review/digilenguas-10/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6ta. Ed.). México: Editorial McGraw Hill Education.
- Igartua, J. y Humanes, M. (2004). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Ediciones Síntesis, S.A.
- IGN Latinoamérica (2019, 18 de diciembre). Anime: la industria rompe récord en ganancias por sexto año consecutivo. Recuperado de: <https://latam.ign.com/anime/65881/news/anime-la-industria-rompe-record-en-ganancias-por-sexto-ano-consecutivo>
- Intriago, D. (2018). Análisis de la influencia cultural del anime japonés en la recepción comunicológica de estudiantes de primer y tercer semestre de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20941/1/TT%20Intriago%20C%C3%B3rdova%20Dialmar%201.pdf>

- Lozano, J. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México, D.F: Pearson Educación.
- Shock (2019, 25 de marzo). Los mejores episodios de Cuentos de los Hermanos Grimm para pasar el guayabo. Recuperado de <https://www.shock.co/cine-y-tv/los-mejores-episodios-de-cuentos-de-los-hermanos-grimm-para-pasar-el-guayabo-ie2636>
- Pichón, M. (2012). El anime y la apropiación de la cultura japonesa por parte del otaku barranquillero (tesis de pregrado). Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. Recuperado de [https://www.academia.edu/30611346/EL\\_ANIME\\_Y\\_LA\\_APROPIACION\\_DE\\_LA\\_CULTURA\\_JAPONESA\\_POR\\_PARTE\\_DEL\\_OTAKU\\_BARRANQUILLERO](https://www.academia.edu/30611346/EL_ANIME_Y_LA_APROPIACION_DE_LA_CULTURA_JAPONESA_POR_PARTE_DEL_OTAKU_BARRANQUILLERO)
- Romero, J. (2012). Influencia cultural del anime y manga japonés en México (tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Recuperado de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/214/Influencia\\_cultural\\_del\\_anime.pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/214/Influencia_cultural_del_anime.pdf?sequence=1)
- Sayar, R. (2017). Testigos antiguos en épocas modernas: el martirio en Saint Seiya a la luz de IV Macabeos. Congreso Nacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África - ALADAA 2017. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://aladaa.com.ar/asiayafrika/wp-content/uploads/2018/12/2018.-ACTAS.-DOCUMENTO-7.pdf>
- Suárez-Cousillas, T., Martínez-Fernández, V. y Sánchez-Amboage, E. (2019). Audiencias de plataformas SVOD: el caso de Netflix, Blockbuster, Hulu y HBO. 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies. Coimbra, Portugal. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/334604413\\_Audiencias\\_de\\_plataformas\\_SVOD\\_El\\_caso\\_de\\_Netflix\\_Blockbuster\\_HULU\\_y\\_HBO](https://www.researchgate.net/publication/334604413_Audiencias_de_plataformas_SVOD_El_caso_de_Netflix_Blockbuster_HULU_y_HBO)
- Zarco, L. (2017). Apropiación de dramas coreanos en un grupo de jóvenes de Cartagena de Indias (tesis de pregrado). Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia. Recuperado de <http://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/6157/TRABAJO%20DE%20GRADO%20LAZQ.pdf?sequence=1>

## Notas

[1] Cosplay viene de costume-play, consiste en caracterizar personajes de ficción a través de disfraces, trajes y accesorios, así como el personificar mediante el acting la personalidad del mismo.

## Para citar este artículo

Rodríguez, N., Arias, F.; Cobos, T. (2020). **Exposición y efectos del consumo de anime en la población universitaria de Cartagena.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 69-87. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>

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

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

## Análisis de las experiencias de la Red de Microcines de Chaski (Perú) y Wordbytes de Worldwrite de Londres, en el desarrollo del sector audiovisual

Katherine Díaz Cervantes\*

**DOI:** <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a4>

### Resumen

El objetivo del artículo es analizar el rol que cumplen las organizaciones audiovisuales “middle ground”. Para conseguirlo, se analizaron los objetivos y estrategias planteadas en los programas formativos: taller de cine comunitario de la Red de Microcines de Chaski de Lima – Perú, y el programa televisivo Wordbytes de Worldwrite de Londres – Inglaterra. En las organizaciones analizadas se reflejan las ciudades creativas en las que están ubicadas; coinciden en la búsqueda del desarrollo de públicos más críticos y creativos.

**Palabras Clave:** Industrias creativas; ciudades creativas; organizaciones fílmicas; audiovisuales; upperground; middleground; underground.

**Recibido.** Febrero 11,2020

**Aceptado.** Febrero 26, 2020

\*Magíster Oficial de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona, con especialización en Patrimonio Mundial y Proyectos Culturales para el Desarrollo en la Universidad de Barcelona. Licenciada en Comunicación para el Desarrollo en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Investigadora y gestora cultural en proyectos audiovisuales y gestión de archivos audiovisuales. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0600-9167> ; e-mail : [katdcer@gmail.com](mailto:katdcer@gmail.com)



## Analysis of the experiences of the Chaski Microcines Network (Peru) and London Worldwrite Wordbytes, in the development of the audiovisual sector

Katherine Díaz Cervantes\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a4>

### Abstract

The principal objective of the article is analyses the role of the middle ground film organizations although the experiences of two particulars cases which are the Chaski Group (Lima) y Worldwrite (London). To achieve this, the objectives and strategies proposed by each organization are analyzed within their training programs for exploitation and exploration of content.

The organizations analyzed reflect the maturation of each of the creative cities where they live and coincide in the search for development of a new creative class, building more critical and creative audiences from the exploitation of new audiovisual content. Two organizations that have pursued their objectives through training programs such as the Community Film Workshop of the Microcines Network (Chaski) and the television program Wordbytes (Worldwrite).

**Keywords:** Creatives Industries; creative cities; film or audiovisual organizations; upper ground; middle ground, underground.

**Received.** February 11, 2020

**Accepted.** February 26, 2020

\*Master in Cultural Management in the University of Barcelona, with specialization in World Heritage and Cultural Projects for development in the University of Barcelona. Bachelor degree in Communication for development in the Pontifical Catholic University of Peru. Researcher and cultural manager in audiovisual projects and audiovisual archives management. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0600-9167>; email: [katdcer@gmail.com](mailto:katdcer@gmail.com)

## Análise das experiências da Rede dos Microcinemas Chaski do Peru e Worldwrite Wordbytes de Londres, no desenvolvimento do sector audiovisual

Katherine Diaz Cervantes\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a4>

### Resumo

O objectivo do artigo é analisar o papel das organizações audiovisuais “intermediárias”. Para o conseguir, foram analisados os objectivos e estratégias propostas nos programas de formação: seminários do cinema comunitário da Rede dos Microcinemas Chaski, em Lima - Peru, e o programa de televisão Wordbytes da Worldwrite em Londres - Inglaterra. As organizações analisadas reflectem as cidades criativas em que estão localizadas; coincidem na procura do desenvolvimento de públicos mais críticos e criativos.

**Palavras-chave:** Indústrias criativas; cidades criativas; organizações cinematográficas; audiovisuais; intermediárias.

**Recebido.** Fevereiro 11 de 2020.

**Aceite.** Fevereiro 26 de 2020

\*Mestre Oficial em Gestão Cultural na Universidade de Barcelona, com especialização em Património Mundial e Projectos Culturais para o Desenvolvimento na Universidade de Barcelona. Licenciatura em Comunicação para o Desenvolvimento na Universidades Pontificia Católica do Perú. Investigador e gestor cultural em projetos audiovisuais e gestão de arquivos audiovisuais. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0600-9167> ; e-mail: [katdcer@gmail.com](mailto:katdcer@gmail.com)

## Introducción

Esta investigación partió del supuesto de que una organización sin fines de lucro *middleground* exitosa combina tanto las comunidades epistémicas como las comunidades de práctica. En el ámbito audiovisual, el papel que juega la organización *middleground* es de revitalizador o renovador de contenidos audiovisuales para generar mayor diversidad y pluralidad de visiones estéticas, artísticas y culturales. Se propuso como objetivo general analizar el rol que cumplen las organizaciones audiovisuales “middle ground” a través de las experiencias de dos casos particulares: grupo Chaski (Lima) y Worldwrite (Londres).



En específico se propuso analizar la teoría de la anatomía de las ciudades creativas, la cual clasifica las clases creativas como *upperground*, *middleground*, *underground* respectivamente. Colocando el énfasis en el componente *middleground* y sus dos tipos de comunidades: comunidades epistémicas y comunidades de práctica.

Un segundo objetivo específico que se contempló fue el de analizar las experiencias de dos organizaciones audiovisuales *middleground* (el grupo Chaski y Worldwrite) a través del análisis de sus objetivos y estrategias planteados dentro de sus programas formativos de explotación y exploración de contenidos para conocer mejor su impacto dentro del entorno.

La metodología para la investigación se basó en los marcos teóricos dados en la clase de “Ciudades Creativas” dictada por Monserrat Pareja Eastaway en el Máster de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona; fuentes bibliográficas de revistas especializadas sobre economía y ciudades creativas (EIServier, Urban Studies y Sage Journals entre otras), en la cual han escrito especialistas en el campo de las ciudades creativas como Cohendet, Hall y Laundry.

La principal fuente de información ha sido la tesis de maestría “U+3 (i). Espacios para la emergencia y la fertilización de la creatividad: el caso de los festivales audiovisuales de Barcelona” (Vidaechea J., 2013) por aportar una gran variedad de marco teórico y analizar el comportamiento de las organizaciones en el ámbito audiovisual a través de tres componentes, representados por tres “i” que significan la oferta internacional, la interacción y el intercambio de conocimiento.

Otra de las fuentes de información más consultadas han sido las páginas web oficiales de las dos organizaciones investigadas que son el Grupo Chaski (<http://www.grupochaski.org/web/> ) y Worldwrite (<http://www.worldwrite.org.uk/> )

Una de las deficiencias de la investigación fue la dificultad para acceder a la información sobre el tema de ciudades creativas en el contexto de las organizaciones audiovisuales, en especial, dentro del concepto de “*middleground*”.

El ámbito de estudio de esta investigación se limitó al sector audiovisual. En caso particular a las organizaciones audiovisuales sin fines de lucro cuyo objetivo es desarrollar una iniciativa social en la comunidad. Es importante resaltar que no tuvo la intención de comparar las dos industrias audiovisuales de estas ciudades creativas, ya que se consideró que las dos industrias audiovisuales (Lima y Londres) se encuentran en distintas etapas de desarrollo. Por una parte, Lima es una industria en pleno crecimiento; en cambio, Londres tiene un mercado consolidado siendo el Reino Unido uno de las cinco mayores industrias fílmicas de Europa (Talavera, 2017).

Del mismo modo, no es posible comparar las clases creativas de cada una de las ciudades. Pues se estableció que cada ciudad, tiene una clase creativa con mayor desarrollo en unos sectores que en otros. De manera general, los sectores culturales más desarrollados en el Perú son la danza, la artesanía y la gastronomía, logrando un gran reconocimiento internacional. En el caso particular del cine, es necesario reforzar la capacitación técnica y profesional y aumentar los recursos tecnológicos, en especial, en las zonas geográficas fuera de Lima. [1]

La industria cinematográfica peruana, localizada mayoritariamente en Lima, ha sido realmente favorable. En los últimos 6 años ha tenido crecimiento en cuanto a la producción, acercándose a un promedio de 40 estrenos anuales (en el 2013, eran 13 anuales) (Programa Ibermedia, 2020) [2].

En el 2017, el Congreso del Perú aprobó la nueva Ley de Cine (RPP, 2017), una reactualización de la Ley 26370, que ha dado como resultado que se brinden mayores recursos económicos. A fines del 2019, a través del Decreto de Urgencia N° 022-2019, se otorgaron más de 25 millones de soles (7 millones de euros aproximadamente) (El Peruano, 2019). Los beneficios de esa nueva Ley se empezaron a notar en el año 2020 con un mayor estímulo económico para las producciones nacionales, una promoción a la educación cinematográfica y una mayor participación en las actividades de promoción y difusión audiovisual de parte del IRTP (Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú). (Caretas 23 de enero de 2020).

Se reitera que el objetivo de la investigación no fue comparar cual organización fílmica es mejor sino enfocarse en analizar cuáles son los objetivos y las estrategias que cada organización se plantea y si éstas son efectivas para lograr desarrollarse como una organización *middleground*. En otras palabras, cuáles han sido los elementos claves para el éxito o estancamiento de la organización como “*middleground*”.



## 1. Aproximaciones teóricas

La definición de la ciudad creativa y de cuáles son sus características no tiene un consenso en la actualidad. Es un término relacionado con la economía e industria creativa y se describe como un modelo nuevo de ciudad que ha surgido debido a los efectos de la globalización y la innovación tecnológica.

Principalmente, las ciudades creativas se sustentan bajo la clase creativa, esto es una nueva clase de trabajadores altamente cualificados en tecnología y con talento innovador que son el motor para su desarrollo (Florida, 2010). Además, estas ciudades tienen un alto manejo de la transmisión de contenidos y una capacidad de almacenamiento en contenedores digitales o físicos (Hall, 2000). Por lo tanto, el componente de la creatividad es el método para explotar estos recursos y ayudarlos a crecer (Laundry, 2000).

En el campo cultural, estas ciudades altamente interconectadas desarrollan una red interdependiente entre los trabajadores, múltiples interacciones entre éstos y las compañías, una especialización en la producción y una aglomeración de recursos para su realización (Scott, 2006). Las ciudades creativas siempre han existido, desde la antigüedad, hasta ahora. Pasando por la antigua Roma, con la arquitectura clásica; Londres, con el teatro isabelino; o Los Ángeles con la industria del cine hollywoodense. Lo que ahora se presencia es un cambio en su estructura de organización y comunicación.

De manera general, la estructura de la ciudad creativa es vista como una serie de procesos de conocimientos entre individuos y compañías (o firmas). El análisis de Cohendet contribuye a identificar un tercer actor dentro de la estructura que son las comunidades (*middle ground*), que interconectan a los individuos con las firmas. “La formación de procesos creativos ha de ser entendida como la interacción entre los actores de las tres capas del territorio cuyo resultado es la creación de conocimiento” (Vidaechea J. , 2013, p. 40). Es interesante como Vidaechea prioriza los “procesos creativos” como determinante para la creación del conocimiento, que se antepone al “conocimiento creativo” de cada individuo.[4]

En síntesis, la estructura de una ciudad creativa incluye estas tres niveles: *upperground*, *middleground* y *underground*. Estos son “permeables, complementarios, interdependientes y tienen una importancia relativa en el proceso de la producción del conocimiento conducente a la innovación que varía con el tiempo” (Vidaechea J. , 2013, p. 41).

**Upperground**, es el nivel más alto de ciudad creativa. Está conformado por las empresas, instituciones, organizaciones, colectivos o comunidades del sector creativo; integrados por la “clase creativa”, cuyo principal rol es brindar ideas al mercado. Su contribución al proceso creativo es “la capacidad de financiar y unir diferentes expresiones, integrar conocimiento disperso de diversas disciplinas y probar nuevas formas de creatividad en el mercado” (Cohendet et al, 2010, p. 95). Su dependencia con el entorno se debe a que carecen de departamentos de investigación o subsidiarias globales para acceder a ideas creativas, o redes globales para la participación de socios diversos.

En Barcelona existen varias organizaciones creativas, por ejemplo, “La Fábrica”, con sedes en Barcelona y Madrid, reconocido por la realización del Festival Photoespaña y como proyecto innovador tiene el Festival de cine online Notodofilmfest.[5]

**Middleground**, es el nivel intermedio de la ciudad creativa, ubicado entre el *upperground* y *underground*. Este es fundamental en la estructura de una ciudad creativa y su posición privilegiada lo coloca “en entornos organizados formales e informales, promoviendo mecanismos de exploración como de explotación de la creatividad en procesos cognitivos que transcurren en ambas direcciones del eje vertical de la ciudad creativa (arriba-abajo) y (abajo-arriba)” (Vidaechea & Pareja-Eastaway , 2017, p. 86).

La interconectividad característica del *middleground* genera dos tipos de comunidades que son identificadas como *comunidades epistémicas* y *comunidades de práctica*. La lógica de práctica de la *comunidad epistémicas* es de abajo a arriba; en el caso contrario, de las *comunidades de práctica* que es arriba a abajo.

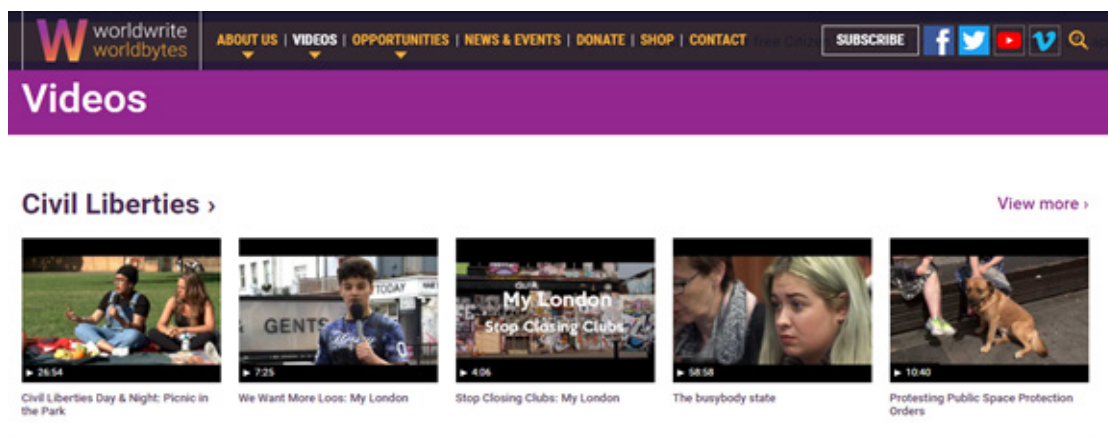
La *comunidad epistémica* se enfoca en la explotación y codificación del nuevo conocimiento procedente del *underground*. Esta comunidad tiene como objetivo la creación de conocimiento que sea para el beneficio de la sociedad en general. Se diferencia a la *comunidad en práctica* por obedecer a una autoridad procesal común que es “un conjunto de códigos o reglas de conducta que define los objetivos de la comunidad, la guía de acción caracterizando los principios genéricos que cada miembro debe seguir” (Cohendet et al, 2009, p. 714).

La *comunidad de práctica* se enfoca en la explotación del conocimiento procedente del *upperground*. Esta comunidad realiza mecanismos de explotación de las ideas de las firmas u organizaciones como la sección de investigación aplicada del *middleground*. Su objetivo es codificar el conocimiento de las firmas para que sean más comprensibles al *underground*. Estas comunidades tienen una lógica de profesionalización de sus miembros para poder llevar a cabo el trabajo de constante codificación y explotación.

El *middleground* conformado por las comunidades epistémicas y comunidades de practica requieren de “espacios, lugares y eventos específicos, que abran espacios de explotación y exploración, facilitando la experimentación y el intercambio de ideas y conceptos” (Vidaechea J. , 2013, p. 45).

**Underground**, es el nivel más bajo de la ciudad creativa. Está compuesto por individuos interesados en el arte y la cultura, cuyas actividades pueden estar desarrolladas por puro placer o para impulsar un sector artístico determinado. Es decir, que sus actividades no necesariamente pueden estar vinculadas con la producción, explotación o difusión del contenido cultural.

Este grupo es interesante pues “es una fuerza impulsadora de la definición de nuevas trayectorias evolucionarias de las artes y la cultura” y “es común que las empresas creativas se inspiren de las experimentaciones del *underground*” (Cohendet et al, 2010, p.96). Un ejemplo interesante es el caso del arte pictórico callejero de la ciudad de Los Ángeles que es relatado en el falso documental “*Exit Through the Gift Shop*”. Este documental critica el mercado del arte y la innovación en el arte pop. También nos invita a conocer al artista “*underground*” Banksy, un personaje enigmático que siempre causa tendencia en los medios digitales y tradicionales, por las intervenciones urbanas que realiza por todo el mundo.[6].



## 2. Descripción de las organizaciones audiovisuales *middleground*

### 2.1. Grupo Chaski, Comunicación Audiovisual

El Grupo Chaski es una organización sin fines de lucro creado en 1982, con sede principal en la ciudad de Lima, capital del Perú. Esta organización está compuesta por un grupo de reconocidos cineastas, comunicadores audiovisuales y gestores culturales “comprometidos con la promoción del cine como herramienta para el desarrollo cultural y educativo del país” (Grupo Chaski, 2020a).



Esta organización promueve la democratización cultural a través del lenguaje audiovisual por medio de las redes de salas de cine alternativo llamados “microcines” que tiene once sedes alrededor del país.[7]. Este proyecto de redes sirve como espacio de cine comunitario y, a su vez, de un espacio de exhibición alternativo, en lugares del país donde no existen cines comerciales. Este es el principal proyecto que tiene el grupo Chaski y que se ha mantenido hasta la actualidad, siendo el único proyecto social que tenga una estructura de redes en el Perú.

La visión social del Grupo Chaski es apoyar en el crecimiento del conocimiento para el beneficio de la sociedad en general, orientándose en el fortalecimiento de las ideas, valores sociales y transmisión de conocimientos o saberes culturales. Los contenidos que difunden en sus microcines buscan reflejar la realidad en la que viven y desarrollar un sentido crítico en su entorno y en la sociedad en general.

El público objetivo, en general, es todo el mundo. Y, de manera particular, son los jóvenes interesados en ver el cine y la experiencia de verlo fuera de casa y en comunidad. Además de desarrollar una mirada más crítica de su entorno próximo.

Desde el 2010, en el marco del proyecto de Red Nacional de Microcines, se comenzó el taller de cine comunitario Chaski para realizar producciones audiovisuales basadas en una metodología participativa que registraron “el corazón y pensamiento de los barrios, comunidades campesinas y organizaciones de las 11 regiones del Perú que componen la Red de Microcines” Este taller comunitario duró unos 5 años y recibieron premios internacionales en festivales internacionales (Grupo Chaski, 2015).



El grupo Chaski, como empresa productora audiovisual, tiene un importante reconocimiento a nivel nacional e internacional con los largometrajes de “Juliana” (1989) y “Gregorio” (1984). Los temas de sus películas abordaban problemas sociales. Como es el caso de Gregorio con el tema de la inmigración y el racismo; y, Juliana, con la marginalidad urbana y el rol de la mujer. Estas dos películas tuvieron una respuesta favorable en el público y números premios en festivales internacionales como La Habana, Biarritz, Huelva y Cartagena (Grupo Chaski, 2020b).



Paralelamente, organizan el *Encuentro Internacional de Cine Comunitario “Chacchando Sueños”*. Éste busca difundir y generar mayor crecimiento en la producción de cine comunitario, a través de nuevas tecnologías, de la gente que vive en los pueblos y barrios. Se concibe el cine comunitario aquel que en cada proceso de la realización del producto audiovisual refleje la participación activa vecinal, barrial o comunal. Para incentivar la vinculación de los jóvenes tiene un premio especial llamado “Jóvenes creativos” (Grupo Chaski, 2020c).

El financiamiento de sus largometrajes y proyectos artísticos y culturales ha sido por medio de subvenciones del Estado y auspiciadores. Grupo Chaski ha sido el ganador durante tres años (2017, 2018 y 2020) del Concurso de Gestión Cultural de los Estímulos Económicos para la actividad cinematográfica y audiovisual.

En el rubro de las firmas o socios privados está la fundación Liechtenstein Development Service (LED) y la federación internacional Terres des Hommes que colabora con los proyectos que organiza el Grupo Chaski.

## 2.2. *Worldwrite*

Fundada hace 26 años, *Worldwrite* es una organización sin fines de lucro, ubicada en la ciudad de Londres, capital de uno de los más importantes nodos culturales de la industria del cine europeo y mundial.

Esta organización tiene su sede en la ciudad de Londres y mantiene una participación constante con la comunidad de su alrededor, en especial, con los jóvenes. La visión de la organización es generar la democratización de la educación para el desarrollo igualitario de la sociedad, a través de la producción y difusión de contenidos audiovisuales de calidad (*Worldwrite*, 2020a).

Esta organización tiene como objetivo generar una conciencia crítica, a través del diálogo, con los jóvenes como protagonistas de las discusiones en temáticas generales que afectan la ciudad de Londres (inmigración, multiculturalidad, economía, historia, cambios sociales, progresos de la ciencia, etc.). Es un trabajo comunitario voluntario que los jóvenes realizan para la exploración y explotación de sus conocimientos. La labor de la organización también abarca la difusión de los contenidos a través de sus plataformas digitales por medio de su página web oficial.

El principal proyecto de *Worldwrite* es una *Worldbytes* denominado como un canal de televisión para la ciudadanía, de manera online y sin fines de lucro. Este proyecto produce contenidos televisivos *online* en donde los jóvenes no sólo participan en su realización sino que son proconsumers, es decir, protagonistas de los debates o discusiones en torno a los temas tratados. Este proyecto ganó el Premio “Niños y Jóvenes de ahora. Artes y Cultura” (*Children and Young People Now Arts and Culture Award*) en el 2018 (*Worldwrite*, 2020a).

El público objetivo son jóvenes voluntarios, entre 16 a 25 años, que tengan tiempo libre los fines de semana. La organización no juzga ni la procedencia, ni el uso del idioma inglés o la experiencia previa en el campo audiovisual. Los jóvenes son capacitados en las herramientas para la creación y realización de contenidos audiovisuales *online*, participando tanto en la investigación, el manejo de cámara, sonido y técnicas de presentación y promoción (*Worldwrite, 2020b*). Luego de su capacitación, se les orienta y prepara para la realización de sus propios proyectos con una mirada crítica social.

Paralelamente, *Worldwrite* tiene colaboraciones con otras organizaciones para realizar proyectos de investigación y exploración de los contenidos como, por ejemplo, “La Batalla de las Ideas” (*Battles of Ideas Festival, 2020*), un evento que invita a investigadores, académicos, especialistas para discutir en una mesa de diálogo sobre distintos temas coyunturales.

*Worldwrite* son conocidos a nivel nacional por ser los pioneros en la televisión ciudadana en Reino Unido. Sus programas más conocidos son: ‘*Don’t shout at the telly*’, ‘*Books and buns*’ y ‘*Views on the streets*’ que reflejan una manera lúdica de acerca a la población desde un lenguaje coloquial. A la par, ha sido productora de diversos documentales galardonados, entre las que destacan, “*Sylvia Pankhurst: Everything is Possible*” (2011), “*C.L.R. James*” (2016), “*1917: Why The Russian Revolution Matters*” (2017) y “*Women; a success story*” (2018) (*Worldwrite, 2020c*).

El financiamiento de *Worldwrite* es amplio y variado abarcando los ámbitos públicos, privados y sin fines de lucro. La mayoría están ubicados o tienen sede en Londres. Se destaca las fundaciones (*Esmée Fairbairn, Jack Petchey y Trust for London*), la subvención nacional (*Heritage Lottery Fund*), las compañías privadas como *Starbucks Youth Action, Bloomberg y Ford Britain Trust* (*Worldwrite, 2020d*).

### 3. Análisis de las experiencias de organizaciones audiovisuales *middleground*

A continuación, describiremos los puntos fuertes y débiles de las organizaciones “*middleground*”, tomando en cuenta los objetivos de cada una.

En el caso del **Grupo Chaski**, se identificaron procesos creativos que van de abajo hacia arriba (comunidades epistémicas). En donde se exploran los conocimientos de la comunidad local [8] para luego ser codificadas en un lenguaje audiovisual que es transmitido a la comunidad audiovisual. El proyecto de los talleres de Cine Comunitario es un claro ejemplo de la construcción colectiva de conocimiento. En el caso del Encuentro Internacional de Cine Comunitario “Chacchando Sueños” es un espacio de encuentro entre los individuos y la comunidad para explorar y compartir ideas.

El primer punto fuerte identificado es su constante exploración del contenido desde la búsqueda de un lenguaje audiovisual de calidad. Los objetivos de la organización justifican la codificación del conocimiento porque contribuyen a una mayor democratización de la cultura para el beneficio general de la sociedad. Éste se realiza por medio de la transmisión de saberes, conservación de tradiciones culturales y promoción de la diversidad cultural.

El segundo punto fuerte es la Red de Microcines que representa un espacio de exhibición cinematográfica alternativa, en especial, en aquellos lugares donde no existe ningún espacio. Lo que lo posiciona en un lugar privilegiado en la exploración de conocimientos desde el *underground*. Luego de las secciones de cines, se generan debates o conversaciones en los que se recogen las impresiones del público y estos comparan los contenidos con su realidad cotidiana. Un tercer punto fuerte es el concepto de cine comunitario en el que la comunidad participa en la exploración y la codificación de los contenidos.

Como puntos débiles podemos identificar, en primer lugar, que el Grupo Chaski, en los procesos creativos de exploración, tiene capacidad limitada para interpretar los conocimientos desde abajo hacia arriba. Siendo un trabajo arduo debido a que la sociedad necesita ser entendida desde sus propios idiomas o códigos que son tan diversos como las culturales del Perú.

En segundo lugar, los objetivos planteados buscan mejorar la visión crítica del público, pero no logran tener un mayor alcance. Es decir, preparan a los jóvenes para ser sólo consumidores y espectadores de cine.

Los objetivos son parcialmente efectivos, pues el público necesita también herramientas para la explotación de su conocimiento. No se conocieron resultados de los talleres comunitarios, de su impacto y las razones de su falta de continuidad. La organización ha priorizado el Encuentro Internacional de Cine Comunitario. Un tercer y último punto débil es la falta de focalización en un territorio determinado pues el proyecto de Microcines se sitúa alrededor de 11 zonas de distintas del país.

En cuanto a **WorldWrite** consideramos que esta organización *middleground*, realiza procesos creativos que fluctúan entre las comunidades de prácticas y epistémicas. Explora y codifica el conocimiento de un territorio, al mismo tiempo, capacita o profesionaliza a los voluntarios para ser investigadores y creadores de sus propios contenidos audiovisuales, convirtiéndolos en personas calificadas en el medio audiovisual (clase creativa).

El primer punto fuerte identificado es la inserción de tecnologías de la información como elemento innovador de esta organización. El proyecto *Worldbytes* se hace único en el mercado por el hecho de transmitir su contenido audiovisual de manera online. Otras organizaciones complementan sus contenidos como *Battle of Ideas*.

En los procesos de codificación de contenidos han clasificado e identificado temas coyunturales que generan debate y reflexión sobre la situación actual de la ciudad (libertades civiles, democracia, economía, globalización, historia...).

Un segundo punto fuerte en la organización es su ubicación territorial, en tanto Londres cuenta con oferta cultural diversa que atrae a los jóvenes.

En tercer lugar se destaca la creación de prosumidores jóvenes que trabajan voluntariamente en el proceso de exploración y explotación del conocimiento de la ciudad. Lo que genera una doble vía de comunicación entre éstos y la ciudad. Ellos interactúan con la ciudad mientras investigan y luego procesan esta información para codificarla en términos de contenidos audiovisuales. Al mismo tiempo, los habitantes de la ciudad reflexionan y comunican sus vivencias a los voluntarios y espectadores en general.

Entre los puntos débiles de la organización está el carácter volátil de los voluntarios. Aunque se entiende la oportunidad de iniciar a los jóvenes como voluntarios, es de anotar que éstos requieren algún tipo de beneficio económico, premios o incentivos.

Otra de las debilidades es que el programa *Worldbytes*, sólo presenta contenidos en inglés, aunque en éste participan jóvenes anglohablantes y el canal pretende ser global.

Un tercer punto débil es la calidad de los contenidos. No queda claro si éstos son evaluados por investigadores o especialistas o que los jóvenes hayan sido orientados en la preparación de los temas.

## Conclusiones

Las organizaciones *middleground* de Lima -Perú y Londres- Inglaterra, se han desarrollado con procesos creativos distintos y complementarios. El Grupo Chaski en Lima, está organizado mediante una amplia red de sedes que le otorga presencia territorial. Por su parte *Worldbytes* en Londres tiene un único nodo cultural con una alta capacidad de alcance a través de las tecnologías de la comunicación e información

En relación a los objetivos de cada organización, en el caso de Lima, si la organización está buscando espectadores más críticos y cultos cinematográficamente, necesita reforzar la educación cinematográfica, incentivando la creación de espacios de debates o reflexión. Estos deberían estar organizados conjuntamente con investigadores y especialistas, en el marco de proyectos complementarios que nutran las capacidades de los espectadores de los Microcines.

Los objetivos de la organización de Londres son claros y efectivos. En especial, en los procesos creativos donde los jóvenes realizan investigaciones de campo dentro de su ciudad para la elaboración de sus contenidos televisivos. En ese proceso se identificaron dos dimensiones, en la cual los jóvenes son los codificadores de los contenidos que transmiten los ciudadanos londinenses;

y, del mismo modo, la organización codifica la información que los voluntarios les transmiten a través de un lenguaje audiovisual *online*.

Chaski y Worldwrite, reflejan el estado de maduración de cada una de las ciudades de donde se localizan. Siendo Lima y Londres dos ciudades atractivas culturalmente que seguirán desarrollándose de acuerdo de sus propias necesidades.

Estas dos organizaciones, a pesar de contar con procesos distintos, tienen como finalidad el desarrollo de una nueva clase de público más crítico, creativo y empoderado que realice sus propios contenidos audiovisuales. En el caso de Lima, el apoyo del Estado y el aumento de las producciones cinematográficas ha generado un panorama optimista para el sector. En cuanto a Londres, su consolidación como ciudad creativa esta cimentada por un mercado fílmico maduro que se ha mantenido estable y duradero a lo largo de los años.

## Bibliografía

Battles of Ideas Festival. (2020). Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://www.battleofideas.org.uk/>

Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J., & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*(33), 48-99. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43323186003>

Cinencuentro. (8 de Enero de 2020). *51 películas peruanas se estrenaron el 2019*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de Cinencuentro Web Site: <https://www.cinencuentro.com/2020/01/08/50-peliculas-peruanas-se-estrenaron-el-2019/>

Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2009). Economics and the ecology of creativity: evidence from the popular music industry. *International Review of Applied Economics*, 709-722. doi:<https://doi.org/10.1080/02692170903239879>

Cohendet, P., Grandadam, P., & Simon, L. (2010). The Anatomy of the Creative City. *Industry and Innovation*, 91-111. doi:<https://doi.org/10.1080/13662710903573869>

Cohendet, P., Grandadam, P., & Simon, L. (2011). Rethinking urban creativity: Lessons from Barcelona and Montreal. *ElServier*, 151-158. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.06.001>

DAFO: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios. (6 de diciembre de 2017). Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de <http://dafo.cultura.pe/ministerio-de-cultura-reconocera-a-87-empresas-cinematograficas-de-todo-el-peru-en-ceremonia-de-premiacion/>

El Peruano. (9 de Diciembre de 2019). Nueva ley impulsará cine peruano. Recuperado el 29 de Octubre de 2020, de <https://elperuano.pe/noticia/87379-nueva-ley-impulsara-cine-peruano>

Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Barcelona: Paidós.

- Grupo Chaski. Comunicación Audiovisual. (2020a). *Nosotros*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de Grupo Chaski Comunicación Audiovisual Web site: <http://www.grupochaski.org/web/nosotros/>
- Grupo Chaski. Comunicación Audiovisual. (2020b). *Producción Cinematográfica*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de Grupo Chaski. Comunicación Audiovisual Web site: <http://www.grupochaski.org/web/produccion-cinematografica/>
- Grupo Chaski. Comunicación Audiovisual. (2020c). *Convocatoria «Chacchando Sueños»*. Recuperado el 2020 de Octubre de 30 , de <http://www.grupochaski.org/web/convocatoria-chacchando-suenos/>
- Hall, P. (2000). Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, 37(4), 639-649. doi:<https://doi.org/10.1080/00420980050003946>
- Laundry, C. (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Lopera Rueda, J. (2020). Prácticas, saberes y apropiación del medio audiovisual en los colectivos de comunicación comunitaria de la ciudad de Medellín. LUCIÉRNAGA, 11(22), 70-83. doi:<https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n22a2>
- Malik, S., Chapain, C., & Comunian, R. (2017). Rethinking cultural diversity in the UK film sector: Practices in community filmmaking. *Sage Journals*, 24(3), 308-329. doi:<https://doi.org/10.1177/1350508416689094>
- Programa Ibermedia. (2020). *Perú empieza el 2020 estrenando su nueva Ley de Cine*. Recuperado el 29 de Octubre de 2020, de <https://www.programaibermedia.com/peru-empieza-el-2020-estrenando-su-nueva-ley-de-cine/>
- RPP: Radio Programas del Perú. (01 de Septiembre de 2017). PCM aprobó proyecto para nueva Ley de Cine. Lima, Lima, Peru. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de <https://rpp.pe/cine/peru/pcm-aprobo-proyecto-para-nueva-ley-de-cine-noticia-1074038.?ref=rpp>
- Scott, A. J. (2006). Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17. doi:<https://doi.org/10.1111/j.0735-2166.2006.00256.x>
- Talavera, J. (2017). *Film production in Europe. Production volume, co-production and worldwide circulation*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. Recuperado de <https://rm.coe.int/filmproductionineurope-2017-j-talavera-pdf/1680788952>
- Vidaechea, J. (2013). *U+3(i). Espacios para la emergencia y la fertilización de la creatividad: el caso de los festivales audiovisuales de Barcelona*. Tesis para la obtención de Máster Oficial en Gestión Cultural, Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2445/47907>
- Vidaechea, J., & Pareja-Eastaway, M. (2017). Outlining spaces for the emergence and fertilization of creativity: the case of audiovisual festivals in Barcelona. En M. Wagner, J. Valls-Pasola, & T. Burger-Helmchen (Edits.), *The Global Management of Creativity* (págs. 82-96). New York, Estados Unidos: Routledge.
- Worldwrite. (2020a). *About us*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de WorldWrite Web Site: <https://www.worldwrite.org.uk/about/>

Worldwrite. (2020b). *Opportunities: Volunteering and training*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de Worldwrite Web Site: <https://www.worldwrite.org.uk/volunteering/>

Worldwrite. (2020c). *Our Impact*. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://www.worldwrite.org.uk/about/our-impact/>

Worldwrite. (2020d). *About us: Partners & Sponsors*. Recuperado el 24 de Octubre de 2020, de Worldwrite Web Site: <https://www.worldwrite.org.uk/about/sponsors/>

## Notas

[1] Este análisis abre el debate de cuáles son los criterios más adecuados para identificar si una ciudad es creativa o no y que industria es más creativa dentro de un sector cultural, ciudad y región. En tanto la informalidad en Lima, es una externalidad negativa que pueden invisibilizar información para reconocer su creatividad, se deja el cuestionamiento entorno a si Lima es o no una ciudad creativa.

[2] Siendo la tendencia de estos cuatro años, mayor cantidad de estrenos en cine alternativos que en las salas comerciales. Este 2019 se aprecia un transvase de la producción nacional a la cartelera comercial, siendo 34 películas en cines comerciales y 26 en circuitos alternativos (Cinencuentro, 2020).

[3] La asignación presupuestal anual mínima otorgada es de 6000 UIT. Un aumento que duplicar el otorgado en el 2017 de 3000 UIT

[4] Concluimos entonces que el modelo del genio solitario esta caduco. Y, en la actualidad, el genio es alguien socialmente interconectado.

[5] Tonamos como referencia La empresa “La Fábrica” por ser parte de la muestra de la investigación del análisis de las empresas españolas creativas (Casani, F et al, 2012). Esta investigación siguió los pasos del trabajo de Conhendet, seleccionando dos casos de análisis que son la empresa La Fabrica e Ilustrarte.

[6] Bansky es una artística especial porque no se sabe cuál es su verdadera identidad, ni cuál es su verdadera profesión. Pero cuya filosofía del arte contemporáneo pone en debate la creación del arte y considero que es una “fuerza impulsadora” para la creación de nuevas manifestaciones artísticas.

[7] Las once sedes del proyecto de Cine Comunitario de la Red de Microcines están ubicadas en Lima Norte, Lima Sur, Cusco, La Libertad, Puno, Piura, Ayacucho, Apurímac, Ancash, Loreto e Iquitos.

[8] Nos referíamos con comunidad local a la comunidad donde se ubican cada una de los microcines del grupo Chaski.

## Para citar este artículo:

Díaz, K. (2020). **Análisis de las experiencias de la Red de Microcines de Chaski (Peru) y Wordbytes de Worldwrite de Londres, en el desarrollo del sector audiovisual.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 12, Núm. 23. Pp 88-103. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a4>

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

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

# Video comunitario colombiano en YouTube. Tipos de contenido y duración

Gloria Esperanza Navarro Sánchez\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a5>

## Resumen

El artículo publica los resultados de la investigación que permitió establecer las características de 513 videos publicados en diez canales de YouTube creados por grupos colombianos dedicados a la producción de audiovisual comunitario o participativo, y clasificarlos según su contenido audiovisual y su duración. Se utilizó la metodología mixta y la técnica de recolección de la información fue el análisis de contenido y de datos descriptivos. Los canales objeto de estudio fueron: Kucha Suto Colectivo, Fundación Cine a la Calle, Red Comunicaciones Wayuu, ciudadcomuna, indigenasantioquia, SabaloIN, Fundación Cultural Ojo de Agua, de Fundescodes, Consejo Regional Indígena del Huila-Crihu, y ADCampesino.

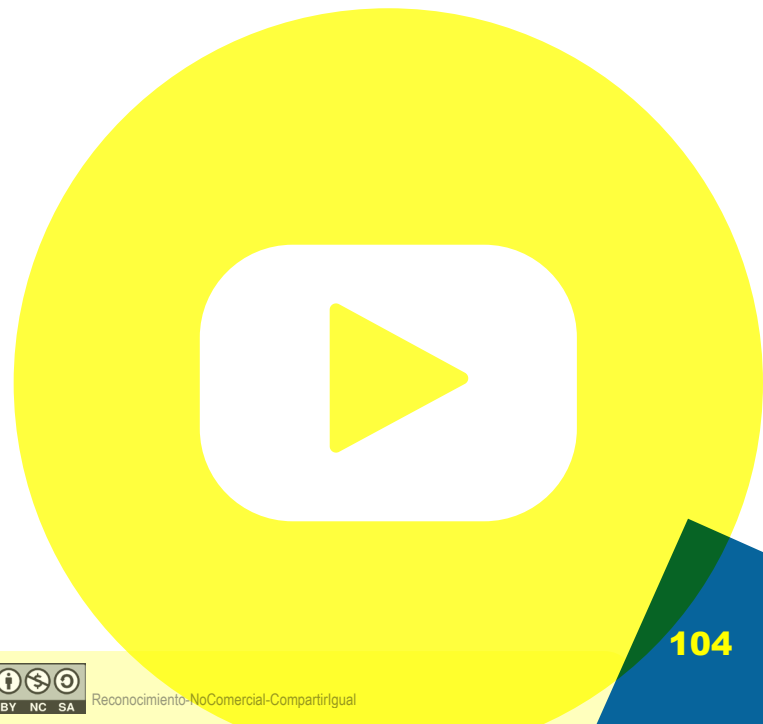
Los hallazgos muestran que en estos canales se publican videos de una gran variedad de categorías entre las que se destacan los documentales, los publicitarios así como los minimetrajés y cortometrajés. Entre usuarios o emirecs se advierte la tendencia a publicar y ver videos breves.

**Palabras clave:** YouTube; comunicación comunitaria; comunicación participativa; audiovisual comunitario; autocomunicación; emirecs.

**Recibido.** Marzo 26, 2020

**Aceptado.** Abril 07, 2020

\*Magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana. Candidata al título de Doctora en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3616-4894>; e-mail: [genavarros@unal.edu.co](mailto:genavarros@unal.edu.co)





# Colombian community video on YouTube. Types of content and duration

Gloria Esperanza Navarro Sánchez\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a5>

## Abstract

The article presents the results of the research that allowed to establish the characteristics of 513 videos posted on 10 YouTube channels developed by Colombian groups devoted to community or participatory audiovisual production, and to classify them according to their audiovisual content and duration. The mixed methodology was used and the technique for collecting the information was the analysis of content and descriptive data. The channels studied were: Kucha Suto Colectivo, Fundación Cine a la Calle, Red Comunicaciones Wayuu, ciudadcomuna, indigenasantioquia, SabaloIN, Fundación Cultural Ojo de Agua, de Fundescodes, Consejo Regional Indígena del Huila-Crihu, and ADCampesino.

The findings show that these channels post videos from a wide variety of categories, including documentaries, commercials, and mini-films and short films. Among users or broadcasters, there is a tendency to upload and watch short videos.

**Keywords:** YouTube; participatory communication; community communication; community audiovisual, self-communication; emirecs.

**Received.** March 26, 2020

**Accepted.** April 07, 2020

\*Master's Degree in Digital Communication from the Universidad Pontificia Bolivariana Candidate for the title of Doctor in Human and Social Sciences at the National University of Colombia in Medellin. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3616-4894> ; e-mail: [genavarros@unal.edu.co](mailto:genavarros@unal.edu.co)



# Vídeo da comunidade colombiana no YouTube. Tipos de conteúdo e duração

Gloria Esperanza Navarro Sanchez\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a5>

## Resumo

O artigo publica os resultados da pesquisa que permitiu estabelecer as características de 513 vídeos publicados em dez canais do YouTube criados por grupos colombianos dedicados à produção audiovisual comunitária ou participativa, e classificá-los de acordo com o seu conteúdo audiovisual e duração. A metodologia mista foi utilizada e a técnica utilizada para recolher a informação foi a análise do conteúdo e os dados descritivos. Os canais estudados foram: Kucha Suto Colectivo, Fundación Cine a la Calle, Red Comunicaciones Wayuu, ciudadcomuna, indigenasantioquia, SabaloIN, Fundación Cultural Ojo de Agua, de Fundescodes, Consejo Regional Indígena del Huila-Crihu, e ADCampesino.

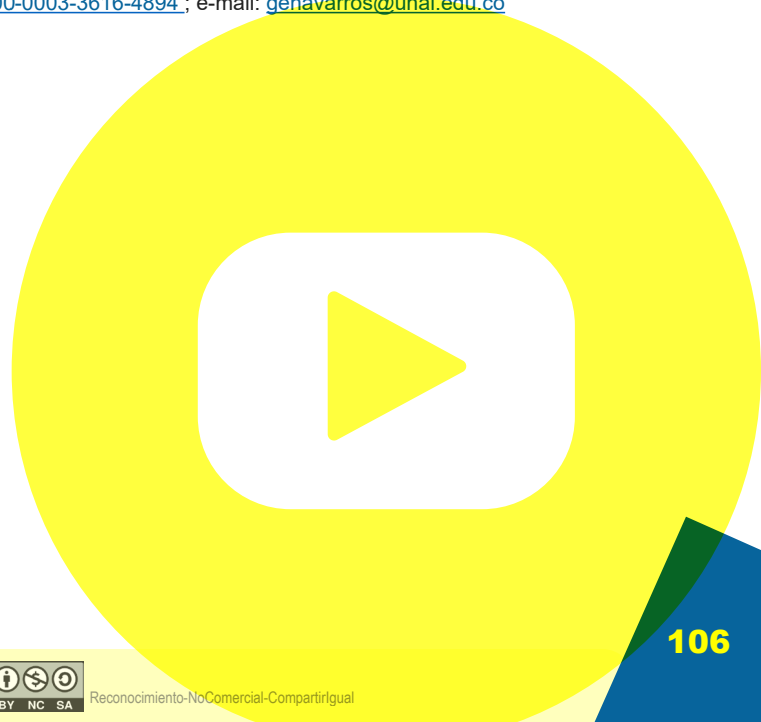
Os resultados mostram que estes canais publicam vídeos de uma grande variedade de categorias, incluindo documentários, comerciais, assim como mini-filmes e curtas-metragens. Entre os utilizadores ou emissoras, há uma tendência para publicar e ver vídeos curtos.

**Palavras chave:** YouTube; comunicação participativa; comunicação comunitária; audiovisual comunitário; auto-comunicação; emirecs.

**Received.** Março 26, 2020

**Accepted.** Abril 07, 2020

\*Mestre em Comunicação Digital pela Pontifícia Universidade Bolivariana. Candidato ao título de Doutor em Ciências Humanas e Sociais na Universidade Nacional da Colômbia, sede de Medellín. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3616-4894>; e-mail: [genavarros@unal.edu.co](mailto:genavarros@unal.edu.co)

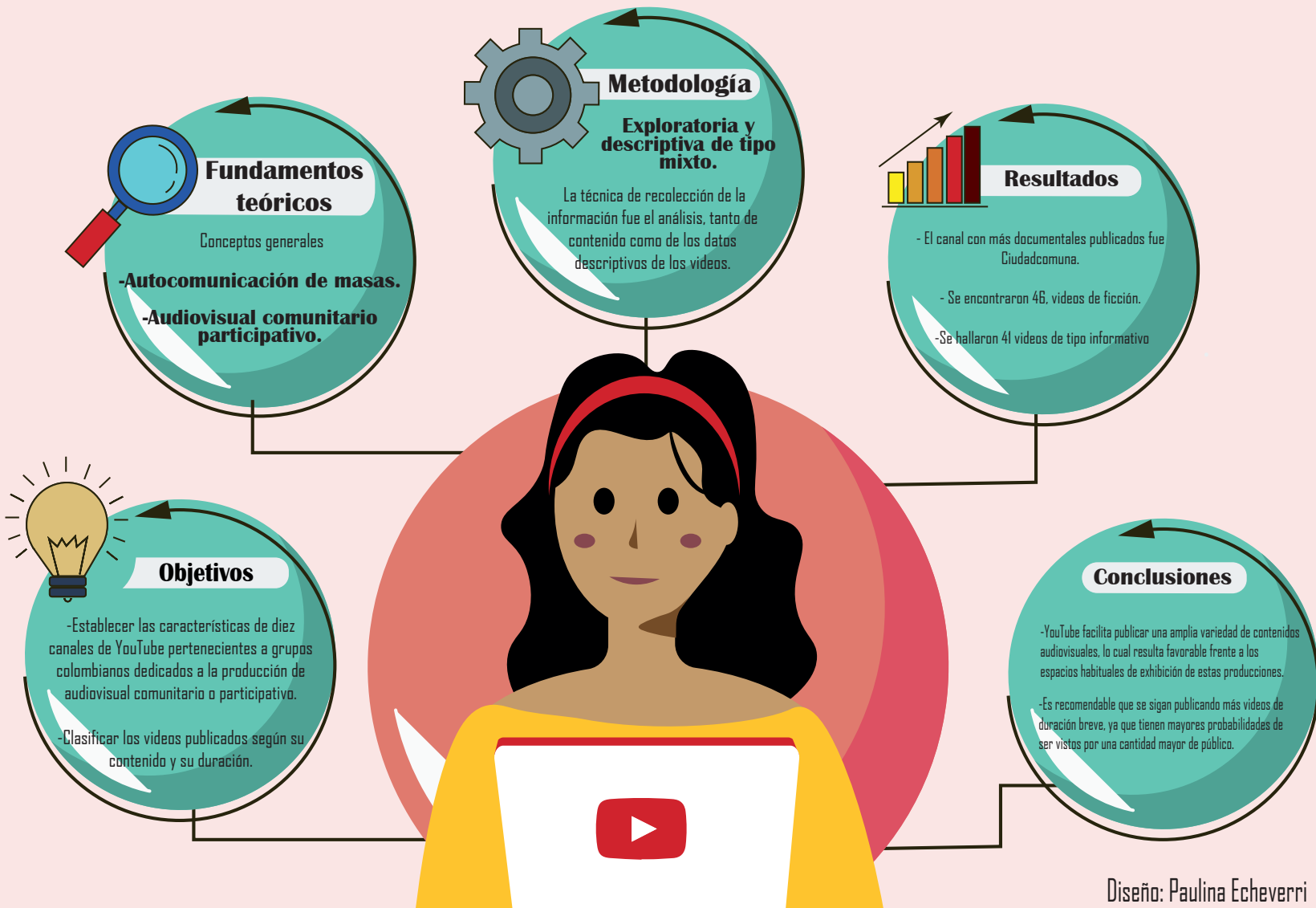


Infográfico

**Video comunitario colombiano en YouTube.  
Tipos de contenido y duración.**

Gloria Esperanza Navarro Sánchez

<https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a5>



Diseño: Paulina Echeverri

## Introducción

Uno de los objetivos específicos de la investigación [1] fue establecer las características de diez canales de YouTube creados por grupos urbanos, rurales y étnicos de Colombia, dedicados a la producción audiovisual comunitaria o participativa, ubicados en diferentes lugares del país, desde el extremo norte hasta el suroccidente, y de los videos publicados en cada uno de ellos.

En este artículo se amplían los resultados obtenidos del análisis de los videos alojados en dichos canales, desde la fecha de su publicación hasta el 31 de diciembre de 2018. Las preguntas que guiaron el estudio fueron: ¿cuáles tipos de videos, según su contenido audiovisual, se publican en estos diez canales?, ¿cuáles tipos de videos se publican en mayor cantidad y en un mayor número de canales?, ¿cuáles tipos de videos según su duración se publican en estos diez canales y cuáles son más vistos por los usuarios?. El estudio permitió ampliar el conocimiento de los diferentes usos que los grupos dan a sus canales en YouTube, y las preferencias en cuanto al tiempo de duración de las producciones, tanto de quienes las publican como de quienes las visualizan.

### 1. Fundamentos teóricos

Los conceptos centrales de esta parte del estudio fueron el de autocomunicación de masas y el de audiovisual comunitario o participativo.

Aunque los medios masivos de comunicación como la prensa escrita, la radio o la televisión dominaron en el manejo de la información durante el siglo XX, con el auge de internet, sobre todo con la llegada de su versión 2.0, llamada también internet social o interactiva, en la primera década del siglo XXI, la estructura de funcionamiento de los medios de comunicación se fue transformando de jerárquica, estable y vertical a una más democrática, dinámica y reticular, en el que el poder de emitir información dejó de ser privilegio de unos pocos, y en la que cualquier persona con acceso a internet puede llegar a tener un medio de comunicación audiovisual, por ejemplo, un canal de televisión en YouTube, la plataforma digital de publicación de videos creada en 2005; esto es lo que Castells (2008, p. 8) denominó la autocomunicación de masas:

“un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, (...) un nuevo medio, cuyo eje principal está compuesto por redes informáticas, cuyo lenguaje es digital y cuyos remitentes están distribuidos por todo el mundo y son globalmente interactivos”.

Ello no implica la desaparición de otros medios como los interpersonales o los de masas, por el contrario “coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí” (Castells, 2009, p. 88), y los medios que van surgiendo pueden contener a todos los que le precedieron, tal como lo afirmó McLuhan (1996), esto sucede en YouTube, donde se pueden ver contenidos publicados por canales de televisión abierta y de suscripción tales como Caracol Televisión o History Channel, o de emisoras de radio como RCN, que tienen sus propios canales en esta plataforma.

En esta época de medios participativos, ya no se habla de emisores o receptores, sino de usuarios, porque el receptor dejó de ser alguien que se limitaba a recibir mensajes, ahora puede ser también un participante activo del proceso de comunicación que también puede emitirlos, dentro un renovado y reforzado esquema comunicativo dialógico que puede funcionar de forma bidireccional, multidireccional o reticular.

El canadiense Jean Cloutier (1973, 2001) llama emirecs a estos usuarios, híbridos entre emisores y receptores que encuentran en las diferentes herramientas digitales disponibles en internet - redes sociales, plataformas de publicación de videos, blogs, entre otras - la facilidad para comunicar, ya no importa si no es un profesional que trabaja para un medio masivo, toda persona puede ejercer como

nunca antes el derecho humano a la libertad de expresión, el cual “incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (ONU, 1948).

El audiovisual comunitario o participativo, es definido por Gumucio (2014, p. 23) “como aquel que involucra y promueve la apropiación de los procesos de producción y difusión por parte de la comunidad”. Entre las finalidades de este tipo producciones es exhibirse ante los mismos grupos sociales donde se producen y presentarse en circuitos alternativos como los festivales de cine comunitario, algunos de los cuales cuentan en la actualidad con el apoyo de entes gubernamentales, como sucede en Colombia con el Ministerio de Cultura o las secretarías de cultura locales.

## 2. Estado del arte

Entre los estudios sobre audiovisual comunitario o participativo realizados en Colombia se encuentran los de Román (2009), Aguilera y Polanco (2011), Iriarte y Miranda (2011), Mazo (2012), Rodríguez (2013), Urrea (2013), Garcés (2015) y Lopera (2019). Es de destacar los de César Mazo (2012) y Frank Rodríguez (2013), ambos trabajos de grado de la Maestría en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) de Medellín, por su cercanía con el tema tratado en esta investigación. El primero de ellos, titulado *Posibilidades del audiovisual comunitario en la cibercultura*, analizó “las posibilidades que tiene el audiovisual comunitario para fortalecerse como proceso y producto al incorporar Internet como plataforma colaborativa y de publicación” (Mazo, 2012, p. 10), para lo cual utilizó la entrevista como técnica principal de recolección de información.

El estudio se enfocó en tres colectivos de video comunitario de la ciudad de Medellín (Full Producciones, Cinética 8 y Platohedro) que utilizan internet para publicar sus contenidos y que tienen en común estar liderados e integrados por jóvenes. Entre las conclusiones, se resalta el hecho de que los integrantes de estos colectivos utilizan internet y las tecnologías digitales sin obsesionarse con estas herramientas, sino de acuerdo a “sus necesidades, (...) porque tienen claro que no basta con tener las aplicaciones tecnológicas y la conectividad. En cambio, defienden la idea de que la clave está en la creación, la orientación de sus contenidos y las dinámicas participativas” (Mazo, 2012, p. 99). Por su parte, la investigación de Rodríguez (2013) *Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las prácticas de los colectivos de video comunitario en Colombia*, tuvo por objetivo principal diagnosticar los niveles de apropiación social de las TIC de tres experiencias de video comunitario realizado por la misma cantidad de colectivos colombianos en el que se identificaran aplicaciones, procesos y niveles de manejo de herramientas virtuales a fin de fortalecer y consolidar ese movimiento (P.12).

Esta investigación se centró en tres colectivos de video comunitario ubicados en diferentes regiones del país (Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes, Caquetá; Tikal producciones, de Cali; y Sueños Films, de Bogotá) es de tipo cualitativo exploratorio y las técnicas de recolección de datos empleadas fueron la entrevista a profundidad, y la observación tanto participante como no participante en ambientes reales y virtuales.

Entre las conclusiones a las que llegó el autor se destacan que el uso de internet, sobre todo de redes sociales como Facebook o YouTube les ha permitido a estos colectivos de video comunitario “establecer relaciones con experiencias similares forjando redes de aprendizaje, información y comunicación” (Rodríguez, 2013, p. 80); los tres colectivos estudiados pueden clasificarse como prosumidores, ya que son a la vez productores y consumidores de contenidos; estos grupos acondicionan sus productos audiovisuales a las particularidades de internet: en su mayoría son de duración corta, se acompañan de materiales multimedia (fotos, ilustraciones y textos) y son

distribuidos por las redes sociales haciendo uso de sus particularidades expresivas; y, por último, estos grupos se identifican como instancias de poder por el hecho de generar contenidos, lo que les da un valor de tipo político porque estas prácticas se constituyen en ejercicio de construcción ciudadana que evidencia la “apropiación colectiva de tecnologías y narrativas que invita a los participantes a ser solidarios y reconocer al otro en contextos de violencia en donde desarrollan su trabajo” (Rodríguez, 2013, p. 81).

En el contexto latinoamericano se destacan los estudios sobre audiovisual comunitario o participativo realizados por Zamorano (2009), Álvarez (2013), Torres (2013), Quintar, González y Álvarez (2014), Gumucio (2014), Aizpuru (2015), Cuevas (2016), Soler (2017), Molfetta (2017), Amador (2017), y Gonzales (2017), desde diferentes disciplinas de las ciencias humanas y sociales entre las que están la antropología, la comunicación social, la comunicación audiovisual, la pedagogía y el arte. En estas investigaciones predomina el enfoque cualitativo, la descripción, análisis y reflexión a partir de experiencias y procesos de realización de audiovisual comunitario o participativo, que incluyen a su vez procesos de transformación de los grupos sociales involucrados, entre los que se encuentran comunidades urbanas, rurales e indígenas, y personas con algún tipo de discapacidad física.

### 3. Metodología

La metodología empleada en esta parte de la investigación, perteneciente a la primera categoría de análisis, denominada características de los diez canales de YouTube, fue exploratoria y descriptiva de tipo mixto. Se eligió esta metodología porque facilita “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un sólo estudio” (Chen, 2006, citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534) y es flexible al permitir a los investigadores crear diseños específicos de acuerdo con sus requerimientos particulares. La técnica de recolección de la información fue el análisis, tanto de contenido como de los datos descriptivos de los videos, estos últimos son llamados por otros investigadores datos de identificación (Villalobos, 2016, p. 50), características descriptivas (Zabala, 2018, p. 42), o datos de los videos (Fernández, 2015, p. 53).

La información se registró en matrices elaboradas con el programa Microsoft Excel, en las que se incluyeron datos de cada uno de los videos publicados en cada canal desde la fecha de su creación hasta diciembre de 2018. Se eligió este programa porque permite registrar información numérica y textual, consultarla fácilmente, utilizar fórmulas matemáticas, además de facilitar su almacenamiento: sólo fue necesario un archivo para guardar toda la información recolectada, dentro de este se abrieron diez hojas, en las que se crearon las matrices, una para cada canal. Para esta investigación la elección resultó ser funcional tanto para la recolección como para el análisis de la información y más práctico que usar las llamadas fichas de observación o fichas de análisis que se utilizan tradicionalmente como instrumento de recolección de datos y se diligencian de forma individual. El orden de registro en cada matriz fue de la fecha de publicación más antigua a la más reciente, gracias a que YouTube permite a los usuarios elegir el orden en que prefieren que aparezcan los videos publicados en cada canal.

En estas matrices se registraron los datos descriptivos de cada video (cualitativos y cuantitativos) tales como el título, el año de publicación, la cantidad de visualizaciones de cada uno, la dirección URL, su duración (en minutos y segundos, u horas, minutos y segundos) y categoría según esta. Para poder categorizar los videos según la duración se adaptaron (con algunas modificaciones) las propuestas de clasificación del Ministerio de Cultura de Colombia (2015, 2017) y el investigador español Demetrio Brisset (2015), las cuales se sintetizan en la Tabla 1.

**Tabla 1.**

Categorías de producciones audiovisuales según su duración para este estudio

<b>Categorías</b>	<b>Duración</b>
Micrometrage	Entre uno y diez segundos (1 s – 10 s).
Minimetrage	Entre 11 segundos y seis minutos y 59 segundos (11 s – 6 min y 59 s).
Cortometrage	Entre siete minutos, y 51 minutos y 59 segundos (7 min – 51 min y 59 s).
Largometrage	Desde 52 minutos en adelante (=52 min – +52 min).

Fuentes: Ministerio de Cultura (2015, 2017) y Brisset (2015). Elaboración: Autora (2020).

Luego de realizar el registro de los datos descriptivos de cada canal se iniciaba el de los datos correspondientes al análisis de contenido; dentro de las mismas matrices (se utilizaron dos columnas, una para escribir la posible categoría y otra para escribir observaciones). En este caso de tipo nominal (Andréu, 2001) porque tenía como finalidad registrar información para clasificar los videos según su contenido audiovisual. Es necesario aclarar que las únicas dos categorías que se establecieron de forma previa fueron las de documentales y videos de ficción, debido a la exploración que realizó la autora para seleccionar los canales que harían parte del estudio, pero que no se establecieron otras categorías de contenidos específicas en las cuales ir ubicando los videos, debido a la gran variedad de tipos de contenido audiovisual que existen en la actualidad (a causa de los diversos usos por parte de los usuarios o emirecs de las plataformas digitales como YouTube) que hacen que las clasificaciones tradicionales de géneros audiovisuales resulten insuficientes. El proceso de categorización realizado, que inició en la fase de recolección de la información y finalizó en la fase de análisis de los datos recolectados, se explica de forma breve en la Tabla 2.

**Tabla 2.**

Proceso de categorización de videos según su contenido audiovisual

<b>Etapas</b>	<b>Actividades realizadas y ejemplos</b>
1. Observación de los videos y toma de notas.	Luego de observar cada video se tomaba alguna nota que ayudara a clasificarlo, por ejemplo: “es un reportaje”, “documental”, o “ver de nuevo para poder clasificar”.
2. Unificación de términos.	Si en el proceso de recolección de información se registraron términos diferentes para referirse a un mismo tipo de video, por ejemplo: “anuncio”, “aviso” o “publicidad”, estos se unificaron en el proceso de análisis de la información con el término “avisos publicitarios”.
3. Agrupación de videos similares.	Los videos con características similares se fueron ubicando en grupos, por ejemplo, los registrados como “noticiero”, “reportaje”, “nota periodística” o “magacín televisivo”, se ubicaron en el grupo “informativos”; y los registrados como “saludo”, “tarjeta en video”, “mensaje”, “felicitación”, o “reclamo”, se agruparon como “mensajes”.

4. Establecimiento de las categorías.	Esto se hizo con la búsqueda de bibliografía (sobre todo en libros y artículos académicos) que sustentara la elección de los nombres de las categorías que se iban creando y que ayudara a resolver dudas que surgieron sobre la ubicación de algunos videos en determinadas categorías, por ejemplo, en el caso de los tráileres o avances, se tenía la duda de si eran resúmenes o videos publicitarios, pero la explicación encontrada en un artículo académico permitió ubicarlos como publicitarios.
5. Cuantificación de las categorías.	Se establecieron las cantidades y porcentajes de videos de cada categoría en cada canal y luego se unificó la información.

*Elaboración propia.*

La información se recolectó entre los meses de febrero y junio de 2018, fue necesario hacer revisiones de los canales de forma mensual, con el fin detectar y registrar los nuevos videos que se publicaran en cada uno, y los cambios en datos como la cantidad de visualizaciones de cada video. La última revisión se realizó el 31 de diciembre de 2018.

### 3.1 Muestra

La muestra fue de tipo no probabilístico o propositivo (Hernández et al., 2010, p. 580) y de ella hicieron parte diez canales de YouTube creados y utilizados por la misma cantidad de grupos dedicados a la producción de audiovisual comunitaria o participativa ubicados en diferentes regiones de Colombia (Caribe, Andina y Pacífica), tratando de que resultara heterogénea respecto a la ubicación geográfica y a los contextos sociales y culturales, que tuvieran documentales entre sus publicaciones por ser estos parte fundamental de la investigación; sin tener en cuenta la cantidad que se hubiera publicado en cada canal; se consideró también que se ubicaran en alguno de los tres tipos de grupos dedicados a la producción audiovisual comunitaria establecidos: urbanos, rurales y étnicos, con base en los tipos propuestos por Gumucio (2014).

Los grupos de producción audiovisual comunitaria o participativa, objeto del estudio, fueron localizados por medio de una observación exploratoria (Arjona, 2012, p. 5) utilizando tanto motores de búsqueda de internet como Google y Google Académico, y el de YouTube. También utilizando términos de búsqueda como “grupos de video comunitario en Colombia” “video comunitario colombiano”, “video participativo colombiano”, “audiovisual comunitario en Colombia”, “audiovisual participativo en Colombia”, entre muchos otros; y se seleccionaron luego de comprobar que tenían un canal en la plataforma YouTube con videos publicados y luego de descartar de la muestra algunos canales que aparecían registrados a nombre de un solo integrante, con la idea de que los elegidos mantuvieran la esencia comunitaria o participativa de los grupos a los que pertenecen y no se tratara de iniciativas personales. También se descartaron canales con menos de diez videos publicados por considerar que no darían aportes significativos. Este proceso de selección se llevó a cabo a lo largo del año 2017. Los diez canales que conformaron la muestra se encuentran en la Tabla 3.



Tabla 3.

Grupos de audiovisual comunitario o participativo que conformaron la muestra

Canal de YouTube	Fecha de creación del canal	Grupo de audiovisual comunitario o participativo al que pertenece el canal	Ubicación geográfica del grupo de audiovisual comunitario o participativo.	Tipo de grupo, adaptación de clasificación de Gumucio (2014).
1. Kucha Suto Colectivo [2]	7 de mayo de 2012.	Colectivo de Comunicaciones Kuchá-Suto de Palenque.	Corregimiento de San Basilio de Palenque, municipio de Mahates, Bolívar. Región Caribe.	Étnico (afrocolombiano).
2. Fundación Cine a la Calle	30 de marzo de 2017.	Fundación Cine a la Calle.	Barranquilla, Atlántico. Región Caribe.	Urbano.
3. Red Comunicaciones Wayuu	25 de marzo de 2015.	Red de Comunicaciones del Pueblo Wayuu – <i>Pütchiimaajana</i> .	Territorio wayuu. La Guajira (Colombia) y El Zulia (Venezuela) Región Caribe.	Étnico (indígena).
4. Ciudadcomuna	22 de noviembre de 2011.	Corporación para la Comunicación Ciudad Comuna.	Medellín, Antioquia. Región Andina.	Urbano.
5. Indigenasantioquia	19 de noviembre de 2012.	Organización Indígena de Antioquia, OIA.	Medellín, Antioquia. Región Andina.	Étnico (indígena).
6. SabaloIN	19 de junio de 2012.	Sábalo Producciones.	Manizales, Caldas. Región Andina.	Urbano
7. Fundación Cultural Ojo de Agua	12 de octubre de 2011.	Fundación Cultural Ojo de Agua.	Villa de Leyva, Boyacá. Región Andina.	Rural.
8. de Fundescodes [3]	21 de marzo de 2013.	Fundación Espacios de Convivencia y Desarrollo Social, Fundescodes.	Buenaventura, Valle del Cauca. Región Pacífica.	Urbano.
9. Crihu – Consejo Regional Indígena del Huila	9 de noviembre de 2011.	Consejo Regional Indígena del Huila, Crihu.	Neiva, Huila. Región Andina.	Étnico (indígena).
10. ADCampesino	10 de agosto de 2011.	Asociación para el Desarrollo Campesino, ADC.	Pasto, Nariño. Región Pacífica.	Rural.

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

## 4. Resultados

### 4.1. Tipos de videos publicados en cada canal según su contenido audiovisual.

Después de analizar cada uno de los 513 videos publicados en los diez canales desde su creación hasta el 31 de diciembre de 2018 (ver Tabla 4), se establecieron 18 categorías según el contenido audiovisual, todas ellas provenientes de medios predecesores de internet como la comunicación interpersonal, la literatura oral y escrita, la prensa, el cine, la radio y la televisión.

**Tabla 4.**

Cantidad de videos publicados en cada canal

<b>Canales de YouTube</b>	<b>Cantidad de videos publicados</b>
Ciudadcomuna	77
ADCampesino	75
Red Comunicaciones Wayuu	75
Fundación Cultural Ojo de Agua	70
Kucha Suto Colectivo	56
de Fundescodes	46
SabalolN	44
indigenasaintioquia	34
Crihu – Consejo Regional Indígena del Huila	26
Fundación Cine a la Calle	10
<b>Total de videos publicados</b>	<b>513</b>

*Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.*

En la tabla 5, se pueden ver las 18 categorías que se establecieron y la cantidad de videos que se ubicaron dentro de cada una ordenados de mayor a menor. Los documentales y videos publicitarios encabezan esta tabla.

**Tabla 5.**

Categorías establecidas y cantidad de videos ubicados en cada una en orden descendente

<b>Categorías de contenido audiovisual establecidas</b>	<b>Cantidad de videos</b>
Documental	235
Publicitario	72
Ficción	46
Informativo	41
Institucional	30
Resumen	22
Musical	17
De prueba	8
Documento	8
Docuficción	7
Didáctico	7
Demo	6
Mensaje	5
Opinión	3
Presentación	2
Obra de teatro	2
Explicativo	1
Fragmento	1

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

En la tabla 6 se puede ver la cantidad de categorías de contenido audiovisual halladas en cada canal. Los de más variedad de categorías fueron Kucha Suto Colectivo y Fundación Cultural Ojo de Agua, con nueve en cada uno.

**Tabla 6.**

Cantidad de categorías de contenido audiovisual en cada canal

<b>Canales de YouTube</b>	<b>Categorías en cada canal</b>
Kucha Suto Colectivo	9
Fundación Cultural Ojo de Agua	9
ADCampesino	8
Ciudadcomuna	8
Crihu – Consejo Regional Indígena del Huila	8
de Fundescodes	8

Red Comunicaciones Wayuu	7
SabalolN	7
Indigenasaintioquia	6
Fundación Cine a la Calle	5

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

En la tabla 7 se puede observar la cantidad y el porcentaje de canales en los que se encuentra cada una de las categorías establecidas. Los documentales y publicitarios se encuentran en los diez canales, seguidos de los resúmenes, presentes en nueve de los canales.

**Tabla 7.**

Cantidad y porcentaje de canales en los que se encuentran las categorías de contenido audiovisual establecidas

<b>Categorías de contenido audiovisual establecidas</b>	<b>Cantidad de videos</b>	<b>Cantidad de canales en los que se encuentra cada categoría</b>	<b>Porcentaje</b>
Documental	235	10	100 %
Publicitario	72	10	100 %
Resumen	22	9	90 %
Ficción	46	6	60 %
Informativo	41	6	60 %
Musical	17	6	60 %
Institucional	30	5	50 %
Documento	8	4	40 %
Docuficción	7	4	40 %
Didáctico	7	3	30 %
Mensaje	5	3	30 %
Demo	6	2	20 %
Presentación	2	2	20 %
De prueba	8	1	10 %
Opinión	3	1	10 %
Obra de teatro	2	1	10 %
Explicativo	1	1	10 %
Fragmento	1	1	10 %

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

A continuación se describen de forma más detallada las 18 categorías de contenido audiovisual establecidas en esta investigación.

Los documentales, definidos por el Instituto de Estadística de la Unesco (UIS, por su sigla en inglés) como “trabajos no ficticios que exponen eventos reales o intentan informar al espectador sobre alguna situación verídica” (2016, p. 24), resultaron ser el tipo de contenido más publicado en estos diez canales: se encontraron 235, el 45.81 por ciento del total, lo que marca una diferencia con los documentales comerciales o industriales que en general están en desventaja numérica frente a las producciones de ficción [4], al parecer en estos canales es muy marcado el interés por mostrar las diferentes realidades vividas en cada contexto en temas como la forma de enfrentar problemas sociales, las expresiones culturales y el cuidado del medioambiente, entre muchos otros

El canal con más documentales publicados es Ciudadcomuna, con un total de 61, la mayoría de los cuales se dedican a abordar temáticas de tipo social, con un especial énfasis en la búsqueda de soluciones a los diferentes problemas que enfrentan los habitantes de zonas vulnerables de Medellín y de algunos municipios del departamento de Antioquia, sobre todo de la Comuna 8, zona eje del trabajo de la Corporación para la Comunicación Ciudad Comuna, sin embargo el documental más visto que se encontró fue [Archivo Isla Gorgona](#), publicado en 2013 en el canal SabaloIN de Sábalo Producciones (Manizales, Caldas), que contaba con 31.839 visualizaciones al momento de recolectar la información.

Los videos publicitarios, que junto con las producciones documentales son las categorías que están presentes en todos canales que conformaron la muestra, se ubican en el segundo lugar respecto a su cantidad: se encontraron 72 videos de este tipo (el 14.04 por ciento).

Es importante resaltar que estos videos son en su mayoría invitaciones a participar en eventos organizados por estos grupos en sus respectivas regiones, tales como festivales de música, cine o gastronomía, o campañas de promoción de alguna causa, como puede ser el cuidado del medioambiente. Un ejemplo de estos videos es el titulado [Llega el IV encuentro de Saberes y Sabores Tradicionales!!!](#) (sic), publicado en 2017, en el canal ADCampesino.

En esta categoría se incluyeron diez tráileres o avances publicados en cuatro de los canales (Fundación Cine a la Calle, ciudadcomuna, Fundación Cultural Ojo de Agua y ADCampesino), con los que se busca que los usuarios conozcan la existencia de una producción audiovisual o teatral y puedan atribuirle “características determinadas que le ayuden a distinguirla del resto”, según Dornateche (2002, p. 100), para quién los tráileres tienen tres características esenciales: son al mismo tiempo herramientas de comunicación publicitaria, son un tipo de publicidad específica, y constituyen un género de entretenimiento autónomo digno de contemplación y de reflexión (2002, p. 115).

De un tipo de producción audiovisual a la que se ha denominado resumen o videoresumen, se encontraron 22 videos (el 4.29 por ciento del total), en nueve de los canales. Los video resúmenes son producciones de duración breve en los que se muestran los aspectos más importantes de un suceso o evento determinado, generalmente en orden desde el inicio hasta el final (se puede decir que es una estructura clásica de inicio, intermedio y desenlace). Los dos canales que más publican este tipo de videos son ADCampesino, de la Asociación Campesina de Colombia ADC de Pasto (Nariño), con siete, y SabaloIN, perteneciente a Sábalo Producciones de Manizales (Caldas), con cuatro.

Respecto a los videos de ficción, se encontraron en total 46 (esto es el 8.97 por ciento) en seis canales. En este tipo de producciones se representan historias imaginarias o basadas en hechos sucedidos en la realidad con la participación de actores reales o con el uso de títeres, marionetas o técnicas de animación, como puede ser la llamada *cutout*, hecha con recortes de papel.

En su mayoría las producciones de ficción encontradas son originales de los grupos que conformaron la muestra, sólo se encontró un video que fue la excepción, se trata de la producción estadounidense de cine mudo titulada *Neighbors* (1920) publicada en el canal Fundación Cultural Ojo de Agua en 2016 con el título de *Vecinos de Buster Keaton con subtítulos*.

Este mismo canal es el que lidera en cantidad de producciones de ficción publicadas, con un total de 27, de las que se resalta el trabajo de sus integrantes con dos grupos etarios que son al mismo tiempo diferentes y complementarios: los niños y los adultos mayores habitantes de diferentes municipios de los departamentos de Boyacá y Santander, zonas donde la fundación tiene su mayor campo de acción, como ejemplo de esto está la producción *Después de la guerra* (2017) creada por estudiantes y docentes de una institución educativa rural de Barichara (Santander), con base en una investigación realizada con habitantes del municipio, en la que se representa cómo construyeron la paz en un territorio que padeció la violencia bipartidista de mediados del siglo XX.

Por otra parte, se hallaron 41 videos de tipo informativo (es decir, el 7.99 por ciento del total) en seis de los canales, la mayoría de ellos en los canales Red Comunicaciones Wayuu (17) e indigenasantioquia (13), creados por integrantes de comunidades indígenas, los cuales se clasificaron en tres clases, de acuerdo con la propuesta de Cebrián Herreros (1983, citado por Mas, 2011, p. 104): referenciales, dialógicos e híbridos.

Los 29 de tipo referencial se caracterizan por tener “un arranque y una entrada o *lead*, un desarrollo y un cierre” (Mas, 2011, p. 104), la mayor parte de los encontrados utilizan un locutor en modo voz en *off* que narra las noticias mientras se muestran las imágenes de los sucesos, aunque en algunos se usan las figuras del presentador de noticias o del reportero de campo. Los tres videos de tipo dialógico son entrevistas en las que se indaga, consulta, coopera, participa o polemiza a propósito de una información (con base en Mas, 2011, p. 104); y los nueve videos de tipo híbrido incluyen características de las dos clases anteriores como se puede ver en los magacines televisivos publicados en los canales Red Comunicaciones Wayuu y Kucha Suto Coletivo.

También se encontraron 17 videos musicales (esto es un 3.31 por ciento del total) en seis de los canales de YouTube, entre videoclips, grabaciones de presentaciones en vivo y un archivo de audio editado con una imagen estática, este último se titula *Gas natural para Palenque* (2013) y fue publicado en el canal Kucha Suto Colectivo, del grupo del mismo nombre ubicado en el corregimiento de San Basilio de Palenque (municipio de Mahates, Bolívar), canal en el que se encontraron cuatro videos musicales, la misma cantidad que en los canales ciudadcomuna (de la Corporación para la Comunicación Ciudad Comuna de Medellín), y de Fundescodes (de la Fundación del mismo nombre, ubicada en Buenaventura, Valle del Cauca), en los que estos videos son en su mayoría videoclips de canciones pertenecientes a géneros musicales contemporáneos como el rap o el reguetón, en el caso del primer canal hay espacio tanto para estos como para los ritmos de origen africano, por ejemplo la tradicional chalupa o el moderno *soukus*.

Otra categoría está conformada por los videos institucionales, que según el Ministerio de Cultura de Colombia son producciones audiovisuales que “divulgan las labores, beneficios o programas de instituciones públicas, privadas o mixtas” (2017, p. 6). De este tipo de videos se encontraron 30, es decir, el 5.85 por ciento, en cinco de los canales, algunos de los cuales se realizaron en

coproducción o con el patrocinio de entidades públicas como los ministerios de Cultura, del Interior, o del Ambiente y Desarrollo Sostenible, gobernaciones departamentales o secretarías locales. Los dos canales en los que más se publicaron videos de este tipo son de Fundescodes (11) y Kucha Suto Colectivo (9).

De un tipo de producción audiovisual a la que se ha llamado documento o videodocumento se encontraron ocho producciones (esto es el 1.56 por ciento) en cuatro de los canales. Se puede decir que un videodocumento es un registro audiovisual de un momento de la vida real, una especie de fotografía en movimiento que en general se realiza con una sola cámara y una sola toma y no tiene un gran trabajo de edición. Los canales en los que más se encontraron este tipo de registros de la realidad son de Fundescodes y Crihu – Consejo Regional Indígena del Huila, con tres en cada uno.

Uno de los hallazgos más interesantes de esta categoría de la investigación lo constituyen los videos que se clasificaron como de docuficción, híbridos entre documental y ficción, diferentes de los llamados falsos documentales, que pueden considerarse parte del mundo de la ficción. En una docuficción se puede encontrar algo como un personaje ficticio entrevistando a personas reales o viceversa. El origen de este tipo de producciones se encuentra en la literatura, donde autores como Martínez (2014) lo conceptualizan como una combinación ambigua de elementos, técnicas y estrategias de la realidad y de la ficción. Esta “ambigüedad presenta una estrategia narrativa referencial y ficcional al mismo tiempo, no de forma intermitente y fragmentada, sino de forma simbiótica e integral” (Martínez, 2014, p. 29). De estos experimentos narrativos audiovisuales se encontraron siete, es decir, el 1.36 % del total, en cuatro de los canales. El canal que más ha incursionado en este tipo de producciones es Fundación Cultural Ojo de Agua con tres, una de las cuales, a modo de ejemplo, es *El misterioso caso de las ceibas* (2015).

La siguiente categoría establecida es la de los videos didácticos, que según Marquès Graells (1999) son aquellos que “son elaborados con una intencionalidad específica educativa” y entre los cuales se encuentran los videos tutoriales, en los que se explican de forma detallada y simple los pasos para realizar algo. De estos videos se encontraron en total siete (el 1.36 por ciento) en tres de los canales. La gran mayoría (cinco) se encontraron en el canal ADCampesino, estos están enfocados en enseñar temas de la vida rural, como se puede ver en el video titulado *Consejos para una buena huerta casera* (2018).

En tres de los canales se encontraron cinco videos (el 0.97 por ciento) que conforman la categoría denominada mensajes o videomensajes, que tienen su origen en las cartas, postales y tarjetas, en los que se envían saludos, felicitaciones por una fecha o suceso especial, y solicitudes a destinatarios específicos ya sean individuales o grupales.

El canal en el que más se encontraron este tipo de videos fue ADCampesino, con tres. A modo de ejemplo dos videomensajes muy diferentes son: *8 de marzo - Homenaje a la mujer rural* (2018), una tarjeta en video publicada en el canal ADCampesino, y *Arroyo Bruno - #ElAguaEsNuestra Solicitud a gobernadora Oneida* (2016), publicado en el canal Red Comunicaciones Wayuu, dirigido a la gobernadora de La Guajira de ese entonces para pedirle que cumpliera sus promesas de campaña respecto al cuidado de los recursos hídricos de este departamento, afectados durante más de tres décadas por la explotación minera por parte de la multinacional Carbones del Cerrejón Limited, y que no permitiera el desvío del arroyo Bruno porque dejaría sin agua a muchos habitantes.

La categoría a la que se llamó demo está conformada por seis videos (es decir, el 1.17 por ciento del total) publicados en dos de los canales: Fundación Cultural Ojo de Agua (seis), y Kucha Suto Colectivo (uno). En estos videos se publican muestras breves del trabajo realizado por una persona

o grupo para darse a conocer con diferentes fines: publicitarios, laborales, entre otros. Un video de este tipo también se puede llamar videoportafolio o *reel*.

Dos videos (el 0.39 por ciento), encontrados en los canales de Fundescodes y Crihu - Consejo Regional Indígena del Huila, conforman la categoría llamada presentación o presentación de diapositivas. En estos se exponen datos sobre diversos temas haciendo uso de elementos como fotografías, animaciones, música, efectos de sonido o videos, se pueden realizar con programas como Power Point de Microsoft y se guardan en formatos de video tales como MP4 o WMV para ser publicados en YouTube. Los dos videos encontrados son *Lo que soy yo* (2013), con fotografías que muestran las diferentes actividades (recreativas, artísticas y educativas) realizadas por los niños y jóvenes vinculados a Fundescodes en Buenaventura, y *Octava promoción de la institución educativa Yu Luucx Pishaw* (2013) que contiene imágenes de la graduación de los estudiantes de un colegio ubicado en el Resguardo Nasa de Juan Tama (Huila).

Las últimas cinco categorías se hallaron en un canal cada una. La primera de estas se denominó videos de prueba, y se encontraron ocho de estos (el 1.56 por ciento del total) en el canal Red Comunicaciones Wayuu. En estas publicaciones se demuestran conocimientos, intereses o talentos de forma individual o grupal con la intención de llegar a ser elegido para participar en algún tipo de actividad, sea laboral, académica o artística, por lo que también se les puede llamar videos de *casting*, de selección o de audición. En el caso de los videos encontrados se puede decir que tienen una finalidad académica ya que quienes los realizaron son jóvenes de la etnia Wayuu interesados en hacer parte de la Escuela de Comunicaciones del Pueblo Wayuu – *Pütchiimaajana* en el año 2016.

Tres videos (esto es el 0.58 por ciento del total) publicados en el canal indigenasantioquia de la Organización Indígena de Antioquia (OIA) en 2017 conforman la categoría llamada videos de opinión. En estos se expresan y se argumentan puntos de vista sobre asuntos determinados, que por lo general tienen que ver con hechos noticiosos de carácter local, regional o nacional: el desarme de las Farc y la liberación de un líder indígena que estaba en prisión, en el caso de estos tres videos. Como no se encontraron más videos de este tipo dentro de las publicaciones del canal no se pueden clasificar como parte del videocolumnismo al que se refieren Gaviria y Polo (2019), para el que se requiere que los videos con contenido de opinión se publiquen de forma periódica (cada semana, cada quincena, cada mes), tal como sucede con los columnistas de los medios escritos tradicionales.

Por otra parte, dos videos (es decir, el 0.39 por ciento) publicados en el canal Fundación Cultural Ojo de Agua en 2015, conforman la categoría llamada obras de teatro. Estos videos son más que una obra teatral grabada (esto lo acercaría más a lo que en este artículo se ha definido como documento o videodocumento), son en realidad versiones en video de las obras teatrales realizadas de forma profesional cuidando detalles artísticos y técnicos, y editadas de forma que quien las vea viva la experiencia como si en realidad estuviera en la sala de teatro, como lo hace por ejemplo el National Theatre del Reino Unido con el proyecto National Theatre Live, que desde el año 2009 lleva obras de teatro en vivo o grabadas a salas de cine alrededor del mundo. Las dos obras publicadas son las producciones del Teatro Itinerante del Sol de Villa de Leyva (Boyacá) *Omaira* (2015) y *Origenes hacia el sur* (2015).

Las dos últimas categorías corresponden a dos videos publicados en el canal ciudadcomuna: *Desalojo en 5 pasos* (publicado en 2015) es un video explicativo, y *Jairo Maya innovador de la memoria* (publicado en 2016) es un fragmento. El primero corresponde a un tipo de video animado que surgió en el mundo de la publicidad y que busca explicar ideas de forma sencilla y entretenida,



y cuyo uso se ha expandido a diferentes campos, entre ellos el activismo digital o ciberactivismo, como sucede en el caso particular del video mencionado: es producido por las ONG Witness y Amnistía Internacional con la finalidad de concienciar sobre el problema de los desalojos por diferentes causas (por ejemplo, por proyectos de renovación urbana) a comunidades vulnerables ubicadas en distintos lugares del mundo.

El segundo video hace parte de un capítulo del programa de televisión *Voces que suman*, emitido originalmente por el canal regional Teleantioquia en el año 2015, y contiene un reportaje sobre un líder social muy apreciado en su comunidad, la comuna 8 de Medellín.

La información sobre la cantidad y porcentaje de videos publicados en cada una de las categorías establecidas en esta investigación se encuentra detallada en la Figura 1.

**Figura 1.**

**Categorías de videos establecidas**

Categorías de videos	Canales de YouTube										Total	Porcentaje
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Documental	27	5	26	61	12	27	22	14	7	34	235	45.81 %
Publicitario	5	1	21	5	4	8	7	7	2	12	72	14.04 %
Resumen	3	1	1	2	1	4		2	1	7	22	4.29 %
Ficción	2	2					27	4	4	7	46	8.97 %
Informativo	4		17	1	13	1				5	41	7.99 %
Musical	4		1	4			1	4	3		17	3.31 %
Institucional	9			2			2	11		6	30	5.85 %
Documento						1		3	3	1	8	1.56 %
Docuficción	1	1				2	3				7	1.36 %
Didáctico					1		1			5	7	1.36 %
Mensaje			1			1				3	5	0.97 %
Demo	1						5				6	1.17 %
Presentación								1	1		2	0.39 %
De prueba			8								8	1.56 %
Opinión					3						3	0.58 %
Obra de teatro							2				2	0.39 %
Explicativo				1							1	0.19 %
Fragmento				1							1	0.19 %

Canales de YouTube

- 1. KUCHA SUTO COLECTIVO
- 2. Fundación Cine a la Calle
- 3. Red Comunicaciones Wayuu
- 4. ciudadcomuna
- 5. indigenasantioquia
- 6. SabaloIN
- 7. Fundación Cultural Ojo de Agua
- 8. de FUNDESCODES
- 9. CRIHU – Consejo Regional Indígena del Huila
- 10. ADCampesino

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

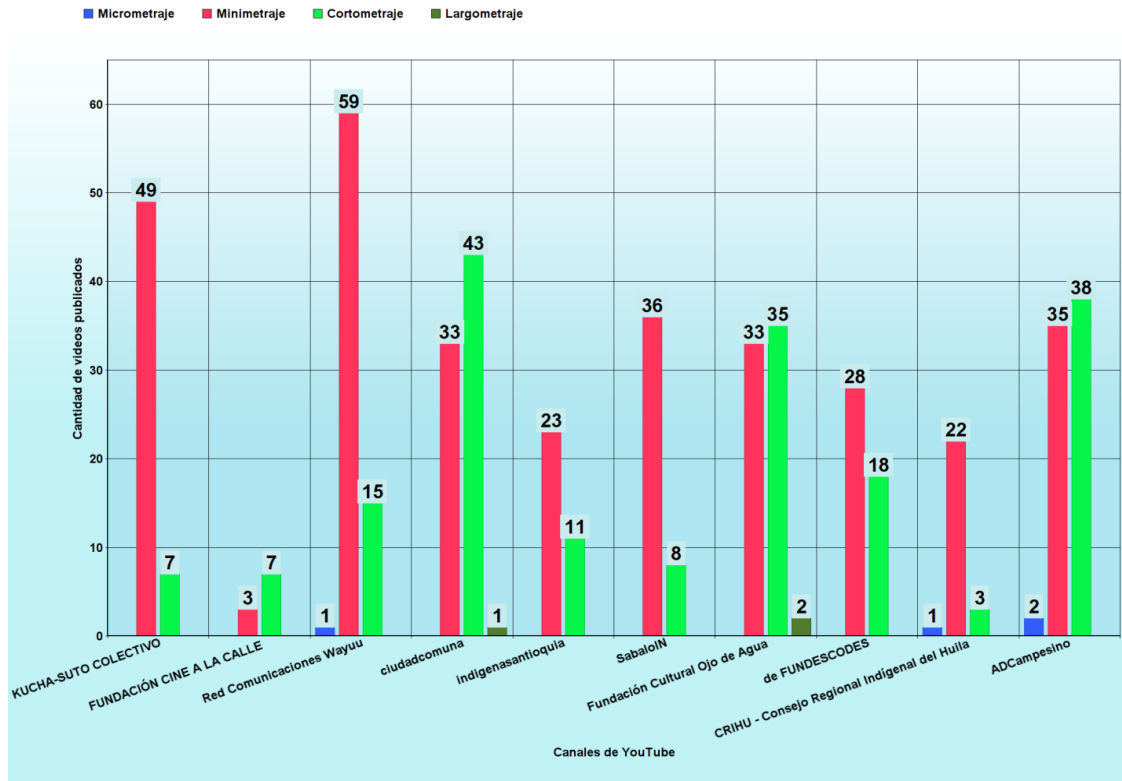
**4.2. Clases de videos según su duración.**

La mayoría de los 513 videos publicados en los diez canales pertenecen a dos de las categorías establecidas: 321, es decir, el 62.57 por ciento, son minimetrages (la mayor parte de los videos publicados en seis de los canales: Kucha-Suto Colectivo, Red Comunicaciones Wayuu, indigenasantioquia, SabaloIN, de Fundescodes y Crihu - Consejo Regional Indígena del Huila, como se evidencia en la figura 2), y 185, esto es el 36.06 por ciento, son cortometrajages (la mayoría de las publicaciones de los canales Fundación Cine a la Calle, ciudadcomuna, Fundación Cultural Ojo de Agua y ADCampesino). Estas dos categorías están presentes en los diez canales. Por otra parte, sólo cuatro de los videos publicados (el 0.78 por ciento) en tres canales (Red Comunicaciones Wayuu, CRIHU – Consejo Regional Indígena del Huila y ADCampesino) son micrometrages, y tres

(el 0.58 por ciento) publicados en dos canales (Ciudadcomuna y Fundación Cultural Ojo de Agua) son largometrajes.

**Figura 2.**

Cantidad de videos según duración publicados en cada canal



Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

La preferencia por publicar videos de duración breve coincide tanto con el tiempo de permanencia de los usuarios de YouTube a nivel mundial, que en 2018 fue en promedio de 8 minutos y 41 segundos diarios (según cifras de Alexa.com, 2018, citadas por Newberry y Adame, 2019), como con las preferencias de los usuarios de estos diez canales, como se evidencia al revisar la duración de los videos más vistos de cada uno: son minimetrajes y cortometrajes en partes iguales (50 %), como se puede ver en el siguiente cuadro comparativo.

Figura 3.

Videos más vistos en los diez canales.

Canal de YouTube	Video más visto y año de publicación	Categoría según contenido	Cantidad de visualizaciones	Duración (minutos y segundos)	Categoría según duración
1. KUJCHA SUTO COLECTIVO	<i>La Mojana en San Basilio de Palenque.</i> (2013).	Ficción	146.622	6 min 24 s	Minimetrage
2. Fundación Cine a la Calle	<i>Barrio abajo: color y calles.</i> (2017).	Documental	470	9 min 38 s	Cortometraje
3. Red Comunicaciones Wayuu	<i>Petro en Maicao y Riohacha.</i> (2018).	Informativo	4.274	5 min 40 s	Minimetrage
4. ciudadcomuna	<i>Educación para la paz.</i> (2013).	Institucional	34.510	21 min 44 s	Cortometraje
5. indigenasantioquia	<i>Homenaje a Doña Marciana.</i> (2014).	Documental	2.734	8 min 16 s	Cortometraje
6. SabaloIN	<i>Archivo Isla Gorgona.</i> (2013).	Documental	31.839	7 min 35 s	Cortometraje
7. Fundación Cultural Ojo de Agua	<i>Escuela de biodrama Biodharma.</i> (2015).	Documental	3.047	21 min 51 s	Cortometraje
8. de FUNDESCODES	<i>Alza la voz- Javi (PRO&amp;PAZ).</i> (2016).	Musical	2.051	3 min 22 s	Minimetrage
9. CRIHU - Consejo Regional Indígena del Huila	<i>Minga Nacional Indígena 2017.</i> (2017).	Publicitario	1.580	1 min 11 s	Minimetrage
10. ADCampesino	<i>Aprendiendo y practicando en mi cuyera.</i> (2016).	Documental	3.390	6 min 21 s	Minimetrage

Fuente: Autora (2020). Elaboración propia.

## Conclusiones

En síntesis, en los diez canales de YouTube que conformaron la muestra se publicaron, desde la creación de cada uno y hasta el 31 de diciembre de 2018, 513 videos que se clasificaron en 18 categorías: documentales, publicitarios, resúmenes o videoresúmenes, de ficción, informativos, musicales, institucionales, documentos o videodocumentos, docuficciones, didácticos, mensajes o videomensajes, demos, presentaciones, de prueba, de opinión, obras de teatro, explicativos y fragmentos. Los videos que se publican en mayor cantidad son los documentales, seguidos por los publicitarios, los de ficción, los informativos, institucionales, resúmenes y musicales. Las dos primeras categorías están presentes en el 100 por ciento de los canales que hicieron parte de la investigación. Por otra parte, aunque se encontraron videos pertenecientes a las cuatro categorías de duración establecidas, la mayoría son minimetrages y cortometrages.

Las 18 categorías de publicaciones establecidas, en una muestra de apenas diez canales de YouTube abiertos y utilizados por grupos colombianos dedicados a la producción audiovisual comunitaria o participativa, demuestran que esta plataforma digital facilita a estos grupos publicar una amplia variedad de contenidos audiovisuales de manera permanente, lo cual resulta favorable frente a los espacios habituales de exhibición de estas producciones, como los festivales de audiovisual comunitario, que por lo general duran unos pocos días y tienen una cantidad limitada de categorías de participación (generalmente siempre están las categorías de documental y ficción, y dependiendo del festival se incluyen unas pocas categorías más como pueden ser animación o video experimental).

Dentro de esta gran variedad de contenidos publicados, es evidente el interés de estos grupos comunitarios o participativos por mostrar sus producciones propias o en las que tienen alguna participación (por ejemplo como coproductores o realizadas con el apoyo de alguna entidad pública), pues de los 513 videos observados en los diez canales apenas unos pocos corresponden a producciones realizadas en su totalidad por otros y compartidos en tres de estos (Kucha Suto Coletivo, ciudadcomuna y Fundación Cultural Ojo de Agua).

Respecto a la preferencia por publicar videos de duración breve en los diez canales, es afín con la tendencia de los usuarios a preferir este tipo de videos, no sólo de los usuarios que ven los canales que hicieron parte de la investigación, sino de la plataforma YouTube tanto en el ámbito global como en el colombiano, lo que se puede comprobar al ver los promedios de permanencia diaria de los usuarios en la plataforma, o revisando los listados de videos más vistos cada año [5], por lo que resulta recomendable que en estos canales se sigan publicando más videos de duración breve, ya que tienen mayores probabilidades de ser vistos por una cantidad mayor de público.

Aunque al momento de escribir este artículo se piense en general en YouTube como un medio lucrativo más que en un medio participativo, se hable de los llamados *youtubers* como de celebridades ciberespaciales que logran en algunos cuantos casos ganar miles de dólares por factores como la popularidad de sus publicaciones y el interés de los anunciantes en ellas, y hasta se haya creado una versión de pago de la plataforma (YouTube Premium), al estilo de Netflix, en la que los usuarios se suscriben para acceder a contenidos producidos de forma profesional (series, películas, documentales, videos musicales, entre otros) libres de publicidad, es importante que se mantenga en el largo plazo la posibilidad de uso gratuito que favorece a grupos como los que crearon los canales que conformaron la muestra del estudio referenciado, que tienen intereses diferentes a la obtención de beneficios económicos o de fama, que merecen seguir teniendo acceso a una pequeña parte del inmenso ciberespacio que les permite tener presencia más allá del espacio físico de sus propias comunidades.

En ese sentido, se espera que este artículo contribuya a que más usuarios de YouTube se interesen en las producciones audiovisuales publicadas en estos diez canales, ya que es una forma de acceder, desde la pantalla de cualquier dispositivo tecnológico conectado a internet, a diferentes comunidades que hacen parte de Colombia, y conocer aspectos tan diversos como sus riquezas culturales, sus valores y saberes ancestrales, su historia, su interés por la preservación del medioambiente, sus problemas sociales o las soluciones que en diferentes casos han logrado darles a éstos, los cuales quedaron evidenciados en la segunda parte de esta extensa investigación con el análisis de los 235 documentales hallados, cuyos resultados la autora espera poder publicar en un próximo artículo.

Por último, es deseable que estos resultados les sean de utilidad a los integrantes de los diez grupos cuyos canales de YouTube hicieron parte de esta investigación para conocer los distintos tipos de contenido audiovisual que se producen en otros de su tipo, quizá esto los motive a incursionar en la producción de videos de categorías halladas en pocos canales, como los de opinión (que de hacerse de forma periódica se consideran videocolumnas), los didácticos, o los de docuficción; para saber cuáles categorías de videos según su duración son las preferidas de los usuarios, y así producir y publicar más producciones audiovisuales que pertenezcan a esas categorías; y para que ante la gran variedad de contenidos que producen estos grupos y publican en sus canales, los organizadores de los diferentes festivales de audiovisual comunitario o participativo que se realicen en Colombia, sea de forma presencial o virtual (teniendo en cuenta las circunstancias derivadas de la pandemia del covid-19) creen nuevas categorías de participación, por ejemplo, la de video publicitario o la de video informativo.

## Referencias

- Aguilera, C., y Polanco, G. (2011). *Video comunitario, alternativo, popular... Apuntes para el desarrollo de políticas públicas audiovisuales*. Santiago de Cali: Programa Editorial Universidad del Valle. Disponible en: [http://videocomunidad.univalle.edu.co/descargas/Libro\\_Video\\_Comunitario\\_Alternativo\\_Popular.pdf](http://videocomunidad.univalle.edu.co/descargas/Libro_Video_Comunitario_Alternativo_Popular.pdf)
- Aizpuru, M. (2016). *El audiovisual como herramienta de cambio social de jóvenes en situación de exclusión en Guatemala (2004-2014)* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid: Madrid, España. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/38152/1/T37397.pdf>
- Álvarez, S. (2013). La producción audiovisual hecha por jóvenes como herramienta para el reconocimiento comunitario y la construcción de ciudadanía: la experiencia del proyecto «mi mirada, nuestra mirada» en Salta, Argentina. En I. A. (Coord.), *Investigar con jóvenes: ¿qué sabemos de los jóvenes como productores de cultura visual?* (pp. 204-211). Pamplona: Grupo de Investigación Edarte. Disponible en: <https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/19798/ProduccionAudiovisual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amador, A. (2017). *El cine comunitario: un medio de expresión y creación de memoria colectiva en Aguascalientes. Estudio de tres casos* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Aguascalientes: Aguascalientes, México. Disponible en: <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/1364/419271.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arjona, J. (2012). Estudio cuantitativo de la televisión y el video por web (webcasting o webtv): análisis de la unidireccionalidad e interactividad. *Área Abierta*, 31(1), 1-34. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/38970/37602>
- Andréu, J. (2001). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces, Universidad de Granada 10(2), 1-34.
- Brisset, D. (2015). *Nueva tipología de los productos audiovisuales (según su duración)*. Málaga: Universidad de Málaga. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10237/Nueva%20tipolog%C3%ADa%20de%20productos%20audiovisuales%20-%20D.%20E.%20Brisset.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos* 74, 13-24.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder. Traducción de María Hernández*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cloutier, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média*. Montreal: Les Presses de l'Université de Montreal.
- Cloutier, J. (2001). *Petit traité de communication. Emerrec à l'heure des technologies numériques*. Montreal: Carte Blanche.
- Cuevas, J. (2016). *Experiencia de video participativo con un grupo de jóvenes sordos como alternativa a la discriminación lingüística que enfrentan* (Tesis de maestría). Universidad Iberoamericana Puebla: Puebla, México. Disponible en: <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2515/Cuevas%20Parra%20Julieta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dornaletche, J. (2007). Definición y naturaleza del tráiler cinematográfico. *Pensar la publicidad. Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias*, 1(2), 99-116. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0707220099A/15662>

- Fernández, S. (2015). *Periodismo en YouTube: análisis de contenido en los canales de Atresmedia y RTVE* (Tesis de pregrado). Universidad de Valladolid: Valladolid, España. Disponible en: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/17585/TFG\\_F\\_2015\\_129.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/17585/TFG_F_2015_129.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Garcés, A. (2015). *Colectivos juveniles en Medellín. Configuración de las subjetividades juveniles vinculadas a la comunicación audiovisual participativa y comunitaria* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de La Plata: La Plata, Argentina. Disponible en: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49916/Documento\\_completo.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49916/Documento_completo.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Gaviria, C., y Polo, D. (2019). Videocolumnismo. Desafíos para el periodismo de opinión. *Revista Luciérnaga Comunicación*. 11(21), 105-124. Disponible en: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/Art.5/1364>
- Gonzales, J. (2017). *Cine comunitario y prácticas andinas: el calendario festivo en la escuela Chaupin, Carhuaz-Perú* (Tesis de maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador: Quito, Ecuador. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/10469/11872/TFLACSO-2017JCGO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Gumucio, A. (2014). *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Bogotá D.C.: Friedrich-Ebert-Stiftung FES (Fundación Friedrich Ebert). Disponible en: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/10917.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México D.F., México: McGrawHill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. México D.F., México: McGrawHill.
- Iriarte, P., y Miranda, W. (2011). *Los usos del audiovisual en el Caribe colombiano: relato desde las organizaciones, los realizadores y los colectivos*. Bogotá D.C.: Observatorio del Caribe Colombiano, Ministerio de Cultura.
- Lopera, J. (2019). Prácticas, saberes y apropiación del medio audiovisual en los colectivos de comunicación comunitaria de la ciudad de Medellín. *Revista Luciérnaga Comunicación*, 11(22), 70-83. Disponible en: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n22a2>
- Mcluhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Marquès, P. (1999). Los videos educativos. Barcelona, España: <http://www.peremarques.net/> Disponible en: <http://www.peremarques.net/videoori.htm>
- Martínez, J. (2014). Autoficción y docuficción como propuestas de sentido. Razones culturales para la representación ambigua. *Castilla. Estudios de Literatura* 5, 26-38. Disponible en: <https://revistas.uva.es/index.php/castilla/article/view/213/214>
- Mas, L. (2011). Modelo superestructural de la noticia en televisión. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 17(1), 95-116. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/36948/35757>
- Mazo, C. (2012). *Posibilidades del audiovisual comunitario en la cibercultura* (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana: Medellín, Colombia.
- Ministerio de Cultura. (2015). *Normas del cine en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Legislacion/Documents/>

[Cartilla%20-%20Normas%20del%20Cine%20en%20Colombia.pdf](#)

- Ministerio de Cultura. (2017). *Decreto 554 de 2017*. Bogotá. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Legislacion/Documents/Decreto%20554%20de%202017.pdf>
- Molfetta, A. (2017). Precariado, Ley de Medios y Tercer Cine: el cine comunitario del Gran Buenos Aires y los abuelos de Berazategui. *Culturas 11 Edición Especial*, 49-71. Disponible en: [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/77342/CONICET\\_Digital\\_Nro.ec3b29b0-7a21-4951-aa0f-786340b02625\\_A.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/77342/CONICET_Digital_Nro.ec3b29b0-7a21-4951-aa0f-786340b02625_A.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Newberry, C. y Adame, A. (2019). 22 estadísticas esenciales de YouTube para este año. Vancouver, Canadá: <https://blog.hootsuite.com/es/> Disponible en: <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-youtube/#uso>.
- Navarro, G. (2020). *Tejiendo memoria social en el ciberespacio. Documental audiovisual comunitario o participativo colombiano en YouTube*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia: Medellín, Colombia.
- ONU. (1948). *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. Disponible en: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- Quintar, A., González, L., y Barnes, C. (2014). Producción audiovisual comunitaria: una democratización del relato. *Questión* 42, 360-375. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2147/1917>
- Rodríguez, F. (2013). *Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las prácticas de los colectivos de video comunitario en Colombia* (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana: Medellín, Colombia.
- Román, M. (2009). *Video Comuna: política desde el audiovisual alternativo y comunitario* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/235/comu2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Soler, C. (2017). Media-médium: entre la etnografía y el cine comunitario. *Universitas. Revista de ciencias sociales y humanas* XV(27), 179-194. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476152665009>
- Torres, S. (2013). Na lavill'llaGa'c qataq nalquii na qarhuo: Apuntes sobre una experiencia de video participativo con jóvenes indígenas toba en Formosa, Argentina. *Revista Chilena de Antropología Visual* 22, 69-90. Disponible en. [http://www.rchav.cl/2013\\_22\\_art03\\_torres.html](http://www.rchav.cl/2013_22_art03_torres.html)
- Unesco-UIS. (2016). *Diversidad e industria cinematográfica. Análisis de la encuesta de la UIS del año 2014 sobre las estadísticas de largometrajes*. Montréal: Unesco-UIS. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244829>
- Urrea, A. (2013). *Proyectando y realizando la ciudad desde lo político* (Tesis de maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador: Quito, Ecuador. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7430/2/TFLACSO-2013AMUV.pdf>
- Villalobos, D. (2016). *YouTube como herramienta de comunicación de los canales de los medios públicos europeos: BBC, France Télévisions y RTVE* (Tesis de pregrado). Universidad de Valladolid: Valladolid, España. Disponible en: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22438/TFG\\_F\\_2016\\_177.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22438/TFG_F_2016_177.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Zabala, M. (2018). *Análisis de videos destinados a la enseñanza del español como lengua extranjera en YouTube* (Tesis de máster). Centro Universitario CIECE Fundación Comillas y Universidad de Cantabria: Comillas, España. Disponible en: <http://repositorio.unican.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10902/16026/TFM.MZZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zamorano, G. (2009). Intervenir en la realidad: usos políticos del video indígena en Bolivia. *Revista Colombiana de Antropología* 45(2), 259-285. Disponible en: <https://revistas.icanh.gov.co/index.php/rca/article/view/1001/752>

### Canales de Youtube

- Asociación para el Desarrollo Campesino, ADC. (2011-2018). *Canal ADCampesino*. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCQbrtxVnKKF4Hu48-lvDCzw>
- Colectivo de Comunicaciones Kuchá-Suto de Palenque. (2012-2018). *Canal KUCHA SUTO COLECTIVO*. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UC9VUY-HoWmDnV8SpN2oYgJA>
- Consejo Regional Indígena del Huila, Crihu. (2011-2018). *Canal CHIHU – Consejo Regional Indígena del Huila*. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCZsUQYvFbmszZ-zpZvbmy6g>
- Corporación para la comunicación Ciudad Comuna. (2011-2018). *Canal ciudadcomuna*. Disponible en: <https://www.youtube.com/user/ciudadcomuna>
- Fundación Cine a la Calle. (2017-2018). *Canal Fundación Cine a la Calle*. [https://www.youtube.com/channel/UCiL1zKqWUlv4\\_z-n79bd1nA](https://www.youtube.com/channel/UCiL1zKqWUlv4_z-n79bd1nA)
- Fundación Cultural Ojo de Agua. (2011-2018). *Canal Fundación Cultural Ojo de Agua*. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCTEnhfO5Rq0oaHF954xm0ow>
- Fundación Espacios de Convivencia y Desarrollo Social, Fundescodes. (2013-2018). *Canal de FUNDESCODES*. Disponible en: [https://www.youtube.com/channel/UCTpKYywTuSZSZdF0bc\\_o39A](https://www.youtube.com/channel/UCTpKYywTuSZSZdF0bc_o39A)
- Organización Indígena de Antioquia, OIA. (2012-2018). *Canal indigenasantioquia*. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCWi9wLKdjEeUodkzUqhNUVg>
- Red de Comunicaciones del Pueblo Wayuu – Pütchiimaajana. (2015-2018). *Canal Red Comunicaciones Wayuu*. Disponible en: [https://www.youtube.com/channel/UCeDe4\\_ICQF5\\_yAbPN435qRg](https://www.youtube.com/channel/UCeDe4_ICQF5_yAbPN435qRg)
- Sábalo Producciones. (2012-2018). *Canal SabaloIN*. Disponible en: [https://www.youtube.com/channel/UCbbtHZdso\\_MvQ-RIXnUjPw](https://www.youtube.com/channel/UCbbtHZdso_MvQ-RIXnUjPw)



## Notas

[1] Tesis del Doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín, titulada *Tejiendo memoria en el ciberespacio. Documental audiovisual comunitario o participativo colombiano en YouTube*.

[2] Todos los nombres de los canales de YouTube aparecen a lo largo del artículo con la escritura que determinaron sus creadores. Por eso algunos aparecen con mayúsculas sostenidas, o una parte en mayúscula y otra en minúscula; minúscula inicial, sin tildes, o palabras unidas.

[3] En el año 2020 el canal de FUNDESCODES, cambió su nombre por el de casa SOCIALCULTURALYMEMORIA. La autora consideró pertinente utilizar en este artículo el nombre que tenía el canal cuando se recolectó la información, en el año 2018.

[4] Desventaja que se evidencia en la cantidad de producciones documentales que se realizan cada año frente a las de ficción, basta revisar el banco de datos disponible en Proimágenes Colombia para comprobarlo: entre 2018 y 2019 se estrenaron en el ámbito nacional 14 documentales y 70 películas de ficción.

[5] Estos listados se publican de forma anual y están disponibles en <https://www.youtube.com/user/theyearinreviewCO>.

## Para citar este artículo:

Navarro, G. (2020). **Video comunitario colombiano en Youtube. Tipos de contenido y duración.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 12, Núm. 23. Pp 104-129. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a5>

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

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

## El documental en el contexto de la televisión pública. Categorías para su análisis

Alberto Alejandro Alzate Giraldo\*, Claudia María Maya Franco\*\*, Verónica Heredia Ruiz\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a6>

### Resumen

El artículo aborda el lugar que ocupa y la naturaleza que asume el documental en el contexto de la televisión pública. Para esto plantea un instrumento de análisis y caracterización del formato documental. Éste articula tres enfoques: la perspectiva del discurso, las características del formato documental y las funciones de la televisión pública. Tiene múltiples perspectivas de análisis y puede ser utilizado en diferentes corpus audiovisuales. Se obtuvo una caracterización detallada de los documentales analizados, así como de sus modalidades expresivas y discursivas.

**Palabras clave:** Televisión pública; documental; análisis del discurso; audiovisual.

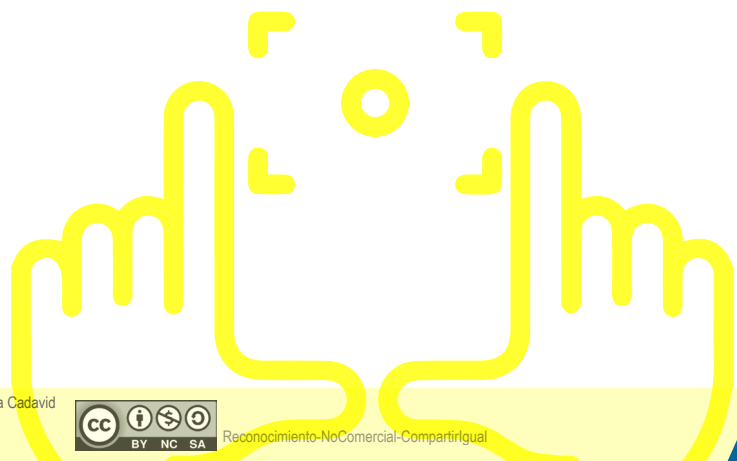
**Recibido.** Febrero 18, 2020

**Aceptado.** Marzo 12, 2020

\*Docente - investigador, Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Coordinador Centro de Investigación de la misma universidad. Doctor en Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona. Master en Antropología Visual. Máster en investigación y producción artística Universidad de Barcelona. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1634-9982> ; e-mail: [alejandrealzateg@gmail.com](mailto:alejandrealzateg@gmail.com)

\*\*Profesora Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Doctora en Filosofía UPB, Magíster en Filosofía UdeA, Especialista en Psicoanálisis y Filosofía, EAFIT, Licenciada en Filosofía UPB. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2617-5661> ; e-mail: [cmaya@udem.edu.co](mailto:cmaya@udem.edu.co)

\*\*\*Docente - investigadora Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Jefa de Programa de Comunicación y Lenguajes Audiovisuales de la misma universidad. Magíster en Comunicaciones y Comunicadora Social- Periodista UDEA. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-5677-6479> ; e-mail: [vhruiz@udem.edu.co](mailto:vhruiz@udem.edu.co)



## The documentary in the context of public television. Categories for analysis

Alberto Alejandro Alzate Giraldo\*, Claudia María Maya Franco\*\*, Verónica Heredia Ruiz\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a6>

### Abstract

The article addresses the place and nature of the documentary in the context of public television. For this purpose, it proposes an analysis and characterization instrument for the documentary format. It articulates three approaches: the perspective of discourse, the characteristics of the documentary format and the functions of public television. This instrument has multiple perspectives of analysis and can be used in different audiovisual corpus. It was achieved a detailed characterization of the analyzed documentaries, as well as their expressive and discursive modalities.

**Keywords:** Public television; documentary; discourse analysis; audiovisual.

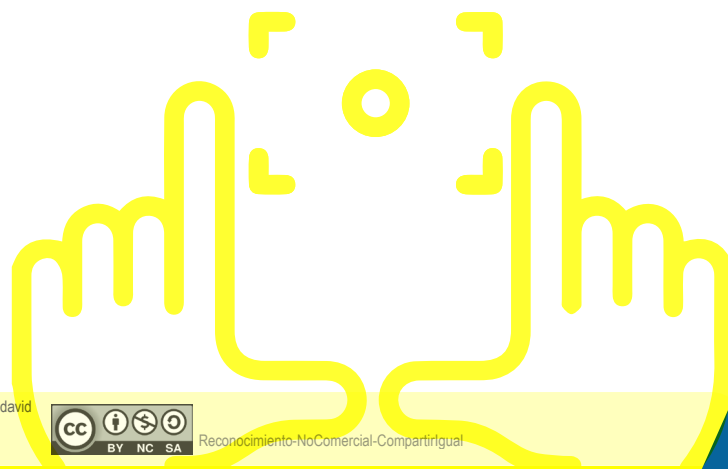
**Received.** February 18, 2020

**Accepted.** March 12, 2020

\*Professor-Researcher, School of Communication, Universidad de Medellín. Coordinator of the Research Center in the same university. PhD in Advanced Studies of Contemporary Art, Faculty of Fine Arts, University of Barcelona. Master in Visual Anthropology. Master in research and artistic production, University of Barcelona. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1634-9982> ; e-mail: [alejandroalzateg@gmail.com](mailto:alejandroalzateg@gmail.com)

\*\* Professor, Faculty of Communication, Universidad de Medellín. PhD in Philosophy UPB, Master in Philosophy UdeA, Degree in Psychoanalysis and Philosophy, EAFIT, Degree in Philosophy UPB. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2617-5661> ; e-mail: [cmaya@udem.edu.co](mailto:cmaya@udem.edu.co)

\*\*\* Professor - researcher, Faculty of Communication, Universidad de Medellín. Head of the Communication and Audiovisual Languages Program at the same university. Master in Communications and Social Communicator- Journalist UdeA. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-5677-6479> ; e-mail: [vhruiz@udem.edu.co](mailto:vhruiz@udem.edu.co)



## O documentário no contexto da televisão pública. Categorias para análise

Alberto Alejandro Alzate Giraldo\*, Claudia María Maya Franco\*\*, Verónica Heredia Ruiz\*\*\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a6>

### Resumo

O artigo discute o lugar e a natureza dos documentários no contexto da televisão pública. Para tal, propõe um instrumento para a análise e caracterização do formato documental. Articula três abordagens: a perspectiva do discurso, as características do formato documental e as funções da televisão pública. Tem múltiplas perspectivas de análise e pode ser utilizado em diferentes corpus audiovisuais. Foi obtida uma caracterização detalhada dos documentários analisados, bem como as suas modalidades expressivas e discursivas.

**Palavras-chave:** Televisão pública; documentário; análise do discurso; audiovisual.

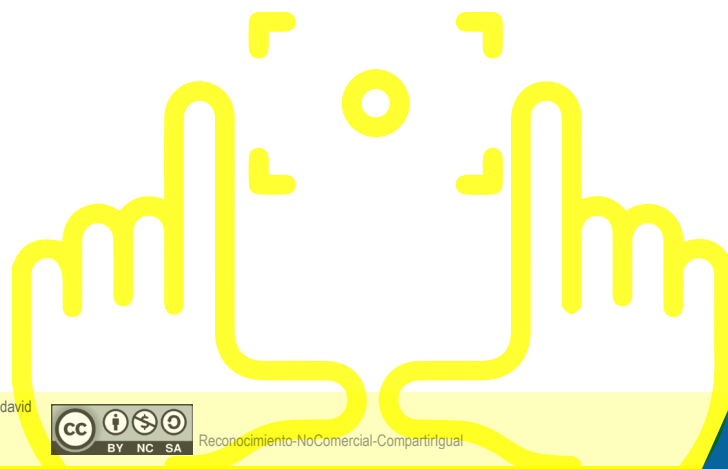
**Recebido.** 18 de Fevereiro de 2020

**Aceitado.** 12 de Março de 2020

\* Docente-pesquisador, Faculdade de Comunicação, Universidade de Medellín. Coordenador do Centro de Investigação da mesma universidade. Doutoramento em Estudos Avançados em Arte Contemporânea, Faculdade de Belas Artes, Universidade de Barcelona. Mestrado em Antropologia Visual. Mestrado em investigação e produção artística, Universidade de Barcelona. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1634-9982> ; e-mail: [alejandroalzateg@gmail.com](mailto:alejandroalzateg@gmail.com)

\*\* Professor, Faculdade de Comunicação, Universidade de Medellín. D. em Filosofia UPB, Mestre em Filosofia UdeA, Especialista em Psicanálise e Filosofia, EAFIT, Licenciado em Filosofia UPB. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2617-5661> ; e-mail: [cmaya@udem.edu.co](mailto:cmaya@udem.edu.co)

\*\*\* Docente e investigador, Faculdade de Comunicação, Universidade de Medellín. Chefe do Programa de Comunicação e Linguagens Audiovisuais na mesma universidade. Mestre em Comunicação e Comunicador Social - Jornalista UdeA. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-5677-6479> ; e-mail: [vhruiz@udem.edu.co](mailto:vhruiz@udem.edu.co)



## Introducción

El presente artículo propone y describe un instrumento para el análisis de documentales en la televisión pública. Se trata del resultado preliminar de la investigación: *Construcciones discursivas de la memoria, las identidades y las ciudadanías en la televisión pública a través del formato documental. Caso: Canal Telemedellín, período (1997 - 2014)*.

En primer lugar, se presenta de manera breve las categorías y los conceptos que componen este instrumento, así como su justificación. En segundo lugar, se expone la metodología y en tercer lugar los resultados obtenidos a partir de su aplicación, específicamente en lo relativo a las perspectivas de análisis que lo constituyen: análisis del discurso, formato documental y televisión pública.

Con este análisis se espera una mejor caracterización del tipo de documental que se está produciendo y transmitiendo en la televisión pública. Ésta se enfoca a sus modalidades expresivas, sus contenidos, y el modo en que se relaciona con el contexto, esto es, con sus condiciones de producción y recepción en un canal de televisión.

### 1. Conceptos y perspectivas del análisis. Teoría de la enunciación

La Teoría de la Enunciación (Charaudeau, 1993) además de explicar el acto comunicativo en términos de una relación contractual y estratégica, amplía el modelo clásico compuesto por emisor, destinatario y canal. A este modelo, o circuito externo, empírico de la comunicación, añade un circuito interno, que constituye un mundo discursivo, configurado de acuerdo con las necesidades del Yo comunicante, un nuevo espacio en el que existen, no solo seres reales, de carne y hueso, sino sujetos discursivos. Así, el Yo enunciador existe en tanto actualiza el discurso y es responsable de sus efectos sobre un destinatario. A su vez, el sujeto interpretante es discursivo; un interlocutor, fabricado por el sujeto enunciante como el destinatario ideal de su discurso. A su cargo está la interpretación.

La teoría de la enunciación resulta relevante toda vez que permite avanzar hacia una caracterización del documental en el ámbito de la televisión pública, toda vez que reconoce los diversos sujetos que en los documentales visualizados participan de la interacción, así como el modo en que éstos los constituye en tanto sujetos. Lo anterior incide, por supuesto, en el aspecto narrativo de los documentales. No es lo mismo una voz en off omnisciente que la historia a la que se accede a través de un diálogo, entrevista, documento histórico, testimonio. A su vez, estas modalidades de la enunciación, y otras todavía, determinan la representación o, siguiendo a Pedro Adrián Zuluaga (Silva & Kuellar, 2015, pág. 71) auto representación que cada documental se propone, esto es, su punto de vista, su nivel de compromiso, su apego o distancia respecto de la “verdad”, su estatuto estético, su función social.

Esta perspectiva también permite la pregunta por los destinatarios. El auditorio, en términos de la retórica, es una construcción del orador, en este caso, del director, de modo que es susceptible de objetivación concreta y, a su vez, de caracterización. Otro tanto pasa con las demás preguntas: ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Con qué propósito? son preguntas que esbozan el contexto, tanto empírico como discursivo de la enunciación documental, así como sus finalidades.

## 1.1 Dimensiones emocional y racional de la argumentación

La segunda perspectiva, también de Charaudeau (2011), se orienta al componente emocional de la argumentación. Según el autor, en todo discurso existe una dimensión racional y lógica, en relación con la cual es posible interrogar por la validez de los argumentos a la hora de demostrar o convencer; y emocional, o psicológica, en donde lo que se pone en juego es el carácter persuasivo de los argumentos. Estos componentes no entran en juego de modo separado; una demostración convincente puede ser, a su vez, elocuente y suscitar efectos emocionales en el auditorio. Así mismo, las emociones suscitadas pueden reforzar la adhesión respecto de determinados puntos de vista. Interesa, en este punto, poner de manifiesto, en los documentales que constituyen el corpus de análisis, la presencia de estas dimensiones así como la proporción entre las mismas, en aras de una más clara caracterización de las estrategias persuasivas utilizadas.

## 1.2 Funciones del lenguaje en el documental

En tercer lugar, se utiliza una de las más conocidas caracterizaciones de la comunicación verbal, a saber, la ofrecida por Jakobson (1981). Según ésta, el lenguaje posee diversas funciones entre las más evidentes, la referencial, que se centra en el tema del que se habla a través de oraciones declarativas o enunciativas. Es esta función la que con más frecuencia privilegian los estudios sobre documental. Sin embargo, también se dirige la mirada hacia las otras funciones trabajadas por Jakobson, a saber, la función poética, emotiva o expresiva, que suele atribuirse a la poesía y cuya referencia es la intimidad; la conativa o apelativa, orientada al auditorio y cuyo referente es el tú; la metalingüística, que se centra en el código lingüístico; y la fática, que inicia, interrumpe, continúa, finaliza. El propósito consistió en el análisis, en virtud de la modalidad del contrato, del tipo de sujetos empíricos y discursivos que emergen, y de las funciones del lenguaje que se actualizan en los documentales mediante ciertas tendencias discursivas que inciden directamente en el mensaje audiovisual y en sus efectos.

## 1.3 El documental

Como lo expresa Rabiger (2005) el documental es un fragmento de la realidad visto a través del temperamento humano. Como contenido, el documental nació en el cine y llega posteriormente a la televisión, y es a través de este formato que se da cuenta de la realidad de las historias de los ciudadanos de una localidad, región o país. Como sostiene Rincón (2006) “Contar la vida real siempre ha sido una obsesión del hombre; contarla en versiones inéditas es la invención del documental” (Pág. 188).

La definición de su concepto parte de un proceso histórico que se ha transformado a través del tiempo, que pasa por las categorías planteadas por Nichols (1997), los cambios provenientes del uso del documental desde los años 60 con la llegada del cinema verité visibilizado por Jean Rouch (López, 2011), hasta manifestaciones más recientes como el documental etnográfico (Ardevol, 2008) y los cambios planteados en la última década a través del documental transmedia (Gifreu, 2012).

El documental ha sido clasificado a través de diversas tipologías, así en la propuesta de Nichols, (1997) tenemos las siguientes: expositivo, observacional, reflexivo, poético y performativo, además del documental etnográfico y el interactivo, web o transmedia. La categoría **expositiva** ha sido la predominante desde sus inicios, implementa comentarios que van dirigidos al espectador y usa las imágenes como ilustración de los contenidos. La modalidad **observacional**, a diferencia de la expositiva, intenta ser un testigo de lo que está sucediendo, la cámara actúa como un observador,

contrastando los recursos usados en la modalidad expositiva. El modo **reflexivo** se caracteriza por presentar las situaciones y dar predicciones sobre los temas tratados, mientras que, en lo performativo, la presencia del autor ante la cámara y la autoreferenciación son los indicadores de la existencia de dicha categoría. El modo **poético** se caracteriza por una narración no lineal y más experimental del mundo histórico.

El documental **etnográfico** se caracteriza por incluir la cámara en el centro de la acción y hacerla participativa, sin concentrar la atención en entrevistas eruditas (Ardevol, 1998). Por su parte, la modalidad **interactiva**, web y transmedia incorpora diferentes estrategias narrativas, especialmente un punto de encuentro entre el espectador y el realizador. En este caso se privilegia la interacción, o nuevas formas convergentes de presentar el contenido a la audiencia.

Además de la clasificación presentada, que da cuenta de unos mecanismos estéticos y narrativos de organización del contenido documental, para efectos de esta investigación se entiende también un formato televisivo. Lo anterior significa que el documental, es entre otros, una posibilidad de empaquetamiento de los contenidos televisivos para contar una historia, o destacar ciertos temas de interés para el público. Sus características narrativas como programa en televisión se fundamentan en los siguientes elementos planteados por Rincón (2006): la **realidad** está ahí para ser contada, su **potencial y valor** está en llamar la atención pública sobre la realidad no televisiva, tiene valor porque produce impacto emocional, genera conversación cotidiana y tiene actualidad pública y es un lugar de experimentación estética y narrativa. (Pág. 189-190)

La gran paradoja es también que el documental ha sido uno de los formatos más olvidados por la televisión comercial, y por eso la televisión pública está llamada a recuperar este tipo de contenidos en la pantalla.

#### 1.4 Televisión Pública: pantalla de reconocimiento ciudadano

Una de las premisas fundamentales que guía la discusión para entender la televisión pública es que ésta se dirige a los ciudadanos más que a los consumidores (Rincón, 2005). En este sentido, la televisión es entendida como servicio y bien público, en la medida que ofrece contenidos e información útil que beneficia a todos los ciudadanos. De hecho, la importancia de la televisión pública en las sociedades modernas radica en que ésta promueve la participación ciudadana, el sostenimiento de la diversidad cultural y la defensa de la libertad de expresión como base para la democracia.

Es así, como esta investigación se apoya en el concepto de televisión pública, de una serie de autores latinoamericanos recogidos en el texto “Televisión Pública, del consumidor al ciudadano”, donde Rincón (2005) en su rol de autor y compilador, reúne los análisis de Martín - Barbero, Cifuentes, Rey, Fuenzalida, Mazzioti, Orozco, Otondo, Portales Montero sobre las principales reflexiones y conceptos para entender la televisión pública, y como un tema prioritario en la agenda social y política de América Latina. Su planteamiento básico es que este tipo de televisión tiene un rol preponderante en la sociedad, es una pantalla para el reconocimiento de las audiencias, en su calidad de ciudadanos, y es allí, en ese escenario de lo público, donde encuentran los temas de interés, la información que la gente necesita para la toma de decisiones en el ejercicio de la democracia.

De hecho, el debate por el concepto de televisión pública también ha sido abordado por autores Keane (1993), Fuenzalida (2000), Waisbord (2000), Williams (2003), Dahlgren (1995) (1997) (2009), Livingstone & Lunt (1994), Keane (1985) (1997), Thompson (1996) (1998), Barker (2003).e incluso

la propia UNESCO (2006) se ha pronunciado frente al tema. En términos generales, los autores y la entidad coinciden en plantear que la televisión, sea esta pública o privada, es una sola y debe atender tres funciones sustantivas: informar, educar y entretener. Y en el ejercicio de estas funciones, la televisión pública es sin lugar a dudas la mejor pantalla procesos de identificación, apropiación, reconocimiento y participación de las audiencias en su rol de ciudadanos, y en la construcción de la opinión pública.

Es así como Dahlgren (1995) conecta la televisión con el concepto de esfera pública de Habermas, destacando el rol de los medios en las sociedades modernas y su relación con la democracia. En este sentido, la televisión como esfera pública se convierte en un espacio de interacción de los ciudadanos y para los ciudadanos con los procesos políticos, donde la información, las ideas y el debate circulan para configurar la opinión pública.

De acuerdo con lo anterior, la televisión entendida desde su dimensión pública, promueve el ejercicio de la democracia y la ciudadanía, porque le da criterios a la gente para la toma de decisiones; además refuerza a través de la diversidad de su programación, elementos de la identidad y la diversidad cultural, así como el reconocimiento de las audiencias y su participación en los contenidos.

En este orden de ideas, la televisión pública privilegia el carácter de servicio público. Lo anterior, ha significado una división entre la televisión de propiedad privada y con fines comerciales, y aquella de carácter público, de propiedad Estatal, con fines sociales. De hecho, Mazzioti (2005) expresa que es claro que la televisión pública debe diferenciarse de la televisión de carácter comercial, y que su propósito fundamental es dirigirse a la ciudadanía. Para ello, señala que la televisión de este tipo requiere “asentarse en una programación de calidad; hacerse cargo de lo que deja vacante la televisión comercial y necesita tener en cuenta la diversidad cultural, la tolerancia y la apertura hacia otros sujetos culturales.” (págs. 184-185)

Precisamente, Rincón (2005) destaca que “comprender la televisión significa entendernos como sociedad, mirarnos como ciudadanos, pensarnos como audiencia” (pág. 21). Es por esto que la televisión pública, es definida en este sentido, como un servicio de carácter público, gratuito y útil para los ciudadanos; con pluralidad de contenidos, rigurosidad en el abordaje de la información, que apela a criterios como independencia, neutralidad y garantía de acceso para todos.

Otro de las características importantes de la televisión pública, es la que señalan Castaño & Cardona (2012), cuando destacan que uno de sus valores fundacionales es la identidad, ya que a través de este medio se difunden los valores y tradiciones integradoras de una colectividad nacional. Por su parte, para Igúzabal (2013) definir la televisión pública abarca “un conjunto de variados modelos de canal, de programación y de financiamiento (...). desde ella se deben mostrar las diferentes identidades y la heterogeneidad de la sociedad” (Pág. 58). Señala esta autora una serie de constantes en América Latina en lo que se refiere a televisión pública: está acompañada de bajos presupuestos y presiones políticas; y una concepción de cultura y lo popular alejado de sus audiencias.

Por su parte, la Unesco (2006) define que el rol principal que cumple la televisión pública es proporcionar a los ciudadanos el acceso y la participación a la vida pública, además de facilitar el acceso a la educación y la cultura. En este orden de ideas, la televisión pública se caracteriza porque se dirige a todos los públicos, especialmente a las minorías, busca el reconocimiento, la inclusión social a través de contenido variado y de calidad que refleje las necesidades, preocupaciones, expectativas de diversas audiencias. (UNESCO, 2006, pág. 28)



La UNESCO (2006) defiende y destaca por su parte que la Radiotelevisión de Servicio Público (RSP) cumple funciones muy importantes para el ejercicio de una ciudadanía responsable, que incide en la toma de decisiones de las comunidades “porque permite a la gente informada adoptar decisiones vitales para su propio desarrollo”. (UNESCO, 2006, pág. 6). Y agrega la UNESCO que son funciones de la Televisión Pública:

**Universalidad:** La televisión pública debe estar al alcance de todos los ciudadanos del país. Sus contenidos se dirigen a todos, independientemente de su nivel socio-económico.

**Diversidad:** Hace referencia a la variedad de contenidos en función de los géneros y formatos de programas ofrecidos; así como las audiencias a las que se dirige y que los temas discutidos apelen a los intereses públicos de la sociedad.

**Independencia:** La televisión de servicio público suele confundirse con televisión propagandística del gobierno de turno. Precisamente, la independencia hace referencia a un tipo de televisión que sea un espacio abierto donde las ideas puedan expresarse libremente, y donde pueda circular la información, las opiniones y las críticas de un país.

**Diferenciación:** Un principio fundamental es que la televisión de servicio público pueda diferenciarse desde sus contenidos de los demás canales. Desde la calidad y autenticidad de la programación la audiencia debe distinguirla de los demás. Esta característica también apela a la innovación, creatividad y nuevas propuestas de programación para las audiencias. (UNESCO, 2006, Págs 31 32)

## 2. Canal Telemedellín

Telemedellín, creado el 13 de agosto de 1996, es un canal local de carácter público, de señal abierta y sin ánimo de lucro. Tiene un área de cobertura en diez municipios del Valle de Aburrá en Antioquia (Colombia) y cuenta con una sede en Medellín llamada Canal Parque Gabriel García Márquez, inaugurada en el año 2015. El Canal fue creado mediante la figura de asociación canal local de televisión, en el gobierno del alcalde Sergio Naranjo Pérez (1995-1997), conformado por entidades públicas del orden municipal así: la Alcaldía de Medellín, el Área Metropolitana, Instituto de Deportes y Recreación de Medellín (INDER), Empresas Varias de Medellín (EEVV) y el Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín (ITM).

Telemedellín es uno de los 24 canales sin ánimo de lucro de Colombia (ANTV, 2015) y está regido por el Acuerdo N° 24 de la Comisión Nacional de Televisión, hoy Autoridad Nacional de Televisión ANTV, entidad gubernamental en Colombia encargada de la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión.

El Canal inició sus transmisiones el 7 de diciembre de 1997. Con más de 18 años al aire, ha tenido una vocación de servicio público al abordar en su programación temas de ciudad en el que se destacan dos grandes ejes: la participación y la cultura ciudadana. De hecho, Telemedellín ha tenido dos eslóganes que se han evidenciado en su lenguaje audiovisual, así como en su estética, narrativa, y contenido. Entre el año 1997-2007 fue el Canal de la Cultura Ciudadana, y desde 2008 a la fecha es Aquí te ves.

En su página web, [www.telemedellin.tv](http://www.telemedellin.tv) el eslogan actual “Aquí te ves” se traduce en un manifiesto que se resume en que ciudadanos son los protagonistas, la ciudad es el mejor escenario, los pequeños acontecimientos son noticia y especialmente, que la televisión pública sí puede ser entretenida.

El exalcalde Aníbal Gaviria comenta que el propósito del canal es “contribuir a la formación de los ciudadanos, para posicionar imaginarios colectivos con el fin de movilizar a la comunidad hacia propósitos comunes” (Telemedellín, 2012). También destaca como características de Telemedellín que es el canal de la comunidad, ventana de la ciudad y voz de quienes la habitan, porque visibiliza los rostros de cada ciudadano. Señala que comunicar es un acto de gobernar, que el canal es un espacio para la participación y el diálogo ciudadano, una plataforma de contenidos locales para conectar a Medellín con el mundo.

### 3. Metodología. Presentación del instrumento

Para la construcción del instrumento y análisis del material de archivo se integraron las categorías propuestas desde la teoría de la enunciación y el análisis de discurso, la clasificación de documental propuesta por Bill Nichols, y las funciones de la televisión pública propuestas por la UNESCO. De cada propuesta se identificaron algunas variables aplicables a la muestra. Para dicho fin se diseñó un instrumento que a su vez hace parte de los resultados de investigación, ya que puede ser ajustado y utilizado en futuros estudios relacionados con la clasificación y categorización de productos documentales.

El instrumento está articulado en cuatro partes para el abordaje de los audiovisuales (Ver Tabla 1). La primera parte contiene la identificación de los documentales, que incluye el código interno, el título, la fecha de realización, y la fecha de emisión, así como a una caracterización relacionada con su duración, clasificación de los contenidos según sean unitarios o serie y el tipo de recursos con el cual fueron realizados, teniendo en cuenta si fueron financiados con recursos externos, internos, públicos o privados. Además, si ha sido realizado en el ámbito nacional o internacional. Dentro de esta clasificación se detalló puntualmente cada una de las personas vinculadas a la producción, teniendo en cuenta sus funciones o roles, para posteriormente identificar las figuras representativas dentro del canal en su historia. Este instrumento incluye la sinopsis, la cual fue en muchos casos construida como parte de las actividades del proyecto de investigación. La primera parte de la identificación contiene un apartado para observaciones y otros temas abordados.

La segunda parte de la clasificación responde a tres elementos del análisis del discurso: En primer lugar, la situación de enunciación, la cual se formula en términos de las preguntas: ¿quién habla? ¿desde dónde? ¿mediante qué recursos? ¿a quiénes? ¿con qué propósito? ¿cuándo? En segundo lugar, el reconocimiento de las dimensiones emocional y racional de la argumentación. En tercer lugar, las funciones del lenguaje (Jakobson) que permite identificar la presencia de la función emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fática, poética.

La tercera parte del instrumento corresponde a la clasificación según los modos de representación del documental propuestos por Nicholls (1997), que se refiere al campo expositivo, reflexivo, observacional, poético y performativo. Incluyendo además los cambios narrativos por los que ha atravesado el documental a través del tiempo, como el documental etnográfico (Ardevol, 1998), y el componente interactivo o transmedia (Gifreu, 2012).

La cuarta parte de la ficha está relacionada con las características de la televisión pública según la UNESCO (2006): la universalidad, la diversidad, la independencia y la diferenciación y un campo de observaciones para el equipo investigador, donde se detallan comentarios y observaciones.

### 3.1.Recolección de información y proceso de sistematización

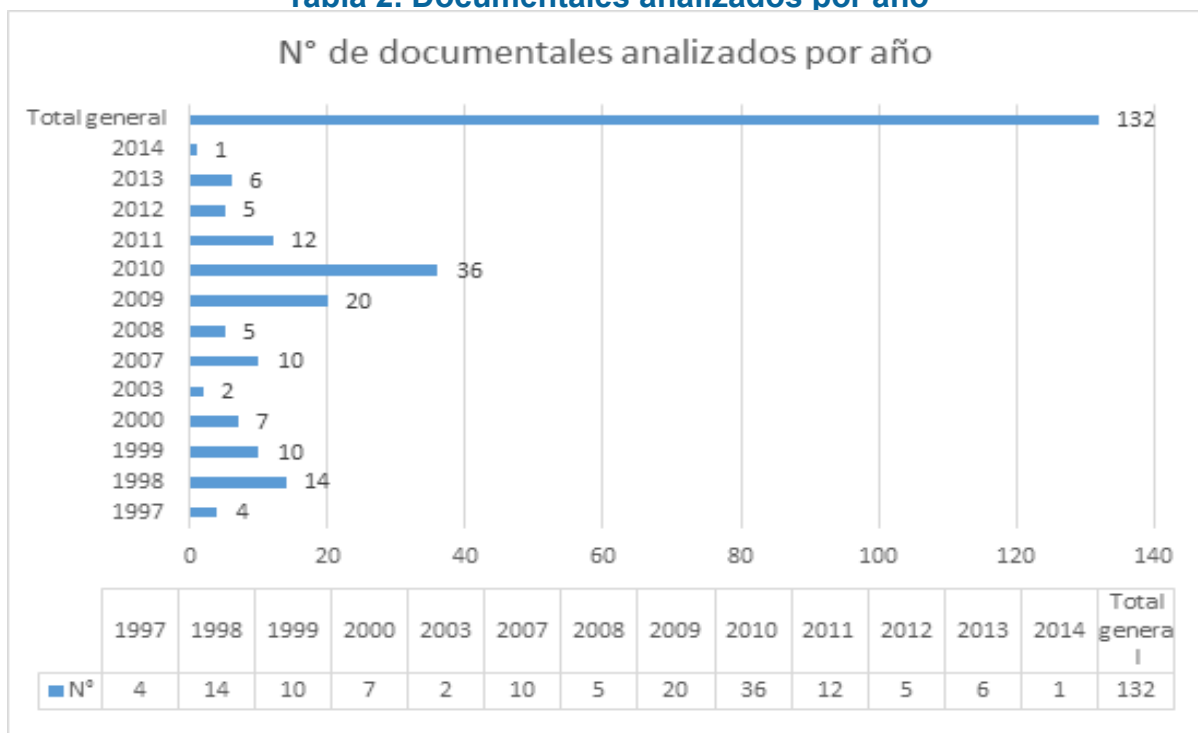
El Canal Teledellín suministró una base de datos general con la clasificación de los contenidos documentales realizados por el canal, con un total de 393 registros que comprenden producciones desde el año 1997 hasta el 2014. Posteriormente, se entregaron los documentales digitalizados para el análisis, con un total de 132 piezas audiovisuales que fueron visualizadas por parte del equipo investigador, lo que correspondió a un 34 % del universo de documentales realizados por el canal desde su creación. A partir de esa base de datos, el equipo investigador realizó una primera identificación, clasificación y visualización del material suministrado aplicando el instrumento de análisis propuesto, y posteriormente se ingresó la información a una base de datos en Excel que permitió la sistematización de la información, y posteriormente su interpretación tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo.

#### 4. Resultados. Hallazgos relativos a la televisión pública

Desde su creación el Canal Teledellín le apostó al documental como un formato para narrar la ciudad y los temas de interés para la ciudadanía, lo que corresponde al ámbito y funciones de la televisión pública. Es así como en el período analizado, se encontró una apuesta constante por este tipo de formato, como se puede ver en la Tabla 2.

Precisamente en los primeros años de producción, 1998 y 1999, se registraron 24 documentales, que corresponden a un 19% de la muestra visualizada, lo que permite inferir que el documental ha sido desde el inicio del Canal un formato adecuado para contar la ciudad, para acercar a los ciudadanos a la nueva pantalla de televisión pública local. Así mismo, los años 2009 y 2010 suman un 42% de producción documental, siendo este período el de mayor presencia de este formato entre los años 1997-2014. Se infiere que en estos dos años el canal ya contaba con una madurez narrativa, técnica, estética, de contenidos y financiera que le permitieron hacer apuestas documentales con mayor énfasis.

**Tabla 2. Documentales analizados por año**



Fuente: elaboración propia

Uno de los elementos cruciales de la estructura de la televisión pública es su dependencia financiera del estado o entes públicos. Es así como uno de los hallazgos significativos del análisis al cruzar las variables de año y número de documentales producidos fue identificar, tanto el gerente del Canal Teledelmedellín como el alcalde de la ciudad de Medellín durante esos períodos. Lo anterior, porque ello de alguna manera podría haber determinado la priorización de recursos para cierto tipo de contenidos o formatos.

Al realizar ese cruce encontramos que durante ciertas administraciones y gerencias se aumenta la producción del formato documental. Lo anterior es un hallazgo significativo porque gran parte de los recursos de las secretarías del ente municipal se dirigen a la producción de contenidos televisivos en el canal local. Así mismo, pone de manifiesto el interés de ciertos gerentes por producir contenidos documentales en el canal local.

Es así como el período más significativo de producción de documentales es el comprendido entre el 2008 y el 2001, durante la alcaldía de Alonso Salazar y la gerencia del canal de Mauricio Mosquera, con 73 piezas realizadas, que corresponde al 55% de la muestra total analizada, como se ilustra en la Tabla 3.

**Tabla 3. Distribución de producción por gerentes y alcaldes**

Año	Nº	Porcentaje	Gerente	Alcalde	Por alcalde	Porcentaje
1997	4	3%	Ángela Suárez	Sergio Naranjo	4	3%
1998	14	11%	Ángela Suárez- Selene Botero	Juan Gómez Martínez	31	24%
1999	10	8%	Selene Botero- Carlos Mario Giraldo			
2000	7	5%	Carlos Mario Giraldo- Luis Fernando Calderón			
2003	2	2%	Roger Vélez	Luis Pérez Gutiérrez	2	2%
2007	10	8%	Berta Lucía Gutiérrez	Sergio Fajardo Valderrama	10	8%
2008	5	4%	Mauricio Mosquera	Alonso Salazar	73	55%
2009	20	15%				
2010	36	27%				
2011	12	9%				
2012	5	4%				
2013	6	5%	Waldir Ochoa Guzmán	Aníbal Gaviria	12	10%
2014	1	0.80%				
Total general	132					

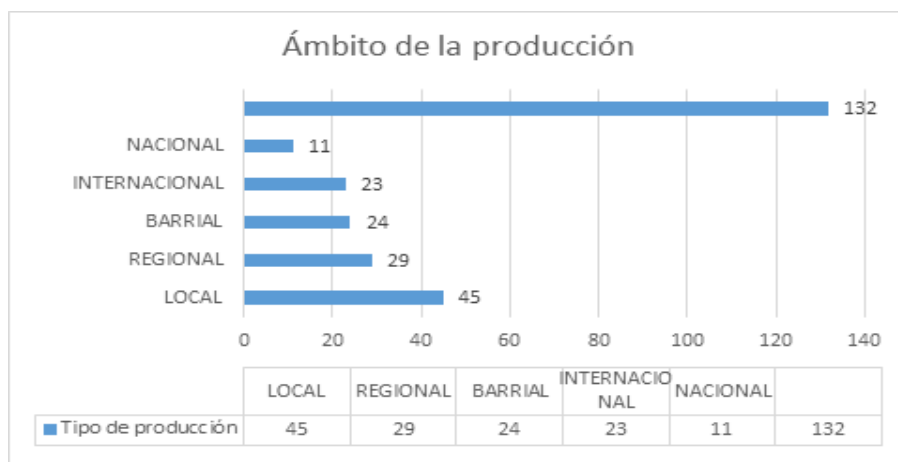
Fuente: elaboración propia

## 4.2 Ámbito de la producción

En cuanto al ámbito de la producción se encontró que la local tuvo el mayor porcentaje de producción dentro de la muestra analizada, con un 45%, es decir que se abordaron temas de ciudad; mientras que lo regional ocupó un 22% de la producción, seguido de contenidos dedicados a los barrios con un 18%; mientras que, en una menor proporción, con un 17%, los contenidos abarcan el ámbito internacional y un 8% nacional. Si sumamos los contenidos locales y barriales encontramos que un 52% de los documentales analizados se destinan a lo **local+barrial**, lo que es coherente con los propósitos del canal Teled Medellín, que busca el reconocimiento y visibilización de los ciudadanos.

En este caso, si bien el Canal local Teled Medellín, tiene como objetivo mostrar la ciudad, también da cuenta de elementos propios de la televisión pública como la universalidad, esto es que los contenidos, si bien pueden tener un componente local, también se dirigen a todos los ciudadanos de un país. (Ver Tabla 4)

**Tabla 4. Ámbito de la producción**



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las temáticas abordadas encontramos que el arte, la violencia, los barrios, colombianos en el exterior e historias sobre ciudadanos son los tópicos más abordados, con un 60%. Como se aprecia en la Tabla 5 otros temas están presentes como la historia, el patrimonio, manifestaciones culturales, la democracia, como aspectos clave en el abordaje de contenidos en la televisión pública, lo que resulta significativo porque este tipo de televisión aborda contenidos que la televisión comercial nunca abordará.

**Tabla 5. Temas**

Temas	Porcentaje
Arte	18%
Violencia	17%
Barrios	15%
Colombianos en el exterior	10%
Ciudadanos	9%
Historia de Medellín	4%

Deporte	5	3%
Manifestaciones culturales	4	3%
Telemedellín	3	2%
Religión	3	2%
Fenómenos sociales	2	2%
Historia	2	2%
Educación	2	2%
Medio ambiente	2	2%
Planeación urbana	2	2%
Bibliotecas	1	1%
Comunidades indígenas	1	1%
Museos de Medellín	1	1%
Democracia	1	1%
Patrimonio	1	1%
Metro de Medellín	1	1%
Viajes	1	1%

Fuente: elaboración propia

### 4.3 Participantes y protagonistas

El instrumento de análisis permitió identificar y clasificar los participantes de los documentales así: ciudadanos, líderes, expertos y funcionarios.

Al analizar esta variable encontramos que los principales protagonistas y voceros de las historias son los ciudadanos, con un 45% con participación exclusiva. Es decir, que en 59 de los documentales visualizados, la historia solo se contaba con el testimonio de gente común, con el ciudadano de a pie (Ver Tabla 6). Esto es valioso y significativo a la luz de la teoría que sustenta el deber ser de la televisión pública, es que se dirige al ciudadano más que al consumidor, y que la pantalla posibilita el reconocimiento e identificación de sus audiencias.

La voz del ciudadano se va a combinar también con la mirada de expertos en un 22%, y ciudadanos y líderes en un 12%. Lo anterior también guarda coherencia con la declaración del canal en su eslogan cuando señala que es el canal de la cultura ciudadana y con el actual eslogan Aquí te ves. El formato documental en el Canal Telemedellín es ante todo contado por los ciudadanos, y se evidencia la baja participación de funcionarios como protagonistas en este tipo de contenidos, lo cual es bastante significativo teniendo en cuenta que el canal se financia con recursos de la Alcaldía de Medellín.

**Tabla 6. Clasificación de los participantes**

Participantes	N°	Porcentaje
Solo ciudadanos	59	45%
Ciudadanos y expertos	22	17%
Ciudadanos y líderes	16	12%

Ciudadanos y funcionarios	4	3%
Solo expertos	3	2%
Ciudadanos, líderes y expertos	3	2%
Líderes y funcionarios	2	2%
Otros	2	2%
Solo líderes	1	1%
Expertos y funcionarios	1	1%
Ciudadanos, expertos, líderes y funcionarios	1	1%
Solo funcionarios	0	

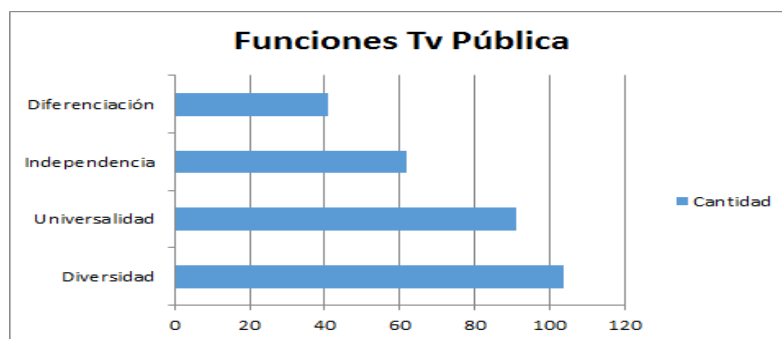
Fuente: elaboración propia

#### 4.5 Funciones de la televisión pública

De acuerdo con las funciones propuestas por la Unesco en el ámbito de la televisión pública, el Canal Telemedellín, en lo que se refiere a los contenidos documentales, le apuesta en mayor medida a la función de la diversidad con un 79%, seguido de la universalidad con un 69%, y en menor medida la independencia con un 47%, y la diferenciación con un 31%. (Ver Tabla 7)

Estas funciones básicamente aluden al desarrollo del contenido. La diversidad y universalidad dan cuenta que el canal hace un esfuerzo por presentar diversos temas de interés para todas audiencias a través de este formato; mientras que en menor medida encontramos la independencia y la diferenciación. En el primer criterio porque de alguna manera ciertos contenidos pierden su objetividad por la dependencia al ente municipal, y en el segundo criterio, porque el formato documental resulta predecible y repetitivo en sus estructuras estéticas y narrativas, y faltan apuestas de contenidos que se destaquen por explorar nuevas formas de contar y abordar las historias.

Tabla 7. Funciones de la Televisión Pública



Fuente: elaboración propia

#### 4.6 Hallazgos relativos al análisis del discurso

- **Situación de enunciación**

En principio nos encontramos, en los documentales visualizados, un privilegio de la voz en off omnisciente y de la función expositiva, explicativa o descriptiva. Cuando se avanza, no obstante, cronológicamente, se empieza a encontrar otras estrategias narrativas en las que se va tomando

distancia respecto del género periodístico y sus compromisos con la objetividad, dando lugar a otros sujetos y a otras modalidades de la enunciación tales como la experiencia de los personajes, su memoria fragmentaria, dispersa, sesgada si se quiere y ya no necesariamente lineal.

Los relatos no pretenden una mirada acabada de las temáticas y éstas no son necesariamente las más llamativas. El ánimo moralizante y pedagógico pierde protagonismo y entran en juego otros sujetos. Así, los documentales en los que siempre habla la voz de la autoridad: periodistas, presentadores, directores, representantes de la alcaldía, personajes reconocidos, de la política, del arte, de la sociedad antioqueña, de expertos en temas específicos; van dando lugar a otras voces entre las que podemos mencionar: los góticos, los graffiteros, habitantes de la calle y de los barrios, paisas residentes en el extranjero, cantantes de Hip-hop, silleteros, trovadores, víctimas y sobrevivientes, niños, madres, ancianos, activistas de DDHH, maestros, padres de familia, intelectuales, funcionarios públicos y privados, prisioneros, Drag Queens, desplazados.

En relación con lo anterior, es conocida, en la tradición de los estudios sobre el documental, la afirmación de un carácter definido por una función, informativa o didáctica. Esto obedece a la cercanía de buena parte de la producción documental al género periodístico o del reportaje, así como al imperativo de la televisión pública según el cual ésta debe enseñar algo a sus televidentes y tiene su trasfondo, a su vez, en la idea de que el documental debe dar cuenta de lo real que constituye su referente, idea que le separa del cine de ficción que carecería de este compromiso. Con la afirmación y el reconocimiento de estas dos funciones, así como de su recurrencia, no se cubre, no obstante, todo el campo, como también lo saben estos estudios y en este sentido la verificación de tal diversidad de sujetos en el corpus de documentales abordado resultó muy elocuente.

Otro tanto puede decirse de la pregunta por el ¿A quién? Es decir, por los destinatarios. Ya no se trata tan solo de una audiencia pasiva, configurada por aprendices o personas que quieren informarse o ampliar su cultura general y que, por definición, recibirá acríticamente cualquier contenido que se le proponga. Se construye la imagen de un destinatario que a su vez podría ser enunciatario en tanto, como sujeto probable de la experiencia narrada, es a su vez, potencialmente, un sujeto de la enunciación.

Se modifica la relación vertical entre un emisor omnisciente y un receptor que es pasivo y acrítico y se pone de manifiesto el eslogan del canal: “Aquí te ves”. Este auditorio está compuesto principal aunque no exclusivamente por ciudadanos de Medellín –que viven o no en la ciudad- y sus municipios aledaños con lo que se manifiesta cierta tendencia de reivindicación de los valores, identidad, conjunto de creencias, experiencias y memoria colectiva. Por otro lado, no obstante, va abriéndose paso, en virtud de los sujetos que, como vimos, toman la palabra, la tendencia a abordar temáticas que no siempre estén en favor de una reivindicación de la tradición y las costumbres paisas y antioqueñas y que den cuenta de otras modalidades de ciudadanía que se construyen desde lugares muy diversos.

En relación con la procedencia de las historias, a la que se alude con la pregunta ¿Desde dónde habla? Es un hallazgo notorio el predominio casi absoluto de la experiencia, a saber, de los diversos sujetos del enunciado. Su experiencia pues, como científicos, desplazados, deportistas, artistas, etc. Es por esto que los recursos más utilizados son la voz en off, el argumento de autoridad, la entrevista, el testimonio, los seguimientos de rutinas, los planos de personajes... Estos recursos subrayan la naturaleza factual, pragmática o experiencial de historias que son contadas por diversos sujetos y, por lo tanto, poseen diversos puntos de vista y no necesariamente obedecen a la estructura del comienzo, el nudo y el desenlace.



- **Dimensiones emocional y racional de la argumentación. Funciones del lenguaje en el documental**

En segundo lugar, las perspectivas de análisis que se interrogan por el carácter emocional o racional de la argumentación (Charaudeau), así como por las funciones del lenguaje (Jakobson) que entran en juego en los documentales de la televisión pública, arrojaron, a su vez, interesantes resultados.

Se confirmó, con la presencia, en un 90% de los documentales de la función referencial del lenguaje, el privilegio ya mencionado de un sujeto de la enunciación que, por definición se ubica en una postura de superioridad –la del maestro o la del periodista- en todo caso la del que sabe, y que define a buena parte de la producción documental. El privilegio de esta función del lenguaje en el documental, función definida por la exigencia de decir cómo son las cosas, describirlas, enseñarlas, denunciar su naturaleza; y en la que el lenguaje es un instrumento para hablar sobre el mundo, comienza a acompañarse, no obstante, de otro tipo de funciones del lenguaje en el documental. Está, por ejemplo, la función emotiva, en la que argumentación utiliza recursos retóricos, tanto racionales como emocionales. Así, son frecuentes las frases conmovedoras, pronunciadas por los diversos sujetos del enunciado, así como un uso retórico de la imagen y de la música. Así, un 78% de los documentales observados posee esta función emotiva, lo que da cuenta, también, de un desplazamiento de la exigencia de objetividad hacia la intimidad.

Otro hallazgo importante tiene que ver con la función conativa. El 86% de los documentales no utiliza esta función, lo cual da cuenta de que, entre los recursos retóricos, no son muy utilizados el diálogo o la interpelación directa a personajes o incluso al auditorio, sino que, a pesar de lo que hemos mencionado sobre inclusión de personajes y aspectos emocionales, sigue habiendo un cuidadoso gobierno del sujeto que enuncia y poco uso de la interacción.

La función metalingüística, mediante la cual el discurso se vuelve sobre sí mismo, se hace autorreferencial, tiene una presencia escasa en el corpus visualizado, tan solo el 26% de los documentales la utilizan. Esto confirma el primero de los hallazgos respecto de la función referencial. Los documentales están más orientados a describir o a explicar el mundo, que a una reflexión sobre el documental mismo y sus modalidades expresivas. Este porcentaje, no obstante, da cuenta de una tendencia autorreflexiva que no resulta despreciable, toda vez que da cuenta de que el documental, aún en la televisión pública, está lanzando una mirada crítica sobre sí mismo.

La función fática, que básicamente consiste en una verificación de las condiciones de la comunicación, tiene, como era de esperarse, una presencia débil en los documentales observados, tan solo el 17% la utiliza.

Por último, lo cual resulta importante, está la presencia que verificamos de la función poética. Un 46% de documentales la utilizan, lo cual resulta llamativo, toda vez que da cuenta del fortalecimiento, en el documental, de una tendencia estética, creativa, que quizá tenga que ver con la autonomía de algunas de estas producciones, respecto de funciones pedagógicas, de denuncia, propaganda o descripción detallada y objetiva del mundo. La función poética es manifestación de autonomía respecto de las urgencias de lo contingente y de experimentación en otras narrativas.

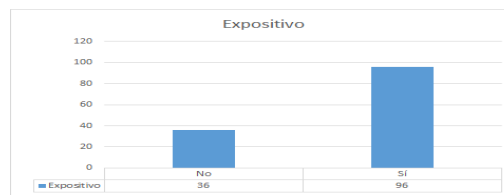
- **Hallazgos relativos al tipo de documental**

El análisis del corpus documental y la aplicación del instrumento en cuanto a su clasificación categórica referida a la teoría propuesta por Nichols, da como resultado que 96 de los documentales

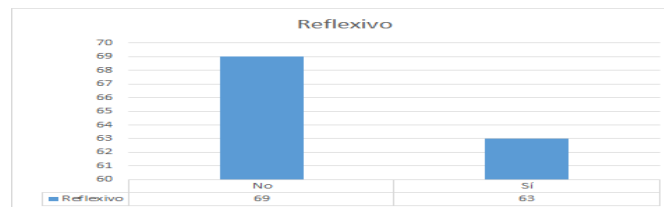
equivalente al 73 % cuentan con un carácter expositivo, usando el recurso de la voz de un narrador como hilo conductor del relato, mientras que las imágenes son presentadas como un mecanismo ilustrativo de la palabra. Este carácter expositivo es complementado con un carácter reflexivo, invitando al espectador a plantearse preguntas sobre las problemáticas presentadas, esta tipología está presente en 63 documentales lo que corresponde a un 48 % del corpus documental.

Las demás categorías analizadas cuentan con una presencia muy baja. La categoría observacional en donde el director intenta no intervenir en la escena, sólo se encuentra presente en 10 documentales equivalente a un 8%, al igual que componente poético en el cual se desarrollan hechos del mundo histórico a través de imágenes fragmentadas o menos literales. Esta característica se encuentra presente en 11 de los documentales. Los rasgos de documental performativo cuenta con una presencia del 5% evidenciada en 6 documentales y los documentales con características etnográficas son aún menos presentes con un 3% evidenciado en 4 documentales, en cuanto al documental con características web sólo se evidencia en un 1%. (Ver tablas 8, 9, 10)

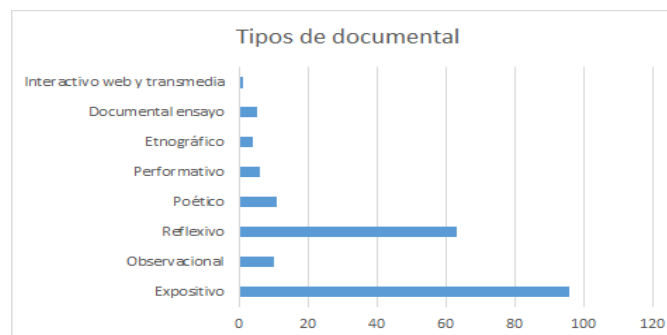
**Tabla 8. Caracterización del tipo de documental expositivo**



**Tabla 9. Caracterización del tipo de documental reflexivo**



**Tabla 10. Caracterización general tipos de documental**



## Conclusiones

Siendo la función referencial la que más privilegia el corpus de documentales que hemos analizado, también se pone en evidencia una incipiente toma de distancia respecto de la función meramente instrumental del lenguaje, y por lo tanto de sus funciones didáctica, moralizante, expositiva o propagandística.

Los destinatarios del documental ya no son solo quienes están en condiciones de ser informados o de aprender. Paulatinamente va instalándose en los documentales la imagen de un destinatario que es, a su vez, un enunciatario potencial.

En relación con la procedencia de los contenidos llama la atención el hallazgo de que, en lo fundamental, coincide con una pluralidad de experiencias que se manifiestan en testimonios, fuentes bibliográficas, argumentos de autoridad de expertos o personas que han vivido determinadas situaciones.

Es escasa la presencia, en los documentales, de la función metalingüística, es decir, de una reflexión, desde el documental, sobre el documental mismo, o bien, de un autorreflexión. Sin embargo, se encuentran documentales que tienen este propósito.

Los documentales analizados en su mayoría cuentan con un desarrollo de orden expositivo en donde el hilo conductor es llevado por una voz y las imágenes operan de forma ilustrativa, esta condición evidencia que las búsquedas narrativas son limitadas y reproducen las formas tradicionales a la hora de estructurar los relatos. Los documentales cuentan en menor medida con la presencia de otras categorías como la reflexiva, sin embargo, no es representativa dentro del corpus de los documentales estudiados. Lo anterior genera no sólo una ausencia de la presencia de las categorías, sino una forma interpretativa a la hora de contar las realidades de la ciudad, careciendo del uso de la cámara como un elemento que presente en las acciones desde lo observacional, o elemento participativo proveniente del documental etnográfico, abriendo una puerta hacia la búsqueda o implementación de nuevas narrativas interactivas, web y transmedia.

El documental en el Canal Telemedellín es un formato que se acerca y cumple con las funciones de la televisión pública de diversidad, universalidad, independencia y diferenciación. Es así como en su trayectoria como canal de televisión le ha apostado a este formato de manera permanente, y los contenidos han reflejado el reconocimiento de los ciudadanos como protagonistas de las historias, y se cumple con la declaración de sus propósitos: El Canal de la Cultura Ciudadana, y Aquí te ves.

El instrumento de análisis para contenidos documentales en la televisión pública es una propuesta que permite sistematizar y caracterizar los programas y contenidos audiovisuales tanto desde la parte formal, es decir desde el formato y las características de un programa de televisión o contenido audiovisual, así como desde los recursos narrativos empleados. Su implementación en canales de televisión o en la sistematización de contenidos permite ampliar las categorías que posibiliten obtener un detalle más profundo del tipo de contenidos, participantes y perspectiva del discurso recurrentes utilizados. Este instrumento tiene múltiples perspectivas de análisis y puede ser utilizado en diferentes corpus audiovisuales.

## Bibliografía

- ANTV (2015) *Informe anual del sector*. Junio de 2016. Disponible en: [https://www.antv.gov.co/ANTV\\_GOV/HTML/INFORM-2.HTM](https://www.antv.gov.co/ANTV_GOV/HTML/INFORM-2.HTM) (Recuperado el 5 de agosto de 2016)
- Ardèvol, E. (1998) Por una antropología de la mirada: Etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares del CSIC*. L. Calvo, Perspectivas de la antropología visual. Madrid.
- Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.
- Burke, P. (2001) *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Crítica, Barcelona.
- Castaño, A; Cardona, C. (2012) *Análisis de la interactividad del modelo convergente de televisión e internet de Teledellín 2.0 desde la comunicación digital interactiva*. Informe de investigación, Universidad de Medellín, Facultad de Comunicación.
- Charaudeau, P. (2011) Las emociones como efectos del discurso. En: *revista Versión*, n.º 26, junio 2011. La experiencia emocional y sus razones, pp. 97-118, UAM, México, 2011. En: <https://biblat.unam.mx/es/revista/version-mexico-d-f/articulo/las-emociones-como-efectos-de-discurso-traduccion-de-ma-de-lourdes-berruecos-villalobos>
- Cock, A. (2010) Realidad desdibujada. Disponible en: <http://docuscolombia.blogspot.com/p/documentos-teoria-documental.html> (Recuperado el 1 de agosto de 2016)
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. Londres: Sage.
- Dahlgren, P. (1997). El espacio público y los medios. ¿Una nueva era? En I. Veirat-Masson, & D. Dayan, *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Fuenzalida, V. (2000). *La Televisión Pública en América Latina: Reforma o privatización*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Gifreu, A. (2012). El documental interactivo y transmedia. Disponible en: [http://agifreu.com/interactive\\_documentary/TesisArнауGifreu2012.pdf](http://agifreu.com/interactive_documentary/TesisArнауGifreu2012.pdf) (Recuperado el 5 de agosto de 2016)
- Igárbal, B. (2013) *Por una televisión pública con audiencia*. Págs. 51-64. En: Rincón, O. (Ed.). *Zapping Tv. El paisaje de la tele latina*. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung FES Comunicación
- Jakobson, R. (1981). *Lingüística y poética*. Madrid: Cátedra.
- Keane, J. (1985). *The politics of broadcasting*. Sidney: Taylor & Francis.
- Keane, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios Sociológicos del Colegio de México*, 47-77.
- Livingstone, S., & Lunt, P. K. (1994). *Talk on television: audience participation and public debate*. Nueva York: Routledge.
- López, J. A. Diciembre de 2011. El documental de los años sesenta como arte: consideraciones de la película *Crónica de un verano*. *Palabra Clave* 14 (2), 235-246.

- Martín Barbero, J., Rincón, O., & Rey, G. (2000). Televisión pública, cultural, de calidad. *Gaceta* , 50-61.
- Mazzioti, N. (2005) Los géneros en la televisión pública. En: Rincón, O (Ed). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. (Pág. 181-207) Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Nichols, B. (1996) La representación de la realidad. Barcelona: Paidós: Barcelona.
- Rabiger, M. (2005) Dirección de documentales, Instituto oficial de Radio y Televisión, RTVE. Madrid.
- Ricœur, P. (2000) *La memoria, la historia y el olvido*, Siglo XXI, Madrid.
- Rincón, O. (Ed) (2005). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Rincón, O (2006). *Narrativas Mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa. 2006.
- Silva Rodriguez, Manuel, Kuéllar Diana (2015) Documental (es) Voces... Ideas. Cali: Programa Editorial Universidad del Valle.
- Thompson, J. B. (1996). La teoría de la esfera pública. *Voces y culturas* , 81-96.
- Keane, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Unesco. (2006). *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. San José: UNESCO.
- Valle, M., Gómez Sánchez, S., Restrepo, J., Gómez, J., & Raigosa, W. (2019). Documentales y documentalistas Antioqueños. Sentido y práctica de un oficio que narra una región. *LUCIÉRNAGA*, 11(21), 5 - 39. doi: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n21a1>
- Waisbord, S. (2000). Industria global, culturas y políticas locales: la internacionalización de la televisión latinoamericana. *América Latina Hoy*, 25. Recuperado de <https://revistas.usal.es/index.php/1130-2887/article/view/2668>
- Teledellín (2012) *M. Quince años de vida, de historias y personajes Quince años de ciudad*. Disponible en: <https://issuu.com/teledellin/docs/teledellin> Recuperado el 5 de agosto de 2016.

### Para citar este artículo:

Alzate, A., Maya, C., Heredia, V., (2020). **El documental en el contexto de la televisión pública. Categorías para su análisis.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol. 12, Núm. 23.Pp 130-149. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a6>

Ojs: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

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

## El discurso godardiano en *vivre sa vie* (1962)

Santiago Andrés Segura Berrío\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a7>

### Resumen

Se presenta la reflexión producto de investigación del análisis del film *Vivre sa vie* (Godard, 1962) el cual se basó en la propuesta de Jacques Aumont y Michell Marie (1990), en las teorías de Bordwell, Burch y Bergala así como en entrevistas a expertos de cinematografía en la ciudad de Medellín.

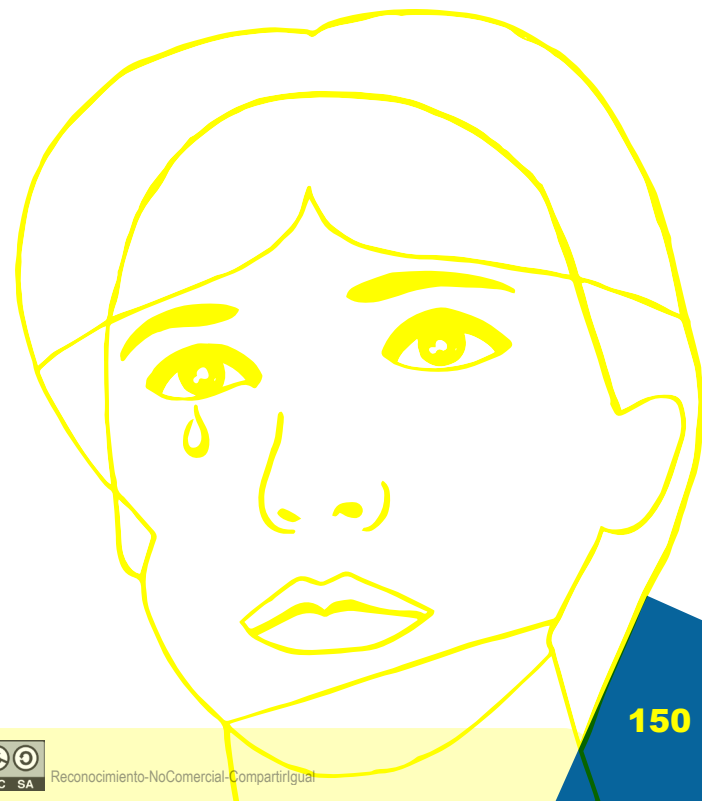
La manera de vivir el cine implica la idea *canónica* del entretenimiento, para Godard, también involucra la capacidad de construir metáforas e ideas para un espectador reflexivo. Éste director propone un modelo desafiante y transgresor con un discurso *collage*, que se constituye en desafío mental para el público. En *Vivre sa vie*, presenta modelos “nuevos” de cinematografía tales como el teatro épico y la narrativa paramétrica, los cuales aportan argumentos renovadores al cine.

**Palabras clave:** *Vivre sa vie*; lenguaje cinematográfico; Jean-Luc Godard; teatro épico; narrativa paramétrica; canon fílmico hegemónico hollywoodense; narrativa, estética.

**Recibido.** Febrero 3, 2020

**Aceptado.** Febrero 18, 2020

\* Comunicador y Periodista de la Corporación Universitaria Lasallista. En desarrollo de su plan de estudios orientó sus preferencias formativas hacia el campo de la cinematografía. Su trabajo de grado para optar al título lo realizó con el proyecto de investigación “Transgresiones del canon fílmico hollywoodense en *Vivre sa vie* (1962) de Jean-Luc Godard”, el cual fue presentado en el evento institucional Muestra Audiovisual de 2017. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3990-6876> ; e-mail: [sasegura@ulasallista.edu.co](mailto:sasegura@ulasallista.edu.co)



## The godardian discourse in vivre sa vie (1962)

Santiago Andrés Segura Berrío\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a7>

### Abstract

It is presented the reflection resulting from the analysis of the film *Vivre sa vie* (Godard, 1962) which was based on the proposal of Jacques Aumont and Michell Marie (1990), on the theories of Bordwell, Burch and Bergala as well as on interviews with film experts in the city of Medellín.

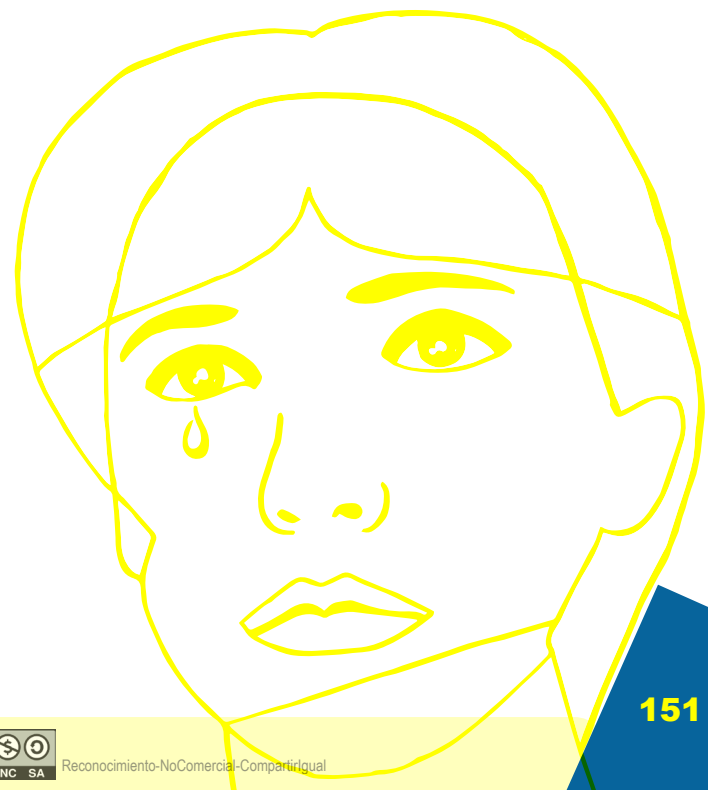
The way of experiencing movies implies the canonical idea of entertainment, for Godard, it also involves the ability to build metaphors and ideas for a reflective viewer. This director proposes a challenging and transgressive model with a collage discourse, which constitutes a mental challenge for the audience. In *Vivre sa vie*, it is presented “new” models of cinematography such as epic theater and parametric narrative, which introduce renovating arguments to cinema.

**Keywords:** *Vivre sa vie*; cinematographic language; Jean-Luc Godard; epic theater; parametric narrative; Hollywood hegemonic film canon; narrative, aesthetics

Received. February 3, 2020

Accepted. February 18, 2020

\*Communicator and Journalist of Corporación Universitaria Lasallista. His research, “Transgressions of the Hollywood film canon in Jean-Luc Godard’s *Vivre sa vie* (1962),” was shown at the institutional event Muestra Audiovisual of 2017. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3990-6876> ; e-mail: [sasegura@ulasallista.edu.co](mailto:sasegura@ulasallista.edu.co)



## O DISCURSO GODARDIANO EM *VIVRE SA VIE* (1962)

Santiago Andrés Segura Berrío\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a7>

### Resumo

A reflexão é apresentada como resultado da análise do filme *Vivre sa vie* (Godard, 1962) que foi baseado na proposta de Jacques Aumont e Michell Marie (1990), nas teorias de Bordwell, Burch e Bergala, bem como em entrevistas com especialistas em cinema na cidade de Medellín.

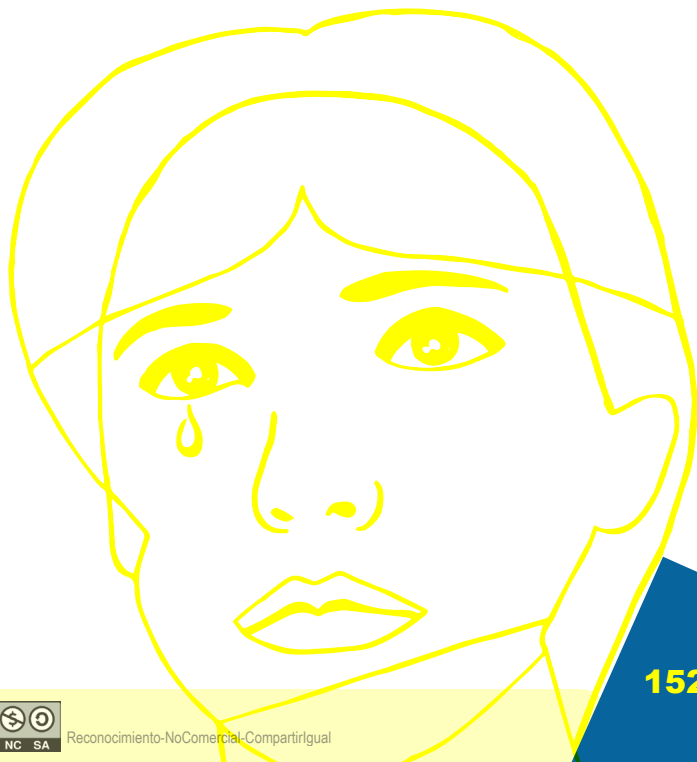
A forma de viver o cinema implica a idéia canônica de entretenimento, para Godard, envolve também a capacidade de construir metáforas e idéias para um espectador reflexivo. Este diretor propõe um modelo desafiador e transgressivo com um discurso de colagem, o que constitui um desafio mental para o público. Em *Vivre sa vie*, ele apresenta “novos” modelos de cinematografia como o teatro épico e a narrativa paramétrica, que trazem novos argumentos renovadores para o cinema.

**Palavras chave:** *Vivre sa vie*; linguagem cinematográfica; Jean-Luc Godard; teatro épico; narrativa paramétrica; cânone cinematográfico hegemônico de Hollywood; narrativa, estética.

**Recebido.** Fevereiro 03,202

**Aceitado.** Fevereiro18,2020

\* Comunicador e Jornalista da Corporação Universitária Lasalliana. Sua pesquisa, “Transgressões do cânone do filme de Hollywood em *Vivre sa vie* (1962) de Jean-Luc Godard”, foi apresentada no evento institucional Show Audiovisual de 2017. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3990-6876> ; e-mail: [sasegura@ulasallista.edu.co](mailto:sasegura@ulasallista.edu.co)





## Introducción

Jean-Luc Godard, fue un crítico y director de cine francosuizo, entre sus películas más conocidas están: *À bout de souffle*, (1960) o *Le mépris*, (1963). Godard, comenzó a escribir su nombre en la historia del cine en la revista *Cahiers du cinema* [1], allí surge el movimiento la *Nouvelle Vague* (Baecque, 2004). A Godard se le conoce como transgresor y renovador.

Decidió implementar nuevas formas de expresar relatos y emplear la estética, explorando el cine a modo de cine: un sistema de encadenar imágenes y sonido para consolidar un argumento (Bordwell, 1985).

En general se le definió como *L'enfant terrible* [2], esto es un hombre incómodo que destruye, crea y transforma a lo largo de su obra. Entre las temáticas abordadas por este director están: el amor, la comunicación, el lenguaje, las guerras y las relaciones mercantiles de la sociedad actual. Algunos cineastas han sido influenciados por su obra, como por ejemplo los colombianos Óscar Campo, Jorge Echeverry y Luis Ospina.

Los principios que rigen el lenguaje de la cinematografía godardiana buscan expresar *ideas* por medio de *metáforas* visuales y sonoras. Godard desea transmutar, variar, renovar y refrescar los relatos, en otras palabras: denota la construcción de un *collage* (*teatro épico, narrativa paramétrica*) para consolidar un discurso connotativo en la audiencia. Su principio, y del cual se desprende todo el pensamiento *godardiano*, es el de plantear posibilidades de representar y plasmar las diferentes facetas de la existencia humana con las imágenes y el sonido: no limita los recursos, los expande y yuxtapone sin crear convencionalismos; amplía los paradigmas en la narración y la estética.

“Godard, en otras palabras, plantea la posibilidad, como ningún otro director lo ha hecho, de un uso de la técnica puramente caprichosa o arbitraria” (Bordwell, 1985, pág. 312).

El segundo principio de Godard: es que el film debe ser comprensible. El espectador tiene la tarea de comprender las *metáforas* desde su cognición biográfica; debe interpretar, descifra y crea la historia fraccionada que se le ha expuesto. Este proceso se puede observar en la Ilustración 1, cuya lectura debe hacerse de izquierda a derecha.

### Ilustración 1. Proceso de los principios godardianos



Fuente: elaboración propia a partir de La narración en el cine de ficción de Bordwell (1985)

La existencia fílmica, se refiere a la película misma la cual tiene un contenido; un cuerpo que propone unos elementos perceptibles. Lo metafórico, hace referencia a la construcción de significantes [3]. El espectador, es quien debe leer la película, sus significantes, pasar de sujeto-pasivo a sujeto-activo. Éste racionaliza [4] los significantes, les brinda significados [5] (*ideas*). Cuando el espectador no construye *significados* sobre el significante, genera hipótesis y trata de racionalizar hasta alcanzar alguna idea sobre la metáfora. Si el espectador no ha conseguido construir un *significado* sobre el significante, seguirá generando hipótesis y racionalizando hasta alcanzar una idea sobre la metáfora.

### 1. *Vivre sa vie*

*Vivre sa vie*, es un film en el que se describe la vida de una mujer dócil e idealista, muy frágil, la cual quería ser actriz de cine pero termina en una tienda de discos. Es una cinta que muestra qué ocurrió, pero no por qué ocurrió. Rechaza la *causalidad* [6]. Muestra lo que es y lo que existe: el presente, lo que ocurre, el “yo” que es transmutado por el contexto. Sin saber por qué, pero se podría intuirse que lo hace por problemas económicos. Ella acaba como prostituta de una red mafiosa, se enamora, y es asesinada en una lucha entre dos mafias (Bordwell, 1985).

*Vivre sa vie*, es un film que, como comenta Bordwell, habla de “una radiografía del panorama de la prostitución parisina” y sobre la dificultad de la comunicación (Bordwell, 1985, pág. 282).

**Imagen 1.** Nana en su contexto, intentando sobrevivir trabajando en la prostitución pues sus sueños se ven frustrados.



**Imagen 2.** Nana demuestra la problemática de comunicación, pues es indiferente ante su cliente en el encuentro sexual.



En el film yace una realidad fraccionada, narrada en doce *tableaux* [7], relata la historia de un sujeto fragmentado, que atraviesa por la sociedad francesa decadente de la postguerra. Contiene elementos narrativos y estéticos que renovaron el cine en los años 60. *Vivre sa vie* (Godard, 1962), es un film renovador y refrescante que la convierten en una obra que plantea nuevos componentes.

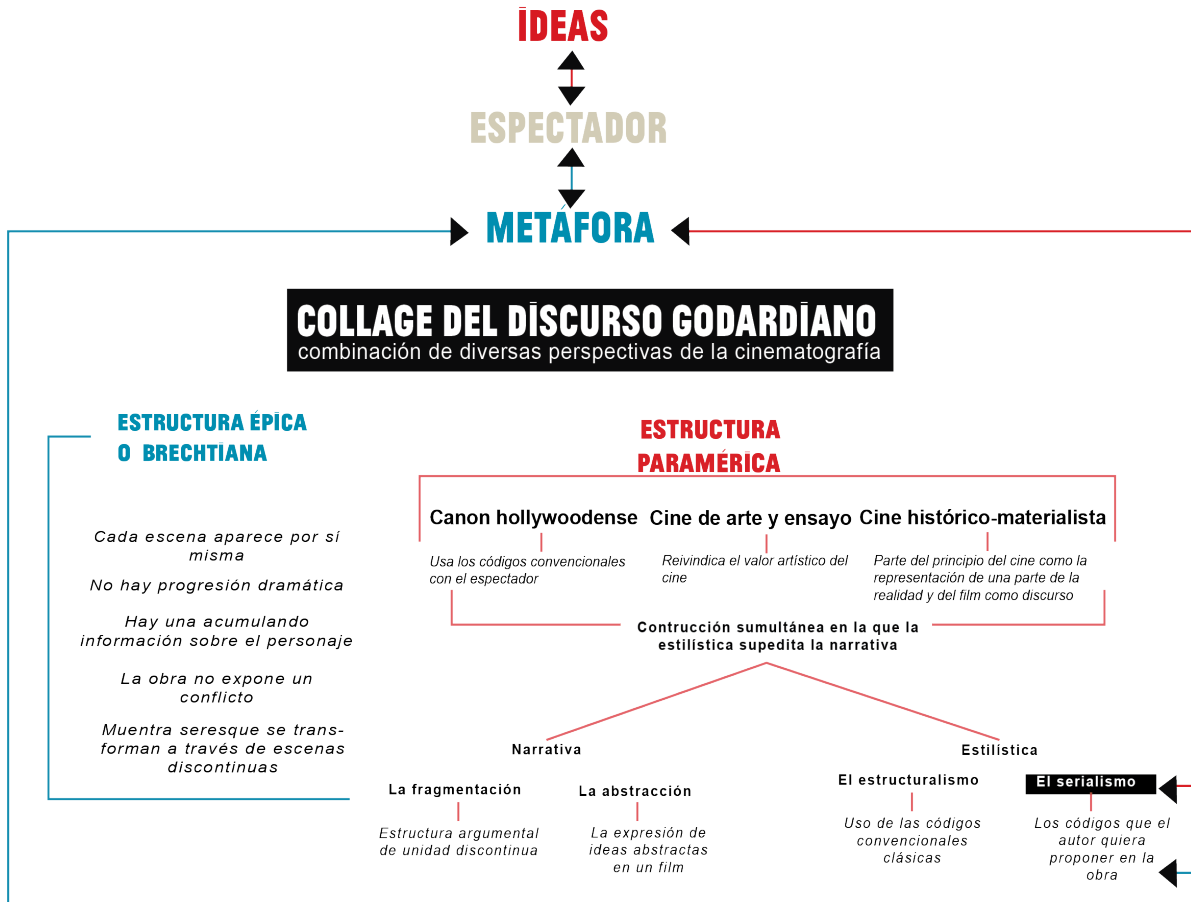
A continuación, procedemos a desglosar, una por una, las características que subyacen dentro del argumento y dentro de la estilística de *Vivre sa vie*.

#### 1.1 El teatro épico en *Vivre sa vie*

Para Arias (2017), en el modelo narrativo de *Vivre sa vie*, se encuentra la fusión de relatos y de formas argumentales, es decir el *collage* de Godard al narrar. La forma narratológica del film es, como argumenta Javier Villar Bibián: la *estructura teatral épica* o *brechtiana* (Bibian, 2006), la cual busca una relación de empatía con el espectador a través de la interacción entre la puesta en escena y el público, donde se genera un espacio de racionalización del contenido de la obra, o lo que es lo mismo, conciben al sujeto sentado en su butaca como un ser pensante, capaz de generar un discurso frente a lo que acontece en la cámara oscura (Pineda, 2018).

Ilustración 2.

Collage del discurso godardiano, el teatro épico y la narrativa paramétrica



Fuente: elaboración propia a partir de toda la bibliografía consultada.

Hallamos una trama desarrollada de manera fragmentada en la que hay una disposición dividida de las *ideas* y *metáforas* que nos narran unas transformaciones en la vida de Nana: sus rupturas amorosas, sus trabajos, su vida, su muerte. Ante estas variaciones en su ambiente cotidiano ella se ve obligada a transmutar. La película no narra un conflicto, relata unos sujetos pasajeros que se (re) envuelven en unas situaciones predeterminadas por las condiciones sociales de la época. El film ofrece una representación de la realidad desde distintas perspectivas en la condición del presente de Nana, en las que se entiende que vive dentro de un contexto que no le favorece.

Al profundizar en el film se encuentra características en su estructura que hacen pensar en las épicas o *brechtiana* [8]:

- “Cada escena aparece por sí misma. No hay progresión dramática, sino que se van acumulando informaciones sobre el personaje y el mundo en el que vive” (Bibian, 2006, pág. 104).
- Dilucidamos una película fraccionada que narra lo acontecido en doce *tableaux*, sin necesidad de un desarrollo cronológico clásico, narradas de manera independiente. *Tableaux* en los que Nana tiene su propio universo, donde se generan momentos con un ritmo ligero, y ella transita por todos estos universos sin necesidad de una relación de causa y efecto que tenga que presenciar el espectador.
- “La obra no expone un conflicto, sino que narra una historia mostrando a seres y cosas en transformación a través de escenas discontinuas” (Bibian, 2006, pág. 104).

## 1.2 La estructura paramétrica en *Vivre sa vie*:

La construcción estilística y narrativa de *Vivre sa vie*, deviene de la *narrativa paramétrica* [9], según Burch estos son los elementos que hacen parte de la composición de la obra fílmica. Al respecto señala:

“El filme se hace ante todo de imágenes y sonidos; las ideas [10] intervienen más tarde. Existe una relación dialéctica entre los *parámetros* del film, una contradicción en la disposición compuesta, donde cada *parámetro* lo considera una alternativa narrativa que desea comunicar algo más allá de lo específico. (Burch, 1979, pág. 150).

En otras palabras, la estilística genera el argumento. Hay independencia de la estilística hacia la narrativa, donde la primera no debe estar supeditada a la segunda, caso contrario al de Hollywood [11]. Es una estructura que resalta la construcción simultánea de todos los elementos de la obra, dentro de cada encuadre: la fotografía, la composición, el color, el decorado, la iluminación, el sonido, la música y el montaje llegan a tener significantes yuxtapuestos unos con otros, que no reflejan una unidad, pero que cada uno intenta formular una relación de “*código semiótico*” [12] que confiere una interrelación de ellos y constituye un argumento.

Esta estructura es considerada como un *collage* en sí misma, pues recoge elementos del *canon hollywoodense* [13], del *cine de arte y ensayo* [14] y del *cine histórico-materialista soviético* [15]. Por tanto, este concibe dos elementos fundamentales en cuanto a lo narrativo, los cuales trata Bordwell (1985).

- La *fragmentación*, la cual termina consolidando el modelo de estructura argumental y estilística como una unidad discontinua.

Se refiere a los *tableaux* del film que son divididos por intertítulos. Segmentaciones en las que Godard decidió presentar al espectador su film, donde se van forjando en cada uno intra-narrativas que representan diversas facetas de la vida de Nana: sus sentimientos, su relación con los hombres, el trabajo, su vida. Es un relato que no conduce a un final. Una mezcla de fragmentos accidentales que no suceden por el orden causal, donde el espectador es partícipe de ese misterio, va guiando y complementando la lectura del film.

- La *abstracción* (Bordwell, 1985), la expresión de ideas abstractas en un film.

Se puede indicar que *Vivre sa vie*, presenta diferentes abstracciones - las metáforas que expresan el *lenguaje cinematográfico* puede abordar construcciones argumentales como medio de representación de *ideas* abstractas y complejas de expresar-. Esto se aprecia a través del símil

entre Nana y Juana de Arco; Godard muestra la identificación entre ambas al hacer uso del cine dentro del cine (ver imágenes 3 y 4). Presenta el personaje, y nos narra su condena social por su condición de mujer en una estructura de intercambio mercantil de los cuerpos.

**Imagen 3.** Nana ve La Passion de Jeanne d'Arc en el cine. **Imagen 4.** Nana reacciona a La Passion de Jeanne d'Arc en el cine.

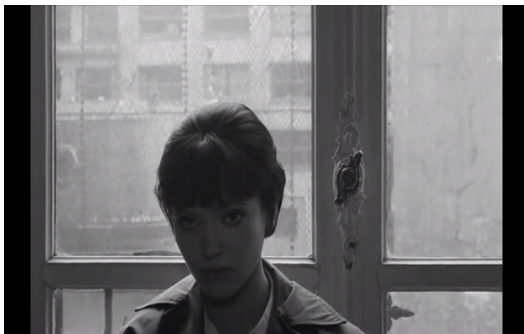


Además de las características que nos propone Bordwell para entender el componente narrativo, también nos ofrece un par de categorías para la parte estilística.

- El *estructuralismo* [16], se refiere al uso de las estructuras convencionales o clásicas: el uso del *canon filmico hollywoodense*.

En el *estructuralismo*, la composición estética de la obra o el manejo del *lenguaje cinematográfico*, se basa en una *estructura clásica o hollywoodense*, para que la obra sea comprensible y haya un código común. Lo podemos ver en las imágenes 5 y 6, en las que hay uso del *campo contra campo* [17] clásico, evidenciando el elemento estructuralista.

**Imagen 5.** Nana indagada por la policía en campo contra campo canónico. **Imagen 6.** El policía interroga a Nana en campo contra campo.



Ante la propuesta del *estructuralismo*, surge en cadena como reacción a éste: el *serialismo*, del cual se desprenden los códigos que el autor quiera proponer en la obra.

En *Vivre sa vie* (ver imagen 7) se observa cuando Raoul le ofrece a Nana trabajar con él. Pero también se encuentran significantes en los elementos del encuadre.

Imagen 7.









Primero, Nana durante el film, expresa la necesidad de comunicarse sin tener que hablar y entre más se habla, más se está mintiendo. Segundo, en la imagen apreciamos esta *metáfora* visual, a esta idea que es expresada recurrentemente en lenguaje articulado. ¿Cuál es la *metáfora*? Al ver el encuadre, se recuerda a la idea de la “estructura de la comunicación”: emisor, mensaje y receptor. Nana en ese plano con ese gesto de “hablar sin hablar” con Raoul, queda convencida de él y accede a ser su prostituta, atada a su *idea* de la necesidad de comunicarse sin palabras; y le creyó a Raoul, porque justamente no le dijo nada en ese momento.




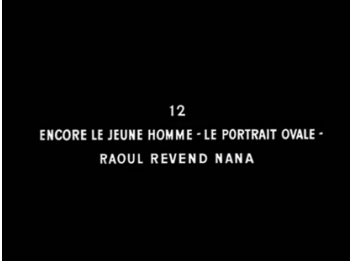

Se puede observar en la Tabla N1, el desarrollo de éste como un ciclo continuo entre el film y el espectador en el que se espera se generen *metáforas* que permitan racionalizar *ideas*. La propuesta es “*pensar entre imágenes*”. Deviene entonces una ineludible necesidad de ejemplificar cada uno de los elementos *serialistas* del film.

Tabla 1.



**Análisis de los elementos serialistas del film**

Concepto estético	Imagen a analizar	Su uso en el film	Descripción de la imagen	Objetivo del elemento estético
Composición		La disposición de Nana en el espacio fílmico corre a cargo de un orden predeterminado. Su lugar en el <i>cuadro</i> y aquello que la rodea está previsto conforme a una necesidad de narrar la sensación de insatisfacción de Nana con su entorno.	Ubicamos a Nana en el borde inferior del plano, dándole la espalda a la relación sexual que acontece tras de sí, evidencia la función semiótica que Godard nos quiere expresar de Nana en este momento del film: la soledad y la sensación de no pertenencia al lugar que la rodea, en un momento en el que se pregunta si es feliz o no	Reflejar las emociones y su relación con el contexto y las situaciones que le acontecen.

<p>Plano</p> 	<p>Los primeros planos son los más recurrentes pues tienen a tener una carga semiótica menor, pero más contundente. Parte de una estética minimalista[18].</p>	<p>Conversación entre Nana y Paul que demuestra la "imposibilidad de comunicación" de los personajes que han terminado una relación, donde se muestran los protagonistas de espaldas al público y se rompe con el canónico campo contra campo</p>	<p>Hay una búsqueda por ocultarle la mayor cantidad de elementos al público. Se omite información al espectador, el cual debe reflexionar y generar hipótesis sobre aquello que se le oculta.</p>
<p>Ángulo</p> 	<p>Se usa para mostrar al personaje inferior, superior o al mismo nivel que los demás actores en la trama.</p>	<p>Observamos una relación angular inferior entre la cámara y la posición de Nana, en la que se muestra a Raoul intimidante frente a ella. En una escena donde él le propone ser su proxeneta. Ella con una actitud de sumisión frente a la propuesta económica que le hace.</p>	<p>Muestra las relaciones de Nana con los demás sujetos de la película y crear un vínculo empático entre el espectador y los sentimientos de Nana.</p>
<p>Movimiento de cámara</p> 	<p>Están al servicio semiótico de narrar la idea del film: la incapacidad de comunicación</p>	<p>Nana y el periodista conversan y el <i>travelling</i>[19] nos deja visible a un personaje y al otro lo ocultan mientras mantienen una conversación</p>	<p>Plasmar la necesidad renuente de darnos a entender.</p>
<p>Iluminación</p> 	<p>Separa a Nana del entorno con el uso de la luz, o, mejor dicho, con la carencia de esta.</p>	<p>En las posturas iniciales de Nana frente a la cámara se evidencia que Godard nos quiere hacer partícipes de su vida, mostrándonos los diferentes matices o perspectivas de la realidad de Nana</p>	<p>Denotar la insatisfacción y la sensación de no pertenecer a ese contexto que la rodea</p>
<p>Decorado</p> 	<p>Uso plenamente narrativo en el que los elementos en el encuadre conllevan a <i>significantes</i></p>	<p>Encuentro de Nana con su primer cliente y Godard hace uso de un elemento dentro del campo fílmico para evidenciar las inseguridades que tiene Nana: la cortina. Pues Nana entra a la habitación del hotel y lo primero que hace es cerrar la cortina</p>	<p>Hacer partícipe del campo fílmico elementos que narren más allá de lo evidente</p>

<p>Sonido diegético</p>		<p>Lo sonoro se confabula o se yuxtapone con la imagen para mostrar el "truco" del cine</p>	<p>Nana está en un café fumando, mientras se genera un tiroteo. La imagen y el sonido se confabulan, cuando Godard decide frenar los fotogramas según el sonido de los disparos</p>	<p>Ruptura con la <i>realidad diegética</i>[20] del espacio fílmico y nos muestra una reflexión sobre el cine, el cual está construido de fotogramas en movimiento</p>
<p>Sonido extradiegético</p>		<p>Se genera con un leitmotiv que surge cada vez que interiorizamos en las emociones de Nana</p>	<p>Se hace uso de la música para plasmar la belleza y la fragilidad de su personaje Nana. Con tonos tristes y melancólicos de un violín</p>	<p>Retratar el mundo interior de Nana</p>
<p>Montaje</p>		<p>Un cúmulo de fotogramas que retratan una realidad discontinua que muestra varias facetas en presente de la vida de Nana y que no tienen cohesión en causalidad.</p>	<p>Nana abraza a Luigi tibiamente, expresando su amor por él, al ser el único hombre que nunca pronunció una palabra contra ella, recordando que para Nana el amor verdadero se representa en no tener que hablar, porque para ella no hablar significa no mentir. La acción se repite tres veces.</p>	<p>Permite metáforas visuales y sonoras con un montaje sin restricciones por <i>realidad diegética</i>.</p>
<p>Intertítulos</p>		<p>Aparecen para fragmentarnos la película y abrirnos un universo que Nana habitará.</p>	<p>Surgen entre negros silenciosos o con la melancólica canción que le ronda la vida de Nana. Mientras nos dan un recuento de lo que ocurrirá dentro del espacio fílmico.</p>	<p>Romper con la cronología y la idea de unidad. Favorece la racionalidad del espectador.</p>
<p>Superficies reflectivas</p>		<p>Expande los mismos campos del encuadre, nos muestra aquello que se nos oculta, nos muestra otra realidad a la que podemos acceder</p>	<p>Luigi se baja del auto, la recepcionista está en su trabajo y Nana se dirige a acompañar a Luigi. Tres acciones que ni de verdad ocurren, solo ocurrieron en un vidrio. Una mismísima referencia al cine. Y su función principal es decirnos "en este cuadro hay más de lo que aparenta ser"</p>	<p>Hacer que la ilusión metafísica del cine se expanda</p>



<p>Referencias a la política</p>		<p>Contexto de la sociedad francesa que se estaba preparando para Mayo del 68 [21]: el arte debe ser político</p>	<p>Un estencil de G.A.R. (<i>Groupe d'action et de résistance</i>) quienes luchaban contra los imperialistas en la Guerra de Argelia. Desde los comienzos de su carrera, ya implementaba su militancia activista referente a la Guerra de Argelia y las fuerzas imperialistas imponiéndose a naciones que estaban bajo su yugo</p>	<p>Denunciar y luchar por aquellas causas que considera justas</p>
<p>Citas-Homenajes</p>		<p>Hacer una referencia a su amigo Truffaut, con el poster de su película <i>Jules et Jim</i></p>	<p>Nana va en el carro con Raoul, y en cámara subjetiva mira la cartelera de cine y ve que presentan <i>Jules et Jim</i></p>	<p>Homenaje a Truffaut, ya que eran grandes amigos, pero las ideas los distanciaron y nunca los reconciliaron</p>

Fuente: Elaboración de autor a partir de la bibliografía consultada.

## Conclusiones

Godard que conocía a la perfección el funcionamiento la construcción narrativa y estética del *canon filmico hegemónico hollywoodense*, que se basa en es un sistema de convenciones o códigos comunes entre el espectador y el film, plantea otras lecturas desde éste, construidas a partir del teatro épico y con la estructura paramétrica.

Cuando la normativa impone un modelo hegemónico que dictamina que el cine es el medio para contar el argumento; debe haber un atrevimiento racional que confronte ese pensamiento, para desde allí, llegar a argüir que, en realidad, el cine es el fin mismo del argumento. Aquí aparece la transgresión. *Vivre sa vie*, construye con este “truck”, el *teatro épico* y la *narrativa paramétrica*, pero con un aire fresco y renovador del cine. En tal sentido la importancia de Jean-Luc Godard como un transgresor que modernizó las narrativas y las historia. Él comenzó a pensar diferente: ambicionó pensar como un *enfant terrible*.

Como lo señala la literatura, aunque los modelos del vivir el cine contienen la idea *canónica* del entretenimiento, Godard, y muchos otros personajes, sabían que éste tiene capacidad para más. Como señala Piaget (2009) Godard observó que ¡el cine es más que entretenimiento!, y decidió usarlo como medio discursivo para expresar metáforas y construir ideas. Comprendió que el cine no sólo estaba para entretener y que había espectadores que tampoco estaba para seguir en esa ingesta. Entendió que los espectadores pueden pensar, a través de estímulos y reaccionar ante estos. Así, con este modelo desafiante y transgresor, percibió que a través de su *collage: estructura del teatro épico, estructura paramétrica: clasicismo hollywoodense, cine arte y ensayo* y el *cine histórico-materialista*; la *paramétrica narrativa*: fragmentación y abstracción; *paramétrica estilística*: estructuralismo y serialismo, representaba un desafío para la construcción mental del público. También podría hacer eso que quería: expresar metáforas y construir ideas para un espectador reflexivo.

Si desde la producción cinematográfica se sigue tratando al espectador como un ser digestivo, de pensamiento pasivo, como lo hace *Hollywood*, se continuará promoviendo modelos de pensamiento limitados, alienadores discursivamente hablando. Es hora de comenzar a ampliar los saberes, a trascender paradigmas, a ser democráticos con los conocimientos, a no marginar ideas por el “utilitarismo”. Se comprende -lo cual no significa que sea aceptable- que se busque un cine pensado desde lo mercantil. Es el momento de darle a este nuevo tipo de construcciones narrativas y estilísticas un lugar en la formación de los nuevos cineastas. Es necesario y pertinente, producir contenidos que hagan pensar a la sociedad, que se motive el pensamiento activo; de allí que incluir a Godard, y su obra en el aula podría ser un pretexto para alentar el cuestionamiento, el debate, la generación de hipótesis y en sí la construcción de nuevas miradas.

## Referencias

- Arias, M. F. (7 de Diciembre de 2017). Canon filmico hegemónico hollywoodense. (S. A. Berrío, Entrevistador)
- Aumont, J., Bergala, A., Michel, M., & Vernet, M. (2008). *Estética del cine*. Buenos Aires: Paidós comunicación.
- Baecque, A. D. (2004). *Una cinefilia a contracorriente: La Nouvelle Vague Y El Gusto Por el cine Americano*. Barcelona: Paidós Colección.
- Bibian, D. J. (26 de Junio de 2006). Análisis intertextual del film “Vivir su vida”. Madrid.
- Bordwell, D. (1985). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Ediciones PaidósIbérica, S.A.
- Bordwell, D. (1996). *La narración canónica*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Burch, N. (1979). *Praxis del cine*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Burch, N. (4 de 12 de 1987). *El tragaluz del infinito*. Madrid: CÁTEDRA. Obtenido de <http://www.hamalweb.com.ar/hamal/textos/burch-el-tragaluz-del-infinito-publi.pdf.pdf>
- Churion, R. (5 de Septiembre de 2005). *Análisis comparativos entre los estilos de dirección cinematográfica de la Nouvelle Vague y Hollywood*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- David Bordwell, K. T. (1997). *El cine clásico de Hollywood: estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*. Barcelona: Paidós Comunicación Cine.
- GIL, M. M. (25 de Agosto de 2001). *Wollheim: «No entiendo cómo se aplica el minimalismo a la arquitectura o la moda»*. Obtenido de HEMEROTECA : [http://www.abc.es/hemeroteca/historico-25-08-2001/abc/Cultura/wollheim-no-entiendo-como-se-aplica-el-minimalismo-a-la-arquitectura-o-la-moda\\_42270.html](http://www.abc.es/hemeroteca/historico-25-08-2001/abc/Cultura/wollheim-no-entiendo-como-se-aplica-el-minimalismo-a-la-arquitectura-o-la-moda_42270.html)
- Godard, J.-L. (Dirección). (1960). *À bout de souffle* [Película].
- Godard, J.-L. (Dirección). (1962). *Vivre sa vie* [Película].
- Godard, J.-L. (Dirección). (1963). *Le mépris* [Película].
- Habermas, J. (1994). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Jacques Aumont, M. M., & Marie, M. (1990). *Análisis del film*. Barcelona: PAIDOS IBERICA.
- Joly, M. (2005). El enfoque semiológico. En M. Joly, *La imagen fija* (págs. 17-47). Buenos Aires: LA MARCA.

- Llosa, M. V. (2012). *La civilización del espectáculo*. Madrid: Editorial alfaguara.
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia . (2017). *Propuesta de documento de discusión para la formulación de lineamientos sobre pertinencia en la educación superior colombiana*. Bogotá.
- Ministerio de Educación, C. y. (Dirección). (2002). *Amar el cine* [Película].
- Mitry, J. (2002). *Estética y psicoanálisis del cine*. Madrid: Siglo XXI de España Editoriales, S.A.
- Olaskoaga, A. (2015). *El mercado del cine en EEUU octubre 2015*. Los Ángeles: Estudios de Mercado.
- Piaget, J. (2009). *La psicología de la inteligencia*. Barcelona: Biblioteca de Bolsillo.
- Pineda, C. M. (19 de Enero de 2018). Canon fílmico hegemónico hollywoodense. (S. A. Berío, Entrevistador)
- Roland, B. (1971). Elementos de semiología. En B. Roland, *Elementos de semiologia* (pág. 9). Madrid: Comunicación Serie B.
- Sampieri, Fernandez, & Batista. (2006). *Metodología de investigación*. Ciudad de México: MCGRAW-HILL.
- Sirk, D. (Dirección). (1955). *All that Heaven Allows* [Película].
- Sorini, P. (1996). *Cines europeos, sociedades europeas 1939-1990*. Barcelona: Paidós Iberica .
- Truffaut, F. (Dirección). (1961). *Jules et Jim* [Película].
- Wilder, B. (Dirección). (1959). *Some Like It Hot* [Película].
- Wilder, B. (Dirección). (1960). *The Apartment* [Película].

## Notas

- [1]Revista icónica de crítica cinematográfica.
- [2]Término francés para referirse a alguien transgresor y revolucionario en el arte.
- [3]Significante, corresponde a los elementos tangibles o materiales. (Joly, 2005)
- [4]Se utiliza el término “racionaliza” en el sentido de “noúmeno”, porque el espectador ya ha pasado por todo el proceso de semiosis que implica el elemento emocional de descifrar el signo y significante “noema”, el principio de una Idea (Habermas, 1994).
- [5]Significado, corresponde a los elementos no tangibles o que suscita a los conceptos; no a la materia. (Joly, 2005)
- [6]Relación de causa y efecto del *canon fílmico hollywoodense*, en la que un suceso no pasa por que sí, ocurre porque hay una cadena de eventos que la generan. (Bordwell, La narración canónica, 1996)
- [7]Se refiere a “pinturas”, en francés. Y es la forma en la que Godard divide *Vivre sa vie*.
- [8]Bertolt Brech, dramaturgo alemán que formuló la *teoría dialéctica en el teatro*. Su arte se caracterizaba por una confrontación entre el actor y el espectador, en una atmósfera en la que le planteaba al público un escenario satírico, donde se burlaba de la ilusión de “realidad” contradictoria que quería formar el teatro del entretenimiento en el espectador. Su teatro se encausa en hacer partícipe al público de la obra. (Pineda, 2018)
- [9]Término usado por Bordwell, retomado de Bruch (Burch, Praxis del cine, 1979) quien se refiere únicamente a *parámetros*.
- [10]El término “ideas” se refiere a “noúmeno”, como un proceso del espectador.

[11] En la narrativa del *clasicismo hollywoodense*, la *narrativa aristotélica*, la estilística en dependencia por la narrativa. (Bordwell, La narración canónica, 1996)

[12] Convencionalismo de signos entre el espectador y la película. (Arias, 2017)

[13] El cine de Hollywood “se ha consolidado como hegemónico y es en consecuencia el que más ha calado en el imaginario colectivo global, estableciendo los cánones del lenguaje audiovisual, la estética visual y acaparando las carteleras alrededor del globo” (Olaskoaga, 2015, pág. 8).

[14] Movimiento cinematográfico que buscaba reivindicar el valor artístico del cine. (Bordwell, La narración en el cine de ficción, 1985)

[15] Movimiento cinematográfico generado en la Unión Soviética que ratificó la idea del cine como un discurso de una parte de la realidad que siempre iba tener una intención propagandística. (Aumont, Bergala, Michel, & Vernet, 2008)

[16] El término es extraído de la corriente del pensamiento estructuralista, o lo que es lo mismo al análisis de las estructuras. Según Barthes, “se propone reconstruir el funcionamiento de los sistemas de significación” (Roland, 1971, pág. 9).

[17] Elemento *hollywoodense* de la construcción fotográfica de los planos que busca mantener la continuidad en el relato mientras los personajes expresan su diálogo, si es que entre los personajes hay una interacción comunicativa.

[18] Al preguntarle por el minimalismo al filósofo Richard Wollheim, él responde: utilicé el término “arte minimalista” para definir obras diferentes, pero con algo en común: habían trastocado poco la superficie pictórica, eran más bien cuadros monocromáticos. Había mucha complejidad en el cuadro, al reagrupar elementos encontrados no necesariamente en la naturaleza, sino como resultado de un proceso industrial. Son obras de segundo orden, con un papel semididáctico que nos hace pensar sobre lo que es el arte. Cuando vamos a un museo, deberíamos pensar que estamos en un entorno en el que tenemos enfrente obras de arte y punto, dejando atrás cuestiones filosóficas. (GIL, 2001)

[19] Una toma que registra en movimiento. La cámara permanece fija y se desplaza por un móvil sobre el que está ubicada, registrando aquello que está dentro de su campo (Mity, 2002).

[20] La película del *cine canónico de Hollywood* es una búsqueda permanente por la *realidad diegética* o verosímil donde se plasme algún episodio de la vida humana de manera cinematográfica, representando la “realidad” lo más exacta que se pueda desde el contexto social de la época con la identidad social, normas morales y verdades absolutas por donde los personajes deben cruzar para cumplir sus objetivos y motivaciones (Bordwell, La narración canónica, 1996). A su vez, esta ha sido usada como discurso para alienación a través del entretenimiento, “modelo clásico (...) para desinformar y adormecer a las masas populares” (Burch, El tragaluz del infinito, 1987, pág. 16). Y también ha sido implantada como medio propagandístico para instituir un modelo hegemónico desde capitalismo, la moral, los estereotipos, arquetipos, prototipos, ideales y valores de la sociedad estadounidense en occidente (Pineda, 2018).

[21] Reconocido movimiento social por frases como “Prohibido prohibir”, Mayo del 68, hizo parte de las marchas estudiantiles y reaccionarias a los gobiernos militares que se impusieron durante la época posterior a la Segunda Guerra Mundial. Fue un movimiento gestado en París que desencadenó una serie de protestas impulsadas por estudiantes de izquierda contra las sociedades dictatoriales y de consumo. (Llosa, 2012) Godard participó activamente, parte de esta militancia la desarrolló en *La cause du peuple*, gaceta maoísta que cuestionaba el orden político de la época.

## Para citar este artículo

Segura, S. (2020). **El discurso godardiano en *Vivre Sa Vie* (1962)** . *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 150-164. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a7>

Ojs. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

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

## Luis Miguel de Zulategui: 1920 – 1970. Un legado colombo-español evocado desde su archivo musical

Carla Cristina Flórez Cortés\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a8>

### Resumen

Este artículo de reflexión resultado de investigación, aborda la vida y obra de Luis Miguel de Zulategui, músico vasco exiliado en Colombia. Se valoró su archivo personal (1934-1970) el cual está custodiado por la Universidad Eafit. Sus aportes musicológicos y pedagógicos han repercutido en varias generaciones de músicos colombianos. La información se recopiló mediante tipologías documentales, con lo que se demuestra que la archivística se convirtió en una ciencia intermediaria entre la historia y la musicología en la reconstrucción de una historia de vida.

**Palabras claves:** Zulategui; historia musical; música colombiana; música vasca; archivo musical; valoración documental.

**Recibido.** Febrero 10, 2020

**Aceptado.** Marzo 05, 2020

\*Historiadora de la Universidad de Antioquia. Responsable del Archivo de derechos humanos de la ARN en el grupo territorial Antioquia Chocó en la sede Paz y Reconciliación, además con amplia experiencia en la administración y conservación de archivos culturales. Profesional en Archivística, Tecnóloga en Archivística. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-3811-3890>; e-mail: [carla\\_florez@hotmail.com](mailto:carla_florez@hotmail.com)



# Life and work of Luis Miguel de Zulategui: 1920 – 1970. A Colombian-Spanish legacy evoked from its music archive

Carla Cristina Flórez Cortés\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a8>

## Abstract

This article reflects about a research on the life and work of Luis Miguel de Zulategui, Basque musician exiled in Colombia. It was evaluated his personal archive (1934-1970), which is in the custody of Eafit University. His musicological and pedagogical contributions have influenced several generations of Colombian musicians. The information was compiled through documentary typologies, demonstrating that archival science became an intermediary science between history and musicology in the reconstruction of a life history.

**Keywords:** Zulategui; musical history; colombian music; basque music; musical archive; documentary assessment.

**Received.** February 10, 2020

**Accepted.** March 05, 2020

\*Historian of the University of Antioquia. Responsible for the ARN Human Rights Files in the territorial group Antioquia Chocó at the Peace and Reconciliation headquarters, with wide experience in the administration and conservation of cultural files. Professional in Archivistics, Archivist Technologist. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-3811-3890> ; e-mail: [carla\\_florez@hotmail.com](mailto:carla_florez@hotmail.com)



## Luis Mihuel de Zulategui: 1920-1970. Um legado Colombo-Espanhol evocado do seu arquivo musical

Carla Cristina Flórez Cortés\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a8>

### Resumo

Neste artigo de reflexão resultante da investigação, investigamos a vida e obra de Luis Miguel de Zulategui, um músico basco exilado na Colômbia. O seu arquivo pessoal (1934-1970), que é mantido pela Universidade Eafit, foi avaliado. As suas contribuições musicológicas e pedagógicas influenciaram várias gerações de músicos colombianos. A informação foi compilada através de tipologias documentais, demonstrando que a ciência dos arquivos se tornou uma ciência intermediária entre a história e a musicologia na reconstrução de uma história de vida.

**Palavras chaves:** Zulategui; história da música; música colombiana; música basca; arquivo musical; avaliação documental.

**Recebido.** Fevereiro 10, 2020

**Aceitado.** Março 05, 2020

\*Historiadora da Universidade de Antioquia. Responsável pelo Arquivo de Direitos Humanos da ARN no grupo territorial Antioquia Chocó na sede da Paz e Reconciliação, também com vasta experiência na administração e conservação de arquivos culturais. Profissional em Arquivística, Técnico de Arquivística. Orcid. <https://orcid.org/0000-0002-3811-3890> ; e-mail: [carla\\_florez@hotmail.com](mailto:carla_florez@hotmail.com)



## Introducción

Luis Miguel de Zulategui, fue un músico vasco exiliado en Colombia. La valoración de su archivo personal 1934-1970 custodiado por la universidad de Eafit en Colombia, demuestra cómo los valores secundarios de los archivos son determinantes para la investigación y para la divulgación del patrimonio cultural.

### Figura 1.

#### Zulategui en Bellas Artes



*Nota: Archivo Personal Luis Miguel Zulategui*

El objetivo general de la investigación fue valorar la información del archivo personal de este músico según los criterios archivísticos, para narrar su vida y obra. Esto ha permitido presentar a Zulategui en tanto profesional, ciudadano, padre y esposo. Además de esto se logró evidenciar el panorama artístico musical de Medellín en la segunda parte del siglo XX. La riqueza del conocimiento amparado en los archivos históricos, presentan fuentes de información complejas que requieren del proceso de la valoración documental, porque es:

un trabajo de cuidadoso análisis documental y erudición y no un mero procedimiento como lo ven algunos, ya que implica entender factores tales como: la historia del creador de los documentos, las funciones, las atribuciones legales, la estructura organizacional, los procesos de toma de decisiones, los procedimientos de creación de documentos, la naturaleza, la organización, administración de los documentos y los cambios ocurridos en el tiempo (Fernández, 2002, p. 2).

La contextualización del archivo personal de Luis Miguel de Zulategui, el trasegar de su vida y obra como compositor reveló, además, su condición de exiliado y la persecución que sufrió en



Colombia producto de las políticas xenófobas. Esta información se recopiló según las tipologías documentales. Se demuestra que la archivística se ha convertido en una ciencia intermediaria entre la historia y la musicología en la reconstrucción de una historia de vida.



## 1. Metodología

Abordar la vida y obra de Luis Miguel de Zulategui, implicó estudiar su fondo documental que tiene doble connotación la personal y la musical; valorar sus documentos implicó contextualizar históricamente su vida y profesión como compositor, para lo cual fue necesario identificar las tipologías e información que contiene su acervo. Finalmente, se analizó y se relacionó la información.

La archivística como parte del área de las humanidades, permitió que esta reflexión investigativa se inscribiera en el enfoque cualitativo, ya que “puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (Hernández., et al, 2010, p. 10).

El método en el que se asienta este estudio es el documental, que representa un “conjunto de principios y de operaciones técnicas que permiten establecer la fiabilidad y adecuación de cierto tipo de informaciones para el estudio y explicación de un determinado proceso histórico” (Aróstegui, 1995, p. 198). La labor del análisis de los registros contenidos en el archivo fue transversal y constante con el objetivo de valorar cada dato. Implicó examinar y comprender los registros que ofrecía, desde los documentos administrativos hasta la identificación de partituras; además se asoció la información con bibliografía correspondiente al contexto y la temporalidad estudiada, es decir una revisión de la fuente secundaria que permitió relacionar al compositor con los hechos históricos que fueron paralelos a su actividad profesional. El resultado final es la construcción de la vida y obra de este compositor representativo en Colombia y España.

Entre las técnicas de investigación que se emplearon, se encuentra la revisión documental que propició, por un lado, identificar las tipologías que contiene, y por el otro determina la relevancia de la información que la relaciona a cada tipo documental, posibilitando su confrontación y verificación con la literatura de la época que expliquen los hechos. Esta fuente “brinda acceso al universo material y mental de categorías sociales para las cuales se posee escasa información que no haya sido mediatizada por la percepción de otras categorías sociales” (Létourneau, 2009, p. 152).

La información recopilada de libros y revistas fue asentada en fichas bibliográficas y analíticas, con el fin de establecer relaciones de contenido con los datos que ofrece la fuente primaria: el archivo de Zulategui. Con la consolidación de la información, se procedió con el análisis de las fuentes para estructurar y narrar sobre los valores archivísticos, históricos y culturales encontrados en el archivo personal, para evidenciar una historia real con un legado patrimonial que finalmente, se consolidó en la construcción de la historia de un personaje que fue pionero en la crítica musical y en la relación entre la música vasca con la colombiana.

**Figura 2:**

**Zulategui en concurso soportado por revistas**



*Archivo Personal de Luis Miguel de Zulategui.*

## 2. Resultados

Luis Miguel de Zulategui, nació el 5 de julio de 1898 en Pamplona, Navarra. Ha sido un hombre reivindicado por la actividad cultural en la actual Antioquia, debido a que sus aportes musicológicos y pedagógicos han repercutido entre varias generaciones de músicos colombianos, así mismo por su contribución con composiciones en varios géneros musicales. Su primer arribo a Colombia fue en los años 20 como religioso, carmelita descalzo, donde conoció a Tomas O. Eastman quien estaba recién nombrado gerente del Banco Agrícola Hipotecario de Medellín, y le invitó a que trabajaran juntos. Allí, se encontró con la antioqueña Blanca Mejía Montoya, por la que renunció al hábito religioso.

En 1932, viajaron a Panamá para contraer nupcias porque en la Antioquia conservadora de ese periodo no encontraron un juez que aceptara que un excuro pudiese casarse; esto propició su retorno a Bilbao, allí nació su primera hija, Susane. En ese sitio estuvo por 5 años. De esa época este relato.

“Un paisano mío que también casó con antioqueña, llevó a Bilbao un tiple y cuatro disquitos de bambuquitos peyes del tiempo de mamá upa. En dos ocasiones que fuimos hacerle visita,

mi paisano descolgó el tiple y rasgueó la media docena de acordes y ritmos que había aprendido en Colombia y como segunda parte del programa puso en la vitrola flores negras resultado: nuestras dos maiceras emperradas y mi amigo y yo liquidamos una botella de vino de 70 años que había destapado para probarlo con cuentagotas como cosa de otro mundo.

(Archivo Luis Miguel de Zulategui, Correspondencia 1940, legajo 1).

Zulategui fue un crítico fervoroso de la dictadura de Franco en España lo que produjo su emigración hacia Colombia. En 1937 se estableció junto con su familia en Medellín, escabulléndose de las persecuciones políticas, originadas por sus dos publicaciones en los folletos: “la verdad sobre la guerra de España”, y “La guerra de España”. Obras en las que “critica el papel que la iglesia tuvo en la dictadura de Franco, ya que muchos de aquellos religiosos que vinieron huyendo de la guerra y la dictadura, con el tiempo se habían vuelto simpatizantes del régimen” (Ricaute, 2011, p. 183). El asedio del clero antioqueño, se hizo insostenible por lo que se fue a vivir una temporada a Bogotá.



Tiempo después regreso a la capital antioqueña en donde nacieron sus otros hijos Lander y Libe, en este lugar afianzó sus lazos afectivos con esta ciudad donde se estableció definitivamente. El diario El Correo, de Medellín en publicación de un artículo sobre los traumas de la guerra civil española, mencionó el caso de la conmoción de la hija de Zulategui, por su experiencia en dicha guerra:

“La familia Zulategui se encuentra todavía bajo la horrorosa impresión de la tragedia que acaba de vivir, y son tan persistentes y espantosos los recuerdos que la guerra española han dejado en sus mentes, que la niña Susane, por ejemplo, padece una terrible conmoción cuando siente el zumbido de los motores. La niña ha sufrido de manera indecible en los días de ayer y de hoy, con el vuelo de varias cuadrillas de aviones sobre la ciudad, pues cree que van a repetirse las escenas de los bombardeos que presencié en Bilbao”. (El Diario, 1936, p. 7).

En Antioquia, Zulategui se dedicó a la creación musical, a la enseñanza en Bellas Artes y a escribir en diarios locales fervorosa crítica de Franco, sus compatriotas reseñaron “dejó muchas páginas escritas sobre nuestro problema español, en defensa de nuestros derechos” (Archivo de Luis Miguel de Zulategui, 1970).

El músico fallece el primero de septiembre de 1970, por causa de un infarto, cuando salía del recital del Cuarteto de Cuerdas “Endres” que interpretaron obras de Mozart, Prokofiev y Dvorak. En el marco del V festival musical de Medellín, la sinfónica de Colombia le rindió un homenaje bajo la batuta de Olav Roots, a través su obra favorita: “El concierto grosso en sol menor” N. 6 de Haendel.

## 2.1 Una Vida Enmarcada por la Música: carrera musical de Luis Miguel de Zulategui

La pasión de Zulategui por la música floreció a la edad de cinco años, en su tierra natal, estudiando solfeo, flauta y piano, también realizó estudios de órgano y composición hasta 1924. A lo largo de su vida compuso obras religiosas y del folclor colombiano, igualmente fue comentarista musical en los diarios de Euzkadi de Bilbao bajo el seudónimo de Entzule-bat y en el de Eretzale. En Antioquia publicó sus letras en el periódico El Correo de Medellín, desde 1940 hasta 1945, y en la revista Micro con el distintivo, Zas. El contenido de sus artículos, representó para el medio artístico de la región, una crítica esperada por artistas y espectadores frente a sus actuaciones culturales: “En las crónicas de Zulategui se pueden rastrear conceptos como música nacional, escuela nacionalista, folclore, música académica y música popular, conceptos polémicos que lo llevaron a tener fuertes diferencias con varios músicos locales y nacionales”. (Gil, 2013, p. 13).

Paralelo a las actividades de la escritura, se desempeñó como profesor de música en Bellas Artes junto con Joseph Matza y Mascheroni; posteriormente sería el rector de esta institución, además de ser miembro honorario de la sociedad de mejoras públicas de Medellín. Zulategui compuso obras inspiradas en Colombia que son parte del folclor nacional, algunas de éstas ganaron premios en los concursos nacionales. En 1951 la fábrica de Hilados y Tejidos le notificó por medio de una carta la “Premiación Mención Honorífica por la obra: “Caribianas” cumbia, en el V concurso nacional de música de Colombia” (Archivo de Luis Miguel de Zulategui, 1951).

**Tabla 1. Premios tras el asedio xenófobo de una Antioquia Conservadora**

Concurso	Reconocimiento	Obra	Año
Rosellón	Primer premio en el concurso de música de Colombia	Fantasia colombiana	1941
Rosellón	Premio y homenaje de admiración por su obra	Ay, mi neguita d'uribia	1948
Concurso de música de Colombia	Homenaje de admiración por la obra	Los de cachipay”	1949
Fabricato	Tercer premio	El trotamundos	1950
Fabricato	Mención honorífica por su obra	Caribianas	1551

*Elaboración propia a partir de sus certificados y reconocimientos.*

Entre concursos, eventos, clases y escritos, Zulategui, fue conocido entre la sociedad colombiana de intelectuales; se posicionó como uno de los maestros más exigentes y severos en cuanto a las críticas de los nacientes músicos y de la programación cultural extranjera en los teatros de Colombia. También, se le atribuye que compositores e intérpretes se interesaran por ritmos vascos a modo del Zortzico que Gonzalo Vidal trajo a sus obras: “las dos piezas que escribió [...] surgieron del deseo de complacer a su amigo Don Luis Miguel de Zulategi, musicólogo y crítico musical vasco” (Yepes, 2006, p. 60).

La Radiodifusora Nacional, en 1948, le envía una carta a Zulategui para informarle que su musicalización del poema “Hay un instante en el crepúsculo” ha sido seleccionado para ser ejecutado en la Radiodifusora Nacional” (Archivo de Luis de Zulategui, 1948).

La Radiodifusora Nacional fue en Colombia una entidad encargada de promover la cultura nacional “para luego pasar su incidencia en la construcción de la identidad nacional y en la preparación política” (Castellanos, 2001, p. 20), se creó en 1940 debido a que la republica liberal quería generar conocimientos con su difusión y para esto debía integrar todas las preferencias culturales, la música fue primordial. La cultura popular y folclor fueron fundamentos y el medio para que el gobierno pudiese comunicar sus políticas.

La República Liberal entre 1930 y 1946, diseñó un proyecto cultural que involucraba instituciones dedicadas al cine, la radio, las bibliotecas y las escuelas. La idea de democratizar la cultura en Colombia a través de campañas políticas, permitió que se creara la Radiodifusora Nacional:

“esta fue uno de sus instrumentos de “propaganda cultural” al lado del cine, el libro, los museos, las exposiciones de arte y las conferencias, las campañas de higiene, y las brigadas de escuelas ambulantes que tenían bajo su responsabilidad las campañas de alfabetización” (Silva, 2000, p. 4).

El funcionamiento de la Radiodifusora Nacional favoreció a que los artistas tuviesen un espacio sonoro para la divulgación de sus artes vinculando, por ejemplo, al folclor colombiano, dirigido hacia la construcción de la identidad debido a “la modernización de las telecomunicaciones, sin ella no hubiera aparecido la emisora ni se hubieran realizado ideas impulsadas por las intelectuales” (Vizcaíno, 2006, p. 312). La radio era un medio donde la libre creación artística, se promovió entre oyentes y repercutió el interés por este género, en todas las clases sociales del país. También, “constituía otro eslabón en la red de la industria del entretenimiento en la que también se emplearon músicos colombianos” (Cortés, 2004, p. 167) y espacios para consolidar entre la población, la música folclórica colombiana.

Divulgar una obra musical por medio de la radio, le permitía a un músico promover sus composiciones, aunque eran seleccionadas las más sobresalientes para su interpretación en la estación. Entonces, “surgió una comunidad de oyentes que solicitó y discutió sobre las obras y los compositores que constituían un canon inestable de la “música nacional” (Pulido, 2018, p. 69).

La educación cultural como propuesta de las políticas nacionales liberales, posibilitó que artistas consagraran su obra en el territorio colombiano. La radiodifusora tenía, a manera de institución cultural, el mayor presupuesto financiero, lo que permitía poseer una programación variada. Lo curioso y paradójico de este medio de difusión, tendría que ver con sus emisiones sobre el contexto de la guerra mundial y las estrategias de la buena vecindad; el mismo espacio de comunicación se encargaba de emitir la música de un compositor exiliado en Colombia: Luis Miguel de Zulategui.



## 2.2 El desarraigo y la necesidad de pertenecer a un territorio desde la música

La actividad musical de Luis Miguel de Zulategui confluyó entre un complejo entramado de acontecimientos históricos como la guerra civil española. El desarraigo de su tierra lo transportó hacia Colombia donde desarrolló su profesión y su vida privada. Estos migrantes “acabarían reforzando la presencia de la cultura española en países de acogida y transfiriendo sus saberes a otros pueblos cercanos o lejano, pero ya para siempre unidos a España por ese flujo migratorio” (Moradiellos, 2016, p.166).

Evaluar la obra de Zulategui, implica comprender sus múltiples asociaciones con la literatura, la poesía, el folclor colombiano, español y la música clásica; algunas de sus composiciones están hechas para concursos, eventos o colaboraciones con otros artistas. La discusión alrededor del carácter de la música nacional en este período” (Arias, 2011, p. 118), muestra la conformación de agrupaciones o el trabajo colaborativo al servicio de alguna propuesta política para lograr un espacio en la radiodifusión.

Las creaciones musicales de Luis de Zulategui, consolidaron su labor musicológica por medio de la divulgación de sus conocimientos en Antioquia, estuvo presente en la programación cultural de la región a través de teatros, conferencias, exposiciones, conciertos. También utilizó la música como herramienta pedagógica en sus clases de Bellas Artes; fortaleció generaciones de artistas con la intención de consolidar la academia musical en Medellín: “la intención de Zulategui al promover la recolección del folclor era impulsar compositores académicos con nuevos materiales para su arte” (Santamaría, 2014, p. 94).

La integralidad de las composiciones de Zulategui Huarte permanece en el tiempo porque fueron una combinación entre la música folclórica y la clásica, por ejemplo: la obra, “Nocturno para piano, pieza que tiene un fuerte estilo románticista que en casi siete minutos dialoga constantemente con recursos melódicos y armónicos que hacen recordar músicas españolas”. (Tobón, 2013, p. 122).

## 2.3 Clasificación de la discografía de Luis Miguel de Zulategui, a partir de su archivo personal [1]

A lo largo de su vida, Zulategui creó un repertorio de canciones, música colombiana, española y clásica, algunas de ellas con distinciones y premios. A continuación, se clasifica su discografía según su documentación personal con el nombre de sus obras:

- **Obras colombianas**

Fantasia colombiana, Armisticio (armistice), Hechicera, Cucktsil colombiana, Las mirlas (arreglo), Mi rancherito (arreglo), Las cuatro preguntas (arreglo), Los de cachipay, El tratamundos, Caribianas (cumbia), Charada, Invitación al bambuco, Apuntes para la película Bolivar, Apuntes tomados a los tamboreros del grupo Padilla (Cartagena), Bambuco variado, Guabina Chinquingueña (arreglo empezado), Himno a la Universidad de Antioquia, Himno al departamento de Nariño, Picetas para Tiple, Rapsodia pielroja, Pasillo de Caribianas, Temas de Bambucos.

- **Obras Vascas**

Agate Deun, Apunte de mano derecha para Zortziko, Apunte de mano izquierda para Zortziko, Apunte para composiciones de Txistus, Armonizaciones de melodías vascas (guitarra), Armonizaciones de melodías vascas (teclado), Biribilketa, Chiquito de Begoña, Himno de la I Asamblea Mariana

de Oñate, Himno de la solidaridad de trabajadores Vascos, Jagi Jagi (armonización), Jauna Jayo Zenean, Marichu, Música para Arpa, Naparra, Pajarillo que estás cantas, Suite Vasca de San Julián, Zorion Agurra.

- **Composiciones para orquesta sinfónica**

Fantasía colombiana, Cock.tail colombiano, Mi rancherito con coros, Las cuatro preguntas con coros, Los de cachipay, Invitación al bambuco.

- **Composiciones para orquesta especial**

Armisticio, Hechicera, Las mirlas, Hay un instante (pequeña sinfonía), Ay mi negrita de uribia, El trotamundos, Se alborotó el gallinero, Caribiana cumbia.

- **Obras para piano**

Blanca (vals dedicado a su esposa), Desde los andes, I like Schumann, Improputu, Nocturno, Nana, Santa Fe se acuesta, Pequeñeces, Hilda, Valsete, El viejo mulo, Dorremifasol # 1, Dorremifasol # 2, Abecedario español, Este niño gonzalito, Descansillo, Galop a 4 manos, Pascillo, Sardana, Marichu, Diana.

- **Canciones**

La Farerita, En un álbum, Hechicera, Hay un instante, Fabula, Azlyadé, El trotamindos bambuco, Granada, Diafinidad, Amemos.

- **Obras internacionales**

Cuatro polifónicas vascas, sonata para violín y piano de dicado a Joseph Matza, canon sobre un prelude de Bach, réquiem misa a tres voces iguales con acompañamiento de órgano, gozos de San Francisco Javier, Naparra, Arsenipur, A Santa Teresita, Ave María, Bodas de Luis Alonso.

## Conclusiones

Avanzar en la evidencia de la trayectoria de Luis Miguel de Zulategui fue posible a la conjugación de la archivística con la música y la historia. La convergencia de estas ciencias, exaltaron los valores secundarios de los documentos de archivo, que conciben una narración histórica de la vida de Luis Miguel Zulategui, un artista exiliado en Colombia, en un contexto enmarcado por el régimen franquista en su natal España. Finalmente, se consagró como músico, debatió y criticó, con severidad, la producción y actividad musical de Antioquia, a través de sus escritos en importantes periódicos locales. También, muestra su legado considerado como representativo para la historia de las artes del siglo XX, y que hoy hace parte del patrimonio cultural colombiano desde la conformación archivística de su fondo personal.

## Bibliografía

Archivo de Luis Miguel de Zulategi, ALMZ. (1940). Correspondencia. Medellín: Sala Patrimonial Universidad Eafit.

Archivo de Luis Miguel de Zulategi, ALMZ. (1951). ). Correspondencia. Medellín: Sala Patrimonial Universidad Eafit.

Archivo de Luis Miguel de Zulategi, ALMZ. (1970). Recortes de prensa. Medellín: Sala Patrimonial Universidad Eafit.

- Arias, C, J, D (2011). La industria musical en Medellín 1940-1960: cambio cultural, circulación de repertorios y experiencias de escucha. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Aróstegui, J. (1995). La Investigación Histórica teoría y método. Barcelona: Critica Grijalbo Mondadori.
- Castellanos, N. (2001). La radio colombiana, una historia de amor y de olvido. *Signo y pensamiento*, 20(39): 15-23.
- Cortés, P, J (2004). La música nacional popular colombiana. En la colección Mundo al Día. (1924-1938). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- El Diario. (1936). "Niñita que presencié el bombardeo de Bilbao se estremece al oír el buelo de escuadrilla de aviones sobre Medellín". Diciembre 17, pág 7.
- Fernández, J. B. R. (2002). La valoración: fundamento teórico de la archivística. *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*, (12), 5.
- Gil A, F. (2013). Luis Miguel de Zulategi y Rafael Vega Bustamante. La crónica y la crítica musical en Medellín, 1937-1961. Medellín, Colombia: Editorial Universidad Eafit.
- Hernández, R., et al. (2010). Metodología de la investigación. México: McGrawhi.
- Léotourneau, J. (2009). La caja de herramientas del joven investigador. Medellín: La Carreta Editores.
- Moradiellos, E. (2016). Historia Mínima de la Guerra Civil Española. Madrid: Tuner.
- Pulido, L, H. (2018). Radioescuchas y "música nacional" a mediados del siglo XX: el programa radial Antología Musical de Colombia. *Historia Crítica*, n.o 67 (2018): 67-88. <https://doi.org/10.7440/histcrit67.2018.04>
- Ricaurte, J. (2011). Vasco - Navarros en Antioquia (1890-1970): una aproximación a la historia de inmigrantes, religiosos y exiliados. San Sebastian: Eusko.
- Santamaría D, C. (2014). Vitrolas, Rocolas y Radioteatros. Hábitos de escucha de la Música Popular en Medellín, 1930-1950. Bogotá, Colombia: Universidad Pontificia Javeriana.
- Silva R. (2000). Ondas nacionales. La política cultural de la república liberal y la Radiodifusora Nacional de Colombia. *Análisis político*, 41(4): 22.
- Tobón, A. (2013). Fernando Araque Gil. Música de cámara de compositores colombianos. *Revista Musical chilena*, 67(220): 122-123.
- Viscaíno, G, M. (2006). Universidad y medios masivos: del Estado de bienestar al mercado. Bogotá, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Yepes, G. (2006). Desarrollo musical en Antioquia: Criterios de ejecución interpretativa de la obra pianística del compositor Gonzalo Vidal. *Artes La Revista*, 6(12): 59-75

## Notas

[1] Obras clasificadas según la información que contienen sus documentos personales.

## Para citar este artículo

Flórez, C. (2020). Luis Miguel de Zulategui: 1920 – 1970. **Un legado colombo-español evocado desde su archivo musical.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp 165-176. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a8>

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

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



## Agro-Relatos. Periódico Universitario para el desarrollo de competencias de escritura y pensamiento crítico en estudiantes de Ciencias Agrarias

Luz Elena Santacoloma Varón\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a9>

### Resumen

Se evalúa el impacto del periódico universitario “Agro-Relatos”, estrategia generada para desarrollar las competencias de escritura y pensamiento crítico de estudiantes de Agronomía, Ingeniería agroforestal y Zootecnia. Para ello se seleccionó, una muestra representativa de 50 trabajos, en tres cohortes consecutivas de estudiantes. A estos se les aplicó una rúbrica, relacionada con las categorías: habilidades en escritura y pensamiento crítico. Los resultados se consolidaron en tablas de frecuencia por rangos de 20 puntos, de acuerdo al cumplimiento de cada cualidad y en el análisis se pudo constatar que la motivación que suscita en los estudiantes la publicación de sus narrativas en el periódico virtual tuvo impacto favorable en las competencias evaluadas.

**Palabras clave:** Educción, periódicos; escritura; pensamiento crítico; competencias.

**Recibido.** Abril 01, 2019

**Aceptado.** Mayo 07, 2019

\*Zootecnista, Magister en Gestión ambiental para el Desarrollo Sostenible, Doctora en Desarrollo Sostenible, Docente asociada de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Bogotá, Cundinamarca, Colombia, correo electrónico; orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2731-6825> ; e-mail: [luz.santacoloma@unad.edu.co](mailto:luz.santacoloma@unad.edu.co)



## Agro-narratives. University newspaper for the development of writing skills and critical thinking in students of Agricultural Sciences

Luz Elena Santacoloma Varón\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a9>

### Abstract

The impact of the university newspaper “Agro- Relatos” is evaluated, a strategy generated to develop the writing and critical thinking skills of Agronomy students, Agro-Forestry Engineering and Zootechnics. For this purpose, a representative sample of 50 works was selected, in three consecutive student cohorts. A rubric related to the components: writing skills and critical was used. The results were compiled in frequency tables by ranges of 20 points, according to the accomplishment of each quality. Through the analysis, it was possible to confirm that the publication of the narratives on the virtual newspaper was a high motivation for students and impacted positively on the evaluated competencies.

**Keywords:** Education, newspapers; writing; critical thinking; competencies.

**Received.** April 01, 2019

**Accepted.** May 07, 2019

\* Zootechnician, Master in Environmental Management for Sustainable Development, Doctor in Sustainable Development, Associate Professor at Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Bogotá, Cundinamarca, Colombia, e-mail; orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2731-6825> ;e-mail: [luz.santacoloma@unad.edu.co](mailto:luz.santacoloma@unad.edu.co)



## Agro-Estórias. Jornal universitário para o desenvolvimento de habilidades de escrita e pensamento crítico em estudantes de Ciências Agrárias

Luz Elena Santacoloma Varón\*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a9>

### Resumo

É avaliado o impacto do jornal universitário «Agro- Relatos», estratégia gerada para desenvolver a capacidade de escrita e pensamento crítico dos estudantes de Agronomia, Engenharia Agro-Florestal e Zootecnia. Para este fim, uma amostra representativa de 50 trabalhos foi selecionada em três coortes consecutivas de estudantes. Uma rubrica foi aplicada a estes, relacionada com as categorias: habilidades de escrita e pensamento crítico. Os resultados foram consolidados em tabelas de frequência por faixas de 20 pontos, de acordo com o cumprimento de cada qualidade e na análise foi possível verificar que a motivação que os estudantes têm para publicar suas narrativas no jornal virtual teve um impacto favorável sobre as competências avaliadas.

**Palavras chave:** Educação, jornais; escrita; pensamento crítico; competências.

Recebido. Abril 01, 2019

Aceitado. Maio 07, 2019

\* Zootecnista, Mestre em Gestão Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável, Doutorado em Desenvolvimento Sustentável, Professor Associado na Universidade Nacional Aberta e na Distancia-UNAD. Bogotá, Cundinamarca, Colômbia, e-mail; orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2731-6825> ; e-mail: [luz.santacoloma@unad.edu.co](mailto:luz.santacoloma@unad.edu.co)



## Introducción

Los estudiantes del curso de Política agraria y ambiental de la UNAD pertenecen a los programas de Agronomía, Zootecnia e Ingeniería Agroforestal; geográficamente están ubicados en todo el territorio nacional, en coherencia con el modelo de educación Abierta y a Distancia que implementa esta universidad. Su carácter de estudiantes de ciencias agrarias les otorga una gran sensibilidad frente a las problemáticas agrarias de sus regiones, particularmente agudas en Colombia, como consecuencia de innumerables conflictos históricos que aún perviven en los territorios rurales. Por tanto, dentro del curso de Política Agraria y Ambiental se abre un espacio para la reflexión, sobre estas temáticas, en la cual los estudiantes a través de crónicas, entrevistas, reportajes e historietas interpretan sus realidades, deliberan acerca de conflictos que identifican en sus regiones y estas narrativas, al ser seleccionada por su importancia, profundidad y adecuada redacción, se hace pública a través del e-periódico denominado “Agro - Relatos”.

Lo anterior se enmarca dentro del concepto “pensar en público”, que defiende Hoyos (2011), como condición para la construcción de democracia y ciudadanía; para este autor, hacer públicas las ideas, permite tejer una red de intereses comunes, como resultado de la tolerancia, “virtud y forma de lo público”, que surge a partir de la confrontación de ideas y de diferencias y desacuerdos, también señala que “la educación es comunicación y ésta es la competencia ciudadana por excelencia”. Estas reflexiones permiten inferir que al hacer públicas las ideas, es posible la construcción de tejido social, interacción e interconexión, y ello es coherente, con lo expuesto por Alcázar y Villamizar (2006), cuando afirman que las organizaciones modernas, llámense públicas o privadas, deben socializar sus acciones, lo que equivale a volverlas públicas.

Navarro, (2010) afirma que, un medio que permita publicar diversidad de posiciones, de ideologías, de tendencias políticas, genera vínculos de solidaridad, sentido colectivo y confianza entre los actores sociales; sus mensajes movilizan comunidades probablemente silenciadas, restablecen la interacción y recuperan la posibilidad de lo público. Este autor defiende la existencia de medios, que permitan:

“reconstruir lo público, proponer nuevas formas de vida, ciudadanía, identidades, demandas, nuevas formas de sentir y de pensar, expresar, narrar, nuevas estéticas; en pocas palabras, nuevas formas de comunicar”.

Para Zemelman (2004), la formación de ciudadanía se expresa como la capacidad de deliberar y reflexionar con el otro; manifiesta que la socialización política requiere paradigmas que rompan el miedo, la apatía, la incredulidad y el escepticismo, lo cual se obtiene potenciando la capacidad de pensar críticamente, superar los límites de la vida privada al encontrar sentido en los escenarios públicos, en los que pueda jugar la pluralidad como acción y como narrativa. Lo anterior lo resume (Cubides, 2004) en lo siguiente; “se trata de recuperar su capacidad de pensar por sí mismo, sin desconocer al otro, y reconocer, crear, disponer en la práctica los principios que orientan la vida”.

En este sentido, la estrategia comunicativa del periódico “Agro - Relatos” alude al ideal Kantiano, de un sujeto que se atreve a pensar por sí mismo, que muestra su mayoría de edad mediante el análisis, reflexión de las situaciones que lo rodean y lo expresa de manera pública, en relación dialógica. Sobre el particular, Cubides (2004), expone que la autonomía, la reflexividad y la conciencia histórica tienen que ver con la posibilidad de decidir y actuar en los contextos sociales, con quienes se interactúa.

Además de lo expuesto, el espacio, académico del e-periódico, abre horizontes de conocimiento al estudiante, con la lectura e interpretación de problemáticas regionales, y el análisis de sus posibles soluciones, dentro de un ámbito estético, que implique proyectar sobre las situaciones encontradas una mirada singular, con libertad de expresión y de lenguajes. Sánchez (2015), considera que las actividades que estimulan la creatividad son un factor de motivación para procesos de aprendizaje, y cambios actitudinales que incentiven la perseverancia y la dedicación; por lo cual, es necesario fomentar en los estudiantes, actividades gratificantes, que estimulen la habilidad de pensar de forma crítica.

Por su parte, la utilización de tecnologías de Información y comunicación en procesos de aprendizaje, en los cuales se promueve la autonomía y la responsabilidad, no son herramientas simples, ya que pueden constituir nuevas formas de conversación, estéticas, narrativas, vínculos relacionales, modalidades de construcción de identidades y de perspectivas sobre el mundo (Lugo, 2008).

A lo anterior, se añade que los estudiantes en el mundo contemporáneo deben adicionar a las habilidades clásicas relacionadas con lectura, escritura y matemáticas, competencias que les permita sentirse cómodos con la colaboración, la formulación de preguntas, el desarrollo de pensamiento autónomo y crítico, teniendo presente la ciudadanía responsable (Buxarrais, 2016). En este paradigma educativo, se privilegia a una comunidad que busca, selecciona, construye y comunica conocimiento colaborativamente en un tipo de experiencia que se conecta directamente con el concepto de comunidades de aprendizaje (Organización de Naciones Unidas, 2013).

En las comunidades de aprendizaje que se constituyen mediante el uso de estrategias como el e-periódico "Agro-Relatos", uno de los principales objetivos es la generación de pensamiento crítico, definido según Causado, (2015) como el arte de discernir y establecer una posición a partir de los argumentos, en la que se logra independencia y emancipación. Al respecto, Guzmán y Sánchez, (2006), expresan que se hace necesaria la implementación de prácticas explícitas que permitan la adquisición de estas competencias ya que si bien, el conocimiento es esencial para generar pensamiento, este no garantiza el desarrollo del pensamiento crítico. No obstante, Ossa, Palma, Lagos, Quintana y Díaz (2017) señalan, que es muy difícil realizar una evaluación de pensamiento crítico, dado que existen una gran variedad instrumentos y de conceptos, que no han permitido un consenso acerca de su verdadero sentido.

El pensamiento crítico conduce al dominio de contenidos, al aprendizaje profundo y exige la defensa de posiciones frente a temáticas complejas, al contrastarla con teorías y puntos de vista de diferentes autores. Esta forma de pensamiento también demanda la evaluación de hechos, sus implicaciones y consecuencias, y la aceptación de contradicciones e inconsistencias de su propio pensamiento y experiencia (Paul & Elder, 2005). Desde diferentes perspectivas, se coincide en que para promover el pensamiento crítico se debe prestar atención al desarrollo de las creencias epistemológicas de los estudiantes, facilitar un aprendizaje activo alrededor de problemas relacionados con situaciones de la vida real y estimular interacciones entre los estudiantes que posibiliten hablar y compartir distintas formas de ver el mundo (Oliveras & Sanmartí 2009).

Los autores citados, coinciden en que el pensamiento crítico incluye enunciar hipótesis, analizar problemas desde diferentes puntos de vista, plantear nuevas preguntas y posibles soluciones, y planificar estrategias para investigar. Betancourth, (2015), explica que el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico también incluye la capacidad de seleccionar muy bien las fuentes de información, valorar la calidad de los argumentos y elaborar un punto de vista propio sobre asuntos problemáticos de la vida cotidiana.

Por tanto, es importante estimular formas de pensamiento de orden superior, que para Tung y Chang (2009), son un proceso cognitivo complejo que busca ante todo evaluar, procesar en forma analítica y aceptar o rechazar información socialmente construida, y para López (2012), incide en rasgos como la apertura mental y la forma en las cuales se enfrentan los estudiantes a los retos de la vida.

## 1. METODOLOGÍA

### 1.1 Primera Fase.

- **Selección del curso**

Para estimular la generación de competencias de escritura y pensamiento crítico, se seleccionó el curso de Política Agraria y Ambiental, ya que, se estudian temáticas, relacionadas con el histórico conflicto agrario que aún persiste en Colombia y que cobra relevancia en la actualidad, debido a que el tema agrario está nuevamente en las agendas públicas de los territorios. De otra parte, la presencia de diferentes tipos de conflicto dependiendo de la región donde están ubicados los estudiantes de los programas de Agronomía, Ingeniería Agroforestal y Zootecnia, de la UNAD, enriquece el conocimiento y análisis de estas situaciones desde una perspectiva crítica. Se parte de la premisa de que los estudiantes al ser motivados con la publicación de su relato en el e-periódico, mejora, las competencias escritoras y motiva el desarrollo de pensamiento crítico.

Es importante señalar que autores como Saiz, & Rivas, (2008), expresan que las capacidades intelectuales por sí mismas, no consiguen la eficacia que se asume en pensamiento crítico, sino que es necesario la motivación, la cual pone en funcionamiento estas capacidades. Al respecto, Ennis (2008), uno de los autores que más ha trabajado en evaluación de pensamiento crítico, plantea que la mayoría de las pruebas fracasan debido a que suelen ser exclusivamente objetivas, razón por lo cual, la rúbrica elaborada para el presente análisis contempla aspectos cualitativos de gran relevancia en la formación de pensamiento crítico.

- **Descripción de la actividad**

En una de las tareas del curso de Política Agraria y Ambiental seleccionado en el presente estudio, cada estudiante identificó una problemática agraria en su región, desarrolló un proceso investigativo, el cual incluyó trabajo de campo, entrevistas, documentos, recolección de datos, entrevistas, entre otros. Estos documentos y la narración final acerca del problema identificado, se compartió en un foro de trabajo colaborativo con sus compañeros (cinco integrantes), quienes realizaron aportes pertinentes a cada uno de ellos. Cada estudiante tuvo la posibilidad de revisar los escritos de sus compañeros y dar sus sugerencias y percepciones sobre el trabajo, y a partir de estas observaciones, se realizaron ajustes, considerando la retroalimentación del equipo de trabajo colaborativo.

El resultado final fue una crónica, entrevista, documental o reportaje, con los elementos propios de cada género, que recibió los aportes del grupo. Esta dinámica permitió incorporar en el proceso aprendizajes cooperativos los cuales fomentaron habilidades de orden superior, como análisis, disertación crítica y valoración. Los docentes responsables del curso realizaron una selección de los relatos, que presentaron mayores puntajes para los cuales se tuvo en cuenta la rúbrica elaborada con los elementos expuestos en la Tabla 1, y estos fueron publicados en e-periódico “Agro - Relatos”, el cual es de libre circulación y constituye un material de consulta para los estudiantes de los programas de agronomía, Ingeniería Agroforestal y Zootecnia.

En la Figura 1, se aprecia el esquema seguido para la actividad del e-periódico, con el uso de Tecnología de Información y Comunicación (TIC), y con la cual se motivaron las competencias de escritura y pensamiento crítico. En la figura se advierte que la estrategia estuvo atravesada por dos ejes conceptuales, que son la cultura política y el pensar en público mediante la interpretación de los contextos regionales.

**Figura 1. Esquema de la actividad e- periódico para estimular competencias de escritura y pensamiento crítico**



Fuente Propia





## 1.2 Segunda fase

- **Población objetivo**

El estudio se desarrolló al establecer una comparación del desempeño en competencias de escritura y pensamiento crítico de los estudiantes entre un grupo control (segundo período de 2015) y el de dos cohortes sucesivas (primer período de 2016 y segundo período de 2016). Los estudiantes de estas dos últimas cohortes tuvieron la motivación de que sus trabajos podrían ser publicado en el e- periódico “Agro - Relatos”. Con el propósito de establecer la comparación, en cada cohorte fueron seleccionados por muestreo aleatorio simple cincuenta (50) relatos presentados por los estudiantes de Agronomía, Ingeniería Agroforestal y Zootecnia, los cuales constituyeron una muestra representativa con un nivel de confianza  $(1- \alpha)$ , de una población  $N=400$  estudiantes en cada una de las cohortes, asumida como universo o población.

Cada trabajo seleccionado, se constituyó como unidad de análisis, con la aplicación de una rúbrica evaluativa para las categorías de escritura y pensamiento crítico. Cada una de estas categorías se conformó de diversas cualidades, las cuales se presentan en la Tabla 1, a las que fueron asignados puntos de acuerdo con el grado de complejidad. Los resultados se consolidaron en tablas de frecuencia, agrupando los trabajos de acuerdo con los puntajes obtenidos dentro de los siguientes rangos (0 a 20, 21 a 40, 41 a 60, 61 a 80 y 81 a 100), los trabajos con mayores puntajes fueron publicados en el e-periódico.



**Tabla 1. Cualidades evaluadas en las narraciones**

Escritura del texto	Cualidad
Título del relato	Pertinencia Sugestividad Interrelación con el texto
Escritura del texto	Claridad Concisión Precisión Coherencia Orden de las ideas
Pensamiento crítico	Relevancia Interpretación Profundidad Análisis Argumentación Inducción: generalizar a partir de hallazgos Conclusión

*Fuente propia*

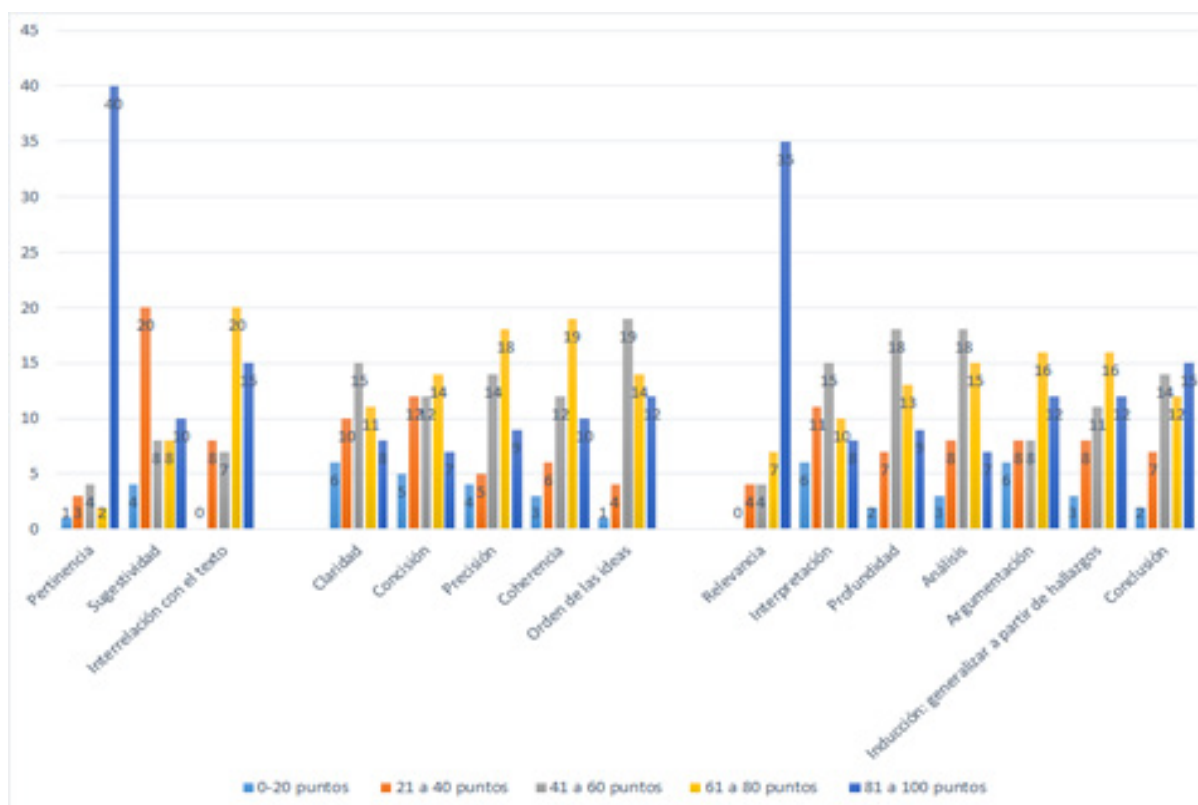
Para valorar las competencias de escritura se consideraron algunas cualidades, que son importantes en la comprensión de los textos presentados por los estudiantes, y en la apreciación del nivel discursivo. Al respecto, Carlino (2006), expresa que, al elaborar un texto, al compartirlo con otros, discutir sobre su redacción, es posible, objetivar mejor el nivel discursivo del estudiante. No obstante, Ortiz (2015), plantea que la escritura académica, como categoría de análisis no solo involucra conceptos y teorías sino discursos y prácticas, muchas veces difusos y otras veces firmes y hegemónicos, por lo cual es frecuente que se presenten tensiones y contradicciones en su análisis.

En la rúbrica fue asignado puntaje al título y se le otorgaron criterios de pertinencia, sugestividad (invitación a la lectura) e interrelación con el texto, en tanto que al cuerpo del relato se le asignaron criterios como; claridad, concisión, precisión, coherencia y ordenamiento de las ideas. Con respecto al pensamiento crítico se le asignaron criterios de relevancia, interpretación (del problema), profundidad en el tratamiento de la temática, análisis de la situación, argumentación, inducción y conclusión. Para definir estas categorías se tuvo presente el concepto de pensamiento crítico, dado por varios autores, como el expuesto por Saiz (2012), en el sentido de que éste dialoga con la realidad, y no se limita a profundizar en procesos argumentativos, sino en la búsqueda de soluciones a las problemáticas identificadas.

2. Resultados y análisis  
2.1 Resultados

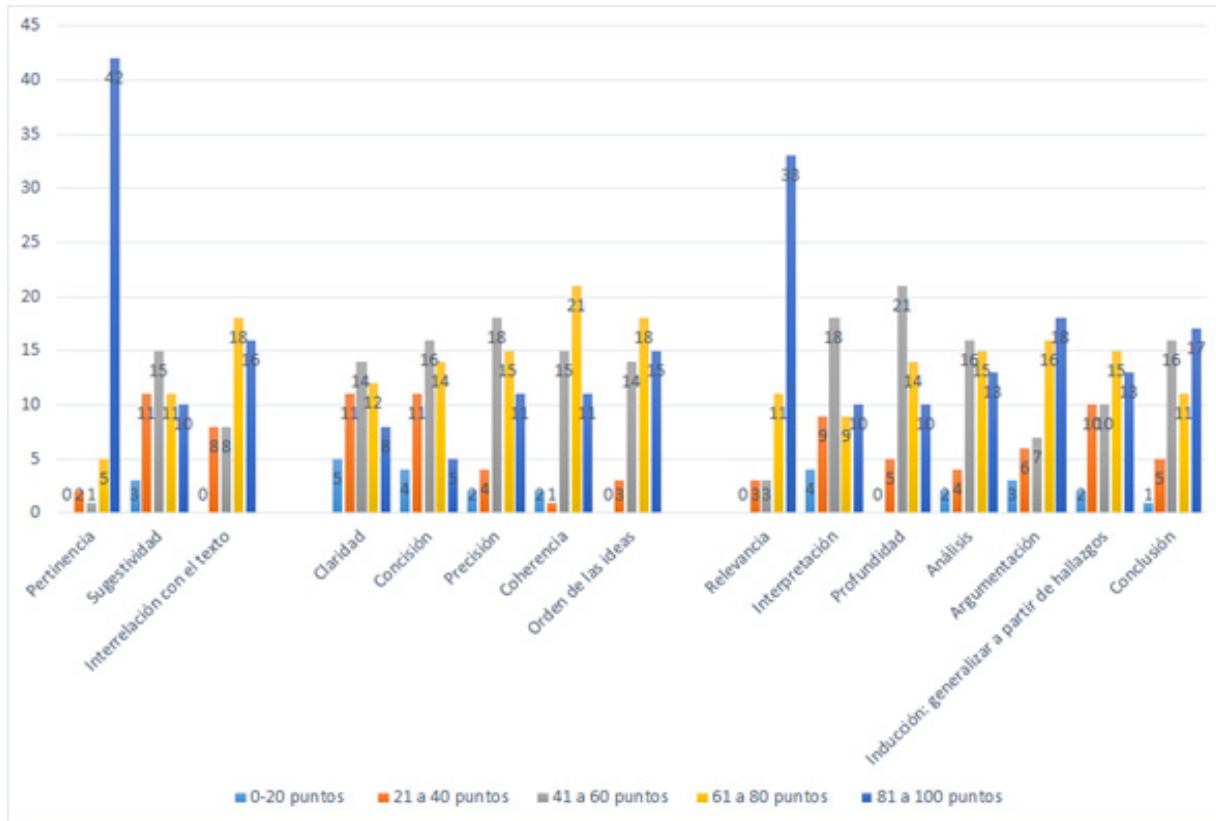
El objetivo de la investigación fue evaluar, hasta qué punto la publicación de las narrativas, en un medio universitario genera algún impacto en las competencias de escritura y pensamiento crítico, para lo cual se hizo un seguimiento a grupos de 50 estudiantes, durante tres períodos consecutivos, mediante la aplicación de una rúbrica de evaluación a los trabajos presentados. Los resultados de la primera cohorte, (segundo período de 2015) se pueden observar en la figura 3, y en ellos se advierte que del 100% de los trabajos evaluados, el 80% tienen pertinencia, y 75% relevancia, esto indica que los estudiantes presentan sensibilidad frente a sus problemáticas regionales y que éstas a pesar de que son de diversa naturaleza revisten importancia para la comunidad.

**Figura 3.** Tablas de frecuencia que muestran el comportamiento de cada una de las cualidades evaluadas en competencias de escritura y pensamiento crítico en la primera cohorte de estudiantes (segundo período de 2015)



Las cualidades, interpretación, profundidad y análisis, correspondientes a la categoría de pensamiento crítico sólo el 16%, el 18%, y el 14% respectivamente, estuvieron en el rango de 81 y 100 puntos.

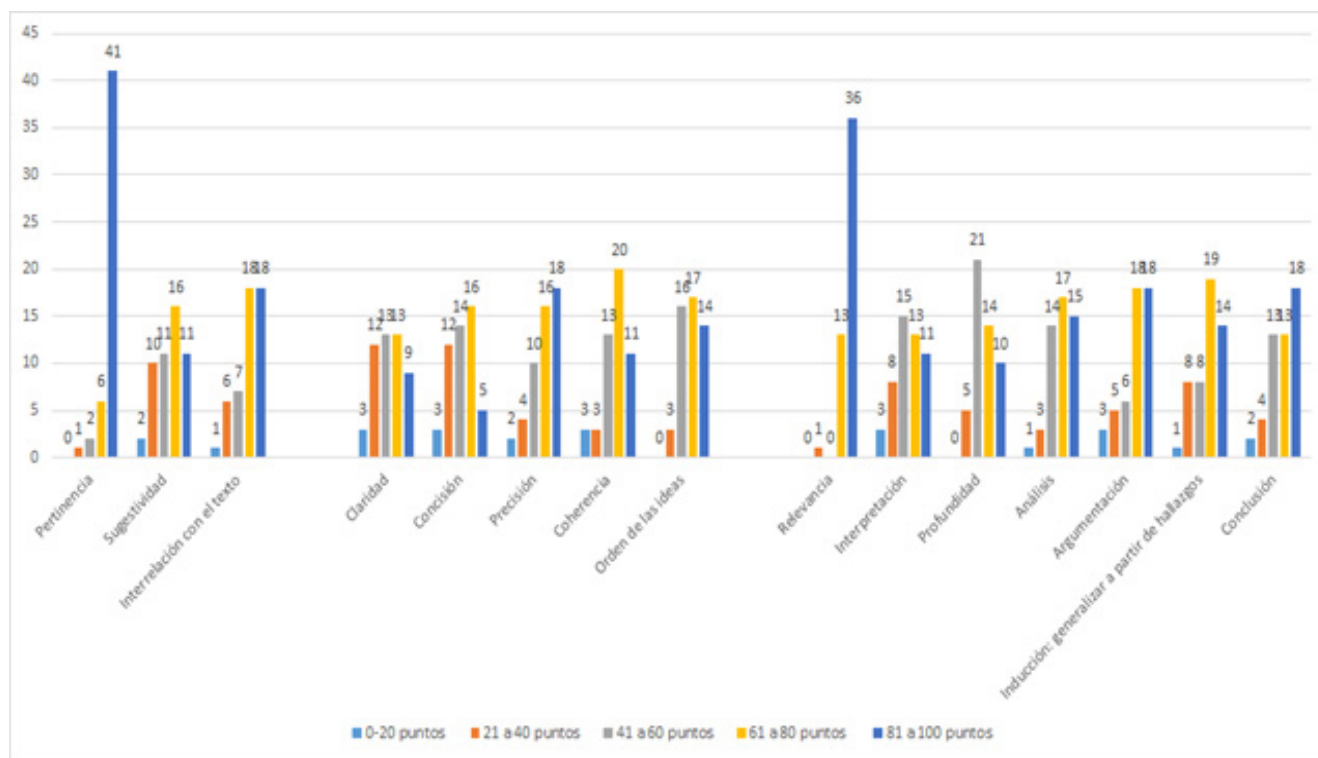
**Figura 4.** Tablas de frecuencia que muestran el comportamiento de cada una de las cualidades evaluadas en competencias de escritura y pensamiento crítico en la segunda cohorte (primer período de 2016)



Fuente Propia. Estudio 2019

En la Figura 4, se advierte que la cualidad “orden de las ideas” correspondiente a la categoría de competencias en escritura, mejoró entre la primera y segunda cohorte ocho (8) puntos porcentuales, pasando de 28% a 36%, teniendo en cuenta los estudiantes que estuvieron en el rango de 81 a 100 puntos. Por su parte, las cualidades análisis y argumentación mejoraron entre la primera y segunda cohorte en 12 puntos porcentuales los estudiantes que estuvieron en el rango de 81 a 100 puntos. Este aspecto es de destacar, si se tiene en consideración que la argumentación, constituye uno de los principales atributos para el adecuado desempeño profesional y ciudadano.

**Figura 5.** Tablas de frecuencia que muestran el comportamiento de cada una de las cualidades evaluadas en competencias de escritura y pensamiento crítico en la tercera cohorte (segundo período de 2016)



Fuente Propia. Estudio 2017

Entre la segunda y la tercera cohorte se observó un incremento de 14 puntos porcentuales, en la cualidad “precisión” correspondiente a competencias en escritura, con lo cual se aumentó de 22% a 36%, los trabajos que estuvieron en los rangos de 81 a 100 puntos. De igual manera se identificó un incremento de cuatro puntos porcentuales en la cualidad “análisis” perteneciente a la categoría de pensamiento crítico, pasando de 26% a 30% el número de trabajos que estuvieron en el rango de 81 a 100 puntos. Lo anterior es atribuible a que se ha hecho mucho énfasis en que un material para publicar debe tener unas adecuadas referencias bibliográficas, ya que se determinó que uno de los puntos sensibles es el tipo de fuente utilizada. Al respecto se ha establecido que una gran parte de estudiantes hacen uso de información de la red, sin validez científica y baja confiabilidad.

Estos resultados señalan la necesidad de fomentar actividades pedagógicas que estimulen el “pensamiento” en los estudiantes e induzcan a dar gran valoración a aptitudes comprometidas con el análisis crítico de los procesos políticos y sociales en los cuales vive el estudiante

## 2.2 Análisis

Los resultados obtenidos en los trabajos de las diferentes cohortes analizadas son atribuibles a que en la mayor parte de los documentos prima la “opinión” y hay bajo grado de documentación e investigación acerca del problema identificado, del mismo modo, hay baja relación entre el problema planteado en el relato y la conceptualización teórica acerca de las políticas agrarias.

Una alta proporción de narrativas se limitan al planteamiento del problema y hay una mirada “pesimista” frente a su posible solución. Al respecto, es importante señalar que, en algunos grupos,

de trabajo colaborativo es frecuente que los miembros del grupo den luces acerca de posibles alternativas, de tal manera que se activa el pensamiento y el resultado es una crónica con una mirada más “optimista” en la cual se tiene en cuenta la relevancia del tema agrario en la agenda política actual. Se destaca que el 38% de los documentos evaluados, obtuvieron de 61 a 80 puntos en coherencia, lo anterior muestra que esta cualidad es de alta frecuencia.

En los resultados obtenidos se identifica una dificultad en analizar las problemáticas regionales, desde la perspectiva de los aprendizajes teóricos, por lo cual, es importante adelantar esfuerzos en esta dirección, que conduzcan a que los estudiantes conecten las problemáticas con los planteamientos expuestos por autores que investigan las temáticas, con el fin de que adquieran mayor autonomía intelectual y habilidades de pensamiento.

Dado que muchos estudiantes toman como referencia información de la red, con baja validez científica, es necesario aportarles criterios de selección de información, que permita realizar un desarrollo de su trabajo con un profundo nivel de análisis, y les de elementos para plantear soluciones a los problemas identificados.

## Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos con la publicación de las mejores narrativas en el e-periódico “Agro- Relatos”, en el área de Política Agraria y Ambiental de estudiantes de Agronomía, Ingeniería Agroforestal y Zootecnia, se establece que las cualidades pertinencia y relevancia presentan altas frecuencias, en puntajes entre 81 a 100, lo cual revela alta sensibilidad de los estudiantes frente a problemas del entorno.

Se pudo observar que las cualidades interpretación, profundidad, y análisis, correspondientes a la categoría de pensamiento crítico, presentan el comportamiento más bajo, en las tres cohortes analizadas. La cualidad argumentación igualmente requiere un fortalecimiento a través de estrategias pedagógicas como la del periódico virtual, ya que en las diferentes cohortes obtuvo un bajo comportamiento,

El aumento entre la segunda y la tercera cohorte en la cualidad “precisión” relacionada con la competencia en escritura, y en la cualidad “análisis” perteneciente a la categoría de pensamiento crítico, indica que aquellos estudiantes que presentaron sus trabajos después de conocer el periódico virtual y de tener la motivación de publicar sus crónicas mediante este medio, obtienen mejores resultados en cualidades de escritura y pensamiento crítico.

Competencias en lectoescritura. Teniendo en cuenta que la lectura y la escritura son ejes transversales de todos los procesos académicos es difícil atribuir su mejoramiento a una actividad específica dentro de un curso académico; no obstante, la motivación que genera el “contar” y publicar una historia relacionada con el entorno del estudiante, con un problema sentido de su comunidad, anima a la producción de escritos de calidad, e induce a la realización de textos coherentes, claros y a una adecuada organización de las ideas. Se pudo concluir que la escritura y el acto de comunicar a la luz de las nuevas tecnologías permiten también el desarrollo de competencias relacionadas con la sensibilidad frente a problemas del entorno.

La publicación de narrativas por parte de miembros de la comunidad indujo igualmente a procesos de lectura por parte de la comunidad académica, dado el interés que despierta en los estudiantes la lectura de textos, elaborados por sus compañeros, y en los cuales se da a conocer problemáticas presentes en diferentes regiones del país, escritos en muchos casos por sus propios protagonistas.

Se concluye que el estudiante de ciencias agrarias debe producir continuamente textos, redactar documentos coherentes, comprensivos, elaborados con gran sentido crítico, que permita convocar al análisis de situaciones y a generar soluciones y salidas a las problemáticas a través de la comunicación.

Competencias en pensamiento crítico. La realización de la actividad permitió que los estudiantes contribuyeran a establecer un nexo entre el mundo académico y la realidad de su entorno, y a que realizaran una lectura y comprensión de los fenómenos de sus regiones desde una perspectiva más analítica, desarrollando de esta manera habilidades de escritura y pensamiento crítico necesarias para desenvolverse en su ámbito profesional y ciudadano. Se destaca la cooperación de los miembros del grupo de trabajo colaborativo en los resultados finales de los textos, lo cual posibilitó procesos de participación y aprendizaje que los llevó a cuestionar sus puntos de vista y a discutir sus ideas iniciales.

En los relatos (crónicas, entrevistas, editoriales) seleccionados por la calidad intelectual para su publicación en el periódico “Agro - Relatos”, se advierte, análisis de conceptos, defensa de posiciones en asuntos de alta complejidad, planteamiento de puntos de vista, transferencia de ideas a nuevos conceptos y conclusiones asertivas. Lo anterior es común en los relatos seleccionados, pero en aquéllos que no fueron escogidos para su publicación, en las tres cohortes analizadas, se identifica la tendencia a la “opinión personal” con escaso nivel de fundamentación y de consulta bibliográfica válida.

De lo expuesto, se deriva que es necesario fomentar la lectura y la consulta de autores, para que los estudiantes puedan establecer conexiones entre los problemas identificados y la información teórica (resultado de investigaciones), que contribuyan dar elementos para fundamentar las opiniones. Con este tipo de actividades, también se estimula en pensamiento inductivo, el cual permite hacer generalizaciones a partir de hallazgos y problemáticas identificadas en las regiones. En este mismo sentido, es importante contribuir a que los estudiantes adquirieran criterios de selección de información, ya que, para algunos, el hecho de que esta se encuentra disponible en la red es suficiente para considerarla con validez y credibilidad.

Se concluye que la realización de la actividad, demanda un gran esfuerzo intelectual, y que ello coincide con la necesidad de que una universidad, contemporánea brinde una educación que los prepare no solo para las necesidades de hoy, sino del futuro, como es la capacidad de identificar problemas relevantes, inferencia, interpretación, argumentación, capacidad de síntesis, en un marco de investigación, de sensibilidad y compromiso frente a problemáticas de su entorno.

Para los estudiantes del curso de Política Agraria y Ambiental la publicación del periódico “Agro - Relatos”, constituye una motivación, para tratar de manera analítica temas de trascendencia, como las problemáticas agrarias en los territorios de Colombia, lo cual amerita disciplina intelectual para su análisis, tratamiento adecuado de la información, y lecturas desde diferentes vertientes ideológicas. La estrategia del e-periódico, fortalece las competencias en lectura y escritura, e incita al pensamiento crítico, lo cual implica; interpretación de la realidad, contraste con diversos autores, aclaración de supuestos e interpelación de sus propios pensamientos.

Se considera que la actividad es idónea, para que el estudiante no solo interactúe con su entorno sino para que adquiera elementos para transformar situaciones. Lo anterior es coherente con la Declaración sobre la educación superior en el siglo XXI, elaborada por la conferencia mundial de la UNESCO, que fue organizada en 1998 en París, la cual expone que “Las instituciones de educación superior deben formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de analizar los problemas de la sociedad, buscar soluciones, aplicarlas y asumir responsabilidades sociales”

## Referencias bibliográficas

- Alcázar, P. & Villamizar, C. (2006). Barranquilla: En busca de las agendas perdidas. Revista investigación y desarrollo, 14, 372-389. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/268/26814207/>
- Betancourth Zambrano, S. (2015). Desarrollo del pensamiento crítico en docentes universitarios. Una mirada cualitativa. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 44, 238-252. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/627/1162>
- Buxarrais, M. (2016). Redes sociales y educación. Education in the knowledge 17 (2), 15-20. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5355/535554762002.pdf>
- Causado, R., Santos, B., Calderón, I. (2015). Desarrollo del pensamiento crítico en el área de Ciencias Naturales en una escuela de secundaria. Revista Facultad de Ciencias Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, 4 (2), 17-42. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rfc/article/view/51437/54884>
- Carlino, P (2006). Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, FCE
- Castor Paniagua, L. (2018). Historia de los periódicos universitarios. El caso de la Universidad Autónoma de Santo Domingo-UASD. LUCIÉRNAGA, 9(18). Recuperado de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/1261>
- Cubides, H. (2004). Formación del sujeto político. Escuela, medios y nuevas tecnologías de la comunicación y la información”, en Laverde, M. C.; Daza, G., y Zuleta, M., Debates sobre el sujeto. Perspectivas contemporáneas, Bogotá, Universidad Central, DIUC, Siglo del Hombre Editores
- Ennis, R. H. (2008). Nationwide testing of critical thinking for higher education: Vigilance required. Teaching Philosophy, 31(1), 1-26
- Guzmán, S y Sánchez. P. (2006). Efectos de un programa de capacitación de profesores en el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico en estudiantes universitarios en el Sureste de México. Revista Electrónica de Investigación Educativa. 8(2), 1-17. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v8n2/v8n2a2.pdf>
- Hoyos, G. (2011). Educación y ética para una ciudadanía Cosmopolita. 55, 191-203. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=FcQoc\\_oLjDM](https://www.youtube.com/watch?v=FcQoc_oLjDM)
- López, G. (2012). Pensamiento crítico en el aula. Docencia e Investigación: revista de la Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo, 37(22), 41-60. Recuperado de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/9053>
- Lugo, M.T. (2008). Las políticas TIC en la educación de América Latina. Tendencias y experiencias. Revista Fuentes, 10, 52-68. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/32395>
- Navarro, L (2010). Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizados de identidades y contra identidades de los sujetos políticos en Colombia. Encuentros 15 (2), 33-44. Recuperado de <http://repositorio.uac.edu.co/handle/11619/1184>

- Ossa, C., Palma, M., Lagos, N., Quintana, I, Diaz, C (2017). Análisis de instrumentos de medición del pensamiento crítico. *Ciencias Psicológicas* 11 (1), 19 – 28. Recuperado de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/cp/v11n1/1688-4221-cp-11-01-00019.pdf>
- Oliveras, B & Sanmartí N. (2009). La lectura como medio para desarrollar el pensamiento crítico en 8ª convención nacional y 1ª internacional de profesores de ciencias naturales. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eq/v20s1/v20s1a5.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2013). Enfoques estratégicos sobre las TIC en educación en América latina y el caribe 2013. Recuperado 4 de diciembre de 2016 de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/images/ticsesp.pdf>
- Paul, R., & Elder, L. (2005). Estándares de competencia para el pensamiento crítico. Estándares, Principios, Desempeño, Indicadores y Resultados. Con una Rúbrica Maestra en el Pensamiento Crítico. Fundación para el pensamiento crítico
- Ortiz, E (2015). Actividades y tareas de Escritura Académica en el Contexto Universitario (pregrado) *Ikala, revista de lenguaje y cultura*. 20 (3), 343- 358. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2550/255042795005.pdf>
- Sánchez, J., Brito, N. (2015). Desarrollo de competencias comunicativas, mediante la lectura crítica, escritura creativa y expresión oral. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 13 (1), 117-141. Recuperado de <http://repositorio.uac.edu.co/handle/11619/2083?show=full>
- Saiz, C & Fernández, S. (2012). Pensamiento crítico y aprendizaje basado en problemas cotidianos. *Revista de Docencia Universitaria* 10 (3), 325 – 346. Recuperado de <http://red-u.net/redu/files/journals/1/articles/296/public/296-1668-1-PB.pdf>
- Zemelman, H. *Pensar teórico y pensar epistémico* (2004). Los retos de las ciencias sociales latinoamericanas. Instituto Pensamiento y cultura en América Latina, México.

### Para citar este artículo

Santacoloma, L. (2020). **Agro-Relatos. Periódico Universitario para el desarrollo de competencias de escritura y pensamiento crítico en estudiantes de Ciencias Agrarias.** *Revista Luciérnaga Comunicación*. Vol.12 Núm. 23. Pp:177-192. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a9>

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

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