



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



latindex



e-revist@s



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

EDICIÓN 16 - AÑO 8 / JULIO - DICIEMBRE DE 2016

ISSN 2027 -1557

LA REVISTA

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

John Fernando Escobar Martínez
Rector

Juan Camilo Parra Toro
Vicerrector de Docencia e Investigación

Jaime Alberto Vélez
Decano Facultad de Comunicación Audiovisual

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Manuel Fermín Villa Rubio
Rector

Alicia Cabrero Lobato
Directora de Cooperación Académica

Jorge Héctor Ávila Hernández
Director Facultad de Ciencias de la Comunicación

EDITORES

Mónica Valle Flórez
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

Francisco Jesús Ortiz Alvarado
Universidad Autónoma de San Luis Potosí - México

COMITÉ CIENTÍFICO / EDITORIAL

Jesús Galindo Cáceres
Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México, SNI-CONACY - México

Allan Burns
Universidad de la Florida - EEUU

María Teresa Quiroz Velasco
Universidad de Lima - Perú

Luis Deltell Escolar
Universidad Complutense de Madrid - España

Ángel Paéz
Universidad de Zulia - Venezuela

María Rebeca Padilla de la Torre
México Universidad Aguascalientes - México

Carlos Andrés Arango Lopera
Universidad Católica de Oriente - Colombia

Erika Jaillier Castrillón
Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia

Agrivalca R. Canelón S.
Universidad de La Sabana - Colombia

Asistente

Liliana Velásquez Ospina

Producción audiovisual

Santiago Flórez Román - Liliana Velásquez Ospina

Editor Digital y Diseñador

Santiago Flórez Román

Maquetador web

Edwin Alexander Ruiz Betancur

Traductores

María Elena Gutiérrez (Inglés) - Nicolás Enrique Barreda Torres (Portugués)

Autores

Lizandro Ángulo Rincón -Antonia Moreno Cano-
Aleida Leticia Tello Divicino - José Guadalupe Baltazar Torres - Samuel Nava Bautista-
Rosario Sánchez Vilela-
Leonardo Xavier Brito Alvarado - Susana Paola Capito Álvarez -
Carlos Mario Berrío Meneses-
Mónica María Valle Flórez - Álvaro Ramírez -
Gabriel J. Lotero Echeverri - Sara Osuna Acedo

Revista Luciérnaga © 2016

Los artículos pueden ser reproducidos parcial y totalmente siempre y cuando se haga la referencia bibliográfica respectiva.

Para mayor información contactarse a: investigacion_comunicacion@elpoli.edu.co / Conmutador: 3197900 Ext. 489

Bloque P19 – oficina 135. Carrera 48 Av. Las Vegas No.7 - 151 / Medellín - Colombia / www.politecnicojic.edu.co / Código postal: 4932.

Revista Luciérnaga - Comunicación. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid &
Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

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

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

AVANZA LA POLÍTICA PÚBLICA DE MEDIOS ALTERNATIVOS, INDEPENDIENTES, COMUNITARIOS Y CIUDADANOS DE MEDELLÍN

Mónica Valle F.

Destino en este espacio algunos párrafos para exponer lo que considero avances en la formulación de la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín, proceso que he visto gestarse y que está ad portas de su implementación. Pero antes de ello les presento brevemente los contenidos de esta edición de la Revista Luciérnaga - Comunicación.

En esta publicación diversos autores proponen que el cine, la ficción televisiva y el talk show pueden utilizarse como estrategias formativas, recursos para analizar acontecimientos del pasado y como argumentos para pensar la sociedad; se reflexiona en torno al ocaso de los héroes en las narrativas contemporáneas. Análisis acerca del periodismo deportivo y el ciberperiodismo, también hacen parte de esta edición N16. Los artículos provienen de investigadores de Ecuador, Uruguay, México y Colombia. Les invitamos a leer, debatir, compartir estos abordajes y resultados investigativos así como a presentar sus escritos para los números 17 y 18.



Política Pública
de Medios



Alternativos, Independientes, Comunitarios
y Ciudadanos de Medellín



En Latinoamérica la referencia a la comunicación alternativa, popular, ciudadana, comunitaria, ha estado vinculada a los movimientos sociales, a la crítica de la sociedad imperante, la educación y también al desarrollo sociocultural de las comunidades. Entre los maestros de maestros que han generado conocimiento en torno a este tipo de comunicación están Luis Ramiro Beltrán (Bolivia), Rosa María Alfaro (Perú), Alfonso Gumucio Dagron (Bolivia), Amparo Cadavid Bringe (Colombia), Mario Kaplún (Argentina) y su hijo Gabriel Kaplún (Uruguay) entre muchos otros que no solo la investigan sino que la viven e implementan en sus comunidades.

Aunque Colombia podría considerarse uno de los países más avanzado en términos de la legislación de medios, los derechos de los denominados medios comunitarios han debido conseguirse con firmeza, constancia y paso a paso. La Carta Constitucional de Colombia de 1991, en el Artículo 20, contempla que:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

En el 2002, se expidió la Resolución N° 719, siendo Ministro de Cultura el antioqueño Juan Luis Mejía Arango, actual rector de la Universidad EAFIT, reconocido por su vinculación a la cultura y a la educación. Por medio de esta, se declara a los medios de comunicación ciudadanos y/o comunitarios como una expresión cultural de la nacionalidad colombiana. En tanto se considera que:

... [son] espacios de creación cultural desde lo local y regional que contribuyen a la manifestación de imágenes plurales de nación; espacios de expresión y difusión cultural que inciden implícita y explícitamente en la construcción de la realidad colombiana y sus referentes...su carácter sobrepone los intereses colectivos sobre los individuales... son espacios de lo público que inciden en las prácticas ciudadanas; están generando productos y procesos culturales que redundan en el fortalecimiento de la identidad cultural de la región y en la construcción del proyecto de nación...se han desarrollado en los últimos años cuantitativa y cualitativamente, y han alcanzado una cobertura nacional con la participación de las diferentes comunidades del territorio [1].



En el 2013, El Consejo de Medellín expide el Acuerdo 73 [8] mediante el cual dicta los lineamientos para la creación de la Política Pública de estos medios:

“dirigida a promover y fortalecer los procesos comunitarios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos como expresión de la participación, la cultura ciudadana y la divulgación democrática de opiniones” (Art. 1).

La idea de una política pública para medios alternativos de la ciudad de Medellín se presenta como una de las recomendaciones del Proyecto Estructuración de la Red de Medios Alternativos para la Convivencia Ciudadana (2006), en el que participé como investigadora [2], [3]. Este estudio lo encargó la Alcaldía de la ciudad, con recursos del BID, a la Caja de Compensación Comfama [4], era el segundo desarrollado en la región; el primero “Comunicación, Vida y Territorio” CONVITE, lo realizó la Gobernación de Antioquia, en el año 2005. Este proyecto fue liderado por el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA), con el apoyo de la U de A y la caja de compensación Comfenalco con el objetivo de fortalecer las capacidades conceptuales, administrativas, técnicas y de cooperación de los medios [5]. Ese mismo año, el interés por los medios comunitarios llegó a Bogotá, y en noviembre la Alcaldía Mayor realizó el “Encuentro Distrital de Comunicación Comunitaria [6], cuyo resultado fue la conformación de la Mesa Bogotana de Comunicación desde donde se elaboró el “Documento de Propuestas de Lineamientos de Políticas en Comunicación Comunitaria para Bogotá” en el que se planteó, entre otros aspectos:

“Inclusión de los medios locales, comunitarios, centros de producción radial comunitarios y colectivos de la comunicación, en la contratación para la divulgación de las campañas comunicativas de promoción de proyectos y programas institucionales del distrito, teniendo en cuenta el potencial de acción de estos medios en términos de su acceso a audiencias locales específicas” [7].



Las líneas estratégicas que guían la política son la creación y fortalecimiento de las redes de medios, la capacitación, la visibilización y el acceso a estos. Los principios que le inspiran: el fomento al derecho de la información y a la libre expresión, la participación ciudadana, identificación, inclusión, articulación, autonomía, coordinación, corresponsabilidad, seguimiento y evaluación (Art. 3. Acuerdo 73 de 2013).

En el 2011, conjuntamente con estudiantes del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, organizamos la primera exhibición de medios alternativos, evento que contó, con dos versiones más en el año 2012.



En el 2015, la Alcaldía, encomienda a la Universidad de Medellín la realización de otro Diagnóstico de medios alternativos [9]. Durante el gobierno de ese año, se adelantaron algunos procesos en torno a la formulación de la Política, pero es en el Plan de Desarrollo Municipal “Medellín Cuenta con vos” (2016-2019) que se asume el reto “Medellín Participativa” y se crea el proyecto denominado “Medios ciudadanos para la interacción y movilización social” con el fin de formular e implementar la política para estos [10], resaltando que se pretende también proteger la identidad y la memoria de dichos medios.





A partir de ese momento se retoma la mesa articuladora, la cual queda integrada por medios, gremios y asociaciones del sector de la comunicación, participan también EPM, el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y las Universidades de Antioquia, UNAD, Luis Amigó, Uniminuto y la Pontificia Bolivariana.



Los Medios aportan a la ciudad: transformación, conocimiento, movilización, pluralismo, integración, transparencia, identidad, consolidación de tejido social.

En la formulación de la política se ha seguido la ruta propuesta por Diana Álvarez Restrepo de la Secretaria de comunicaciones, la cual se esboza en el siguiente gráfico.



Tomado de informe Mesa Articuladora 2016

La construcción de esta Política ha implicado diversos foros, “se entiende que éstos son el escenario para que el debate y el consenso permitan que las líneas estratégicas del Acuerdo 73, puedan ser objeto de definiciones, profundizaciones y una prospectiva que consulte con el espíritu que anima el proceso” [11]. La estructuración de estos puede consultarse en el link que aparece a continuación: <http://www.politicamediosmed.com/foros-de-discusion>



El Sexto Encuentro de Periodismo Comunitario, que tuvo lugar entre el 16 y 17 de noviembre de 2016, también se enmarcó en el proceso de construcción de esta política. Se realizaron recorridos por la ciudad para conocer la experiencia de los medios ubicados en las diferentes comunas de Medellín. “Formar, informar, inconformar y transformar” es la misión de los medios comunitarios expresan

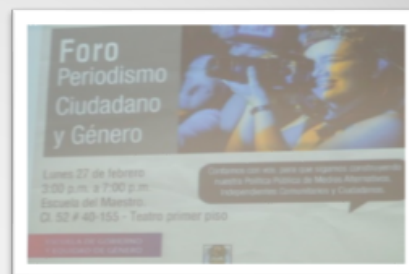
los líderes del Periódico “Mi Comuna 2”. En el Encuentro Gabriel Kaplún expuso acerca de la Comunidad, comunicación y la sustentabilidad de dichos medios.



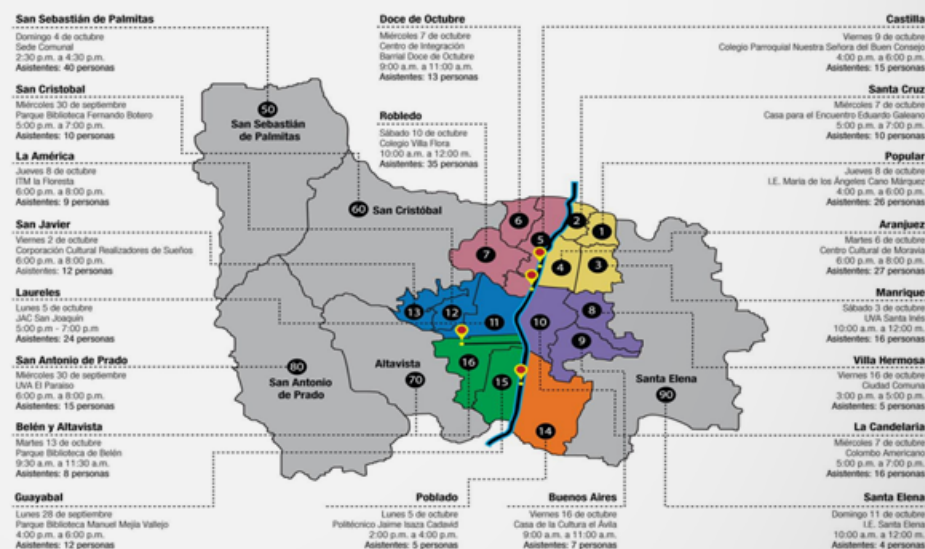
Para una mayor visibilización de estos medios, TeleMedellín a través del programa “Mi Barrio Cuenta” [12] les ha vinculado en la producción y realización del seriado. Este Canal Municipal también está capacitando a los medios en producción, edición y realización audiovisual. El Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid está realizando el registro audiovisual del proceso llevado a cabo en la formulación de la política y produce el Webdocumental de los medios direccionados desde la Corporación el Megáfono ubicada en la comuna 1 de Medellín; el realizador es el comunicador audiovisual Jose González Arteaga.



La construcción de la Política Pública de estos medios también ha pasado por el debate del género. En foro realizado, se abordaron temáticas acerca de la mujer como sujeto de noticia, la importancia de la perspectiva de género y la necesidad de equipos de trabajos mixtos en los medios comunitarios.



La socialización de este proceso se realiza con el acompañamiento de los integrantes de las mesas de trabajo. La participación por comuna a los foros se puede observar en el siguiente mapa.



Tomado de: <http://www.politicamediosmed.com/foros-de-discusion>

Para la identificación y reconocimiento de las dinámicas adelantadas en el proceso de construcción de esta política, la Secretaria de comunicaciones ha compartido algunas definiciones para los participantes de las Mesas de trabajo. Se entiende la **comunicación popular** como la vinculada con la acción de los movimientos y organizaciones populares que implementan y desarrollan sus propios canales. Dependiendo del tipo de práctica social que la orienta. A esta también se le denomina alternativa, participativa, horizontal, comunitaria y dialógica.

Se ha definido la **comunicación pública** como aquella que genera procesos de movilización social para el reconocimiento de problemas y la superación de estos mediante una agenda común. Se pretende con este tipo de comunicación construir contenidos, imaginarios, propósitos realizables y pertinentes para los diversos actores sociales, conservando el respecto a su autonomía e independencia cultural, ideológica o política.

Una vez formulada y socializada la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín, se espera su implementación para mediados del 2018.

Mónica Valle F.

Editora

Integrante Mesa Articuladora Política Pública de Medios

Notas

[1] Resolución N 719 de 2000. Medios Comunitarios como expresión de la nacionalidad. Material Bibliográfico. Política Pública de Medios. <http://www.politicamediosmed.com/bibliografia> (Hernán Atehortúa). Disponible en http://media.wix.com/ugd/a69_301b6952dfb94950b536a4532d38a155.pdf

[2] Valle, Mónica María (2012). MEDIOS ALTERNATIVOS DE MEDELLIN [1]: Recuento Histórico (1987-2006). Revista Virtual Luciérnaga, Año 4, N7. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín Colombia. ISSN 2017-1557. Págs. 36-46. http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-07/pdf/4_medios_alternativos.pdf

[3] Valle, Mónica María (2012). MEDIOS ALTERNATIVOS DE MEDELLIN [2]: Diagnóstico 2005-2006. Revista Virtual Luciérnaga, Año 4, N8. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. ISSN 2027-1557. Págs. 57. Disponible en. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-08/pdf/medios-alternativos.pdf>

[4] COMFAMA (2007). <https://es.scribd.com/doc/6919283/MEDIOS-DE-COMUNICACION-ALTERNATIVOS-PARA-LA-CONVIVENCIA>

[5] Proyecto “Comunicación, Vida y Territorio” CONVITE (2005). <http://documentslide.com/documents/comunicacion-vida-y-territorio-proyecto-para-el-fortalecimiento-de-los-medios-locales-de-comunicacion-por-la-equidad-y-la-vida-en-antioquia-taller-de-produccion.html>

[6] Encuentro Distrital de Comunicación Comunitaria (2005). Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. 12 y 13 de diciembre. Auditorio Alfonso López Pumarejo- Universidad Nacional. Bogotá- Colombia.

[7] “Documento de Propuestas de Lineamientos de Políticas en Comunicación Comunitaria para Bogotá” (2007). Disponible en http://media.wix.com/ugd/a69_25f19e4e7b0045488597f57456586c0c.pdf

[8] Gaceta Oficial N4207. Pág. 28 https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportalDelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_15/Publicaciones/Shared%20Content/GACETA%20OFICIAL/2014/Gaceta%204207/4207.pdf

[9] Diagnóstico de medios alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín, U de M (2015). Disponible en http://media.wix.com/ugd/a69_03edf131ca3846adad1445edf4b3d2d6.pdf

[10] Plan de Desarrollo de Medellín “ Medellín cuenta con vos” (2016 -2019).

<http://www.medellincomovamos.org/download/presentacion-plan-de-desarrollo-de-medellin-2016-2019-medellin-cuenta-con-vos-2016>

[11] Diana Álvarez Restrepo de la Secretaria de comunicaciones de la Alcaldía de Medellín

[12] Mi Barrio Cuenta - Capítulo 8 emitido el 28 de diciembre de 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=ooThX7kJV3U>

Para citar este texto:

Valle, F. Mónica (2016). Avanza la Política Pública de Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín. Revista Luciérnaga/ comunicación Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 4-9.

PERIODISMO DEPORTIVO. El Fútbol es el Rey



Lizandro Ángulo Rincón*
Antonia Moreno Cano**

Recibido. Septiembre 5, 2016 - **Aceptado.** Octubre 3, 2016

RESUMEN: En el artículo se presenta los resultados del análisis de contenido realizado a la sección de deportes del periódico El Espectador. Se estudiaron seis semanas compuestas correspondientes a dos años de publicación del diario. Se encuentra que el fútbol, el tenis y el automovilismo son los deportes más mencionados en este diario, también que en este tipo de noticias se requiere variedad temática y pluralidad de fuentes.

El Espectador realiza un periodismo “serio”, con vocación informativa, que se ve reflejado en sus piezas periodísticas. El calificativo de serio se refiere a que en los contenidos deportivos suele primar la información del desempeño atlético y competitivo, y no los aspectos extradeporativos relacionados con la vida personal y financiera de deportistas, exdeportistas, técnicos, dirigentes,

entre otros personajes, como suele ser la tendencia en el periodismo deportivo, inclusive de diarios generalistas en algunos países del mundo.

En las observaciones a las piezas analizadas, tampoco se encuentra el abuso del lenguaje bélico, errores gramaticales, impropiedades léxicas ni la evaluación minuciosa de aspectos intrascendentes de la actividad agonística (competitiva) que suelen publicarse en otros medios. No obstante, se echa de menos un periodismo deportivo más investigativo, de denuncia que permita indagar a fondo sobre las situaciones “desviadas” del deporte (corrupción, apuestas, dopaje, malos manejos administrativos de federaciones). El trabajo en equipo con otras secciones es fundamental en estos casos.

Palabras clave: periodismo, deportes, información, Colombia, análisis cuantitativo, El Espectador, fútbol.

**Doctor en Comunicación, profesor asociado de la Universidad del Tolima. email: langulo@ut.edu.co*

***Doctora en Comunicación, asesora de investigaciones de la Universidad Manuela Beltrán, sede Bucaramanga. email: antonia.moreno@docentes.umb.edu.co*

SPORTS JOURNALISM. Soccer is king

SUMMARY: This article presents the results of a content analysis carried out with the sports section of the “EL Espectador” newspaper. Six composed weeks, corresponding to 2 years of publication, were studied. It was found that Soccer, Tennis, and Auto Racing are the sports that get the most mentions in the newspaper; also, that this kind of news requires theme variety and sources diversity.

“El Espectador” offers a ‘serious’ journalism with informative vocation, which is evidenced in its journalistic pieces. The adjective ‘serious’ refers to the fact that in the sports content the information regarding athletic and competitive performance is prevalent, in contrast with the irrelevant information regarding the private and financial life of athletes, former athletes, coaches, and managers among others, which is a tendency in sports journalism,

even in general newspapers in some countries. Abuse of warlike language, grammar errors or lexical inappropriateness were not found in the pieces analyzed, neither was the exhaustive evaluation of unimportant aspects of the competitive activity commonly published in other media.

Nevertheless, the newspaper lacks a more investigative sort of sports journalism that could allow inquiring deep into situations deviated from sports (corruption, bets, doping, and federations’ mismanagements). Team work with other sections is fundamental in such cases.

Keywords: journalism, sports, information, Colombia, quantitative analysis, El Espectador, football.

JORNALISMO ESPORTIVO. O Futebol é o Rei

RESUMO: No artigo se apresenta os resultados da análise do conteúdo levados a cabo pela seção de esportes do jornal O Espectador. Se estudaram seis semanas compostas que correspondem a dois anos de publicação do jornal. É achado que o futebol, o tênis e o automobilismo são os esportes mais mencionado neste jornal, também que neste tipo de notícias é requerido variedade temática e pluralidade de fontes.

O Espectador realiza um jornalismo “sério”, com vocação informativa que é refletida nos pedaços jornalísticos dele. O epíteto de sério se refere que nos conteúdos desportivos prevalece normalmente a informação da ação atlética e competitiva, e não o aspectos extradesportivos relacionados com a vida pessoal e financeira de desportistas, exdesportistas, técnicos, líderes, entre outras personagens, como

isto normalmente é a tendência no jornalismo desportivo, inclusive de diários generalistas em alguns países do mundo.

Nas observações para os pedaços analisados, também não se acha o abuso da linguagem bélica, erros gramaticais, impropriedades léxicas nem a avaliação metódica de aspectos intrínsecos da atividade agonística (competitiva) que normalmente se publicam em outros meios. Não obstante, se sente saudades por um jornalismo esportivo, mas investigativo de denúncia, que permita investigar a fundo nas situações “desviadas” do esporte (corrupção, apostas, dopagem, manipulações administrativas ruins de federações). O trabalho em time com outras seções é fundamental nestes casos.

Palavras chaves: jornalismo, jogo esportivos, informação, Colômbia, análise quantitativa, El Espectador, futebol

INTRODUCCIÓN

Los estudios de la comunicación y el periodismo en el mundo occidental cuentan con diversas y enriquecedoras perspectivas metodológicas y de análisis. En el ámbito periodístico los investigadores han centrado su particular interés en la manera como se desarrolla el periodismo político, de orden público, cultural y económico. Sin embargo, los comunicólogos y otros profesionales de las ciencias sociales han mostrado poca preocupación por la forma como se ejerce el periodismo deportivo, pese a que su producción noticiosa es ampliamente demandada por la sociedad. Es probable que, en el imaginario académico, las informaciones sobre el deporte se vislumbren en espacios propios de lo trivial y lo pasional.

Esta percepción puede reñir con el significado social que el deporte tiene en millones de personas que lo consumen a través de los medios de comunicación. En Colombia, nunca antes se había visto un seguimiento sostenido de sus deportistas en diferentes disciplinas en la prensa escrita, la radio, la televisión e internet. Ese alto consumo coincide con los éxitos de sus atletas en las olimpiadas de Londres 2012, en las que el país consiguió su mejor figuración de la historia con 1 medalla de oro, 3 de plata y 4 de bronce. No obstante, estas victorias han sido más notorias en los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, puesto que los deportistas colombianos han ganado medallas de oro de una forma progresiva, lo cual les ha permitido superar a Venezuela, Argentina y a México en el cuadro de galardonados (Comité Olímpico Colombiano, 2015).

El interés creciente de la audiencia por el deporte en el panorama nacional e internacional nos llevó a investigar si el periodismo deportivo seguía centrado en deportes hegemónicos y mayoritarios como el fútbol que cuentan con un fuerte y sostenido respaldo publicitario y mercantil, también nos preguntamos por la calidad de la información desde criterios como titulación, fuentes, variedad temática, entre otros. El estudio se enfocó al periódico El Espectador, diario de cobertura nacional con más de 128 años de funcionamiento, se analizaron dos años de sus piezas periodísticas, utilizando una muestra aleatoria de semanas compuestas.

1. Periodismo deportivo

Hoy, seguramente, no se vería con buenos ojos que un medio de comunicación generalista no tuviera una sección deportiva. De hecho, como lo sugieren Billings y sus colegas (2012, págs. 1-5), la vida misma sería distinta si no existieran los deportes, y es que la actividad competitiva, física, recreativa, es una faceta clave para el devenir humano porque gusta, educa, entretiene, fomenta los valores como la disciplina, la perseverancia y estimula la economía. La comunicación juega un rol relevante en la comprensión del deporte como fenómeno orbital, puesto que los profesionales del periodismo son los encargados de convertirlo en un producto de fácil acceso a la población.

Para Boyle (2006, págs. 3-5) tres factores influyen para que los deportes tengan la relevancia mediática de estos tiempos: *la globalización*, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; *la digitalización*, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia; y *la mercantilización*, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria deportiva ahora y en forma regular involucra más medios e instituciones financieras, así como a las agencias gubernamentales.



En ese contexto, el periodismo deportivo es una especialidad periodística de paradojas. Por una parte, ha sido y es la sección de la prensa cuya audiencia aumenta, es decir, sus contenidos son cada vez más demandados por lectores, oyentes, televidentes y cibernautas en el mundo y, al mismo tiempo, los que más atraen el patrocinio de diversas marcas. Por otra, es una especialidad a la que se le cuestiona su calidad, pues el periodista dedicado a comunicar e informar sobre deportes se concibe

como un profesional superficial, apasionado y con poco deseo de respetar las normas idiomáticas y la ética fundada en la veracidad, la confrontación de las fuentes, la separación entre la información y la opinión, la independencia y la responsabilidad social. Estos son algunas de sus falencias, sin embargo, hay que resaltar sus fortalezas. Una de ellas su capacidad para llegar a todo tipo de públicos, a pesar de la gran cantidad de expresiones técnicas de cada disciplina deportiva.



1.1 La obsesión por el espectáculo

Para los estudiosos de la comunicación el periodismo deportivo puede ser de mejor calidad, es decir, más profundo y riguroso, holístico, respetuoso de la ética, sin que estos aspectos riñan con los deseos de la audiencia de buscar entretenimiento en estos espectáculos, evasión de la rutina diaria u otras razones. Algunas personas consideran al periodista y al periodismo deportivo como superficiales, justamente Rowe (2007, págs. 385-387) sostiene que una forma de subestimar la sección deportiva de los periódicos en los Estados Unidos era denominándola “sección de juguete”, porque se pensaba con cierto prejuicio, que era la que se dedicaba a temas frívolos y superficiales.

Esa percepción puede estar motivada porque el periodista deportivo le da más prelación a los aspectos espectaculares de las competencias atléticas que a la rigurosidad informativa que, desde luego, debe ser aplicada a cualquier sección de contenidos. De acuerdo con Domínguez (2006), las formas de convertir en espectáculo cualquier disciplina deportiva y las performances de sus practicantes, se manifiestan en

la remembranza emotiva de antecedentes históricos, la exageración de la oposición o de las diferencias entre sí, la recuperación de

aspectos inusitados aparentemente irrepetibles (“la primera vez”, “lo mejor que ha ocurrido”, “lo que nunca se ha visto”, “lo más grande”), la atribución de rasgos personales o individuales (“inteligencia contra fuerza”, “pasión contra razón”, “discípulo contra maestro”, “hermano contra hermano”), el empleo de términos belicistas (la batalla, los guerreros, las armas), el testimonio de los involucrados (jugadores, entrenadores, directivos, seguidores), la selección reiterativa de los momentos y escenas más impactantes, la invitación de comentaristas reconocidos (especialistas, jugadores legendarios, celebridades), la recreación humorística, la comercialización de productos alusivos (camiseta de los equipos, balones de fútbol, entradas especiales) y el llamado a la participación del público (encuestas, rifas, concursos).



Para Mangone (1999, págs. 11-18), la espectacularización se refleja mediante:

El lenguaje bélico, para sublimar la guerra. El discurso del dramatismo, que supone la exageración de la trascendencia del deporte y de todas las peripecias que lo rodean, El sentido común, que es la forma como los amantes del deporte construyen sus propios correlatos en las interacciones diarias para explicar y reflexionar en torno al acontecimiento atlético, sin que medie una intención científicista o pseudofilosófica. La minucia deportiva, que consiste en publicar detalles –muchas veces anodinos de las competencias. Las filosofías de vida, en tanto implican la construcción de la identidad personal y colectiva mediante la interacción social y las referencias semiótico-culturales que promueven los equipos, las celebridades deportivas y los medios de comunicación. Una visión mítico-cíclica, estrategia que el márketing y los medios de comunicación utilizan para acentuar los rasgos (garra), actitudes (inteligencia) y ejecuciones (picardía) de los protagonistas. El “nacionalismo” de la industria cultural, que

pretende el reforzamiento de las identidades colectivas, apelando a la diferenciación cultural, política, religiosa. El **racismo**, que es consecuencia del uso del lenguaje bélico para aumentar las diferencias y, de esta forma, motivar obsesivamente las ansias de triunfo (o venganza) de los fans de un equipo sobre sus adversarios. La dimensión financiera: **discurso y mercancía**, pues el entorno deportivo está impregnado por el poder del dinero y la especulación financiera.

Según Labio (2009, pág. 163 y 164), el periodismo sobredimensiona el deporte al destacar sus aspectos espectaculares y aprovecha la fidelidad y admiración que un hincha tiene por un atleta o equipo con fines mercantilistas, lo cual da como resultado que los contenidos deportivos tiendan a evocar más que a informar.

los espectadores, apelando al poder comunicativo y persuasivo de escudos y banderas de los equipos, etc.



El **lenguaje audiovisual** potencia la concepción de “espectáculo deportivo”, al propiciar la confluencia entre las narraciones, inflexiones de la voz y los distintos ángulos de las imágenes en movimiento. El **lenguaje artístico** es cada día más utilizado en el ámbito deportivo, desde el diseño arquitectónico vanguardista de estadios, coliseos y camisetas hasta la incursión de literatos e intelectuales en el comentario deportivo.

Bianchi (1991), por su parte, señala que la utilización de ese lenguaje, inclinado al fomento del espectáculo, lo margina a la subvaloración de su ejercicio por otros campos y disciplinas humanas y sociales. Por tanto, el periodista deportivo tiene que luchar constantemente por (1) moderar su fanatismo irracional y (2) cambiar la pobre valoración cultural que se tiene de su trabajo.

En el primer aspecto, es notorio cómo algunos de estos profesionales cargan sus transmisiones y escritos con expresiones apasionadas, más propias de un fanático que la de un comunicador que trata de ser independiente, veraz, plural y responsable. Por eso, sus columnas y crónicas –los géneros más usados en el periodismo deportivo- no pocas veces están cargados de sensacionalismo y amarillismo. En el segundo aspecto, no se puede desconocer que algunos periodistas deportivos carecen de un bagaje intelectual amplio, que les permita informar no solo sobre los aspectos competitivos de una disciplina y/o de un evento deportivo, sino también de las vinculaciones que estos tienen con otras ciencias (medicina, sociología, economía, derecho, entre otras).



1.2 Las claves del lenguaje del periodismo deportivo

Para Alcoba (2005, pp. 118-154), el periodismo deportivo se expresa mediante seis lenguajes: **el bélico, el escueto, el estético, semiológico, audiovisual y artístico**. En el **lenguaje bélico** el autor destaca que sirve para darle color al culmen de la actividad agonística y, por tanto, relativiza el hecho de que emplearlo de esa manera no contribuya a la paz y la deportividad. En ese mismo sentido se expresa Marrero (2011, pág. 76) cuando afirma que el objetivo de ese lenguaje es “lograr la descripción lo más fiel posible de lo intenso que fue o será el evento en cuestión”. El **lenguaje escueto** se emplea cuando hay cierres de la edición de algún medio de comunicación. Aquí la redacción no tiene tantos adornos, ni géneros periodísticos más elaborados, puesto que no se dispone del suficiente tiempo y espacio. El lenguaje semiológico destaca el valor de los signos y los símbolos para connotar el impacto de la actividad atlética y competitiva en

1.3 Fortalezas y debilidades del periodismo deportivo

Rojas (2011, págs. 36-98) realiza un análisis del periodismo deportivo desde sus fortalezas y debilidades, no sin antes señalar que esta especialidad es la más consumida y demandada por los ciudadanos y la que más ha evolucionado en la presentación original de propuestas narrativas y de imagen. Respecto a las fortalezas, el autor señala la universalidad y el desarrollo de un lenguaje propio. La **universalidad** se manifiesta con la capacidad para trascender a otros ámbitos, como los de la política y la economía, ya que muchos términos son prestados a estas áreas del conocimiento. Ello se debe a que las frases utilizadas en el periodismo deportivo pueden explicar de una manera sencilla temas complejos. Esta virtud tiene relación con el **desarrollo de un lenguaje propio**, puesto que

Entre las características definitorias del lenguaje deportivo podemos enumerar su alto grado de especialización, su afán innovador a la hora de crear nuevas palabras, expresiones y significados, así como su acusado retoricismo, lo que le lleva a recurrir de forma asidua a metáforas y otros usos figurados del lenguaje, cruces léxicos o juegos de palabras para elaborar mensajes sorprendentes e impactantes (38).

En el desarrollo de un lenguaje propio, no puede pasar inadvertido el **lenguaje técnico**. Puede parecer contradictorio el hecho de que su lenguaje llegue con facilidad a distintos públicos y que, al mismo tiempo, éste tenga un origen técnico en la medida en que las disciplinas deportivas tienen sus expresiones particulares. En realidad, este es el resultado de su propia evolución, ya que ha sabido combinar la naturalidad de sus términos con los tecnicismos de sus informaciones.

Los **neologismos** también hacen parte de su desarrollo. En este caso la creación de palabras pretende despertar el interés del público, a partir del uso de distintos recursos disponibles para cargar de originalidad sus contenidos. Estas licencias idiomáticas que desvían al periodismo deportivo del estándar común, si bien criticadas por los puristas de la lengua, son necesarias para mantener la eficacia y gusto de la audiencia por sus contenidos. Los **préstamos léxicos** son usuales en esta especialidad, puesto que, a pesar de las características singulares de los deportes, estos son terrenos contiguos en una sala de redacción. Estos traslados terminológicos sirven para enriquecer las crónicas y provocar creativas asociaciones en la audiencia. Finalmente, los **juegos de palabras** se constituyen en una estrategia para captar la atención

del receptor, mediante el cambio de la grafía de las palabras por otras con un sonido similar. Este proceso se realiza con unas dosis de ingenio y humor.

Entre tanto, Rojas clasifica las debilidades en lo que denomina **campo de conflicto idiomático**, la **primacía del espectáculo sobre la información**, la **incitación a la violencia**, el **sexismo informativo** y la **confusión entre información y opinión**. En el **campo del conflicto idiomático** se incluyen los errores gramaticales comunes, las impropiedades léxicas (uso de palabras o expresiones existentes en nuestro idioma con significados equivocados), tópicos (utilización y abuso de expresiones gastadas que depauperan el mensaje), el abuso de extranjerismos, la reiteración de formas coloquiales y vulgarismo que no añaden información, así como la siglación excesiva y estilo fragmentario para acomodar textos a espacios y tiempos reducidos.

En la **primacía del espectáculo sobre la información** destaca (1) el **sensacionalismo** como un antivale periodístico consistente en la magnificación gráfica y conceptual de los contenidos, con el fin de crear sensaciones, pero no el de informar; (2) la **futbolización de la información deportiva**, cuyos rasgos distintivos son la preeminencia del fútbol como el contenido que más espacio y tiempo ocupa en los medios de comunicación y la incorporación de las expresiones futbolística en otras disciplinas que cuentan con términos específicos para describir las reglas y desempeño de los atletas. Vale anotar que no informar sobre otros deportes implica:

- (1) **privar a la sociedad de una cultura y de unos valores deportivos** más amplios que los que provee una sola actividad física y atlética;
- (2) **no reconocer los esfuerzos que realizan otros atletas por figurar y representar a un país** y (3) **caer en la tentación de frivolar el balompié, con seudonoticias que nada tienen que ver con sus aspectos trascendentes** (Angulo, 2015, pág. 197 y 198).

La **trivialización y criterios de selección no noticiosos**, se presentan cuando se publican contenidos deportivos tomando como base los atractivos que puedan tener desde el punto de vista mercantil o sensacionalista. La consecuencia de ello son piezas periodísticas superficiales, sin calidad informativa, que para llamar la atención acuden al sobredimensionamiento de los acontecimientos o la inclusión de aspectos –como lo farandulero– que nada tienen que ver con la actividad atlética y competitiva.

La **incitación a la violencia** tiene tres componentes:

el *lenguaje bélico-militar* si bien es un elemento distintivo del periodismo deportivo porque les da color a las informaciones llenándolas de metáforas a la guerra y la confrontación, no está por demás decir que el abuso y reiteración de expresiones bélicas y militares pueden impulsar a las personas a exacerbar la confrontación, las diferencias regionales y aumentar el odio irracional.

La *exhibición de imágenes violentas* es una forma de estimular el estupor en la audiencia, muchas veces sin ningún criterio estrictamente noticioso. Este punto se evidencia con la repetición obsesiva de imágenes sobre riñas en las graderías por barras bravas y los accidentes graves de deportistas, así como de las declaraciones ofensivas de contendientes para incrementar la rivalidad. La *búsqueda del morbo y la confrontación* es una práctica usual en los medios de comunicación y consiste en hallar la frase polémica, el gesto agresor, el símbolo violento, el cruce de expresiones malsonantes entre protagonistas de la práctica agonística, con el objeto de crear un ambiente inquietante y provocador. Esto puede adquirir una máxima peligrosidad en la medida en que caldea los ánimos, especialmente de los hinchas radicales, previo a un encuentro deportivo.

El *sexismo informativo* se manifiesta con la *invisibilidad de la mujer deportista* que puede ser causada por la hegemonía del fútbol, disciplina que culturalmente ha sido jugada y vista por hombre. La invisibilidad también es evidente cuando las palabras y las frases empleadas en el periodismo deportivo prescinden de la mujer o le dan un trato discriminatorio (sexismo lingüístico); y la *transmisión de estereotipos y roles tradicionales* se presencia en los contenidos, muchos de los cuales resaltan más el atractivo físico, la forma de vestir, la vida familiar o sentimental de la atleta que el desempeño deportivo, lo cual no suele suceder en el caso de los hombres.

La *confusión entre informar y opinar* comporta una hibridación de géneros propiciada por las excesivas licencias que se les da al periodismo deportivo para contar emotivamente un evento o suceso. Esta situación crea confusión en el destinatario y una sensación de ambigüedad en el emisor, en el mejor de los casos y en el peor una intención soterrada de éste por tomar partido de un hecho informativo.

Levinsky (2002) menciona otros males del periodismo deportivo tomando como referencia el que se practica en Argentina. Para este autor los males de esta especialidad se resumen en la falta de investigación, lo cual es evidente cuando los testimonios no se confrontan o no se utilizan las fuentes adecuadas. Como consecuencia de ello, el periodismo deportivo es poco dado a destacar actos corruptos, de ahí

que Levinsky sugiera que los grandes directivos de Comités Olímpicos Internacionales y de la Federación Internacional de Fútbol Asociado, así como de entidades que manejan el deporte en cada país en ámbitos nacionales, regionales y locales, sean intocables pese a sus corruptas actuaciones.

1.4 Violencia y sensacionalismo

Dos males que se derivan de un periodismo deportivo mal practicado son la violencia y el sensacionalismo. La violencia no solo se detona con el uso de términos bélicos, sino con comentarios altisonantes, apasionados, que despiertan la ira y los miedos del ser humano. Los medios de comunicación han visto las confrontaciones como un espectáculo que hay que transmitir hasta la saciedad, aunque muchas veces se cuestionan con paños de agua tibia. Los enfrentamientos, producto del mal uso de los micrófonos y de las cámaras, se expresan en una triada: deportista-deportista, espectador-deportista y espectador-espectador, sin embargo, también es frecuente la actitud hostil del espectador y el deportista contra el reportero (Garrido, 2009, pág. 48).

Este tipo de contenidos ya son usuales en algunos medios (especialmente en televisión), pues, como es feroz la lucha que mantienen por las audiencias, muestran el lado más oscuro y sensacional para despertar estupor y morbo, en lugar de promover valores evaluando críticamente estas situaciones. La prensa escrita, en concreto la deportiva que a veces reemplaza las cabeceras sensacionalistas, igualmente acude a recursos expresivos con cierta exageración para captar más lectores. Los grandes titulares, con grandes tamaños de letras, fotografías que ocupan casi la página, con textos breves y superlativos, invitan al lector más a mirar que a leer.

Si así ocurre con la prensa y los medios visuales, la radio tampoco se libra estos males. En el periodismo deportivo, a diferencia de otras especialidades periodísticas, se le ha dado licencia para vociferar, gritar y demostrar sin ningún reparo su pasión por un deportista o equipo, situación inadmisibles para el periodismo serio que aboga por la mesura, la responsabilidad social y la independencia. Podríamos decir que este profesional se sale de los márgenes éticos de la crónica y la columna, géneros en los que se admiten valoraciones, opiniones y juicios, para entrar en el terreno de la especulación, los insultos y las humillaciones. Garrido (2009) advierte que una de las características de la comunicación deportiva es su tendencia a evaluarlo todo (desempeño, organización, escenarios) y a

todos (deportistas, árbitros, entrenadores, equipos), de modo que “todo es sometido al supremo juicio del periodista deportivo que, en ocasiones, actúa como un juez implacable”.

Otra tendencia, agrega el autor, es la que se denomina *retoricismo hueco*, que, a nuestro juicio, está vinculado con la falta de innovación y creatividad de algunos reporteros y medios de comunicación para buscar historias atractivas, testimonios significativos y perfiles profundamente humanos de los protagonistas, sin caer en el amarillismo y la farándula. Quizás el conformismo y el afán por decir o por mostrar el acontecimiento de inmediato, lleva a que el periodista destaque lo banal y fútil, así como las frases de cajón de quienes intervienen directamente en la práctica agonística.

2. Metodología

Esta investigación se inscribe dentro del paradigma positivista que postula la posibilidad de “estudiar la sociedad y los objetos sociales de la misma manera como se estudian los fenómenos naturales” (Igartua, 2006, pág. 58). En este caso, se argumenta que se pueden analizar la comunicación mediada a través de las técnicas y métodos de las ciencias naturales.

De este se deriva el enfoque cuantitativo cuya naturaleza estriba en la recolección de datos numéricos, una relación deductiva entre teoría e investigación, predilección por los fundamentos de las ciencias naturales y una concepción objetivista de la realidad social (Bryman, 2005, pág. 50). El método que se usa para la extracción de los datos es el análisis de contenidos cuantitativo a las piezas periodísticas del periódico colombiano El Espectador.

Para Weerakkody este método se usa con el objeto de examinar a través de estudios longitudinales o de series temporales, cómo el cubrimiento que los medios de comunicación hacen de grupos o temas han cambiado con el tiempo o siguen siendo los mismos; formular preguntas de investigación y probar hipótesis en concordancia con la revisión teórica del objeto de estudio; servir como punto de partida para investigar los efectos de los medios, lo cual se logra, fundamentalmente, con la aplicación combinada de métodos cualitativos.

En este último aspecto, vale anotar que el análisis de contenidos también genera información cualitativa a través del cruce de variables, acción que se produce gracias a la habilidad del investigador para asociar y conectar los datos. De ahí a que, como lo sugiere Stokes (2003, pág. 56), no es un método netamente

objetivo y empírico, pues con él hay mucho trabajo interpretativo por hacer, siempre que haya un buen conocimiento de los textos bajo examen.

El análisis de contenidos es un método que describe la agenda informativa de los medios, concretamente –como lo señala Vilches (2011) “la teoría de la *agenda setting* intenta superar la cuantificación descontextualizada de las noticias en un diario con el fin de integrarlo en diferentes contextos (económico, social, político, moral, geográfico, etc.) y, al mismo tiempo, resaltar la importancia de los procesos de tematización periodística”. Entre tanto, Wimmer y Dominick señalan que una de las funciones principales de este método consiste en comprobar el contenido de los medios con el mundo real.

En esta investigación se toman en consideración estas dos perspectivas: la descripción de la agenda informativa del periódico en cuanto el tipo de deporte, fuentes, enfoque temático, calidad de las piezas periodísticas, etc., y la comparación de estos resultados con la realidad deportiva nacional e internacional, esto es, si existe coherencia entre lo que se informa con lo que ocurre en el variado acontecimiento deportivo en Colombia y el mundo.

En esta investigación nos preguntamos: ¿Cuál es el tipo de deporte, género periodístico, tipo de titular y fuentes que predominan en los contenidos deportivos de El Espectador? ¿Cuál es el tamaño de la pieza periodística por deporte informado? ¿Cuáles son los enfoques temáticos más informados y opinados? ¿Qué importancia les da el medio a sus contenidos deportivos? ¿Cómo estos aspectos contribuyen a la calidad periodística?



Se contemplaron tres tipos de muestras: de medios, temporal y de contenidos. **Muestra de medios:** de los cuatro periódicos diarios, generalistas de Colombia, se seleccionó a El Espectador, toda vez que es un medio de los que encajan en la categoría de serios, con 128 años de funcionamiento; tiene una cobertura nacional; posee una sección fija de deportes y posee 238.965 lectores fieles en formato papel y los líderes de opinión consultan su web en un 15% (La República, 2012) y (Semana, 2014). **Muestra temporal:** la muestra utilizada es la aleatoria, sistemática con semanas compuestas,

aplicada a los años 2011 y 2012. De acuerdo con Riffe et al. (1993 y 1996, citados en Wimmer & Dominick, 1996), quienes llevaron a cabo una serie de comparaciones entre distintos tipos y tamaños de muestras para periódicos diarios y noticieros de televisión, con el ánimo de determinar qué tipo y tamaño era el más conveniente y fiable, concluyeron que una muestra de dos semanas compuestas es suficiente para conocer con significativa validez el contenido de un periódico diario durante un año. Con esto en mente, nos parece razonable emplear una muestra de tres semanas compuestas (una más que la recomendada por Riffe y sus colegas) para cada año, esto es, 21 ejemplares del año 2011 y otros 21 ejemplares del 2012.

Muestra de contenidos: el análisis se concentró en los contenidos deportivos, ubicados en distintas secciones del periódico. No solo en la sección deportiva.

Los textos del periódico El Espectador se analizan en dos planos de análisis: en los textos *informativo/interpretativos* y en los textos *de opinión*, debido a que en los primeros es evidente encontrar algunos ítems (fuentes, tratamiento fotográfico, tamaño, tipo de titular y Escala de Budd (1964), que no se presentan o no son de nuestro interés en los textos de opinión. Adicionalmente, para determinar la importancia que el periódico El Espectador le da a la información deportiva, se emplea la Escala de Budd (1964), adaptada por Moreno.

Tabla 1.
Escala de Budd y su baremo de puntuación

1. Tamaño	Titular a 2 columnas	2
	Titular a 3 o más columnas	3
2. Espacio	Más de ¼ de página incluidas fotografías	1
3. Lugar de la página	Si aparece en la ½ superior	1
4. Primera página	Noticia principal en portada	2
	Otras formas de aparición en portada	1
5. Otro tipo de portada	Aparición en portada de sección o contraportada	1
6. Ilustraciones	Infográficos	1,5
	Fotografías	0,5
Puntuación Máxima		10

Baremo de puntuación	Máximo interés	de 8 a 10
	Alto interés	de 6 a 7,9
	Interés medio	de 4 a 5,9
	Bajo interés	de 2 a 3,9
	Mínimo interés	de 0 a 1,9

Fuente. Budd (1964) y Moreno (2011)

Consideraciones éticas. Esta investigación se ajusta a los parámetros éticos contemplados por Wimmer y Dominick (1996, pág. 428), según los cuales: se describe al detalle los planteamientos metodológicos para la verificación de los datos extraídos de las muestras y las conclusiones del estudio se derivan del estricto análisis de los datos y no a intereses particulares de los autores.

3. Resultados

Una vez realizada la codificación del periódico El Espectador de los años 2011 y 2012, se presentan aquí el análisis e interpretación de los resultados en dos dimensiones: la de los textos pertenecientes a los géneros informativo e interpretativo y al género de opinión.



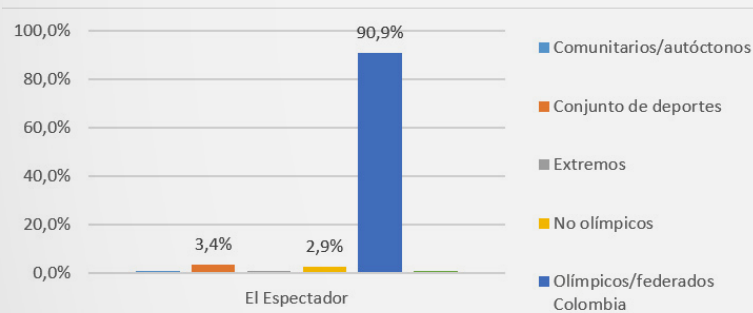
3.1 Géneros informativo e interpretativo

3.1.1 Tipo de deporte

El periódico El Espectador concede la mayoría del espacio (90,6%) a deportes *Olimpicos/federados de Colombia*. Solo destina un 2,9% del diario a las disciplinas *no olímpicas*, como las que se presentaron en los Juegos Mundiales de Cali (Colombia) en el 2013, las cuales son reconocidas por el Comité Olímpico Internacional pero que no forman parte de los Juegos Olímpicos. Los *comunitarios/autóctonos* (1%), como el bolo criollo, el senderismo/caminatas y los autóctonos indígenas, los *extremos* (0,8%) y *paraolímpicos* (1%), no tienen porcentajes significativos. El conjunto de deportes representa un 3,4% de la codificación.

Evidentemente, este periódico generalista le da más despliegue a aquellos deportes que tienen el respaldo de una federación nacional e internacional y que, por tradición, son los que han concentrado la atención de los medios de comunicación internacionales, incluidas las agencias de prensa. Vale anotar que resulta muy difícil, en todo caso, que se informe sobre los 119 deportes que incluimos en la matriz de codificación.

Gráfico N1. Tipo de deporte



Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

1.1.2 Deporte

En la categoría *deporte*, de los 119 incluidos por el autor en la matriz de codificación, aparecen 40 a los que se les dedica un espacio informativo en El Espectador. Ahora bien, en la categoría de *Olimpicos/federados Colombia* (90,9%), los deportes que más se publican son *fútbol* (43,1%); *tenis* (14,3%), y *ciclismo* (11,2%).

En la categoría de *paraolímpicos*, se rescata la presencia del tenis *paraolímpico* (0,5%); en la categoría *no olímpicos*, el *fútbol de salón* (0,8%)

y en el resto de categorías, esto es, *comunitarios/ autóctonos* y *extremos* se concluye que se informa sobre pocos de esos deportes (tres en promedio) y en escasa frecuencia (entre 0,3 y 0,5%).

Tabla 2. Deporte

Tipo de deporte y deporte	El Espectador	T o t a l general
Comunitarios/autóctonos	1,0%	1,0%
Ciclo vías	0,5%	0,5%
Senderismo/caminatas	0,5%	0,5%
Conjunto de deportes	3,4%	3,4%
Varios	3,4%	3,4%
Extremos	0,8%	0,8%
BMX	0,3%	0,3%
Roller	0,3%	0,3%
Skate	0,3%	0,3%
No olímpicos	2,9%	2,9%
Artes marciales no olímpicas	0,5%	0,5%
Bolo	0,3%	0,3%
Disco volador	0,3%	0,3%
Escalada deportiva	0,3%	0,3%
Fútbol de salón	0,8%	0,8%
Hockey en línea	0,3%	0,3%
Patínaje de velocidad y ruta	0,5%	0,5%
Olímpicos/federados Colombia	90,9%	90,9%
Acuáticos	1,3%	1,3%
Atletismo	6,5%	6,5%
Automovilismo	3,1%	3,1%
Baloncesto	1,6%	1,6%
Béisbol	1,6%	1,6%
Boxeo	0,5%	0,5%
Ciclismo	11,2%	11,2%
1.1.1 Ecuestre	0,3%	0,3%
Equitación	0,3%	0,3%
Fútbol	43,1%	43,1%
Gimnasia	0,5%	0,5%
Golf	2,3%	2,3%
Halterofilia	0,8%	0,8%
Hockey Césped	0,3%	0,3%
Judo	0,8%	0,8%
Lucha	0,3%	0,3%
Motociclismo	0,3%	0,3%
Otro	0,3%	0,3%
Subacuáticos	0,3%	0,3%
Taekwondo	0,3%	0,3%
Tenis	14,3%	14,3%
Tiro con arco	0,3%	0,3%
Tiro olímpico	0,3%	0,3%
Varios	0,3%	0,3%

Voleibol	0,5%	0,5%
Paraolímpicos	1,0%	1,0%
Baloncesto paraolímpico	0,3%	0,3%
Tenis paraolímpico	0,5%	0,5%
Varios	0,3%	0,3%
Total general	100,0%	100,0%

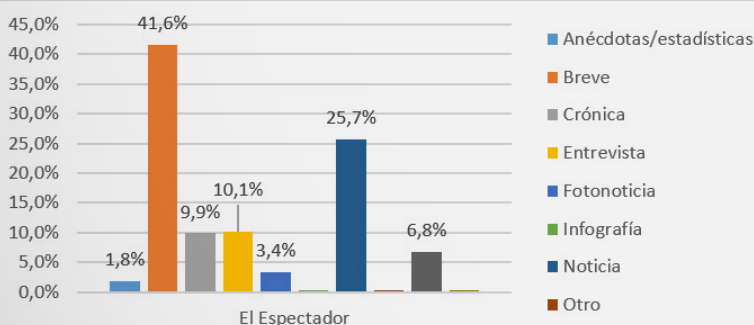
Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.3 Género periodístico

Es notoria la frecuencia con que se utiliza el **género informativo** en El Espectador: 41,6% en *breves* y 25,7% en *noticias*, para un total de 67,3%, lo que sugiere una atadura a los cánones de la columna invertida para informar a los lectores. Cabe destacar que aquí también podríamos incluir las *anécdotas/estadísticas* (1,8%), la *fotonoticia* (3,4%), *resultados/clasificaciones* (0,3%) y la *infografía* (0,3%), géneros que deberían tener un espacio más amplio –especialmente las anécdotas/estadísticas y la infografía– para que el reporte a los lectores sea más atractivo y de calidad.

No obstante, se resalta un porcentaje relativamente significativo de *crónicas* (9,9%) y *entrevistas* (10,1%), pertenecientes al género interpretativo, las cuales añaden color, conclusiones interesantes y reflexiones llamativas.

Gráfico N2. Género informativo/interpretativo



Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.4 Tamaño por deporte informado

En la tabla N3, se indica el tamaño empleado por el periódico para reportar deportes, pero no establece cuál es el espacio ocupado por

disciplina. Pues bien, en esta tabla se presenta esta última información, y se concluye que –como era de esperarse– el *fútbol* tienen los porcentajes más altos para las dimensiones mayores, así: *grande* 50%, *mediano* 60%, *muy grande* 51,9% y *pequeño* 38%. Lo mismo ocurre con el *tenis*: *grande* 30%, *mediano* 4,4%, *muy grande* 22,2% y *pequeño* 12,2%. El *ciclismo*, pese a ser el deporte nacional, aparece con un 11,1% en tamaño muy grande, 14,1% en pequeño y solo un 2% en grande.

Es evidente, entre tanto, que los deportes minoritarios únicamente se publican en el tamaño pequeño: *tiro olímpico* (0,4%), *equitación* (0,4%), por citar dos ejemplos. El *patinaje de velocidad y ruta*, tiene apenas un 0,8% de espacio en la categoría de pequeño.

Tabla 3. Tamaño por deporte informado

Etiquetas de fila	Grande	Mediano	M u y grande	Pequeño	Total general
El Espectador	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Acuáticos	2,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,3%
Artes marciales no olímpicas	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Atletismo	2,0%	6,7%	7,4%	7,2%	6,5%
Automovilismo	2,0%	4,4%	0,0%	3,4%	3,1%
Baloncesto	0,0%	4,4%	0,0%	1,5%	1,6%
Baloncesto paraolímpico	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Béisbol	2,0%	2,2%	0,0%	1,5%	1,6%
BMX	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Bolo	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Boxeo	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Ciclismo	2,0%	4,4%	11,1%	14,1%	11,2%
Ciclovías	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Disco volador	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Ecuestre	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Equitación	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Escalada deportiva	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Fútbol	50,0%	60,0%	51,9%	38,0%	43,1%
Fútbol de salón	0,0%	2,2%	0,0%	0,8%	0,8%
Gimnasia	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Golf	2,0%	2,2%	0,0%	2,7%	2,3%
Halterofilia	0,0%	2,2%	0,0%	0,8%	0,8%
Hockey Césped	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Hockey en línea	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Judo	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,8%
Lucha	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Motociclismo	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	0,3%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Patinaje de velocidad y ruta	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%

Roller	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Senderismo/caminatas	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Skate	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Subacuáticos	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Taekwondo	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Tenis	30,0%	4,4%	22,2%	12,2%	14,3%
Tenis paraolímpico	2,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,5%
Tiro con arco	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Tiro olímpico	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Varios	6,0%	6,7%	3,7%	3,0%	3,9%
Voleibol	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,5%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

la actividad y desempeño. Otros enfoques como los de la relación entre deporte y economía (2,9%), farándula (2,6%), justicia (3,1%), política (2,1%) y salud/medicina/psicología (2,3%), presentan valores mínimos por lo que el conocimiento holístico del deporte pareciera ser limitado.

Tabla 4. Enfoque temático

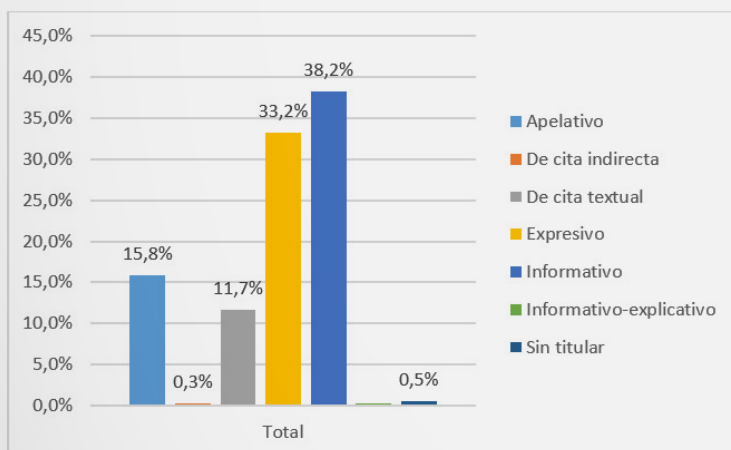
El Espectador	100,0%
Competitivo/anecdótico/resultados	78,2%
Deporte y comunicación	0,5%
Deporte y cultura	1,8%
Deporte y ecología	0,8%
Deporte y economía	2,9%
Deporte y educación	1,0%
Deporte y farándula	2,6%
Deporte y género	0,5%
Deporte y justicia	3,1%
Deporte y política	2,1%
Deporte y religión	1,0%
Deporte y sociología	0,8%
Deporte y tecnología	0,3%
Deporte/salud/medicina/psicología	2,3%
Historia del deporte	1,6%
Otro	0,3%
Varios	0,3%
Total general	100,0%

Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.5 Tipo de titular

Existe un predominio de titulares informativos (38,2%), expresivos (33,2%) y, en menor porcentaje, apelativos (15,8%). Los informativos son los que suelen identificar al protagonista con su acción y consecuencia, mientras que los expresivos y apelativos son cortos y tienden a crear sensaciones más que a informar.

Gráfico N3. Tipo de titular



Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.6 Enfoque temático

El incorporar el enfoque temático tiene como propósito determinar hasta qué punto existe el interés por una visión holística de la información deportiva. Desde este contexto, se demuestra que el enfoque más frecuente es el del ámbito competitivo/anecdótico/resultados (78,2%), esto es, el que se refiere a la práctica agonística en sí misma, que incorpora datos sobre preparación, realización de

3.1.7 Fuentes

Las fuentes que más se consultan en El Espectador son en su orden, *deportistas* (46,9%), *entrenadores* (20,1%), *intermediario/representante* (8,9%), esto es, apoderados, familiares, amigos. Es curioso que el *gobierno* (3,4%) se le cite muy poco, y mucho menos se hace con la *oposición* (0,6%) El *Comité Olímpico Colombiano* (0,6%), *Coldeportes* (1,1%) (Órgano rector de esta actividad en Colombia), *club* (0,6%) y *Federación* (1,7%), son fuentes consultadas con poca asiduidad. Hay que resaltar que *aficionados* y *árbitros* no se citan en los textos. Otro aspecto de relevancia estriba en que de los 385 textos codificados, 261 (68%) no tienen fuentes (muchos de éstos son breves noticiosas) y solo 126 (32%) sí las tienen.

Tabla 5.
Fuentes

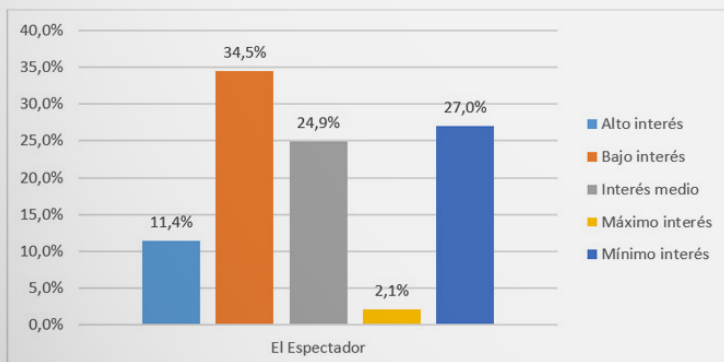
El Espectador	100,0%
Club	0,6%
Coldeportes	1,1%
Comité Olímpico Colombiano	0,6%
Deportista	46,9%
Directivo	6,7%
Entrenador	20,1%
Evento deportivo	1,1%
Exdeportista	2,2%
Federación	1,7%
Gobierno	3,4%
Instituto de educación	1,1%
Intermediario/representante	8,9%
Medios de comunicación	3,9%
Oposición	0,6%
Otro	1,1%
Total general	100,0%

Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.8 Interés por la información deportiva

El Espectador le da un interés relativo a la información deportiva, pues de ella el 11,4% es de *alto interés* y solo un 2,1% es de *máximo interés*. Este tipo de textos usualmente son portada de sección o aparecen de distintas formas en primera página del diario, son extensas y combinan recursos como fotografía e infografía, entre otros indicadores. El 24,9% de estas notas son de *interés medio*, el 34,5% son de *bajo interés* y el 27% de *mínimo interés*.

Gráfico N 4. Interés por la información deportiva



Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.1.9 Interés del periódico por determinados deportes

Como era de suponerse, el fútbol y el tenis son los que acaparan el mayor interés de El Espectador. Así lo indican los porcentajes: *fútbol: máximo interés (75%) y alto interés (54,5%)*; *tenis: máximo interés (12,5%) y alto interés (13,6%)*. El *ciclismo*, el deporte nacional y el que más títulos le ha dado al país solo recibe un *alto interés* en un 4,5%. Sin embargo, el *atletismo*, disciplina que empieza sobresalir en el país, obtiene un significativo 12,5% de *máximo interés* y un 4,5% de *alto interés*. Otros deportes captan la atención del diario en forma coyuntural, esto es, cuando se obtiene un título mundial, panamericano, olímpico, etc., como en el alto interés que reciben los *acuáticos*, el *automovilismo*, el *patinaje de velocidad y ruta*, la *gimnasia*, el *golf*, la *halterofilia* y el *béisbol*, todos ellos con un 2,3%.

Tabla 6.
Interés del periódico por determinados deportes

Etiquetas de fila	Alto interés	Bajo interés	Interés medio	Máximo interés	Mínimo interés	Total general
El Espectador	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Acuáticos	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	1,3%
Artes marciales no olímpicas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	0,5%
Atletismo	4,5%	8,3%	1,0%	12,5%	9,6%	6,5%
Automovilismo	2,3%	4,5%	2,1%	0,0%	2,9%	3,1%
Baloncesto	0,0%	1,5%	2,1%	0,0%	1,9%	1,6%
Baloncesto paraolímpico	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Béisbol	2,3%	1,5%	2,1%	0,0%	1,0%	1,6%
BMX	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Bolo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Boxeo	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%
Ciclismo	4,5%	10,5%	6,3%	0,0%	20,2%	11,2%
Ciclovías	0,0%	0,8%	1,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Disco volador	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Ecuestre	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Equitación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Escalada deportiva	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Fútbol	54,5%	41,4%	55,2%	75,0%	26,9%	43,1%
Fútbol de salón	0,0%	0,8%	2,1%	0,0%	0,0%	0,8%
Gimnasia	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%
Golf	2,3%	3,0%	2,1%	0,0%	1,9%	2,3%
Halterofilia	2,3%	0,8%	1,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Hockey Césped	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Hockey en línea	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%

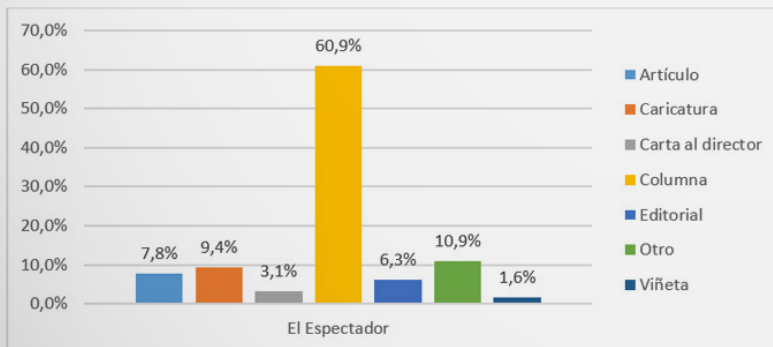
Judo	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	1,9%	0,8%
Lucha	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Motociclismo	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Otro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Patínaje de velocidad y ruta	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%
Roller	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Senderismo/caminatas	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	1,0%	0,5%
Skate	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Subacuáticos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Taekwondo	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Tenis	13,6%	17,3%	15,6%	12,5%	9,6%	14,3%
Tenis paraolímpico	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Tiro con arco	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Tiro olímpico	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
Varios	4,5%	3,8%	6,3%	0,0%	1,9%	3,9%
Voleibol	0,0%	0,8%	1,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia. N = 385 piezas periodísticas

3.2 Género de opinión

El género de opinión en El Espectador se expresa fundamentalmente por medio de *columnas* (60,9%), *caricaturas* (9,4%) y *artículos* (7,8%). Estos últimos se refieren a personas autorizadas que escriben por un momento específico en el periódico, pero no mantienen la regularidad y especificidad de la ubicación en la página que tiene la columna. El *editorial* se utiliza en un 6,3% cuando alude a informaciones deportivas sobresalientes, que usualmente son la nota más importante de la primera página. Los lectores manifiestan su opinión sobre la actividad atlética a través de *cartas* en un 3,1%, y las *viñetas* se emplean en un 1,6%.

Gráfico N5. Género de opinión

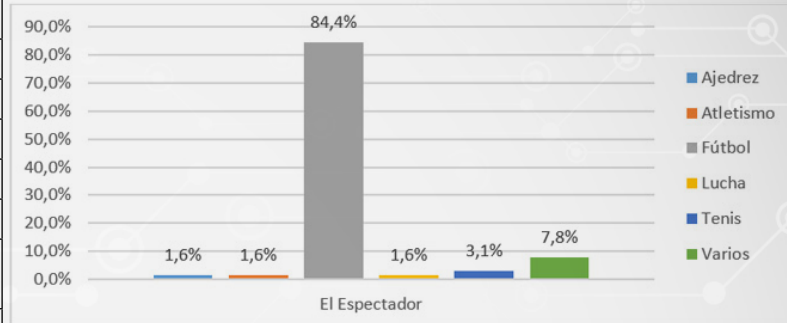


Fuente: elaboración propia. N = 64 piezas periodísticas

3.2.1 Deporte por el que se opina

De los 40 deportes que se publican en El Espectador, solo de cinco de ellos se opina, y especialmente del fútbol (84,4%). El resto de disciplinas recibe porcentajes muy bajos: ajedrez (1,6%), atletismo (1,6%), lucha (1,6%), tenis (3,1%) y tenis (3,1%).

Gráfico N6. Deporte por el que se opina



Fuente: elaboración propia. N = 64 piezas periodísticas

3.2.1 Enfoque temático

El enfoque temático está concentrado en lo competitivo/anecdótico/resultados (37,5%) y en menor medida sobre la relación entre el deporte y género (15,6%), deporte y política (14,1%) y deporte y economía (12,5%). Otros porcentajes inferiores se muestran en la relación entre el deporte y justicia (7,8%) y salud/medicina/psicología (4,7%).

Tabla 7. Enfoque temático

El Espectador	100,0%
Competitivo/anecdótico/resultados	37,5%
Deporte y ecología	1,6%
Deporte y economía	12,5%
Deporte y educación	1,6%
Deporte y género	15,6%
Deporte y justicia	7,8%
Deporte y política	14,1%
Deporte y sociología	3,1%
Deporte/salud/medicina/psicología	4,7%
Historia del deporte	1,6%
Total general	100,0%

Fuente: elaboración propia. N = 64 piezas periodísticas

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

La comunicación del deporte de manera holística

En este estudio se encontró que la tendencia del diario es a centrarse en la actividad competitiva (78,2%) y no en otros contextos (deporte y educación con el 1,8%, y cultura con el 1,8%, y economía con el 2,8%), con lo cual se corre el riesgo de que la actividad agonística sea proclive a convertirse solo en espectáculo que atiende intereses mercantiles (Labio: 163, 264). Esto ocurre en las piezas informativas, pero no así en las de opinión en las que se evidencia una preocupación por contextualizar la actividad atlética con otros enfoques como los del deporte y género (15,6%), deporte y política (14,1%) y deporte y economía (12,5%).

A nuestro juicio, cuando en el análisis de contenidos se hallaron enfoques diferentes al estrictamente competitivo y de resultados, el periódico ganaba en diversidad temática y daba a entender que sus periodistas tienen una cultura deportiva amplia, como lo recomienda Bianchi (1991). Ahora bien, es preciso, igualmente, que los periodistas tengan nociones sobre la implicación del deporte con tres áreas fundamentales: con el género, para examinar la forma y frecuencia como se representa el deporte femenino; con la violencia y el racismo, por los problemas de orden público suscitados en algunos eventos deportivos nacionales e internacionales y con la educación (Rojas, 2012).

El manejo de las fuentes. Por un lado, existe un número muy bajo de fuentes consultadas (de los 385 textos codificados, 261 (68%) no tienen fuentes (muchos de éstos son breves noticiosas) y solo 126 (32% sí las tienen) y algunas breves, como las de los boletines de prensa, no tienen el crédito respectivo. Vale recalcar que el periodismo deportivo debe tener el mismo valor que cualquier otra especialidad deportiva (económica, cultural, política, entre otras) en lo relacionado con el rigor y la ética (pluralidad y confrontación de fuentes, por ejemplo).

Por otro lado, el 46,9% de las fuentes corresponden a deportistas y otros porcentajes significativos a entrenadores y exdeportistas. Un aspecto que se ha de resaltar en El Espectador es que en la mayoría de las ocasiones los protagonistas de las piezas periodísticas son los deportistas nacionales con el 73,8%, lo cual demuestra el interés por promocionar los talentos del país. Sin embargo, la consulta de fuentes no se extiende al ámbito gubernamental y federativo. Verbigracia, el gobierno (3,4%) y oposición (0%), como si no fueran actores importantes en el manejo, confección, desarrollo y fiscalización del modelo deportivo y recreativo colombiano. Igual de sorprendente es que las federaciones solo se citan en un 1,7%.

Explorar otros géneros. Como ya se ha indicado, el género informativo es el que predomina (41,6% de breves y 25,7% de noticias), mientras que otros géneros registran porcentajes menores (crónica, el género más utilizado en la comunicación deportiva, tiene un 9,9% y la entrevista, un 10%). De estos datos se infiere la necesidad de explorar nuevas formas de expresión, para agregar color y profundidad a los contenidos deportivos en el impreso y en las variantes digitales, que son características de medios deportivos de excelencia (Rojas, 2011: 36,98).

Explorar diversas clases de entrevistas, perfiles, con buenos apoyos fotográficos e infográficos, contribuiría a la producción de textos de calidad. En varias oportunidades lo hace El Espectador, como el análisis textual y gráfico del desempeño atlético de la colombiana Catherine Ibargüen, que la hizo merecedora de la medalla de plata en los pasados Juegos Olímpicos de Londres, pieza periodística de calidad publicada en la edición del lunes, 6 de agosto de 2012. En el género de opinión, predomina la columna. No obstante, en la gran mayoría de las ocasiones se opina sobre fútbol (84,1%).

Predominio de un periodismo informativo. El Espectador realiza un periodismo “serio”, con vocación informativa, que se ve reflejado en sus piezas periodísticas. El calificativo de serio se refiere a que en los contenidos deportivos suele primar la información del desempeño atlético y competitivo, y no los aspectos extradeporativos relacionados con la vida personal y financiera de deportistas, exdeportistas, técnicos, dirigentes, entre otros personajes, como suele ser la tendencia en el periodismo deportivo, inclusive de diarios generalistas en algunos países del mundo como lo señala Labio (2009). De hecho, las piezas se centran en aspectos competitivos (78,2%), escasamente en contenidos de farándula (2,6%) y los titulares que predominan son los informativos (38,2%) por encima de los apelativos (15,8%) los cuales se utilizan para enfatizar los aspectos sensacionalistas del acontecimiento.

En las observaciones a las piezas analizadas, tampoco encontramos el abuso del lenguaje bélico, errores gramaticales, impropiedades léxicas ni la evaluación minuciosa de aspectos intrascendentes de la actividad agonística (competitiva) que suelen publicarse en otros medios (Garrido, 2009: 48 y Rojas, 2011:36,98). No obstante, se echa de menos un periodismo deportivo más investigativo, de denuncia –como lo pide (Levinsky, 2002: 28,29)- que permita indagar a fondo sobre las situaciones “desviadas” del deporte (corrupción, apuestas, dopaje, malos manejos administrativos de federaciones). El trabajo en equipo con otras secciones es fundamental en estos casos.

Importancia de los contenidos deportivos para El Espectador. Como señalan Rojas (2011), Billings y sus colegas (2012) y Boyle (2006), los contenidos deportivos son cada vez más demandados en el mundo globalizado, gracias a que tienen la capacidad de atraer la atención de las personas de cualquier clase social, raza, nacionalidad, etc. En El Espectador la importancia que se le da a este tipo de piezas periodísticas es escaso si tenemos en cuenta que un 34,5% y un 27% de ellas pertenece a la categoría de bajo y mínimo interés, respectivamente, y solo un 11,4% corresponde a alto interés. Esto ocurre porque, de acuerdo con la escala de Budd presentada en este trabajo, se utilizan pocos recursos infográficos, no hay presencia destacada de los deportes en la primera página y no hay amplio despliegue (tamaño) de contenidos de este tipo en las páginas interiores, entre otras variables.

Hegemonía de los deportes mayoritarios (hipótesis de investigación, H₁). Los datos reafirman que El Espectador sigue la tendencia de “futbolizar la información deportiva” (Rojas, 2011), pese a que este diario informa de 40 deportes (33% del total) de los 119 que incorporamos a nuestra matriz de codificación, pertenecientes a paraolímpicos, comunitarios, olímpicos y no olímpicos. Sin embargo, la hegemonía del fútbol y, por tanto la poca visibilidad de otras disciplinas minoritarias e, incluso, tradicionales en Colombia como el ciclismo, es evidente en frecuencia de publicación en textos informativos y de opinión, en tamaño, en interés del medio y fuentes consultadas.

Todo ello permite inferir que en el país y el mundo deportivos existen dos realidades paralelas (hipótesis de investigación, H₁): por una parte, la del medio de comunicación que enfatiza en contenidos futboleros y en otros relacionados con el automovilismo y el tenis, más representativos de la industria y el mercadeo deportivo y, por otra, la de los éxitos de los atletas colombianos en disciplinas minoritarias como la halterofilia, el bicirós, taekwondo, entre otras.

Estos datos también nos hacen reflexionar sobre si en alguna medida no se resta calidad a los contenidos deportivos (hipótesis alternativa, H_a) al no tener en cuenta criterios como la variedad temática y la pluralidad de fuentes. Es cierto que las limitaciones de espacio, la falta de personal y de tiempo, inciden para que no se cumpla con el periodismo ideal, sin embargo, es necesario pensar en estrategias que atenúen esas debilidades, como, por ejemplo, la reestructuración organizacional de las rutinas periodísticas, un mayor interés de las directivas por los contenidos deportivos y la publicación de contenidos diferenciados en el periódico impreso y en la web.

Bibliografía

- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.
- Angulo, L. (Enero-Junio de 2015). Análisis, en perspectiva, de los contenidos deportivos de Noticias Uno: ¿Un camino hacia la calidad periodística en televisión? *Fonseca Journal of Communication*(10), 167-202. Recuperado el 19 de septiembre de 2015, de <http://goo.gl/I7B4kr>
- Bianchi, F. L. (1991). *Deporte y periodismo: el problema de la subvaloración*. Recuperado el 08 de 08 de 2014, de Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile: http://comunicaciones.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20050620/pags/20050620193605.html
- Billings, A. C., & Butterworth, M. L. (2012). *Communication and Sport. Surveying the Field*. thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. London: Sage Publications.
- Bryman, A. y. (2005). *Social Research Methods*. Canadá: Oxford.
- Budd, R. W. (1964). Attention score: a device for measuring news play. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, no. 41. pp. 259-262.
- Comité Olímpico Colombiano. (12 de octubre de 2015). *Sitio web oficial del Comité Olímpico Colombiano*. Obtenido de <http://www.coc.org.co/category/ciclo-olimpico/toronto-2015/>
- Domínguez, J. P. (2006). *Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo*. (c. y. Deporte, Editor) Recuperado el 23 de 09 de 2014, de Revista Razón y Palabra, número 69: <http://www.razonypalabra.org.mx/ENSAYO%20SOBRE%20LA%20CUADRUPLE%20ESPECTACULARIDAD%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Garrido, M. (2009). Violencia y sensacionalismo en la comunicación deportiva. En J. M. Montín, *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica* (págs. 47-77). Madrid: Visión Libros.
- Hernández, R., & Fernández, C. y. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. Lima, Perú: McGraw Hill.

Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

La República. (21 de 11 de 2012). *Último EGM: El Tiempo es el más leído del país; gratuitos y populares siguen consolidándose*. Obtenido de <http://nochesdemedia.com/2012/11/21/ultimo-egm-el-tiempo-es-el-mas-leido-del-pais-gratuitos-y-populares-siguen-consolidandose/>

Labio, A. (2009). Periodismo deportivo y sensacionalismo. Motivos para la reflexión. En J. M. Montín, *Imagen, comunicación y deporte* (págs. 161-179). Madrid: Visión Libros.

Levinsky, S. (2002). *El deporte de informar*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Mangone, C. (1999). El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la guerra por otros medios. *Contratexto, revista de la facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Lima*, 11-18.

Marrero, O. (2011). *Fundamentos del periodismo deportivo*. San Juan, Puerto Rico: Terranova.

Rojas, J. L. (2011). *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.

Rowe, D. (2007). Sports Journalism: Still the 'toy department' of the news media? *Communication & Sports*, 8, 385-405.

Semana. (01 de 11 de 2014). *Encuesta de líderes I*. Obtenido de <http://www.semana.com/confidenciales/articulo/encuesta-de-lideres/407792-3>

Vilches, L. (2011). Análisis de contenidos de la agenda informativa. En L. Vilches, *La investigación en comunicación* (págs. 153-160). Barcelona: Gedisa.

Weerakkody, N. (2009). *Research Methods For Media And Communication*. Sidney (Australia): Oxford.

Wimmer, R. D. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Para citar este artículo:

Ángulo, R. Lizandro y Moreno. C. Antonia (2016). Periodismo deportivo. El fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga/ Comunicación*, Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. **Págs. 10-26.**

Link. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

COMUNICACIÓN Y SALUD.

El cine-debate como estrategia formativa para prevención de adicciones



Aleida Leticia Tello Divicino*
José Guadalupe Baltazar Torres**
Samuel Nava Bautista***

Recibido: Septiembre 20, 2016 - Aceptado: Octubre 24, 2016

RESUMEN: Este trabajo presenta los resultados de un estudio cualitativo de casos múltiples realizado desde el año 2012 al 2015 en el que se empleó el cine-debate como estrategia formativa para la prevención de adicciones y otras conductas de riesgo en jóvenes de Guerrero- México. Participaron en las 5 experiencias un total de 152 jóvenes y se interpretaron 33 grupos focales.

Los resultados permiten comprender que los mecanismos de apropiación de los relatos cinematográficos se relacionan estrechamente

con la identificación y desidentificación con los personajes, la contextualización de los relatos de cine y con la movilización de los sentimientos, aportando conocimientos relevantes para la teoría cinematográfica, y en el contexto educativo para la aplicación del cine debate como una propuesta para la prevención de adicciones.

Palabras clave: cine-debate, prevención de adicciones, habilidades para la vida.

**Maestra en Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), profesora- Investigadora de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Guerrero, México. Ha impartido cursos relacionados con la comunicación educativa y desarrollado proyectos de investigación e intervención educativa para la salud desde el 2007. E mail: tdivicino@gmail.com*

***Maestro en Ciencia de la Comunicación por la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, Cuba. Profesor-Investigador de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Guerrero. Ha impartido varios cursos relacionados con la apreciación cinematográfica desde hace más de 20 años. Ha colaborado en el proyecto de cine para la prevención de adicciones desde el 2013. E mail: josebal_33@hotmail.com*

****Maestro en Educación Superior por la Universidad Autónoma de Guerrero. Docente-investigador de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia. Ha colaborado en el proyecto de cine para la prevención de adicciones desde el 2015. E mail: sabanav@hotmail.com*

COMMUNICATION AND HEALTH. Film discussion as a prevention tool for addiction

SUMMARY: This paper presents the results of a qualitative multiple case study conducted from 2012 to 2015 in those using film-debate for the prevention of addiction and other risky behaviors among youth in Guerrero - Mexico. 152 young people participated in 5 experiences, and 33 focus groups were interpreted.

The results allow us to understand that the mechanisms of appropriation of film stories

are closely related to character identification and misidentification, the contextualization of the stories of cinema and the mobilization of feelings, which provides relevant knowledge to film theory, and in an educational context, the implementation of cinema debate as a proposal for addiction prevention.

Key words: film discussion, drug education, life skills.

COMUNICAÇÃO E SAÚDE. O cinema-debate para prevenir vícios

RESUMO: Este trabalho apresenta os resultados de um estudo qualitativo de casos múltiplos levados a cabo do ano 2012 até o 2015, onde se empregó o cinema-debate como estratégia formativa para a prevenção de vícios e outros comportamentos de risco dentro dos jovens de Guerrero-México. Nas 5 experiências participaram um total de 152 jovens e 33 grupos focais foram interpretados.

Os resultados nos permitem entender que os mecanismos de apropriação das histórias dos filmes estão de perto relacionados

com a identificação e desidentificação das personagens, a contextualização das histórias do cinema e com a mobilização dos sentimentos, fornecendo conhecimentos relevantes para a teoria cinematográfica, e no contexto educacional para a aplicação dos debates do cinema como uma proposta para a prevenção de vícios.

Palavras chaves: cinema-debate, prevenção de vícios, habilidades para a vida.

INTRODUCCIÓN

El problema del consumo de drogas en jóvenes se relaciona con factores sociales, educativos y de salud pública. La tendencia del incremento en el consumo de sustancias psicoactivas, la reducción en la edad del inicio en el consumo, y la feminización de la problemática, exigen su atención desde diferentes ámbitos.

En 2014 la Comisión Nacional contra las Adicciones (CONADIC) dio a conocer los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes (ENCODE), aplicada a 160 mil estudiantes. Entre los datos más preocupantes de la misma está que un 17.2 por ciento de los alumnos de secundaria y bachillerato de México señalaron haber consumido “alguna vez” una sustancia de este tipo, mientras que dos terceras partes de quienes consumen drogas, fuman marihuana [1].

La ENCODE destaca que de 10 usuarios de sustancias psicoactivas, siete son experimentales, es decir, probaron sustancias entre una y cinco veces. La adicción sigue siendo más frecuente en los hombres, aunque la distancia en cuanto al género se ha reducido al registrarse que por cada seis mujeres hay siete varones. La marihuana es la droga de mayor uso tanto en secundaria como en bachillerato, 6.1 por ciento de estudiantes en secundaria y 18.1 por ciento en bachillerato, la han consumido alguna vez. Los inhalables y la cocaína le siguen al consumo de marihuana con el 5.8 y 3.3 por ciento, respectivamente.

Una de las paradojas de estos datos es que México cuenta con la red más grande de Latinoamérica que brinda servicios de prevención y atención de situaciones relacionadas con el consumo de drogas legales e ilegales, integrada por 340 Centros de Atención Primaria en Adicciones UNEME-CAPA y 116 de Integración Juvenil (CIJ). Lo cierto es que estamos viviendo, a la par, una de las épocas más delicadas en el tráfico y consumo de estupefacientes.

En este sentido, es indispensable fortalecer desde el sector educativo y la atención primaria de las instituciones de salud las estrategias orientadas a fortalecer las habilidades socioemocionales, con una amplia participación del personal docente, de salud, el estudiantado y quienes usan los servicios de Atención Primaria en Salud.

El empleo del cine, en su modalidad formativa, está probado en el contexto internacional como eficiente para la atención de las adicciones. Este

trabajo realizado en el sector educativo y de salud pública desde el 2012, propone una estrategia para la aplicación del cine-debate para la prevención y atención primaria de las adicciones.

Tiene como objetivo científico aportar evidencia empírica sobre el proceso de apropiación de los relatos cinematográficos que a su vez activa, en quienes se exponen al cine, mecanismos de identificación con los personajes, la contextualización de los relatos y la movilización de los sentimientos, como constructo medular en la investigación de los usos cinematográficos para la prevención de las adicciones y otras conductas de riesgo.

A pesar de que se han documentado las bondades de las experiencias internacionales, no existe una estrategia sistematizada en México para el uso del cine en la prevención de adicciones, en España y Argentina se encuentran experiencias exitosas al respecto, como lo es el Programa Salud en Curso de la Asociación de Prensa Juvenil (APJ) que está financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. En los seis objetivos que presenta se destaca el de “aprovechar el cine y más concretamente algunas películas como recurso motivador para la realización de actividades pedagógicas en el ámbito de la educación en valores, educación para la salud y prevención de drogodependencias” [2].

Otra de las experiencias españolas es Cine y Educación en Valores un programa de la Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción con 20 años de experiencia que se propone:

“Incorporar de un modo activo la educación en valores en el proyecto curricular de cada centro. Además de aprovechar la temática y el contenido de la película proyectada para formar al alumnado en valores, actitudes y habilidades sociales, que actúen como factores de protección frente al consumo de drogas” [3].

El programa Cine en enseñanza secundaria de Irudi Biziak es el modelo de educación que usa el cine para la prevención de adicciones en el País Vasco, este proyecto

“pretende contribuir con la formación de personas autónomas, independientes, libres, responsables, con un autocepto y autoestima positivos y acorde con su identidad personal”. Por su parte el programa de prevención de drogodependencias, CINENSINO, tiene como objetivo final “disminuir o eliminar los factores de riesgo, adquirir y potenciar los factores de protección tanto de carácter individual y familiar como escolar y comunitario frente a los procesos de drogadicción” [4].

Los abordajes de estas experiencias internacionales son en su mayoría desde la psicología y la pedagogía, mientras que esta experiencia mexicana es abordada principalmente desde la comunicación. La categoría analítica empleada es: la construcción de sentidos en el proceso de recepción cinematográfica.

Interesa para esta investigación la relación que entablan las y los receptores con los significados cinematográficos. De ahí que el concepto de repertorio de Morley [5] nos permite comprender que el receptor de cine se aproxima al momento de ver la película cargado de experiencias vividas con sus respectivos significados. A lo que más educación, más comunicación familiar en los receptores; ello constituye un repertorio más amplio que influye en la interpretación del relato del cine con mayores posibilidades de apelación y apropiación del mismo.

Dicho encuentro comunicativo no se da en el vacío sino que está suspendido en una entramada red de mediaciones que fueron definidas por Martín-Barbero como “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios” [6]. Las mediaciones importantes en el estudio de la recepción que este autor ubica en sus primeros trabajos son: la familia, la temporalidad social y la competencia cultural, otorgando también a los géneros un significativo lugar en la cultura popular.

Las mediaciones sociales y tecnológicas son importantes para entender la complejidad del encuentro comunicativo con los medios, pero es más la experiencia de quienes se exponen al relato cinematográfico vista como un rico proceso de incorporación de recursos simbólicos en la construcción de la identidad. Aquí nos guiamos con Jhon B. Thompson quien propone que el yo es un proyecto simbólico que el individuo construye activamente: “Se trata de un proyecto que el individuo construye a partir de materiales simbólicos que encuentra disponibles, materiales con los que el individuo teje una explicación coherente de quien es él o ella, una narrativa de la propia identidad” [7]. Esta narrativa cambiará a lo largo del tiempo a medida que se incorporen otros recursos simbólicos y se vivan nuevas experiencias.

Estas experiencias pueden ser mediadas por los relatos de los medios de comunicación y el cine es experto en potenciar la implicación de las y los receptores con el relato. En este sentido, reflexionando acerca del uso de la televisión, Joan Ferrés también partió del activo papel de los receptores:

“La percepción es selectiva. El sujeto interviene de manera activa en la percepción a través de la selección y la interpretación. Selecciona aquello que es significativo para él, es decir, aquello que tiene interés y sentido para él. Y lo interpreta desde sus propios esquemas mentales” [8].

Por su parte, la Teoría de la Recepción Cinematográfica vio sus orígenes en trabajos de la recepción literaria. En 1967 Hans Robert Jauss habló por primera vez en una conferencia en la Universidad de Constanza acerca de la Teoría de la Recepción. Lo que supuso un giro en el estudio literario centrado en la obra misma por un enfoque hacia la recepción del texto pues es ahí donde se le otorga un sentido a los mismos. Al diferenciar entre texto y obra dejó expuesto el papel activo de los lectores porque la obra de arte es la constitución del texto en la conciencia del lector [9].

Al igual que se estudia cómo el espectador interactúa para construir la obra final, cómo influye su contexto y sus factores cognitivos y emocionales, ahora también, por influencia de los Estudios Culturales, interesa saber cómo influye el cine en su vida real, cómo la percepción de las películas puede reconfigurar la forma de percibir el mundo. Entonces, la construcción de sentidos personales y sociales es producto del proceso de encuentro entre el receptor y el texto en un sentido más amplio. Es la lectura “la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido”, donde “No hay sólo reproducción, sino producción también” [1].

El proceso de recepción es dialéctico por lo que el significado no puede partir sólo del texto mismo sino del encuentro con el receptor entre la codificación y la decodificación. El relato cinematográfico orientado por la búsqueda de las habilidades para la vida proporciona un marco general para la construcción de sentidos. Así la lectura de los relatos del cine la entendemos como un proceso semidirigido por la propuesta del formato del cine-debate para el desarrollo de las habilidades para la vida, pero de gran riqueza y diversidad, caracterizado por la resignificación del mensaje producto de la actividad interpretativa de quien participa en el mismo.

1. METODOLOGÍA

El tema de investigación nos exigió un modelo de intervención, más que de un estudio experimental basado en una premisa positivista de la objetividad. La investigación que a la vez interviene el grupo de estudio requiere cierto tipo de investigación: “donde el investigador y objeto de estudio estén comprometidos con la finalidad de transformación, y donde la forma de investigar nazca de una relación dialéctica entre sujeto cognoscente y objeto de conocimiento” [10].

Al ser inductiva la metodología cualitativa emplea los estudios de caso, muy importantes para conocer la realidad también de grupos pequeños, por ello nos pareció la más adecuada, porque su ruta metodológica se relaciona más con el descubrimiento y el hallazgo que con la comprobación o la verificación. También es holística en cuanto que el investigador ve el escenario en una perspectiva de totalidad no reducida a variables [11].

El método de investigación seleccionado para esta investigación es la Teoría Fundamentada por su fuerte énfasis en la emergencia de los datos que permiten concebir o intuir ideas (conceptos) y formularlos en un esquema lógico, sistemático y explicativo, lo que permite teorizar con base al análisis de los datos de naturaleza empírica principalmente para presentar la interpretación de la problemática estudiada [12].

Siguiendo el texto de Gregorio Rodríguez y otros autores [13], el diseño del Estudio de casos no debe entenderse como un método de investigación sino como una estrategia de diseño de investigación que define el escenario desde el cual se intenta recoger información pertinente para dar respuesta a las preguntas de la investigación.

El estudio del cine como estrategia para la prevención de adicciones inició en Acapulco Guerrero en el año 2012 con un caso: La secundaria técnica No. 1. El principal criterio para la selección de la misma fue que está incluida en el Programa de Escuelas de Calidad de la SEP y es reconocida como una de las mejores de Acapulco. El grupo fue asignado libremente por el personal directivo y a saber optaron por seleccionar a uno participativo y de buen rendimiento, el grupo 3o “A” de 52 alumnos, 37 hombres y 15 mujeres. Todos ellos entre 14 y 15 años [14].

Para ampliar la investigación, y gracias a un financiamiento interno de la Universidad Autónoma de Guerrero, para el 2013 y 2014 se llevó la propuesta a las preparatorias 1, 9 y 33 de Chilpancingo, Guerrero. En estos casos, los directores, usaron criterios como: 1) La accesibilidad del personal docente para ceder sus horas de clase durante un mismo día de la semana que permitiera la organización del equipo

de trabajo. 2) Que se tratara de un grupo de reciente ingreso. Por lo tanto, fueron de primer año los de la prepa 1 y 9, solo en la 33 fueron de segundo año. 3) En el caso del grupo 106 de la preparatoria 9 fue por una circunstancia particular de mucho interés para la investigación: una semana antes de iniciar el proyecto un estudiante colapsó en el salón por una sobredosis de droga. La profesora de la materia Desarrollo Humano cedió sus 2 horas de clase para realizar el ciclo de cine, más media hora de la clase de matemáticas para el grupo focal.

Por lo tanto, esta investigación se trata de un Estudio de Casos Múltiples, esto con relación a la cantidad de objetos de estudio. La unidad de análisis son solo los estudiantes dentro de cada escuela, no se analizan los profesores, o los directivos, etc. Por lo tanto la unidad de análisis es global y el tipo de objetivo que persigue la investigación es explicativo dado que busca fundamentar el proceso de creación de sentidos de los estudiantes de preparatoria para la prevención de adicciones y otras conductas de riesgo empleando el análisis cinematográfico.

Para el 2015 el trabajo cambió a un contexto distinto al educativo. Se propuso implementar la estrategia al personal de atención de la Unidad Médica Especializada en la Atención de las Adicciones (UNEME-CAPA) de la Secretaría de Salud Guerrero en la ciudad de Chilpancingo. Sin embargo, las características del grupo de jóvenes usuarios fue muy parecido, la edad correspondió al nivel bachillerato 14 a 18 años. Los cambios importantes en este contexto fueron que adaptamos el modelo de los factores de protección y de riesgo al de Desarrollo de Habilidades para la Vida, y también se capacitó al personal de la UNEME-CAPA, con perfil en psicología y trabajo social, para el empleo del cine-debate, lo que nos permitió retroalimentarnos acerca del papel de quién coordina el cine-debate.

1.1 Instrumento de investigación

El instrumento empleado para recoger el discurso de quienes participaron en el cine debate fue el grupo focal que es una técnica muy aceptada en el contexto educativo y de la salud pública, conforme a Aravena puede definirse como “una técnica cualitativa de recolección de información, que tiene un carácter exploratorio y que consiste en la realización de entrevistas colectivas y semiestructuradas en torno a un tema específico. El propósito del mismo es recabar información de primera mano acerca de opiniones, preferencias, gustos y percepciones de un segmento de población particular, para a partir de ahí elaborar planes estratégicos que sean efectivos en cuanto a un mensaje, una campaña o marca” [15].

En el ámbito educativo, esta técnica es utilizada con la mira de diseñar políticas dirigidas a un sector particular con el propósito de que éstas sean más efectivas. Para este proyecto, es propiciar la reflexión colectiva acerca de los factores protectores y de riesgo [16], o de las habilidades para la vida [17], como lo fue en el quinto estudio de caso, en los relatos de las películas y dar cuenta de su incorporación al discurso de las y los jóvenes para la prevención de adicciones y otras conductas de riesgo.

Al término del visionado de cada película seleccionada se les pidió a quienes participaron que identificaran las acciones de los personajes, los factores de protección y de riesgo, o las habilidades para la vida. Los ítems del grupo enfocado también fueron en torno a los sentimientos que les generó la película y a la asociación de los temas en el contexto real.

2. ANÁLISIS Y RESULTADOS

2.1 Caso 1. Secundaria Técnica No. 1 de Acapulco

Para iniciar el proyecto se evaluaron, conforme a Benavides [18], 25 películas de las cuáles se adaptaron 12 al proyecto de acuerdo a una evaluación preponderante de los factores de protección y de riesgo en las primeras 6: **El estudiante**, **Con ganas de triunfar**, **Lazos de familia**, **Todos los caminos llevan a casa**, **El valor de la amistad**, **Una vida mejor**. Se seleccionaron por encontrar preponderantemente los factores de protección: asertividad, autoestima, comunicación familiar, empatía y expresión de sentimientos, límites, resiliencia, solución de problemas, toma de decisiones, valores [19].



El segundo bloque de películas presentaba más temáticas relacionadas con los factores de riesgo: chantaje y manipulación, autosabotaje, no querer, valorarse o apreciarse a sí mismo, falta de comunicación o comunicación confusa y/o contradictoria, insensibilidad, frialdad, indiferencia, sobrepasarse, excederse, “pasarse de la raya”, fragilidad, rendirse o quebrarse rompiendo las formas de uno mismo con relativa facilidad, desmoronarse, carecer de estrategias de afrontamiento de los problemas, no saber qué hacer y no hacerlo, toma de decisiones irracional, visceral, antivalores o carencia de valores que descomponen el tejido social. Las películas fueron: **Ciudad de dios**, **Juno**, **El niño**, **Temporada de patos**, **A los doce y sin miedo** y **Las drogas antesala del infierno**.



El resultado de la observación y desde la primera aproximación del trabajo de campo, luego de analizar las 12 transcripciones de los grupos focales, de las narraciones que hicieron las y los estudiantes, se encontró que los factores de protección y de riesgo aparecían agrupados. El ordenamiento de los conglomerados quedó así:

1. Asertividad, toma de decisiones y solución de problemas. Con las siguientes películas ubicadas en este conglomerado: En busca de una vida mejor, El niño, Temporada de patos y Juno.

2. Autoestima y resiliencia, con las películas: El estudiante, Con ganas de triunfar, A los doce y sin miedo.

3. Empatía y comunicación familiar: El estudiante, Todos los caminos llevan a casa, Lazos de familia, El valor de la amistad y Temporada de patos.

4. Valores, límites y toma de decisiones: Con ganas de triunfar, Ciudad de dios, A los doces y sin miedo y Las drogas antesala del infierno.

Igualmente emergieron las primeras observaciones relacionadas con la construcción de sentidos. Una tendencia de quienes participaron a describir escenas como apoyo para sustentar el factor de protección o riesgo encontrado, en la que los jóvenes hicieron asociaciones con el contexto, identificación con los personajes y de forma natural dieron a conocer sus reacciones emotivas ante los relatos de las películas. En esta primera experiencia el grupo focal no incluía preguntas relacionadas con las asociaciones a su contexto, los sentimientos generados o la identificación con los personajes.

2.2 Casos 2, 3 y 4. Preparatorias 1, 9 y 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero.

Luego de experimentar con la proyección de 12 películas en la primera experiencia se observó un agotamiento por parte del personal directivo quienes a partir de la sexta película, se notaron preocupadas por la pérdida de clases que significaba la proyección de una película semanal. Por lo tanto, para los casos de estudios siguientes se redujo el número a 7 películas y con mayor inclinación a promover los factores de protección: El estudiante, Con ganas de triunfar, Lazos de familia, Todos los caminos llevan a casa, Ciudad de Dios, Juno, y A los doce sin miedo [20].

De las 17 transcripciones de los grupos focales se obtuvieron 294 citas de interés, que fueron analizadas en el programa Atlas ti., 231 están relacionadas con los factores de protección y de riesgo, y el resto con temas de interés para el análisis cinematográfico: 12 de asociación del tema de la película con su contexto, 11 en las que los estudiantes mencionaron los sentimientos que les generaron los relatos de las películas, 20 en las que se sintieron identificados con los personajes y sus circunstancias y finalmente 20 citas más en las que hicieron análisis con perspectiva de género, para lo cual se capacitó previamente a las y los estudiantes.

- **La asertividad la relacionaron con la toma de decisiones:**

“La chava que su novio quería tener relaciones sexuales, ella tuvo la asertividad de negárselo, porque la asertividad es la capacidad que tienen

para ejercer sus derechos y ella como mujer no estaba cómoda con esa situación y también es algo muy importante porque la asertividad toma un papel muy importante en el desarrollo de la película” (Carlos, Preparatoria No. 33. El estudiante).

Así mismo hicieron la relación de este factor de protección con la defensa de los derechos, la tolerancia y la amabilidad. El factor de riesgo, ante la ausencia de la asertividad la relacionaron con la agresividad:

“Yo creo que lo que faltó ahí fue, asertividad, porque ellos no respetaban... no respetaban a la demás gente pues, mataban gente inocente y eso es agresividad” (Alexis, Preparatoria No. 9. Ciudad de Dios).

La autoestima como factor de protección fue entendida como la **capacidad de los personajes para asumir retos:**

“Yo pienso que la abuelita tenía mucha autoestima porque ella mmm se sentía capaz para hacer las cosas y no se rendía. Aunque hubiera problemas que no pudiera resolver ella decía no pues, si puedo, y hacía todo lo que ella quería... y aunque no pudiera ella seguía” (Diana, Preparatoria No. 1. Todos los caminos llevan a casa).

También relacionaron la autoestima con la capacidad de perdonar y con tomar buenas decisiones. La baja o ausencia de autoestima fue entendida como factor de riesgo y encontramos que algunos estudiantes, mujeres y hombres, estaban confundidos con el concepto porque asociaban una autoestima “demasiado alta” con los personajes que abusaban de los demás algo que se aclaraba durante los grupos focales.

La comunicación familiar fue uno de los factores de protección que lograron identificar con un total de 23 citas. Fue relacionada con las siguientes subcategorías:

Pláticas sobre las actividades cotidianas, pedir/ dar consejos, comunicar decisiones, organizar planes, tomar decisiones, y diferentes formas de comunicación entre los personajes. Para las y los estudiantes el riesgo de éste factor está ante la ausencia de los padres, comunicación confusa, imposición violencia verbal y física, y la vergüenza de abordar ciertos temas.

Con relación a la empatía y expresión de sentimientos encontramos las siguientes subcategorías: apoyo/ solidaridad, el perdón y la amabilidad. Una persona insensible, egoísta y que desprecia a sus semejantes fue identificada como carente de empatía y de capacidad para expresar sus sentimientos y reconocerlos en las demás personas.

La resiliencia fue un concepto novedoso para quienes participaron en el proyecto y la reconocieron en varias escenas de las películas, lo cual nos arrojó las siguientes subcategorías de estudio: superar el duelo, reivindicarse, perdonar y solucionar problemas.

Con respecto a la apropiación de los temas de las películas encontramos 11 citas de la categoría asociación con el contexto. En ellas las y los participantes relacionaron los relatos cinematográficos con su realidad escolar, los embarazos no deseados, la apertura sexual e incluso con la discriminación racial.

Los procesos de apropiación, también identificados como las experiencias personales que compartieron los estudiantes estimulados por los temas del cine, arrojaron 21 citas organizadas en las siguientes subcategorías: superación personal, ausencia de la figura paterna, embarazo no deseado, romanticismo y respeto:

“Mi escena favorita fue cuando el niño agarró y comenzó a tapar a su abuelita, le llevó el desayuno y todo, y porque a mí me gusta me trae recuerdos, yo antes era así con mi abuela, cuando ella vivía todavía aquí, antes de que se fuera a Tlapa” (Francisco, Preparatoria No. 1).

2.3 Caso 5. UNEME-CAPA de la Secretaría de Salud del estado de Guerrero

En este caso de estudio se adaptaron los factores de protección y de riesgo al modelo de las habilidades para la vida. Según la OMS son competencias socio-cognitivas que favorecen el desempeño social de las personas mediante un acertado manejo de las decisiones y emociones. Están clasificadas en habilidades sociales, cognitivas y emocionales. Una vez que el equipo de este proyecto se capacitó en cuanto al modelo de las habilidades para la vida, se procedió a capacitar al personal de la Unidad Médica Especializada para el Control, la Atención y Prevención de las Adicciones (UNEME-CAPA) con relación al uso de cine para la prevención de adicciones. Evaluaron seis películas, y seleccionaron 4: El estudiante, Todos los caminos llevan a casa, Lazos de familia y Con ganas de triunfar.

Se convocó a las y los usuarios, formando un grupo para participar en el ciclo de cine de aproximadamente 20 jóvenes de entre 15 y 19 años de edad. Antes del visionado de las películas y al igual que en las primeras experiencias se les explicó brevemente cada habilidad para la vida y se les entregó una hoja de resumen. Luego de cada película se realizó un grupo focal para recoger las impresiones de los participantes quienes identificaron en las escenas y

en las acciones de los personajes las habilidades para la vida antes descritas. Dichos comentarios fueron grabados y transcritos para posteriormente ser analizados en una unidad hermenéutica del software de análisis cualitativo atlas ti.

Las categorías analíticas fueron: identificación y desidentificación con los personajes, contextualización del relato, movilización de sentimientos. En cuanto a la identificación de las habilidades para la vida se respetó la clasificación de la Secretaría de Salud y se agruparon en sociales, cognitivas y de las emociones.

Encontramos dentro de las opiniones de las y los jóvenes participantes 17 citas de identificación y desidentificación con los personajes de las películas, 7 de contextualización del relato, 7 de movilización de sentimientos. Con relación a las habilidades sociales se encontraron 17 citas, para las cognitivas 13 y con relación a las habilidades de las emociones otras 13 citas, lo cual nos da un resultado de 74 citas de interés para el análisis de la apropiación de los relatos cinematográficos.

La identificación con los personajes estuvo orientada principalmente a ejercicios de autocrítica.

“creo que tengo problemas con el manejo de emociones y ahí me identifiqué porque así soy y a veces me enojo y soy bien rencoroso, y eso creo que me está enseñando [el mensaje de la película] a no ser así, a saber perdonar” (Jesús, UNEME-CAPA, Lazos de Familia).

Con relación a la contextualización del relato encontramos que llevan la reflexión a sus contextos inmediatos, escuela, grupo de amigos, familia:

“varias chavas dejan de estudiar al quedar embarazadas porque dicen que ya no va a poder o no sé ya no siguen, se limitan, por lo que vi la chava una de los personajes, creo que sí terminó” (Antonio, UNEME-CAPA, El estudiante).

La familia es un referente más recurrente en las citas relacionadas con la narrativa del relato, también lo son su grupo de amigos: “Ayer un amigo que vive cerca de mi casa fue a verme porque su mamá como estaba estresada pues lo maltrató, le pegó, y se desquitó con él, pues mmm creo que algunos padres se desquitan con los hijos por el estrés que otras personas les causan y pues ya me ha pasado como unas ocho veces” (Francisco, UNEME-CAPA, Lazos de familia).

Las y los jóvenes mostraron sus sentimientos frente a los relatos durante y después del visionado de las películas:

“Bueno, en sí la película te lleva de una emoción a otra porque, cuando murió el ser, el bisabuelito del niño, sí me dio tristeza, yo sí lloré” (Rubí, UNEME-CAPA, Lazos de familia).
“Hubo una escena donde me dio risa, porque le cortaron feo el cabello a el niño” (Yolanda, UNEME-CAPA, Todos los caminos llevan a casa).

Con relación a las habilidades sociales, encontramos que las relacionan principalmente de la siguiente manera: la comunicación con el trabajo en equipo y la asertividad con la empatía. Identifican dentro de las acciones de los personajes las habilidades sociales cuando se trata de actos de solidaridad como hacer una reparación de un auto, cumplir la última voluntad de una persona, visitar a los enfermos todas las consideran decisiones asertivas.

Las habilidades cognitivas las identifican en el momento de solucionar un problema dentro de las temáticas del cine. Destacan si la solución del problema fue realizada de forma creativa y si la iniciativa la tomaron como resultado de activar el pensamiento crítico. Con relación a las habilidades para el manejo de las emociones encontramos que la autoestima fue calificada como básica para el manejo del estrés, ser resiliente y en sí controlar las emociones.

Los relatos del cine resultaron motivadores para llevarlos a sus vidas personales y lo compartieron durante el análisis:

“hace rato tuve un problemita con mi mamá, y como lo dije antes a veces soy rencoroso, no, más bien, soy orgulloso, porque si alguien se enoja conmigo yo lo mando a la primera... y creo que estoy cambiando eso. Hace ratito yo le dejé una nota a mi mamá para decirle que me disculpara, que no esperaba que me entendiera, pero que me disculpara porque no me gusta estar enojado con mi familia y ahorita me acaba de marcar mi mamá, contenta me marco” (Jesús, UNEME-CAPA, Lazos de familia).

CONCLUSIONES

El cine es un movilizador de emociones e ideas que lo convierte en un instrumento educativo indispensable, siempre y cuando exista una metodología que incluya la evaluación de las películas y la preparación del visionado mediante una correcta orientación de los participantes con base al objetivo de la estrategia, y por su puesto una guía adecuada de análisis en el momento del debate que se centre más en la construcción de un diálogo a propósito de la película que en la confrontación de opiniones.

Para el caso del cine formativo para la prevención de las adicciones podemos concluir, al igual que en las experiencias internacionales, que se adapta correctamente al modelo de desarrollo de habilidades para la vida, lo mismo ocurrió con el enfoque de los factores de protección y de riesgo. Su análisis rara vez se dan de manera aislada sino que aparecen en conglomerados que nos dejan ver la posición activa y crítica ante el relato fílmico de las y los jóvenes.

Los factores protectores antes mencionados y las habilidades para la vida pueden aprehenderse de manera intensa y remarcada emocional y sentimentalmente empleando para ello el cine, pues este es capaz de desencadenar en las y los espectadores procesos de identificación, aceptación, rechazo, con lo que acontece a los personajes y en la trama que es entretejida a lo largo de la misma con las historias ahí contadas. Se origina, entonces, un aprendizaje vicario.

El cine moviliza los sentimientos. El espectador mediante el proceso de apropiación vincula sus experiencias y las de personas cercanas con los relatos cinematográficos. Así, podemos afirmar que hay una transformación de los sujetos no necesariamente consciente, ni medible en el instante del trabajo con los mismos, salvo por las citas relacionadas con los cambios personales luego de su participación en el ciclo de cine, sino que sus efectos se presentarán en situaciones muy particulares de sus vidas, en las que se active la noción de algún factor de protección incorporado a sus repertorios gracias al proceso formativo vivido en esta experiencia, porque la apropiación de los relatos del cine trasciende al momento del visionado de las películas.

La movilización de sentimientos está propiciada principalmente por los actos de amor que realizan los personajes como lo son: el perdón, la solidaridad y la confianza, por los esfuerzos para superar sus problemas principalmente el duelo, y en todas las que el apoyo familiar, la comunicación entre padres e hijos son determinantes en las historias. Los personajes que más les gustan a quienes han participado en estos ciclos de cine son aquellos con una gran determinación y sólidos valores. Por lo que podemos concluir que en la valoración de las películas, más que orientarnos por aquellas que destacan los factores de riesgo, es recomendable optar por las que contengan los factores de protección en el sentido antes mencionado.

En este sentido, la apropiación, comprensión, análisis de los relatos se da en una situación rica en mediaciones, siendo un grupo homogéneo y a la vez heterogéneo. Las y los estudiantes al estar viendo la película se convirtieron en una audiencia constituida por sujetos diferentes y únicos a la vez. De ahí, el

principal valor de emplear el grupo enfocado como instrumento de investigación, porque permitió efectivamente intervenir al grupo de estudio: mediante el diálogo se recrearon colectivamente los relatos del cine y, aunque no todas las personas participaron, sí ampliaron su análisis al integrar la visión del resto del colectivo a la suya. A su vez es una de las debilidades de esta investigación, porque consideramos importante incluir otras técnicas de recolección de información de corte cuantitativo antes, durante y luego del visionado para obtener datos más precisos de la apropiación de las habilidades para la vida.

BIBLIOGRAFÍA

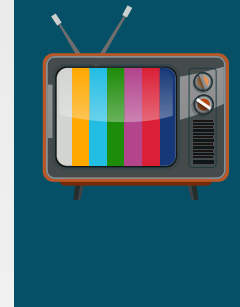
- [1] INPRFM-SSA. Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes. ISBN: 978-607-460-498-6. Distrito Federal, México, Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz y Secretaría de Salud, 2015.
- [2] Asociación de Prensa Juvenil. Salud en Curso. Disponible en: <http://www.prensajuvenil.org/?q=salud-en-curso> [Consultado el 5/12/2013].
- [3] Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Cine y Educación en Valores 2.0. Disponible en: <http://cineyvalores.fad.es/sobre-el-programa> [Consultado el 5/12/2013].
- [4] CINENSINO. Educación en Valores. Programa de Educación en Valores para la prevención del consumo de alcohol e otros trastornos adictivos e comportamentales no eido escolar a través de medios audiovisuales e as TIC. Disponible en: <http://www.cinensino.com/> [Consultado el 6/12/2013].
- [5] Alonso, M. (2011) Televisión, Audiencias y estudios Culturales: Reconceptualización de las audiencias Mediáticas. *Libros Básicos en la Historia del campo Iberoamericano en Estudios en Comunicación.*, 75, 2011. Recuperado de www.razonypalabra.org.mx
- [6] Martín-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía. México, Gustavo Gili, (1987).
- [7] Thomson J. B. Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós Comunicación 2da edición México: Paidós (1998).
- [8] Ferres, J. Televisión y Educación, Paidós Iberoamérica, España, 1994.
- [9] Hernández-Santaolalla, V. De la Escuela de Constanza a la teoría de la Recepción Cinematográfica. Un viaje de ida y vuelta. *Revista FRACME* no. 6. Especial Nuevas Tendencias en investigación en narrativa audiovisual, 196-208, 2010.
- [10] Orozco, G. Televisión y producción de significados (Tres ensayos). Colección Textos de Comunicación y Sociedad. México: udeG, 1994.
- [11] Sandoval, C. Investigación cualitativa, Colombia: Instituto Colombiano para el Fomento de La Educación Superior, 1996.
- [12] Strauss, A. y Corbin, J. Bases de la investigación cualitativa, Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia, 2002.
- [13] Rodríguez, G. Metodología de la investigación cualitativa, Málaga, Ed. Aljibe, 1996.
- [14] Gutiérrez, F. y Tello, A. El uso del cine en el nivel secundaria para la prevención de las adicciones a sustancias tóxicas y otras prácticas sociales de riesgo. En *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. 2, 3, 2001.
- [15] Aravena, Marcela, Eduardo Kimelman & Beatriz Micheli. Investigación educativa I, Chile: Universidad Arcis, pp. 39-95, 2006.
- [16] Pick, S; Aguilar, J.A.; Rodríguez, G. & otros., Planeando tu vida, Programa de educación sexual y para la vida dirigido a los adolescentes, México: Ariel Escolar, 2002.
- [17] Gallego, J. Habilidades para la vida en la educación para la salud. En *Cine y habilidades para la vida*. España: Programa Cine y Salud, 2007.
- [18] Benavides, L. *Cuentos para ser humano. Cuentos, películas y canciones con valores*, 11ª ed., Argentina: SB ediciones, 2007.
- [19] Tello, A. L. Y Gutiérrez, F. (2013) Análisis cinematográfico para la prevención de adicciones: una experiencia educativa en la secundaria técnica no. 1 de Acapulco, Guerrero, México. En: *El proceso de aprendizaje e innovación en el siglo XXI; Una experiencia Iberoamericana basada desde la perspectiva del alumno, profesor y TIC*. Francisco Santillán Campos (coordinador). México: Umbral Editorial, 2013.
- [20] Tello, A. L. Et. Al. (2004) El cine como estrategia de promoción de la salud con perspectiva de género, para la prevención de adicciones y otras conductas de riesgo en el nivel bachillerato de la Universidad Autónoma de Guerrero, Foro de Estudios sobre Guerrero, Mayo 2014 – Abril 2015, 1-2:201-207. Disponible en: www.fesgro.mx [consultado en julio de 2015].

Para citar este artículo:

Tello, D. Aleida; Baltazar, T. José y Nava, B. Samuel (2016). COMUNICACIÓN Y SALUD. El cine-debate como estrategia formativa para prevención de adicciones. *Revista Luciérnaga/comunicación*. Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 27-37.

Link. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

LA FICCIÓN TELEVISIVA COMO RECURSO PARA LA DELIBERACIÓN SOBRE EL PASADO



Rosario Sánchez Vilela*

Recibido: Agosto 23, 2016 - Aceptado: Septiembre 26, 2016

RESUMEN: El artículo considera que el acceso al pasado a través de la ficción se constituye en un recurso para la deliberación sobre éste, su significación y lugar en la memoria colectiva. Se hace el abordaje de tres modalidades de relación entre memoria y ficción televisiva, con sus posibles derivaciones para la recepción.

El análisis de esas relaciones tiene como referencia las producciones iberoamericanas: Pablo Escobar: el patrón del mal, Cuéntame (memoria del trauma) y Graduados (memoria despolitizada).

Se considera, en sintonía con el pensamiento arendtiano, que solo a partir de un ejercicio de la imaginación es posible la comprensión así como la elaboración de opinión y juicio. Tres planos distintos, pero todos ellos necesarios para el compromiso ciudadano en el espacio público. La imaginación necesita recursos, y la ficción televisiva constituye una herramienta, ampliamente disponible, para ello.

Palabras clave: ficción televisiva, memoria colectiva, deliberación, Pablo Escobar, Cuéntame, Graduados.

**Doctora en Ciencia Política, Profesora Titular, Investigadora, Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay. Email: rsanchezvilela@gmail.com*

THE TELEVISION FICTION AS A RESOURCE FOR DELIBERATION ON THE PAST

SUMMARY: The article considers that access to the past through fiction constitutes a resource for deliberation about it, its significance and place in the collective memory. The approach of three modalities of relation between memory and television fiction, with its possible derivations for the reception.

The analysis of these relations is based on Ibero-American productions: Pablo Escobar: el patrón del mal, Cuentame (memory of trauma) and Graduados (depoliticized memory).

It is considered, in syntony with the Arendtian thought, that only from an exercise of the imagination is possible the understanding as well as the elaboration of opinion and judgment. Three different planes, but all of them necessary for the citizen commitment in the public space. Imagination needs resources, and television fiction is a widely available tool for this.

Keywords: television fiction, collective memory, deliberation, Pablo Escobar, Cuéntame, Graduados.

A FICÇÃO DE TELEVISÃO COMO RECURSO PARA A DELIBERAÇÃO SOBRE O PASSADO

RESUMO: O artigo considera que o acesso ao passado pela ficção em um recurso para a deliberação sobre este, sua significação e lugar na memória coletiva. Se faz a abordagem de três modalidades de relação entre memória e ficção de televisão, com suas possíveis derivações para a recepção.

A análise dessas relações tem como referência as produções ibero-americanas: Pablo Escobar: o padrão da injustiça, Cuentame (memória do trauma) e Graduados (memória despolitizada). É considerado, em sintonia com o pensamento

de Hannah Arendt que só a partir dum exercício da imaginação é possível a compreensão como também a elaboração de opinião e juízo. Três planos diferentes, mas tudo eles necessários para o compromisso cívico no espaço público. A imaginação precisa de recursos e a ficção de televisão constitui uma ferramenta, amplamente disponível, para isto.

Palavras chaves: ficção de televisão, memória coletiva, deliberação, Pablo Escobar, Cuéntame, Graduados.

INTRODUCCIÓN

La relación entre ficción televisiva y memoria [1] está inscrita en un problema que la engloba: el del vínculo entre ficción y realidad. A ello se suma la complejidad de nexos entre memoria e historia y los de ambas con la verdad. Carlo Ginzburg, en *El hilo y las huellas. Lo verdadero, lo falso, lo ficticio*, recurre a una metáfora muy expresiva de estas relaciones: “La contigüidad entre ficción e historia hace pensar en esos cuadros de Magritte en que se representa, uno junto a otro, un paisaje y su reflejo en un espejo roto” [2].

La misma metáfora es utilizada por Gabriel García Márquez en *Crónica de una muerte anunciada*. Allí la refiere a la acción del narrador que vuelve al pueblo a “recomponer con tantas astillas dispersas el espejo roto de la memoria” con el propósito de reconstruir la historia de Santiago Nasar y Ángela Vicario, que es también la historia del pueblo, testigo-cómplice-responsable de la muerte de Nasar.

En el esfuerzo, el narrador recompone la memoria, aunque no la verdad última que permanecerá oculta. En todo caso, ambos autores se refieren a la fragmentación, a la consiguiente pérdida de astillas, al esfuerzo de recuperación del pasado a la vez que a su inevitable deformación o modificación: el espejo roto no puede si no modificar la imagen. La fragmentación es inherente a la memoria en tanto ella es selección y olvido, pero también la historia trabaja sobre fragmentos buscando recuperar y comprender el pasado. Y ambas suelen tener la pretensión de acceder a la verdad. La ecuación se hace más compleja al incorporar en esta relación a la ficción.

No es posible en este artículo, dar cuenta cabal de los diversos abordajes teóricos ni del entramado de discusiones que esta temática ha tenido [3]. No obstante, es relevante tener en cuenta la distinción aristotélica entre verdad y verosimilitud de la que se desprenden los límites del papel de la ficción en la configuración de la memoria social.

Aristóteles señala que “no es oficio del poeta el contar las cosas como sucedieron, sino como debieran o pudieran haber sucedido, probable o necesariamente; porque el historiador y el poeta no son diferentes por hablar en verso o en prosa (...) sino que la diversidad consiste en que aquel cuenta las cosas tales cuales sucedieron y este como era natural que sucediesen” [4]. Desde esta perspectiva, lo relevante para la ficción es la verosimilitud y ella no refiere a la verdad, sino a la apariencia: “contar fábulas con visos de verdad”, en palabras de Aristóteles.

El problema se hace más complejo en aquellas ficciones que trabajan sobre el pasado histórico. Ellas se desarrollan en un doble registro: el de lo verosímil, pero también el de la relación con lo veraz, al menos en lo que refiere a la ocurrencia de los hechos. Esta exigencia de fidelidad a los hechos (a lo pasado real) en este tipo de ficciones es a la vez una pieza clave de su verosimilitud.

Desde estas condiciones y precisamente por ellas, la ficción ofrece una vivificación del pasado, permite al receptor la posibilidad de colocarse en las distintas subjetividades de los personajes, “ponerse en la piel de”, incluso de aquellos cuyas acciones resultan condenables. En otras palabras: habilita y estimula la capacidad de imaginar. Ese recorrido por las diferentes subjetividades, forma parte del repertorio simbólico con el que se configuran las memorias, en interacción con otros relatos como los de la historiografía, los del periodismo, las memorias personales, los testimonios.



En este sentido es que se puede considerar a la ficción televisiva como parte de un proceso de construcción de las memorias colectivas en tanto ellas no son fijas e inamovibles, sino que como señala E. Jelin, “lo colectivo de las memorias es el entretrejo de tradiciones y memorias individuales, en diálogo con otros, en estado de flujo constante” [5].

Las ficciones televisivas con su expansión comercial y amplitud de públicos forman parte de ese “flujo constante”, de un tejido en permanente construcción. Ellas ponen a disposición un conjunto de imágenes y discursos que todos podemos ver. Más allá de que estemos de acuerdo o en desacuerdo con la interpretación del pasado que ofrezcan constituyen un territorio común sobre el que se trabaja y se discute la memoria. Porque la memoria se hace del recuerdo y el recordar, como señala Aristóteles en la siguiente cita, es una cualidad humana de la misma naturaleza que la deliberación:

“Hemos explicado qué es la memoria o el recordar (...) y hemos explicado también a qué parte de nosotros pertenece: a saber, a la facultad sensitiva y primaria es decir, a aquella con que percibimos el tiempo (...) El recordar difiere de la memoria, no solamente en el aspecto del tiempo, sino también porque mientras que muchos otros animales participan de la memoria, se puede decir que ninguno de los animales conocidos, excepto el hombre, puede recordar. Por esta razón el recordar es como una especie de silogismo de inferencia; pues cuando un hombre recuerda, infiere o deduce que él antes ha visto, ha oído o ha experimentado algo de aquella clase, y el proceso de recordar es una especie de búsqueda. Este poder o capacidad solo puede corresponder por naturaleza a animales que posean la facultad de la deliberación: ya que también la deliberación es una especie de inferencia” [6].

1. Metodología

Este trabajo se ha propuesto indagar en las relaciones entre ficción televisiva y memoria social en el entendido de que aquella forma parte del flujo de componentes que, en interacción con otros, van configurando una visión del pasado. Para estudiar la complejidad conceptual y empírica que este fenómeno reviste se definió un eje temático, el pasado traumático, entre otras múltiples posibilidades del pasado. Otra decisión metodológica, ante la necesidad de acotar el objeto, consistió en definir un corte temporal y cultural: se limitó el campo a ficciones que refirieran o evocaran un contexto histórico ubicable en el pasado reciente, vale decir, a los últimos cuarenta años del siglo XX; ficciones iberoamericanas exhibidas en Uruguay en 2012. Por otra parte, se trató de abarcar ficciones que refirieran a pasados traumáticos diversos.

De la oferta de ficción televisiva de Uruguay se seleccionaron aquellas ficciones que presentaran algún trabajo sobre el pasado reciente. A ellas se les aplicó una matriz de observación en la que se registra la presencia del acontecimiento histórico y su relación con: la composición de la estructura de personajes; su lugar en la trama narrativa; el tipo de apelación a la memoria del espectador. Es este un tipo de análisis textual de corte cualitativo [7], centrado en la selección de tres casos, muestra significativa de la diversidad de posibilidades que la aplicación de la matriz puso de manifiesto.

2. Tres modos de relación de la ficción con la memoria del trauma.

Uno de los ejes nodales de la ficción que se ocupa del pasado es “el giro memorialista” que la literatura designa como *la memoria del trauma*, para referirse a todos aquellos relatos, ficcionales o no, vinculados a la vivencia del exterminio (con el Holocausto como referencia paradigmática), la guerra, la violencia extrema, las dictaduras, entre otros. Las ficciones que corresponden a esta clase, dan forma al trauma, lo modelan, de alguna manera lo domesticar y hacen comprensible al integrarlo a un relato.

El cine tiene una larga trayectoria en ello y un lugar de reconocimiento fuera y dentro de los ámbitos académicos. Pero también las teleseries han representado la historia contemporánea y alguna de las experiencias traumáticas más recientes. Baste mencionar a modo de ejemplo *Third Watch*, la primera serie que habló del 9 de setiembre de 2001 o *Treme* – considerada una teleficción de autor, expresión del diálogo de los últimos años entre cine y televisión [8] y el huracán Katrina.



Las alusiones al trauma pueden ser más o menos explícitas, o al servicio de una interpretación que finalmente lo integre, como fortaleza, domesticado, a la identidad de una nación. Tal es el caso de *Magnum* en la que en los primeros tramos del primer capítulo el protagonista, después de desplegar sus habilidades físicas, se toma el brazo con gesto de dolor mientras

el *flash back* evoca su pasaje por la guerra de Vietnam: el héroe forjado en la guerra, incluso ésta tan revulsiva para la sociedad estadounidense, finalmente contribuye a la templanza del heroísmo integrado a una narrativa de la nacionalidad [9]. Más recientemente, *Mad Men* ofrece una mirada nostálgica sobre los años 60 que incluye el tiempo y las muertes de Kennedy y de Luther King [10]. El volumen de producción audiovisual de este tipo es inabarcable y necesariamente esta comunicación tendrá que acotar sus referencias para poder concentrarse.



Sin pretender agotar el tema, me referiré a tres casos de ficción televisiva iberoamericana [11], que ilustran modos diversos de relación entre memoria - ficción televisiva - recepción en contextos históricos en los que el trauma está presente. Las ficciones seleccionadas como referencia fueron exhibidas en Uruguay y plantearon maneras diferentes de relación con el pasado: una producción colombiana, *Pablo Escobar: el patrón del mal*, una serie española *Cuéntame cómo pasó* y la argentina *Graduados*.

Dos de las ficciones seleccionadas para este análisis, *Pablo Escobar* y *Cuéntame*, desenvuelven sus historias en el pasado y podrían ilustrar un tipo de relación: historias ficcionales o ficcionadas que recrean e interpretan la memoria del trauma, su objeto es el o los acontecimientos traumáticos (la violencia y el narcotráfico colombiano en una, la dictadura española en la otra). Sin embargo, cada una de ellas hace un trabajo distinto sobre el pasado y plantea una apelación a la memoria diferenciada.



Pablo Escobar: el patrón del mal [12], recrea la historia del narcotraficante colombiano Pablo Emilio Escobar Gaviria en 113 capítulos. En esta ficción la apelación a la memoria se repite explícitamente al comienzo de cada capítulo: "Quien no conoce su historia está condenado a repetirla" es la frase que se lee sobre fondo negro. La afirmación revela aspectos centrales de la relación con los hechos traumáticos del pasado: por un lado "el pánico al olvido", experimentado desde el presente en el que quizás se observan síntomas de desmemoria y, por otro lado, la preocupación por el futuro, algo así como -tomando prestada la expresión de Giddens- una suerte de "colonización del futuro"[13] que, a partir del recuerdo, permita no volver a vivir el trauma. La canción que integra la apertura de cada capítulo se desarrolla en la misma línea semántica de tensión pasado-presente-futuro que se ha señalado:

"Contaré esta historia una y mil veces. Nunca más. Que no se borre de tu mente, en honor a nuestros muertos que cayeron vilmente." [14]

La ficción televisiva forma parte de los usos públicos de la historia y debe ser considerada expresión del presente y no solo del pasado. Es alguna inquietud del presente, alguna pregunta la que nos mueve hacia el pasado.

En *Pablo Escobar*, la ficción se inicia con el personaje Escobar momentos antes de su final. La concreción de su muerte se verá recién en el último capítulo, pero en los primeros tramos del primer capítulo se recorren hitos de violencia del cartel de Medellín a través de imágenes documentales, alternadas con la recreación ficcional, en un compacto audiovisual que concentra la historia al comienzo de la serie, para luego retomar el relato en un punto de inicio: 1959, con un Pablo Emilio Escobar niño. **El centro de la narración es entonces aquí un personaje con existencia histórica.**

En el caso de *Cuéntame* [15] los eventos de la historia española ocurridos durante los últimos años de la dictadura franquista y la transición hacia la democracia (la serie ubica su inicio en 1968) están presentes en los diálogos, en las imágenes que aparecen en los televisores de la serie, en fragmentos documentales, pero lo que constituye el centro del desarrollo narrativo es una familia de ficción, la familia Alcántara, su barrio, los personajes que a ella se vinculan. El acento está puesto entonces en los personajes de ficción y es **en el transcurrir de su cotidianidad que se encarna la recreación del pasado.**

Hay aquí una apelación a memorias enlazadas: la que refiere a la peripecia nacional española y la que refiere a algunas transformaciones de las sociedades contemporáneas como la llegada de la televisión al hogar, la instalación del primer supermercado en un barrio y los cambios que ello produce en prácticas de consumo y relaciones sociales. Se trata de evocaciones que atraviesan distintos planos de la vida cotidiana: la escucha de la radio y su lugar en la rutina doméstica; la significación que tiene el acopio de alimento, la comida, para quien vivió la guerra y la posguerra; el sentido de autoridad del padre de familia y el lugar de las mujeres e hijos, significados en transformación y conflicto. **La ficción funciona entonces como una “vivificación” del pasado porque es vivenciado por seres comunes y corrientes como el espectador.**

Es allí donde se enlazan en la serie las representaciones de las distintas memorias, públicas y privadas: por ejemplo, la memoria constituida por una sucesión de imágenes que evocan el anuncio de la muerte y el velatorio del dictador Francisco Franco (componente documental), con la memoria de cómo se vivió en los distintos hogares y por las diferentes generaciones ese momento histórico (componente ficcional). **La instancia histórica traumática es evocada en esta ficción desde el hombre común y su cotidianidad con lo que se hace propicia la empatía y la identificación del receptor.** No obstante, el acontecimiento histórico, el hecho está presente, explícito, documentado.

Un tercer tipo de relación entre ficción televisiva, memoria y recepción es el que puede ilustrar el caso de *Graduados* [16]. Esta ficción apunta a la memoria colectiva pero referida a un momento de la trayectoria personal que a los acontecimientos o personajes históricos: a través del grupo central de ocho personajes (los graduados) se apela a la evocación de la adolescencia, en permanente conexión con el presente adulto de los personajes porque allí se gestaron las relaciones amorosas que constituyen el motor narrativo de la ficción, así como los lazos de amistad y desencuentro que se desarrollan en el presente.

La década del ochenta es el pasado en el que se ubican esas evocaciones, pero a diferencia de las otras dos ficciones de las que nos ocupamos antes, aquí el contexto histórico solo es planteado con referencias musicales y con la participación en algunos capítulos, de cantantes emblemáticos del rock argentino de esos años (Charly García, Fabiana Cantilo o Fito Páez). Los personajes evocan momentos compartidos de su adolescencia: escenas del viaje a Bariloche, las clases de coro, la fiesta de graduación, por ejemplo, se insertan en la trama a través del *flashback*.

Se trata de un tipo de ficción en la que **se produce una intervención sobre el pasado despolitizándolo.** Los acontecimientos históricos de los años ochenta se omiten: no hay ninguna referencia a la dictadura, a la política argentina, ni a los procesos de transición hacia la democracia. Se trata de una narrativa en la que el trauma no tiene existencia. Los ochenta son una excusa para ubicar la ficción en relación a la edad de los personajes (y de los actores que los encarnan) en el presente, más que un tiempo en sí mismo relevante para la narración. No obstante, se produce una apelación a la memoria de la audiencia en el sentido de que cuenta con provocar el reconocimiento por parte del espectador de algunas prácticas adolescentes, de un conjunto de tópicos consensuados y de referencias musicales que el espectador puede identificar como parte de su biografía, pero a la vez inscrita en la experiencia colectiva.

3. Ficciones televisiva que aportan a la constitución de un espacio público

Otra aproximación a las relaciones entre ficción televisiva y memoria es aquella que toma en consideración al espacio público. Desde esta perspectiva la ficción televisiva contribuye a la constitución de un espacio público ensanchado en la que las memorias nacionales se interpenetran. Las ficciones como *Pablo Escobar: el patrón del mal* o la española *Cuéntame* [17], en las que se representan acontecimientos históricos específicos de un país, pero que se exhiben en muchos otros, forman parte de un repertorio simbólico e interpretativo con el que se **conforman memorias colectivas que trascienden las fronteras del país del origen.**

Imágenes ficcionales, fragmentos documentales, vivencia privada del acontecimiento público, (como la muerte del director del periódico *El Espectador* de Colombia en *Pablo Escobar: el patrón del mal*, o el atentado en España a Carrero Blanco y la muerte de Franco, en *Cuéntame*, circulan en las ficciones

traspasando fronteras en lo que Jean-Marc Ferry [18] define como “el espacio público ensanchado”: un espacio fundamentalmente definido por el marco mediático en el **que los espacios públicos de los diferentes países se interpenetran, pero también sus pasados y los debates que ellos provocan en el presente.**

Si bien los géneros informativos y documentales son los que más intensamente generan esa expansión del espacio público, las ficciones no cumplen un papel menor en este sentido. Así, la teledramaturgia y el cine sobre el Holocausto, la Segunda Guerra Mundial o los atentados a las Torres Gemelas, entre otros hitos de la historia, pasan a integrar un universo de recursos compartidos de la memoria. Esa circulación de representaciones del pasado con sus correspondientes ejercicios de memoria (recuerdo y olvido, selección y omisión) permiten la construcción imaginaria de los “otros” que se muestran en la ficción, al mismo tiempo que el reconocimiento de un “nosotros” con proximidades y distancias respecto a aquellos.

En esa dirección Ferry señala que “el espacio público se puede entender como un medio privilegiado para la formación de una identidad colectiva mediante la apropiación de la historia (...) una sociedad halla un acceso significativo para ella misma o para otras en la (...) memoria de los pueblos. Actualiza su pasado; es más, se familiariza con el de las demás y, por lo tanto, puede aprender a reconocer las identidades alejadas *prima facie* de la suya propia. De ello resulta cierta profundidad de la comunicación social, profundidad que apenas podría concebirse sin ese espacio público históricamente extendido y literalmente enriquecido” [19].

Consideraciones finales

Un tipo de relación de memoria y ficción es la que se produce respecto a un pasado traumático. Se han subrayado aquí dos caminos habitualmente recorridos por la ficción televisiva: uno, que coloca el eje en la reconstrucción histórica de protagonistas reales y acontecimientos, el otro, en el que la recreación ficcional pone el énfasis en lo cotidiano en un marco histórico-epocal preciso. En la primera modalidad de relación con el pasado, se habilita al receptor a un doble juego: recorrer la experiencia vicaria, a la vez que se mantiene una distancia reflexiva respecto al personaje histórico.

En la segunda modalidad de relación con el pasado, la opresión y ausencia de libertad se experimenta y descubre desde la óptica de alguien que no ha

pensado en ello, como Antonio Alcántara. Este tipo de relación promueve la identificación del receptor de una manera más empática. En cambio cuando el centro está puesto en los protagonistas históricos hay una épica, un aura de heroísmo y/o de excepcionalidad que provoca distanciamiento.

No obstante, lo que constituye a mi entender el aspecto más relevante es que, en todo caso, la ficción televisiva que apela a la memoria y recreación del pasado histórico, hace un uso público de la historia y constituye una herramienta para la imaginación personal y colectiva.

El acceso al pasado a través de la ficción constituye así un recurso para la deliberación sobre ese pasado, sobre su significación y su lugar en la memoria colectiva. El papel de la imaginación como recurso imprescindible para la elaboración del juicio y para la fortaleza de la esfera pública, ha sido particularmente señalado por Arendt:

“Solo la imaginación nos permite ver las cosas en la perspectiva correcta, nos da fuerza suficiente para poner a cierta distancia lo que está demasiado próximo, de modo que podamos ver y comprender sin parcialidad y sin prejuicio; solo ella nos permite superar el abismo de la lejanía hasta que vemos y comprendemos lo que está demasiado lejos de nosotros como si fuera asunto propio. Distanciar algunas cosas y saltar el abismo que nos separa de otras formas parte del diálogo de la comprensión, para cuyos fines la experiencia directa constituye un contacto demasiado íntimo y el mero conocimiento erige barreras artificiales. Sin este tipo de imaginación, que en realidad es comprensión, jamás podríamos orientarnos en el mundo. Es la única brújula interna que tenemos. Sólo somos contemporáneos de lo que está al alcance de nuestra comprensión” [19].

Se ha dicho aquí que la ficción permite una vivificación del pasado. Se ha dicho también que ella guarda una compleja relación con lo real. Se trata de una simulación, apariencia de verdad, en términos aritotélicos, verosimilitud que en las ficciones históricas o epocales exige cierta fidelidad con el pasado real, aún mateniendo el artificio. Allí radica su pontencialidad para promover la capacidad imaginativa de las audiencias.

Es en el sentido que indica Arendt que la ficción televisiva contribuye a la deliberación sobre el pasado. La deliberación, entre otros rasgos, exige la capacidad de colocarse en la perspectiva del otro, abandonar o dejar en suspenso las propias

convicciones, para comprender el punto de vista ajeno y sopesar lo que puede aportar a la comprensión del asunto que se tiene entre manos. Vivir la historia de otro, ponerse su piel: eso es lo que permite la ficción de una manera más libre que otras prácticas comunicativas.

La ficción televisiva en general cumple este papel en el espacio público. Ella constituye un escenario de mostración de lo distante y diferente que puede contribuir, para bien y para mal, a la elaboración del juicio y la opinión. Es un ámbito en el que el otro, con sus problemas y conflictos, se hace visible en múltiples representaciones: proporciona instrumentos para imaginar al otro, pero sobre todo constituye un género privilegiado para ponerse en el lugar del otro. En otras palabras, ella ofrece una articulación de distancia y proximidad desde donde comprender una determinada problemática anclada en experiencias concretas de seres humanos.

Los personajes de la ficción habilitan a diferentes formas del reconocimiento, pero al mismo tiempo el espectador sabe que es un artificio, lo que implica cierto distanciamiento. En ese sentido la ficción permitiría “poner a distancia lo próximo” a la vez que “superar el abismo de la lejanía” para tomarlo “como si fuera asunto propio”. La ficción puede ofrecer diversidad de puntos de vista de lugares desde donde se experimenta una situación, un conflicto un problema y, tomando prestada la expresión de Silverstone, “darle cabida en la imaginación a todos los otros posibles” [20].

En suma, solo a partir de un ejercicio de la imaginación es posible la comprensión así como la elaboración de opinión y juicio. Tres planos distintos, pero todos ellos necesarios para el compromiso ciudadano en el espacio público. La imaginación necesita recursos, y la ficción televisiva constituye una herramienta, ampliamente disponible, para ello.

Bibliografía

Aristóteles, Poética, cap IV, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1948.

Carrión, J. Teleshakespeare. Las series en serio, Tintable, México, 2015.

Eherhaus, Peter en “Narrativas culturales y motivo terapéutico: la contención política de los veteranos de Vietnam”. En Mumby, D. (comp.) Narrativa y control social. Perspectivas críticas, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

Ferry, Jean-Marc, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona, 1998.

Fiske, John. “British Studies and Television”, en Channels o discourse. Television and Contemporary Criticism. Robert Allen (comp.) University of North Carolina Press, 1987.

Ginzburg, Carlo, El hilo y las huellas. Lo verdadero, lo falso, lo ficticio, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2010.

González Camaño, Oscar, “¡Han matado a Kenedy! Hijos de puta!”. El contexto histórico en Mad Men. En AAVV Mad Men o la frágil belleza de los sueños en Madison Avenue. España. Ed. Errata naturae, 2015.

Guiddens, Anthony, Modernidad e identidad del yo, Península, Barcelona, 1997.

Huyssen, Andreas, En busca del futuro perdido, Fondo de Cultura Económica, México, 2002.

Jelin, Elizabeth, Las políticas de la memoria, Siglo XXI, Buenos Aires, 2002.

Larsen, P., Análisis textual del contenido de ficción de los medios de comunicación. En: Jensen, K. B. y Jankowski (eds.), Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Bosch, Barcelona, 1993.

Mumby, Dennis, Narrativa y control social. Perspectivas críticas. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

Ricoeur, Paul, La memoria, la historia y el olvido, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2004.

Rilla, José (2008) “Historias en segundo grado. Pierre Nora y los lugares de la memoria” <http://www.trilce.com.uy/pierre-nora-en-les-lieux-de-memoire.html> (consultado 18 de setiembre 2016).

Rilla, José, La actualidad del pasado. Los usos de la historia en la política de partidos del Uruguay (1842-1872), Ed. Sudamericana, Montevideo, 2008.

Silverstone, R., La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios, Amorrortu, Buenos Aires, 2007.

Vassallo de Lopes, Ma. Immacolata; Orozco, Guillermo (coord.) Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos, Ed Sulina, Porto Alegre, 2013.

NOTAS

[1] Es Maurice Halwachs quien introduce el concepto de memoria social o memoria colectiva para referirse a un modo de configuración de la memoria que condiciona la memoria individual. La tradición francesa continúa el desarrollo conceptual en dos direcciones: una representada fundamentalmente por Pierre Nora, vinculada al estudio de las identidades nacionales, la otra que sostiene la coexistencia de diversas memorias en una sociedad. Los medios de comunicación, el cine, la televisión constituyen componentes centrales en la configuración de la memoria colectiva, como lo ha señalado Andreas Huyssen. Halwachs, Maurice, Los marcos sociales de la memoria, Barcelona, Anthropos, 2004; Halwachs, Maurice, La memoria colectiva, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004; Nora, Les Lieux de mémoire I La République, París, Gallimard, 1984 ; Huyssen, Andreas, En busca del futuro perdido, México, Fondo de Cultura Económica, 2002.

[2] Guinzburg, C., El hilo y las huellas. Lo verdadero, lo falso, lo ficticio, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2010, 20.

[3] Una revisión intensa de la teoría producida al respecto puede verse en Rilla, J.: Usos públicos de la historia, En: La actualidad del pasado. Los usos de la historia en la política de partidos del Uruguay (1842-1872), Ed. Sudamericana, Montevideo, 2008.

[4] Aristóteles, Poética, cap IV, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1948.

[5] Jelin, Elizabeth Las políticas de la memoria, Siglo XXI, Buenos Aires, 2002, 22.

[6] Aristóteles, Del sentido de lo sensible y De la memoria y el recuerdo, Aguilar 1962 pag. 88, 96-97, citado en Rilla, J., La actualidad del pasado. Los usos de la historia en la política de partidos del Uruguay (1842-1872), Ed. Sudamericana, colección Debate, Montevideo, 2008, 52-53.

[7] Larsen, P., Análisis textual del contenido de ficción de los medios de comunicación. En: Jensen, K. B. y Jankowski (eds.), Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Bosch, Barcelona, 1993.

[8] Carrión, J. Teleshakespeare. Las series en serio, Tintable, México, 2015, 183.

[9] Ver el análisis que prone Fiske, J. "Brithish Studies and Television", En Channels o discourse. Television

and Contemporary Criticism. Robert Allen (comp.) University of North Carolina Press, 1987, 293-295. Otro enfoque de las narrativas sobre la guerra de Vietnam, la represión de la memoria de esa guerra perdida y su recuperación en relato de contención es el que plantea Peter Eherhaus en "Narrativas culturales y motivo terapéutico: la contención política de los veteranos de Vietnam". En Mumby, D. (comp.) Narrativa y control social. Perspectivas críticas, Amorrortu, Buenos Aires, 1997, 107-131.

[10] González Camaño, O., "¡Han matado a Kennedy! ¡Hijos de puta! El contexto histórico". En Crisóstomo, R; Ros, E.: Mad Men o la frágil belleza de los sueños en Madison Avenue, Errata Nature, España, 2015, 84-85.

[11] Una primera aproximación al tema fue presentada en el marco del trabajo del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL) que dedicó el Anuario 2013, Vassallo de Lopes, Ma. Immacolata; Orozco, Guillermo (coord.) Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos, Ed Sulina, Porto Alegre, 2013.

[12] *Pablo Escobar el patrón del mal*. Producción: Caracol Televisión. Dirección: Carlos Moreno. Guionistas: Juan Camilo Ferrand. Elenco: Andrés Parra-Angie Cepeda- Nicolás Montero- Cecilia Navia- Aldemar Correa- Germán Quintero- Helena Mallarino- Christian Tappan- Alejandro Martinez-Ernesto Benjumea- Carlos Mariño- Marcela Gallego- Juancho Arango- Diana Hoyos- Vicky Hernández- Diana Neira. En Uruguay fue emitida en 2012 por Montecarlo. Alcanzó un *rating* de 7,1 y un *share* de 12.

[13] Guiddens, A. Modernidad e identidad del yo, Ed. Península, Barcelona, 1997.

[14] La canción es *La última bala* de Yuri Buenaventura.

[15] *Cuéntame*, serie de Televisión Española. Creada por Miguel Ángel Bernardeu. Producción: Grupo Ganga. Elenco: Imanol Arias, Ana Duato, María Galiana, Juan Echanove. Emitida por TNU en 2012 llega a medir: *rating*: 1,9%. *share*: 3%.

[16] *Graduados*, Producción: Underground Contenidos y Endemol. Dirección: Miguel Colom-Pablo Ambrosini- Javier Pérez. Guionistas: Ernesto Korovsky- Silvina Frejdkes- Alejandro Quesada. Elenco: Nancy Dupláa- Daniel Hendler- Luciano Cáceres-Julieta Ortega- Isabel Macedo. Emitida por Montecarlo. *Rating*: 11,1%. *Share*: 17%.

[17] Ferry, Jean-Marc, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona 1998.

[18] Ídem, pág. 20.

[19] Arendt, H. (1994, 323) citada por Silverstone, R. La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios., Amorrortu, Buenos Aires, 2010, 77.

[20] Silverstone, R., La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios, Amorrortu, Buenos Aires, 2007, 78.

Para citar este artículo:

Sánchez, V. Rosario (2016). La ficción televisiva como recurso para el debate del pasado. *Revista Luciérnaga / Comunicación*, Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 38-47.

Link: <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

TALK SHOW.

Otro argumento para pensar la sociedad



Leonardo Xavier Brito Alvarado *
Susana Paola Capito Álvarez **

Recibido: Agosto 30, 2016 - Aceptado: Septiembre 20, 2016

RESUMEN: El artículo hace referencia a la estrategia melodramática, las conversaciones y a la función que cumplen los invitados, el presentador y el público asistente a los *talk shows*. A partir de lecturas comunicacionales, antropológicas y sociológicas se pretende comprender estos programas más allá del anclaje del sin sentido comunicacional en los que se ha ubicado.

El estudio del *talk show* debe ampliarse hacia una ética mediática. Desde lo comunicacional, siempre habrá algo nuevo para contar sobre éste, su

discurso es renovador, en el sentido antropológico por el enfrentamiento entre la cultura “élite” y “popular”; sociológicos por las disputas e imposición por los gustos. Problematizarles obliga a no verles como simples programas de espectáculo sobre la visibilización de la intimidad sino como argumentos para pensar a las sociedades.

Palabras clave: *talk show*, intimidad, melodrama, entretenimiento, visibilidad

* *Máster en Antropología, FLACSO, sede Ecuador. Máster en Comunicación Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central del Ecuador. Profesor titular de la Carrera de Comunicación Social, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Email: lx.brito@uta.edu.ec*

** *Magister en Educación, Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador Quito. Licenciada en Educación Parvularia, Universidad Politécnica Salesiana. Maestra de Educación Inicial. Email: paocapito@gmail.com*

TALK SHOW. Another argument for thinking it society

SUMMARY: The article refers to the melodramatic, talks strategy and the role of the guests, the presenter and the audience to the *talk shows*. Starting from readings communicational, anthropological and sociological, is intended to understand these programs more beyond of the anchor of the without sense communication in which is has located.

The study of the talk show needs to expand into a media ethics. From communication, there will

always be something new to tell about it, his speech is refreshing, in the anthropological sense by the conflict between the “elite” and “popular”; sociological disputes and imposition by the likes. Problematizarles forces do not see them as simple programs show about the visibility of privacy, but as arguments to think societies.

Key words: *talk show*, melodrama, intimacy, visibility, entertainment.

TALK SHOWS. Outro argumento para pensar a sociedade

RESUMO: O artigo faz referência à estratégia melodramática, as conversações e a função que os convidados cumprem, o apresentador e o público participante no *Talk Shows*. A partir de leituras comunicacionais, antropológicas e sociológicas, pretende-se entender estes programas além do ancoradouro do sem sentido em que ficou situado.

O estudo do *Talk Shows* deveria ser aumentado para uma ética mediática. Desde o comunicacional, sempre haverá algo novo que contar sobre ele, a

sua palestra é renovadora, no senso antropológico para a confrontação entre a cultura “élite” e “popular”; sociológicos pelas disputas e imposição pelos gostos. Problematizar-lhes força a não os ver como programas de espetáculos simples na visibilidade da intimidade, senão como argumentos para pensar às sociedades.

Palavras chaves: *talk show*, intimidade, melodrama, entretenimento, visibilidade.

Introducción

Los productos mediáticos son algunos de los fenómenos que caracteriza al mundo contemporáneo. En estos la exposición de la intimidad se ha convertido en mercadería. Para John B. Thompson:

El desarrollo de los nuevos medios de comunicación ha dado lugar a un nuevo tipo de publicidad independiente del espacio que permite una forma de presentación personal muy íntima y liberada de las constricciones impuestas por la copresencia o comparecencia, estas son las condiciones que facilitan el auge de lo que podríamos llamar "la sociedad de la autorrevelación" (2001: 66).

La vida íntima está asociada a la idea propuesta por Anthony Giddens (2000), de una promesa de la democracia para que los sujetos puedan salir en los medios de comunicación y ser considerados como parte de una sociedad. La amplia variedad de productos mediáticos como "los libros de autoayuda, los talleres, los *talk shows* televisivos, los programas de radio con llamadas de los oyentes, las películas, las series de televisión, las novelas y las revistas han sido plataformas culturales esenciales para la difusión de la intimidad" (Illouz, 2008:18). La espectacularidad constituye la forma de narración imperante.

El *talk show* es una manera de dar fin a la intimidad por medio de conversaciones donde los participantes cuentan su vida (dramas) para un público deseoso de contemplar las tragedias ajenas. De ahí, que se caractericen como programas insertos dentro de la cultura "*mainstream*" como lo ha denunciado Martel (2012), destinados a la grandes masas de televidentes, dado que se centran en los tópicos de la cotidianidad, con un tratamiento mediático (televisivo) sensacionalista.

[...] los límites entre lo privado y lo público se difuminan fácilmente, ya que vivimos en un mundo en constante cambio, caracterizado por la falta de ideologías sólidas y por una revalorización de la cultura cotidiana. A ello contribuye en gran medida la exposición pública del ámbito privado generalmente en forma de espectáculo televisivo, especialmente a través de los «talk shows» y la «crónica rosa», géneros caracterizados por la trasgresión de los delicados límites entre los espacios privados, convencionales y morales.

La mercantilización de la intimidad no es algo exclusivo de los *talk shows*, desde inicios del siglo XX las industrias culturales la han abordado como un espacio económico antes que personal, para ello han construido una serie de narrativas, siguiendo a Illouz (2007), estas son: novelas y películas que se familiarizan como algo público. Han creado un nuevo código visual proveniente en su mayoría de la publicidad que introduce a la intimidad como un espectáculo, un código musical para crear un ambiente cercano con los otros; y un código lingüístico (prescriptivo) lejano y cercano a la vez.

Para Reguillo (2007), los *talk shows* son espacios mediatizados que explotan una negatividad social (modelos inadecuados) de la moral.



La intimidad "[...]" no es un mero tema de la cultura contemporánea, sino que constituye un campo cultural en sí mismo, económicamente autónomo y con sus propios héroes, géneros, teorías y objetos" (Illouz, 2009:33). El *talk show* es una especie de espejo referencial donde se puede mirar y reconocer la gente como parte de un colectivo social y a la vez distanciarse de esto. La intimidad en este tipo de programas evoca a lo que Sigmund Freud denominó como 'escopofílico', es decir, "describir la pulsión erótica de la mirada del cuerpo del otro [...]" (Andacht, 2003: 13)

Los *talk shows* provocan una hiper visibilización que Gerad Imbert ha denominado como una "pornografía del sentir", categoría utilizada para describir el tratamiento mediático sobre las formas del sentir contemporáneo, una negativa como dolor, muerte y otra positiva como el amor, etc. Estos tipos del sentir evocan una violencia simbólica representada por la visibilización de la intimidad. Por tanto, "funcionan como espejo deformante de lo social, traduce una tendencia a la exageración, la extravagancia, el detalle insólito, la manifestación aberrante [...]" expresa una fascinación por el desorden" (Escudero, 2005:16).

Siguiendo a Perniola (2003), la hipervisibilización de

la intimidad se percibe como algo ya sentido, algo propio, una especie de espejo en el que se miran los sujetos, que da cabida a la espectacularidad sensitiva, convirtiendo al *talk show* como un doble sentir, de las emociones psicológicas y las representaciones culturales. Para Illouz (2003), el éxito de los *talk shows* radica en que han ocupado el espacio político gracias a las crisis de la moralidad, las creencias y los sistemas de valores personales que dominan las esferas públicas y las privadas de la vida.



1. La estrategia melodramática del *talk show*

La pregunta que circula sobre los *talk shows* es ¿Constituyen una realidad dramática o una mentira basada en la espectacularidad? Estos programas conducen a una rutina televisiva en el sentido de programación, pero espectacular al momento de contar las historias de las personas, cada vez más bizarras, inverosímiles que seducen al televidente con historias cercanas y destinadas a entretener

La producción de los *talk shows* pueden ser rastreados en los discursos melodramáticos que han servido para recrear unas narrativas y estéticas desde lo popular que se moldean en función de los requerimientos de la producción mediática. Por ello ganan espacio en la representatividad social, el exceso y derroche son dos características del melodrama constituyendo una oposición a las estéticas “limpias, educadas y refinadas” de la clase burguesa. “Juzgado como degradante por cualquier espíritu cultivado, ese exceso contiene, sin embargo, una victoria contra la represión, contra una determinada “economía” del orden, del ahorro y la retención” (Martín-Barbero, 1993: 127).

Para Carlos Monsiváis (2000), el melodrama ha tenido una fuerte influencia dentro de las industrias culturales latinoamericanas que ha permitido construir: a) un televidente pasivo, b) el conservadurismo como la moral a seguir, c) los

gustos culturales de las élites nacionales como elementos a resaltar, d) la ciudad convertida en sinónimo de modernidad, e) la sumisión del tiempo libre a la televisión, f) el discurso melodramático como la nueva esfera pública, g) gracias a estos programas la globalización mediática se instaló en los hogares latinoamericanos.

Jesús Martín-Barbero (1997), describe que el melodrama en América Latina ayudó a que las masas se integren como parte de una sociedad mediante una “sintaxis audio-visual” que solo se pudo consolidar dentro de los espacios mediáticos como la radionovela, telenovela, novelas, los *reality shows*, los *talk shows*, entre otros; que se convierten en espacios mediáticos con alto poder narrativo y económico.



El melodrama, especialmente, en América Latina ha pretendido enfocarse en la búsqueda de una heterogeneidad narrativa que desborda el concepto de la modernidad europea por una local, permitiendo identificar las particularidades culturales de la región.

Este concepto iba ser celebrado por un creciente número de críticos como liberación del concepto de sus amarras impuestas por los administradores del “buen gusto”. Desde entonces, la noción del melodrama ha vivido una serie de reconsideraciones que han abarcado, en los ámbitos de la academia occidental, los estudios de cine y más tarde de televisión, los estudios feministas, una parte de los estudios de la literatura y las artes dramáticas. (Herlinghaus, 2002: 24).

En este contexto, las imágenes, escrituras y miradas del *talk show* son asumidas desde un sentido melodramático de la cotidianidad, es decir, “se ofrece por excelencia para repensar lo popular dentro de los conflictos de la modernidad” (Herlinghaus, 2002: 42). El melodrama se convierte en discurso político y social que ha sido fuente en la construcción de una matriz simbólica-social de reconocimiento del pueblo como sujetos de derechos y parte de una colectividad. Como lo señala Michaela Ott:

Es evidente que el melodrama tiene que luchar con una doble problemática de aceptación. Por un lado, presenta figuras que luchan por el reconocimiento de su valor propio; por otro lado, articula una forma de expresión que busca reconocimiento a nivel del discurso teórico (2002:248).

Como valor cultural no es una mera representación social, sino que es una forma de expresión de todo el sistema social, que permite el encuentro entre “lo tradicional”, “lo local” y “lo global”. De ahí que, el melodrama televisivo es aquel programa que es transmitido en episodios diarios o semanales, donde la puesta en escena de discursos dramáticos funciona para la seducción de las audiencias. A partir de estos presupuestos se puede argumentar que “dentro de la complejidad de unos procesos comunicativos, el melodrama funciona como producto de una concepción sentimental del mundo [...]” (Colón, 2002: 143).



Para Francesco Casetti y Roger Odín, citados por Colón (2002:147), el *talk show* no pretende transmitir conocimientos, ni saberes, su función es dar vía libre a las discusiones y confrontaciones cotidianas, un parloteo sobre la vida.

Estas producciones han tomado por asalto la intimidad de los sujetos convirtiéndola en un producto destinado a la recreación del público; la televisión ha visto a la intimidad como el recurso para el espectáculo masivo al convertirse en un espacio sociocultural, narrativo y estético, definiendo un sentido de proximidad social.

Estos han sido uno de los puentes para crear escenarios mediáticos de cercanía con la gente, haciéndola sentir parte de una sociedad cada vez más individualista y voyerista, este último concepto busca satisfacer la libido no por medio de la observación genital o imágenes pornográficas, sino por las historias de la intimidad. Estas pueden

ser encasillas como la confesión por parte de los participantes ante una autoridad, en tal sentido, “al lado de los rituales consistentes en pasar por pruebas, al lado de las garantías dadas por la autoridad de la tradición, al lado de los testimonios, [...] la confesión se convirtió, en Occidente, en una de las técnicas más altamente valoradas para producir lo verdadero” (Foucault, 2006:35).

Los *talk shows* se construyen bajo una narrativa melodramática donde la relación se establece entre la promoción y autoventa de los participantes, y un público dispuesto a escuchar y deleitarse con los dramas. El mercado televisivo ha encontrado en estos programas un efectivo gancho para ganar audiencias ofreciendo entre otras cosas: goces, tensiones, inquietudes, emociones y alegrías. Estos programas son destinados a entretener y no educar; sin embargo, también implican una mirada política, económica e incluso ética de la sociedad, un modo de autorreconocimiento social.

El éxito radica, como lo explica Rossana Reguillo (2007), en que pone en escena los diversos conflictos de una modernidad periférica, ocultada por las “historias oficiales”, de aquellos que han sido olvidados por las elites locales. En estos se puede describir desde una lógica de entretenimiento, una forma de vida, un objetivo en sí mismo que se desplaza y se inserta en la cotidianidad, creando una esfera de la representación de la realidad. Como lo menciona Rosario Lacalle (2000), el *talk show* ha podido asumir un discurso propio que lo diferencian de otros programas como los de *glamour* que se enfocan en la prensa rosa (vida de famosos), la vida de los actores políticos (noticias) o los programas para soñar (concursos), esto ha permitido dar cabida a la gente común, a la de la calle que representan, en cierta medida, los rostros la violencia, de felicidad, de la solidaridad y del esfuerzo por vivir. Esto ha convertido a los *talk shows* como los herederos del espectáculo del sollozo (*sob show*) de la televisión estadounidense de los años sesenta.

Estos programas en cierta medida son una máquina de producir espectáculos, crean narrativas de seducción, conformidad, afectos, que funcionan como la gran promesa mediática, “llevarnos fuera de nuestros problemas diarios, de escapar de la miserias de la vida” (Gabler, 1998: 45). Es por eso que son:

Un complejo y sutil juego de intercambios y retiradas, de aperturas y cierres, de silencios y explicitaciones, y se presentan como una combinatoria (de variables múltiples), de 'comunicaciones' cualitativamente heterogéneas, diversamente estratificadas y mutuamente compensatorias. (De Certeau, 1995:140).

Para Rossana Reguillo (2002), los *talk shows* en América Latina constituyen una garantía y un espacio fértil para experimentar las hablas populares dentro de las tecnologías audiovisuales. Beatriz Sarlo (2014), los describe como la novela semanal que conecta al pueblo en historias en que la autorepresentación se hace evidente,

" en la actualidad, hasta los programas de discusión política más reflexivos llevan público, reciben llamados telefónicos y sientan a la mesa a no expertos precisamente en su calidad de no expertos" (Sarlo, 2014:81-82).

La conceptualización del *talk show* se encuadra en una serie de emisiones dentro de una conversación/discusión que giran sobre problemas particulares de la cotidianidad, especialmente de la familia, y el abordaje utilizado se basa en una espectacularización de las acciones de los sujetos involucrados, los actos testimoniales y la multiplicidad de voces (presentador, público y especialistas). Para Imbert estos son programas destinados, en su mayoría, para las mujeres ubicándolas en el centro de la narrativa melodramática y del consumo mediático; este formato televisivo saca a relucir situaciones familiares cercanas al entramado doméstico de la mujer.

Estos programas constituyen espacios en que se consagra la infelicidad de la sociedad, un lugar reservado a temas tabús: sexuales, maltratos, fetichismos; las víctimas, en su mayoría, de los casos son mujeres, homosexuales, incluso niños. También es un espacio simbólico de mediatización para que los grupos vulnerables hablen de sus desdichas. Vida privada en público, comunicación basada en la conversación, morbo en la mirada masiva. Los participantes son invitados cada día a lavar sus culpas y neurosis en público para aprender enseñanzas de su experiencia, siguiendo la lógica narrativa del formato llamado talk show o conversación pública a partir de la vida privada (Rincón, 1998: 26).

Para Monsiváis, los *talk shows* representan el marco teórico para un reconocimiento identitario latinoamericano que forman unas matrices estético/expresivas que usan los medios de comunicación como plataforma de consolidación cultural.

El talk show se convierte en la continuidad de la matriz estética del melodrama. Algunos títulos de los programas más 'polémicos' que han circulado por América Latina, tal vez ayuden a ilustrar esta afirmación: 'mi esposo me engañó con la criada'; 'atrapado entre dos amores'; 'necesito un órgano para vivir'; 'soy borracho, parrandero y jugador'; [...] Cada uno de estos títulos -indicativos- instaura el conflicto básico que se abordará, es promesa de drama y no está alejados ni de los títulos ni de las tramas del melodrama cinematográfico en su época de oro (Reguillo, 2002:36).

Son una forma de contar la vida que se desplaza de la pantalla y se inserta en la cotidianidad del hogar, creando una serie de representaciones de la realidad. "El mundo del show y su emocionalidad actuada se ha multiplicado y ha llegado a donde jamás se creyó: la política, la religión [...] la vida se ha convertido en una actuación, una performance [...]" (Rincón, 2009: 58). Para Illouz (2003), estos programas funcionan como una clínica de manipulación de la condición de la miseria humana que se convierte en objeto mercantil mediático y, por tanto, la intimidad es vendida a una audiencia deseosa del morbo. Este tipo de programas evoca conceptos de vigilancia y control social que constituyen narrativas televisivas contemporáneas destinadas a satisfacer el "apetito" lúdico-recreativo y voyerista de los espectadores.



Para Jane Shattuc, retomada por Lacalle (2000), más allá de los consumos culturales y la ética social, los *talk shows* representan un importante aporte económico para los canales de televisión, que dio paso a una competencia en la producción y distribución gracias al bajo coste de realización de estos programas. Imbert les ha caracterizado de la siguiente manera:

- a) *Suele ser casi siempre de cuestiones sociales (mujeres maltratadas) o personales (mi marido me abandonó) [...].*
- b) *Se requiere la participación del público y/o el espectador (mediante su presencia en el estudio o por teléfono).*
- c) *Se estructura en torno a la "autoridad moral" de un conductor [...].*
- d) *Su audiencia es mayoritariamente femenina [...].*
- e) *Se emiten en franjas diurnas (mañana o tarde) (Imbert, 2003: 123).*

En este sentido, y siguiendo a Guy Debord (2008), los talk shows son una acumulación de espectáculos imperando una lógica representacional de los sujetos y objetos (dramas).

2. De actores, conversaciones y otras cosas

Siguiendo la argumentación de July Chaneton (1998), los *talk shows* son una conversación audiovisual donde la circulación de relatos apasionados y violentos, se mezclan con juicios morales y consejos prácticos, confluyendo en un libreto, la exposición de la intimidad. Para conseguir este fin es necesario la presencia de tres personajes: conductora, por lo general mujer, encargada de llevar la dirección del programa poniendo sus reglas y personalidad mediática. Para Monsiváis (2002:122), ellas eligen los temas, aportan un sentido dramático y excesivo de las biografías de los participantes, su personalidad se impone ante todo, se apropia del programa.

Los presentadores o conductores de programas son un factor clave toda vez que, en ocasiones, su carisma, personalidad, "halo" o simplemente la simpatía de que gozan por parte de la audiencia hace que el programa suponga un éxito para la cadena. Estos profesionales (a veces actores, cantantes o simplemente personajes famosos) se han convertido en un valor añadido al programa (que incluso a veces proporciona el nombre a este (Cáceres, 1998: 280).

La **función del presentador** está determinada por ser la "voz autorizada" lleva para sí los primeros planos de su rostro conduciendo a efectos de espectacularización los que para González (1998) constituyen una "escena no clausurada, (no) cerrada por límites precisos, sino abierta y constantemente móvil". Con el efecto de la ilustración se pretende que el presentador se convierta en una guía, un modelo a seguir por parte de los involucrados, dictaminando formas de comportarse en la sociedad. Este tipo de personajes se convierten en una especie de terapeutas. Para Illuz (2007), el uso de narrativas psicológicas ayudan al abordaje de supuestas soluciones en el ámbito familiar, laboral, y así poder reingresarlos a una "normalidad" social, bajo la idea de una ideología del "lenguaje", la terapia se enfoca en la productividad, de ahí la necesidad de reingresar a las personas a un entorno "normal".



Los invitados juegan el segundo rol: se trata de hombres y mujeres, generalmente provenientes de clases económicas pobres que están frente a un espectáculo caracterizado por la conversación y la entrevista tipo policial. De acuerdo a Rincón (2003), los *talk shows* funcionan como un sistema psiquiátrico colectivo; donde el sentido del habla cercana al público es clave para su éxito comunicativo, que representan los deseos de la gente de la calle por salir en la televisión. Ellos actúan en busca de un reconocimiento social negado por el Estado, en la mayoría de los casos son los ausentes del diálogo político. En estos programas los invitados deslumbran sus virtudes, ejemplos de vida o reproches por su comportamiento, ellos

"[...] quieren que simpaticemos y nos identifiquemos con los héroes y las heroínas virtuosos/as, llenos/as de buenas intenciones y de gran generosidad, y quienes han tenido que enfrentar múltiples oprobios" (Colón, 2002:148).

Para Gonzalo Abril (1995), los participantes poseen un vínculo emocional con los espectadores “él podría ser yo, yo podría ser él, todos somos cualquiera”. La dramatización y la construcción de las historias son importantes para el desarrollo del programa y el “enfoque dramático”, como lo plantea Goffman (2010), se pone en juego momentos para permitir la continuidad del show. Elaboran una construcción melodramática que se centran en diversos lenguajes del yo. Paula Sibilia (2008), describe esta relación como una especie de promoción y autoventa de los participantes.

Los participantes crean personalidades para ser dirigidas, que necesitan la aprobación del público para convertirse en una especie de celebridades, ovacionadas o repudiadas por las audiencias. Los espacios autobiográficos, señalados por Leonor Arfuch (2007), tendrían poco interés, sino tienen un nivel de empatía (simpatía y antipatía) con los espectadores, presentadores, público asistente y telespectadores, es importante para los personajes poseer determinadas características que pueden ser reconocibles de manera fácil por el público (madres solteras, infieles, pobres, hijos abandonados, entre otros), dado que en la cultura contemporánea la exaltación de lo vivencial ajena es asumida como una experiencia propia que funciona como una recuperación no solo de la mirada, sino en la construcción del sujeto social.

Lo vivencial debe ser trasparenteado, no solo como una forma de entretenimiento, sino como una manera de sentirse parte de una sociedad. “Así, confesiones, autobiografías, memorias, diarios íntimos, correspondencias, trazarían, más allá de su valor literario intrínseco, un espacio de autorreflexión decisivo para el afianzamiento del individualismo como uno de los rasgos típicos de Occidente” (Arfuch, 2002: 33-34). En este espacio el sujeto se narra, el uso de la primera persona desempeña el centro del lenguaje de referencia que sirve para la presentación al público. Los sujetos no se atañen a una sola autobiografía, sino diversas (padre, esposo, amante, hijo, trabajador, etc.), dada la necesidad de mostrarse multifacético y de sorprender en el escenario.

Lo vivido es siempre vivido por uno mismo, y forma parte de su significado el que pertenezca a la unidad de este ‘uno mismo’. La reflexión autobiográfica o biográfica en la que se determina su contenido significativo queda fundida en el conjunto del movimiento total al que acompaña sin interrupción (Arfuch 2002, 35).

Estas autobiografías son maximizadas por un juego de cámaras, y por la utilización de planos que muestran rostros de dramatismo de los participantes con lo cual se busca construir una serie de percepciones sobre ellos para dar una impresión de verdad en sus relatos. La capacidad de interpretar el melodrama depende de los participantes, sus dotes actorales para hacer una presentación más cercana a la de un artista profesional, poniendo en juego, en ese momento, la continuidad de la presentación.

Los actores, de hecho, no tienen tiempo casi de estudiar los libretos; en la práctica les es imposible ensayar. Los actores más populares comienzan a interpretar un nuevo teleteatro, tan pronto como el anterior termina (Verón, 1993: 39).

El último rol lo constituyen el público que se divide en dos: los que asisten al set de televisión y los televidentes. Estos tipos de personajes tienen derecho a opinar e interrogar a los participantes y, como público receptor se identifican con el programa por el alto valor emocional que produce sus contenidos éticos y morales que, además, evocan un sentido de cercanía y familiaridad gracias a las historias y experiencias narradas. Siguiendo la línea de Goffman, el público en los *talk shows* actúa como investigadores que buscan saber la vida de los participantes.

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su status socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. (Goffman, 2010:3).

En cuanto a los temas de conversación Lacalle (2000), argumenta que los *talk shows* constituyen el ejemplo de la hibridez televisiva que ha ido poco a poco siendo parte de otros géneros televisivos, donde el amor y violencia son matrices discursivas. En este se conjuga una estructura de la conversación basándose en un debate de la vida privada que se desnuda frente al público y constituye uno de los formatos principales de la “neotelevisión”, programas “concentrados televisivos”.

Para Sarlo (2014), el *talk show* permite articular características de la neotelevisión: ideario de que ésta puede solucionar los problemas que no han resuelto las instituciones públicas, la creación de un imaginario igualitario entre todos los que acuden, la sensación de registro directo. Claudia Laudano (1999), citando a Livingstone y Lunt, señala que estos escenarios se constituyen en espacios de mediación para intereses públicos vinculados de manera prioritaria a situaciones de crisis y carencias de los sujetos; espacios para ampliar el debate sobre las diversas problemáticas e iniquidades sociales, representan la dicotomía entre la visibilización de la miseria de la sociedad mezclada con un discurso moral, proporcionando una nueva oportunidad para aquellos que han cometido alguna falta. Para Illouz (2003), si bien representaría una explotación de la desgracia de una persona también la convierte en fuerte y triunfadora. En un contexto latinoamericano para Nora Mazzoti (2006), estos programas se presentan como una marca identitaria de lo latino, dado a que los problemas presentados evocan una generalidad regional, no existe una marca distintiva.

CONCLUSIONES

El estudio del *talk show* debe ampliarse hacia una ética mediática. Desde lo comunicacional, siempre habrá algo nuevo para contar sobre éste, su discurso es renovador, en el sentido antropológico por el enfrentamiento entre la cultura “élite” y “popular”; sociológicos por las disputas e imposición por los gustos. Problematicarles obliga a no verles como simples programas de espectáculo sobre la visibilización de la intimidad, sino como argumentos para pensar a las sociedades.

Las narrativas expuestas por los *talks shows* se enfocan en una dicotomía de emociones contradictorias, amar y odiar, mucho o poco ; ser débil o fuerte en una relación amorosa o familiar. Estos programas colocan a los sujetos y sus historias como productos de consumo mediático, sin embargo, en la narrativa buscan ayudar a sus problemas, es como si acudieran a una terapia psicológica colectiva.

El fundamento de la lógica narrativa de estos programas lo constituye mirada judeo-cristiana, los sujetos acuden a ventilar sus pecados ante una conductora y el público, en busca de ser perdonados por sus acciones; la recompensa el perdón. El performance actoral es clave para llegar a las audiencias, cada sujeto que interviene en el programa posee un rol específico: el bueno y el malo.

Las historias contadas son una construcción biográfica colectiva, se develan algunas características de las sociedades: violencia de género, machismo, infidelidad, abuso sexual, entre otras. Este tipo de programas puede estar circunscrito en la categoría propuesta por Erving Goffman de la dramaturgia, evidenciando que los individuos construyen una serie de actuaciones denominadas “performance” una teatralidad de su cotidianidad.

El vínculo entre esta categoría y los *talk shows* se da por: a) La definición de la situación, b) Elección de un escenario, c) audiencia y d) la representación. Estos aspectos son algunos de los identificatorios de los talk shows, que lo ubican para pensarlo como una interpretación de la sociedad. Es una historia con inicio, pero que carece de fin.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, G. (1995). *La televisión hiperrealista* en Cuadernos de Información y Comunicación. No 1. Madrid. Universidad Complutense. Pp. 93- 101.

Aierbe, A. Medrano, C, Martínez, J. *La privacidad en programas televisivos: percepción de los adolescentes*. Revista Comunicar, vol. XVIII, núm. 35, 2010, pp. 95-103. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15815042012>. Fecha de consulta: 18:08:2016.

Andacht, F. (2003). *El reality show: una perspectiva analítica de la televisión*. Bogotá. Editorial Norma.

Arfuch, L. (2002). “El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea”. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Cáceres, M. *La crónica rosa* en “Televisión o el espectáculo de la intimidad”. En Revistas de la Universidad Complutense: 24, 45-58. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0000110277A/7390>

Fecha de consulta: 18:08:2016.

Chaneton, J. (2000). *La vida ajena. Servicio, melodrama e intereses de género*, “En los talk shows”. Debate Feminista. México.

Certeau, De, M. (1996). “La invención de lo cotidiano, 1 Artes de hacer”. Universidad Iberoamericana. México.

Colón, E. *Neotelivisión y melodrama. Las narrativas testimoniales*. En H. Herlinghaus. En "Narraciones anacrónicas de la modernidad melodrama e intermedialidad en América Latina" (págs. 141-157). Cuarto Propio. Santiago de Chile, 2002.

Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. La Marca Editora. Buenos Aires.

Escudero, L. (2005). *Los formatos de la televisión*. Gedisa. Barcelona.

Foucault, M. (2006). *Historia de la sexualidad 1: La voluntad del saber*. Siglo XXI, Buenos Aires.

García, L. (2009). *Un análisis sociológico del reality show Gran Hermano 4 (Argentina)*. En Revista LIS, Literatura, imagen y sonido. Año 2 # 4. Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires. UBA.

Gabler, N. (2000). *Life the Movie*. Vintage Books. New York.

Giddens, A. (2000). "La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo, en las sociedades modernas". Cátedra. Madrid.

Goffman, E. (2009). "La presentación de la persona en la vida cotidiana". Amorrortu editores. Buenos Aires.

Gubern, R. (2000). "El Eros Electrónico". Taurus. Madrid.

Herlinghaus, H. (2002). «La imaginación melodramática. Rasgos intermediales y heterogéneos.» En *Narraciones anacrónicas de la modernidad*, de Hermann Herlinghaus, (págs. 21-60). Cuarto Propio. Santiago 2002.

Illouz, E. (2010). "La salvación del alma moderna". Katz Editores. Buenos Aires.

Illouz, E. (2003). *Oprah Winfrey and the Glamour of Misery: An Essay on Popular Culture*. Columbia University Press. Nueva York.

Imbert, G. (2009). "El zoo visual". Gedisa. Barcelona.

Imbert, G. (2005) "La dilución de las fronteras: hacia una televisión sin fronteras". Gedisa. Barcelona,

Imbert, G. (1999). *La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos*. Madrid: "Textos de las I Jornadas sobre Televisión". Madrid. Universidad Complutense.

Lacalle, R. (2000). "Mitologías cotidianas y pequeños rituales televisivos". *Los talk Shows: Revista Análisi* 24. Barcelona. Págs. 79-82.

Laudano, C. (1999). *Entre lo público y lo privado: la formulación de sus límites en el formato televisivo del talk show. Exhibición e invisibilidad de la violencia de género*. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/1484/1/TFLACSO-1999CNL.pdf>

Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream*. Punto de Lectura. Madrid.

Martín-Babero, J. (2003). "De los medios a las mediaciones". *Convenio Andrés Bello*. Bogotá.

Martín-Babero, J. (1998). "Modernidades y destiempos latinoamericanos". *Nómadas* 7-19, Págs. 18-34.

Mazziotti, N. (2006), *El show de Cristina y la construcción de lo latino*. En G. Sunkel. *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, (págs. 461-478). Bogotá. Convenio Andrés Bello.

Monsiváis, C. (2000). "Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina". Anagrama Editorial. Barcelona.

Monsiváis, C. (2002). *El melodrama: "No te vayas, mi amor, que es inmoral llorar a solas"*. En H. Herlinghaus, En "Narraciones anacrónicas de la modernidad melodrama e intermedialidad en América Latina" (págs. 105-123). Santiago de Chile: Cuarto Propio.

Monsiváis, C. "Lo entretenido y lo aburrido. La televisión y las tablas del rey". En *Revista Universitaria*. Recuperado de: http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/ojs_rum/files/journals/1/articles/13822/public/13822-19220-1-PB.pdf

Ott, M. "El discurso melodramático. Entre cristianismos, psicoanálisis y cine". En H. Herlinghaus, En *Narraciones anacrónicas de la modernidad melodrama e intermedialidad en América Latina* (págs. 245-281). Santiago de Chile: Cuarto Propio, 2002.

Perniola, M. (2012). *La sociedad de los simulacros*. Amorrortu editores. Buenos Aires.

Reguillo, R. (2007). *Formas del saber. Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal*. En A. Grimson "Cultura y neoliberalismo" (págs. 91-110). CLACSO. Buenos Aires, 2007.

Reguillo, R. (2002). Épica contra melodrama. Relatos de Santos y Demonios en el «anacronismo» latinomaericano. En H. Herlinghaus, "Narraciones anacrónicas de la modernidad melodrama e intermedialidad en América Latina" (págs. 79-104). Cuarto Propio. Santiago de Chile, 2002.

Rincón, O. (2009). "Culturas mediáticas". Gedisa. Barcelona

Rincón, O. (2003). "Realitis. La narrativa total de la televisión". Revista Signo y Pensamiento. Págs.22-36. Bogotá.

Sarlo, B. (2014). "Escenas de la vida posmoderna, Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina". Siglo XXI, Buenos Aires.

Sibila, P. (2008) "La intimidad como espectáculo". Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Thompson, J. (2001). "El escándalo político: Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación". Paidós. Barcelona.

Verón, E. (1993). «Relato televisivo e imaginario social.» En N. Mazziotti. Tierra Baldía Buenos Aires.

Para citar este artículo:

Brito, A. Leonardo y Capito, A. Susana. (2016). Talk Show. Otro argumento para pensar la sociedad. *Revista Luciérnaga/ Comunicación*, Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 48-58.

Link: <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

PARTICULARIDADES DEL HÉROE MÍTICO Y EL CINEMATOGRAFÍCO



Carlos Mario Berrío Meneses *

Recibido: Agosto 30, 2016 - Aceptado: Septiembre 20, 2016

RESUMEN: En el artículo se presentan las características de los héroes clásicos y los posclásicos. Se señala que en estos últimos se evidencia un tipo de “héroe” ligado a lo sombrío y lo siniestro a diferencia de los primeros que simbolizaban la templanza, la fuerza y el sacrificio.

El texto hace parte de las indagaciones que acerca del heroísmo y la propaganda, realiza el autor en su tesis doctoral.

Palabras clave: Héroe; relato; cine; mito; audiovisual.

** Magíster en estudios políticos, estudiante del doctorado en Comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas de la Universidad Complutense de Madrid. Docente investigador de la Universidad de Medellín. Email: caberrio@udem.edu.co*

SPECIAL OF THE MYTHICAL HERO AND THE CINEMATOGRAPHIC

SUMMARY: In the article the characteristics of the classic heroes and the postclassic ones are presented. It is pointed out that in the latter there is evidence of a type of “hero” linked to the dark and the sinister, unlike the former who symbolized temperance, strength and sacrifice.

The text is part of the inquiries about heroism and propaganda, made by the author in his doctoral thesis.

Keywords: Hero; story; cinema; myth; audiovisual

AS CARACTERÍSTICAS DO HERÓI MÍTICO E CINEMA

RESUMO: No artigo se apresentam as características dos heróis clássicos e os posclássicos. Se refere que nestes últimos se apresenta un tipo de “herói” ligado à coisa sombria e a coisa sinistra ao contrário do primeiros que simbolizam a temperança, a força e o sacrifício. O texto faz parte das investigações que sobre o heroísmo e a propaganda, o autor faz em sua tese de doutorado.

Palavras chaves: Herói; relato; cinema; mito; audiovisual.

Introducción

Diversos autores han considerado al héroe como la personalización de los valores de una sociedad. En su habilidad para enfrentarse al destino, a las adversidades y a los dioses, radica su importancia y la posibilidad misma de utilizar esta figura en la cinematografía e incluso en la propaganda. Así, el héroe se ha utilizado como un recurso discursivo desde tiempos inmemoriales, con el objetivo de movilizar a los hombres hacia determinadas causas que exigen de ellos enormes sacrificios.

El héroe es un ser que habita en los relatos simbólicos. Su capacidad de enfrentarse a las adversidades con el objetivo de cumplir con la tarea donada por un destinador, lo convierte en un personaje idóneo para ser utilizado en las historias cinematográficas. A pesar de la abundante literatura centrada en héroes y villanos, no está del todo claro cuáles son las características concretas y específicas de lo que hace un acto heroico o de lo que convierte a un personaje en héroe. Pareciera que el sacrificio es el elemento primordial, pero sostenemos que existe algo mucho más allá de ello, en tanto el sacrificio también puede ser motivado por intereses egoístas.

En este artículo se presenta las particularidades del héroe mítico y el cinematográfico. Hace parte del desarrollo de la investigación *Heroísmo y propaganda*, adelantada por el autor.

1. El héroe y los relatos

Las primeras reflexiones acerca del héroe, sus características y más exactamente de sus cualidades, se encuentran en la tradición filosófica griega. En esta se destaca a Aristóteles (2013) que en su obra *La Poética*, estudia la tragedia y la epopeya como actividades artísticas en la que los hombres imitan las realidades de su cotidianidad, enfrentan su destino, a través de lo que Aristóteles conceptualmente describiría como la *mímesis*.

Según Arango (2011), apoyado en García Márquez (1998), es posible evidenciar en *La Poética* que el teatro griego centra su trama en un personaje principal, o un protagonista, que en directa relación con la épica y la tragedia, **afrenta las vicisitudes del destino** y los puntos de inflexión de la trama se desarrollan en la acción que desempeñan estos hombres guerreros, que le dan vida a la historia que se relata. Aristóteles destacaba la enorme diferencia en el talante de los personajes de la tragedia y la epopeya, notablemente muy superior al de los hombres comunes, los cuales se retrataban de mejor manera en la comedia. Así, “la tragedia

es imitación de personas mejores que nosotros” (Aristóteles, 2013, 71), **virtuosos o moralmente nobles**, en cuyas acciones se define la excelencia que los destaca, la cual se determina estrictamente por sus actos.

En tal sentido, el personaje principal o protagonista de la epopeya y la tragedia es típicamente un héroe, quien en la mitología griega es presentado generalmente como un ser a medio camino entre lo divino y lo humano, pero lo que se considera realmente importante en su ser, son los actos que lo definen, y por los cuales alcanzará la inmortalidad.

Es decir, la tradición mitológica griega ubica a los héroes como seres únicos, hijos del encuentro sexual entre dioses y humanos y por tanto, ubicados en un punto intermedio entre la divinidad y la humanidad, con algunas cualidades y buena fortuna de los dioses, pero al mismo tiempo, con las debilidades propias de los seres humanos.

Hugo Bauzá (2007), inclusive destaca que esta relación simbiótica entre lo **divino y lo humano** para catalogar a alguien como un héroe, no es exclusiva de Grecia, sino que se remonta a Babilonia. Allí, Gilgamesh representa a un héroe compuesto por dos tercios de divinidad y uno de humanidad, que emprende una aventura para alcanzar la inmortalidad, pero que finalmente falla trágicamente debido precisamente a su componente humano.

Desde lo anterior, es posible destacar que los héroes tienen un **nacimiento ilustre**, pero lo que les define son sus acciones y comportamientos. Desde esta perspectiva, los **actos heroicos** son aquellos donde el sacrificio propio se destaca, a la par de la **compasión y el valor**. En otras palabras: “Obrar hace al héroe; aunque este no alcance sus prodigiosas hazañas porque sea héroe, sino que es héroe porque consigue las hazañas que posteriormente cantan los hombres” (Cardona, 2006, 54). Por lo anterior, Bauzá (2007) sostiene que en la antigua Grecia eran considerados héroes también aquellos humanos que por sus cualidades guerreras alcanzarían la inmortalidad y caminarían en los campos Elíseos, siendo recordadas sus gestas por el resto de los hombres corrientes.

El actuar del héroe está situado en la tensión que surge entre la voluntad humana y el designio divino, donde si bien los héroes resultan **admirables por sus acciones y su comportamiento**, siempre

existe una vulnerabilidad en él, la cual juega un papel determinante en el reconocimiento y empatía con el público espectador (Flores, 2006). Es precisamente esta dicotomía entre la divinidad y la humanidad la que hace que los héroes se perciban como mediadores de la vida y la muerte, el orden y el desorden, la civilización y la barbarie. Suele afirmarse que el héroe clásico no tiene profundidad psicológica, no duda, no reflexiona, solo actúa.

Christopher Vogler (2002) considera que la principal característica que define al héroe es la **capacidad de sacrificio**, pues para **superar las adversidades** necesitará renunciar a las comodidades, la seguridad y a veces, incluso a la vida. ¿Pero todo esto, con qué fin? Básicamente, con el objetivo de proteger a la comunidad, no en vano la palabra héroe viene de la raíz griega que significa proteger y servir. En tal sentido los héroes están ligados a lo correcto. Para Arango y Uribe (2012), en el héroe se materializan las virtudes de una comunidad, razón por la cual, se convierten en modelos de comportamiento que separan el bien del mal, en figuras que **configuran lo ético y lo estético**.

Para el profesor Jesús González Requena (2006) los héroes habitan los relatos simbólicos [1], desde esta perspectiva, estos relatos dan sentido a la vida, en tanto ayudan al ser humano a enfrentarse a las vicisitudes de la existencia en un mundo que cambia incesantemente, en el que no hay garantías ni ninguna seguridad de que al final del día se siga vivo. Algo a lo que González Requena (2010), apoyado en Wittgenstein (2007), Kant (1973) y Lacan (1982), llama lo Real y que Freud (1920) denominara lo siniestro [2]. Hugo Bettelheim (1977), también entendiendo que los cuentos de hadas son relatos simbólicos, dice que se debe aceptar la naturaleza problemática de la vida y enfrentarle valientemente sin sucumbir a las fuerzas que inicialmente pueden parecer abrumadoras.

“Este es precisamente el mensaje que los cuentos de hadas transmiten a los niños, de diversas maneras: que la lucha contra las serias dificultades de la vida es inevitable, es parte intrínseca de la existencia humana; pero si uno no huye, sino que se enfrenta a las privaciones inesperadas y a menudo injustas, llega a dominar todos los obstáculos alzándose, al fin, victorioso” (Bettelheim, 1977, 15).

En un sentido similar, Miercea Eliade (1983) afirma que los mitos –son relatos simbólicos– permiten dar valor a la existencia en la medida en que proporcionan modelos de conducta humana. Más allá de ser modelos de conducta desde una perspectiva exclusivamente ética, en realidad son

modelos que permiten enfrentar lo siniestro y no sucumbir al hacerlo. Le dan sentido a nuestras vidas porque a través de lo simbólico nos ayudan a creer que existe un sentido y una causalidad en el universo, nuestro entorno y nuestras vidas. Y si bien, siglos de ilustración y pensamiento positivista han calificado al mito como un pensamiento primitivo, tal como destaca Huici (2007), no podemos ignorar el poder que estos tienen aún en nuestras vidas. Así, el héroe no sería simplemente una forma de asumir la masculinidad, tal como lo propone Enrique Gil Calvo (2006), sino que, para ser más precisos, la forma correcta de asumirla tal como se propone en los relatos.

Los relatos simbólicos tienen un peso determinante para los seres humanos y es precisamente por esto que regresamos a ellos una y otra vez, ya sea a través de la literatura, el cine y la televisión. En oposición a ello, David Bordwell (1997), afirmaba que lo que nos atrae de los relatos son las hipótesis que elaboramos acerca de cuál será el final de estos, pero al respecto González señala:

“No es el juego de hipótesis sobre el devenir de la narración lo que le atrapa [al espectador] sino, precisamente, todo lo contrario: la necesidad del reencuentro con esa trama que conoce y que, a la vez, necesita repetir” (2006, 502).

• Relatos míticos y el cine clásico de Hollywood

En el cine clásico de Hollywood los relatos míticos abandonan todo intento de ser una representación *realista* de la cotidianidad. Así, el *western*, las aventuras y las historias policíacas, fundamentales para este cine se configuraron desde la heroicidad clásica y la complejidad psicológica de los personajes insertados en dicotómicas tales como: bien contra el mal, orden contra el caos, vida contra la muerte, etc. Como señala Cardona (2006, 52) el héroe es un personaje que “no tiene momentos de quiebre, salvo la duda que atropella antes de iniciar el periodo de las pruebas, lo que da mayor brillo al triunfo sobre el miedo o la sospecha, y lo enfrenta a su sino de salvador-sacrificado, arquetipo grabado en la memoria, constante en el devenir de las culturas”.

• La carencia y la donación

El **valor y la fortaleza** pueden ser valores accesorios, o mejor, supeditados a otros que de manera más dramática determinan las cualidades

del heroísmo. El profesor González Requena señala dos elementos fundamentales que caracterizan al relato simbólico y por tanto, al héroe que allí habita; dichas características son la carencia y la donación.

La **carencia**, se fundamenta en que todos los héroes desean algo que efectivamente no tienen. La trama narrativa, en estos casos está fundamentada en ello. Las narraciones se centran en un individuo que recorre un camino y así enfrenta unas adversidades para obtener ese objeto de deseo. Esto concuerda con Propp (1992) en su caracterización del cuento maravilloso y con Raglan (2003) y Campbell (1959) en sus descripciones del héroe y su travesía.

El eje de la **donación**, es a nuestro juicio más importante al momento de catalogar a un personaje como un verdadero héroe, esto refiere a la tarea asignada a ese individuo. El objetivo que debe cumplir no debe ser entendido como algo negativo, como una carga dictada por un tercero, sino como algo positivo, así sea de difícil cumplimiento. La Donación distingue al héroe del malvado al que se enfrenta, pues este último solo lo mueve el eje de la carencia. Así, cuando se dice que el héroe está íntimamente ligado a un carácter moral, a lo correcto y a lo digno, es la donación de la tarea lo que califica el trasegar del héroe como un ser digno que nos permite diferenciar el bien del mal. Y si bien puede decirse que el héroe desea el bien, tal como afirma Savater (2004), lo que convierte al héroe en “bueno”, es la búsqueda del cumplimiento de la tarea. Así, el héroe no es un individuo movido exclusivamente por un **deseo**, sino también por una tarea en la que se ha comprometido. No resulta extraño que el deseo y el combate se entrelacen tan frecuentemente en la literatura, el cine y hasta la pintura (González, 2004).

“ Frente al carácter pulsional –acultural- del agresor, el héroe, en cambio, se afirma como sujeto cultural: si participa de una pulsión, ésta se halla sometida al primado de la palabra recibida del destinador, a través de la cual esa pulsión se ve articulada como deseo. Por eso sus actos, aun cuando para el lector resulten predecibles como los del agresor, son a la vez reconocidos como justos, necesarios, y en el límite, verdaderos. Verdaderos sin duda en el sentido mitológico” González Requena (2006: 555).

Desde esta perspectiva, lo que diferencia a los héroes épicos de los trágicos no se halla en el eje de la donación –la tarea-, sino paradójicamente en el de la carencia. Así, mientras en la epopeya el héroe finalmente cumple con la tarea, también accede a su objeto de deseo, y por otra parte, en el relato trágico, el héroe cumplirá la tarea, pero para

hacerlo deberá renunciar a su objeto de deseo.

Un ejemplo de esto es el caso de *La diligencia* de John Ford donde Ringo Kid, no solo cumple la tarea de limpiar el nombre de su padre, sino que finalmente, se queda con su objeto de deseo: Dallas, interpretada por Claire Trevor. Algo similar sucede en *Robín Hood*, el personaje principal cumple con la tarea que le ha sido asignada –proteger a la comunidad de la opresión feudal- y al final, accede a su objeto de deseo: Marian. Al contrario en los largometrajes *Casablanca* y *Saving Private Ryan*, que pueden ser clasificados como trágicos, por el sacrificio de sus héroes, quienes renuncian a sus objetos de deseo con tal de cumplir la tarea que les ha sido destinada. En el primer caso, renunciando al amor de su vida y en el segundo, no solo renunciando a regresar a casa con su esposa, sino renunciando a la vida misma.



Surge aquí una pregunta fundamental ¿quién puede desempeñar la función de la donación?, es decir, quién tendría la capacidad y sobre todo, la importancia y autoridad para dar tareas que incluso pueden llevar a la muerte al personaje principal del relato. Dicha función solo puede ser asumida por el **destinador**, quien representa la ley simbólica o directamente la encarna. Este destinador es lo que Christopher Vogler (2002) ha llamado el arquetipo del mentor, y que puede presentarse en forma de mago, sabio, protector o incluso como gobernante, si nos apoyamos en los trabajos de Jung (1984), (1994), Campbell (1959), Pearson (1999), Mark & Pearson (2001) y Toulemonde (2012); todos estos arquetipos esencialmente representan a la figura del padre. Por tal razón, el destinador tendrá unas características físicas muy claras en los relatos, siempre encarnadas en personajes masculinos y de mediana edad, siempre representantes de la Ley y la autoridad (González Requena, 2006), y además, capaces de cumplir las promesas que profieren (Casanova, 2010). En palabras del profesor González:

“...si en un relato dos sujetos narrativos antagónicos se enfrentan por un mismo objeto de deseo –la princesa, por ejemplo, como objeto de la estructura de la carencia-, solo la presencia de la estructura de la donación permite modalizar esos dos sujetos en términos éticos, es decir, en relación a la Ley: hace falta para ello, por tanto, esa figura tercera, la del destinador de la tarea, como soporte de la dimensión ética –y simbólica- del relato” (2006: 527).

2. Del héroe clásico al postclásico

Quizá en el ejercicio de análisis que hace el lector en este momento, los argumentos aquí presentados no resulten del todo convincentes, pues al contrastarlos con muchos de los relatos a los que hoy día accedemos, esta definición del héroe en calidad de destinatario no se vea con toda claridad y mucho menos, la definición de éste como representante de la Ley. A ello podremos decir que la figura del héroe que hemos descrito hasta el momento se circunscribe al clásico que sobrevivió con todo su esplendor en el cine norteamericano hasta las primeras décadas del siglo XX, pero desde ahí inició un declive radical. Sin embargo, deberemos también aclarar que este debilitamiento en la figura heroica en realidad se había iniciado ya desde el siglo XIX en las vanguardias artísticas europeas y especialmente en los artistas que las representaban, pues ellos mismos habían ya de descreer en la figura heroica. Es decir, en el teatro y la literatura del siglo XIX ya había comenzado la radical desaparición del héroe clásico; solo hasta mediados del siglo XX este fenómeno se pudo evidenciar en el cine de Hollywood

Etapa manierista del héroe

En este modo de representación se da inicio a una etapa que González (2006) nombra como manierista y su nombre procede a que si bien el héroe clásico ya no aparece en todo su esplendor, destaca ciertas maneras, que lo hacen ver heroico. Sin embargo, en esto deberemos ser enfáticos, el “héroe” que aquí aparece ya no tiene las cualidades de tal, **no tiene la potencia, virilidad, templanza y fuerza** para cumplir adecuadamente la tarea que le ha sido donada. En tal sentido, aparece una profundidad psicológica en este “héroe”, y más allá de ello, se le ve **atado a su imago primordial**, buscando a toda costa encontrarse en ella, unirse a ella, y es precisamente por este motivo que es incapaz de hacer la tarea que le ha sido destinada. El trabajo de Basilio Casanova (2007) en torno al cine de Hitchcock, es esclarecedor en torno a estos “heroes”

atrapados en una imago primordial. En tal sentido, lo que allí aparece es un “héroe” en apariencia, un remedo de tal.

“...los textos manieristas, en cambio, sin prescindir todavía totalmente de esos relatos, tienden, en cambio, a desplazar de su centro ese acto –el acto necesario del héroe en el que cristalizaba el sentido del relato-, para focalizarse sobre un acto de una índole del todo diferente: el acto de escritura, el alarde formal de un cineasta que anota así su distancia –y su emergente descreimiento- hacia el sentido que emana del relato que enuncia”. González (2006: 5).

Quienes narran los relatos [3], han dejado de creer en los simbólicos y las figuras heroicas que allí habitan motivo por el cual el héroe abandona paulatinamente el cine de Hollywood así como otras representaciones artísticas. Se construyen “héroes” cercanos a la carencia alejados de la estructura de la donación.

El héroe al convertirse en un ser impulsado solo por el deseo sería un egoísta, guiado por la búsqueda del placer y la necesidad de satisfacción personal. Sin embargo, por paradójico que parezca, en lo que se ha denominado el *Postclásico* el eje de la donación no desaparece del todo, sino que se transforma de una manera radical y siniestra.

“todos los elementos de la estructura del relato simbólico se hallan presentes a la vez que son objeto de una deconstrucción sistemática, en la que desempeña un papel esencial la inversión negra, propiamente siniestra, de la figura del destinador, constituido ahora ya no en encarnación de la Ley, sino en el agente de la llamada a un goce que se sostiene sobre la aniquilación”. González (2006:586).

Algunos de los films más característicos de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI en la que se refleja esto son: *The silence of the lambs*, *Seven*, *Alien*, *Terminator*, *The fight club*, *No country for old men*, *Star Wars*.



Se presenta entonces una inversión siniestra del relato, una paradoja misma, pues si bien la ficción postclásica se centra en la misma estructura de los relatos míticos, en realidad se encarga de deconstruirlos. Esta ficción invita a gozar del horror mismo al que presenta como inevitable, algo que domina y de lo que no se puede escapar sin ser desgarrados.

En este tipo de relato, al gozar de la presencia de lo siniestro no se enseña que existe la posibilidad de enfrentarle y salir victorioso de este encuentro tal como lo sugería el relato clásico, en el que se incluye a la tragedia griega, el mito y los cuentos de hadas. Éstos era básicamente una guía de la moral, de lo correcto, pues en ellos habitaba un héroe, que moldeaba una manera de proceder, una forma ideal de enfrentarse a lo real y salir victorioso. En esos relatos, el héroe personificaba comportamientos a imitar por los hombres comunes. Es por esto que para algunos autores el héroe se “considera como ejemplo para conseguir el bien colectivo” (Arango y Uribe: 2012; 6).

En la ficción postclásica el héroe es un psicópata o en el mejor de los casos un individuo de moral cuestionable. El déspota, el corrupto ha tomado el rol de destinador y destinatario en la narrativa contemporánea. Algunas series televisivas han evidenciado este héroe: *Breaking Bad*, *Dexter*, *Walking Dead*, *American Horror Story*, o *House of Cards*, *Los Soprano*, *Mad Men*, *Son of the Anarchy*.



Para Cano-Gómez (2012) este tipo de héroe contemporáneo es más profundo y reflexivo acerca de las implicaciones de sus actos, busca una mayor empatía con los espectadores. Quizás tenga algo de razón pero no se puede negar que en el *postclásico* lo que se impone es lo siniestro, el goce del horror.

• La ausencia del héroe

Lo que se evidencia en el postclásico es una crisis profunda, no solo del héroe, sino del relato mismo. No quiere decir esto que el cine de Hollywood haya prescindido de los relatos, todo lo contrario, hoy día allí se siguen estructurando importantes relatos, pero como señala González (2006:6) “...ya no relatos simbólicos, sino “relatos desimbolizados, vacíos, netamente espectaculares y, en el límite, siniestros”.

Ante la usencia del mito, Occidente se ha convertido en una civilización que no consiente el sacrificio, no cree en él y en cambio prefiere la satisfacción y el placer inmediato. No se cree en nada, se considera que el mito y los relatos simbólicos son solo mascaradas, artificios que ocultan algo irreal. La obsesión, si se quiere, por la racionalidad, o mejor, por aquello que pueda medirse, objetivarse, y cuantificarse, ha llevado a considerar intrascendente aquello que no puede analizarse de esta manera. Así, la posmodernidad puede incluso considerarse como aquella inmovilidad civilizatoria en el que está sumida occidente.

No resulta ser una coincidencia el éxito notable de una suerte de narrativa apocalíptica que hoy día se ha tomado las pantallas de cine y de nuestros televisores. Abundan numerosas producciones audiovisuales centradas en el apocalipsis, las cuales retratan el fin del mundo. Uno no ligado a Dios como en otros tiempos, en estos finales desaparece la esperanza. Algunos de las obras audiovisuales centradas en la destrucción con finales angustiantes son: *Armagedon*, *Independence Day*, *Planet of the apes*, *2012*, *War of the worlds*, *Oblivion*, *The happening*, *Deep Impact*, *Mad Max*, *Terminator*, *Twelve Monkeys*, *The road*, *Melancholia*, *Matrix* y *The children of men*.



Entre las series televisivas centradas en el mismo tema están: *Walking dead*, *Fringe*, *Terranova*, *Falling Skies*, *Jericho*, *The 100*, *The last ship*, *The Strain*, *Z nation*, *Zoo*, *Fear the walking dead*.



En estas producciones quizás lo que se pretende es mostrar la angustia civilizatoria de la posmodernidad, el espectáculo de la destrucción. En este goce visual hiperbolizado, el héroe se presenta como un ser disminuido, de escasa densidad e incapaz de enfrentarse a tan magno desafío. Por ello, sin un héroe capaz de enfrentarse a semejantes retos aparece la certeza del horror, la destrucción y el fin.

Conclusiones

El héroe desde la perspectiva clásica, una que se remonta a Mesopotamia y a la antigua Grecia, y que inspiró al cine de Hollywood hasta los años cuarenta del siglo XX, es un ser atravesado por los ejes de la donación y la carencia, y que en calidad de destinatario, hará todo lo que está a su alcance por cumplir de manera correcta con la tarea que le ha sido donada por parte de su destinador, que a todas luces encarna la ley simbólica.

El héroe es un ser que habita los relatos, se convierte en guía social; las acciones y comportamientos emprendidos por éstos son imitados. Entre los héroes clásicos se encuentra *Robín Hood*, ejemplo de valor y fortaleza. Esta figura de héroe ha cambiado y en los posclásicos el "héroe", se caracteriza por ser siniestro, un psicópata o un individuo de moral cuestionable. Algunas series televisivas en las que se evidencia este héroe son: *Breaking Bad*, *Dexter*, *Walking Dead*, *American Horror Story*, o *House of Cards*, *Los Soprano*, *Mad Men*, *Son of the Anarchy*.

Bibliografía

- Arango, C. El héroe en el cine. Derroteros e itinerarios en la representación cinematográfica como evidencia de una mirada contemporánea de la ética. (Tesis de maestría). Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana.
- Arango, c. y Uribe, Y. (2012) La comicidad de lo posible: Pistas sobre la configuración del héroe en el cine de "Dago" García. En *Razón y Palabra* n° 78
- Aristóteles. (2013). *La Poética*. Madrid: Alianza Editorial. Traducción por Alicia Villar.
- Barthes, R. (1990). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Bauzá, H. (2007). *El mito del héroe. Morfología y semántica de la figura heroica*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Bettelheim, B. (1977). *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. México: Grijalbo.
- Bordwell, D. (1997). *El cine clásico de Hollywood: estilo cinematográfico y*
- Campbell, J. (1959). *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cano-Gómez, P. (2012). El héroe de la ficción postclásica. En: *Palabra Clave* (15) 3, 432-457
- Cardona, P. (2006). Del héroe mítico al mediático. Las categorías heroicas: héroe, tiempo y acción. En *Revista Universidad EAFIT*, (42) 144, 51-68.
- Casanova, B. (2010). El relato del fin del mundo. *The Day after tomorrow*. En *Trama y fondo*. 29
- Casanova, B. (2007). *Leyendo a Hitchcock. Análisis textual de North by northwest*. Madrid: Castilla ediciones.
- Eliade, M. (1983). *Mito y realidad*. Barcelona: Editorial Labor. (5ª edición)
- Flores, L. (2006). Reflexiones sobre la poética de Aristóteles. En *Intersticios: Filosofía, arte y religión*. 25, 29-40
- Freud, S. (1920). Más allá del principio del placer. En: *Obras Completas* (VII). Madrid: Biblioteca nueva.
- Friedman, G. (2010). *Los próximos 100 años*. Buenos Aires: Océano Express.

García, G. (1998). *La bendita manía de contar*. San Antonio de los Baños: Ollero y Ramos.

Gil, E. (2006). *Máscaras masculinas: héroe, patriarca y monstruo*. Barcelona: Alianza.

González, R. J. (2004). A propósito de *San Jorge y el dragón*, de Paolo Ucello. En *Trama & Fondo*. 16

González, R. J. (2006). Clásico, manierista y postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood. Madrid: Castilla Ediciones

González, R. J. (1996). El texto: Tres registros y una dimensión. En *Trama & Fondo*. 1

González, R. J. (1987) Enunciación, punto de vista, sujeto. En *Contracampo*. 42

González, R. J. (1992). Lo real. En *Trama y fondo*. 29

Huici, A. (2007). De Billy el niño al joven Bush: mito, ideología y propaganda. En Baca, J. & Galindo, A. (Ed.), *Pensar la imagen. La imagen persuasiva* (pp. 108-145). Almería: Área de diputación de Almería.

Jung, C. (1994). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós.

Jung, C. (1984). *Símbolos de transformación*. Barcelona: Paidós.

Kant, I. (1973). *Crítica de la razón pura. Estética trascendental y analítica trascendental*. Buenos Aires: Editorial Lozada.

Lacan, J. (1982). *Le Symbolique, l'Imaginaire et le reel*. En *Bulletin de l'Association freudienne*, (1), 4-13.

Mark, M. & Pearson, C. (2001). *The hero and the outlaw: Building extraordinary brands through the power of the archetypes*. New York: McGraw Hill.

Pearson, C. (1999). *Awakening the heroes within. Twelve archetypes to help us find ourselves and transform our world*. New York: Harper Collins.

Propp, V. (1992). *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos, (8ª edición).

Raglan, F. (2003). *The hero: A study in tradition, Myth and drama*. New York: Dover Publications.

Savater, F. (2004). *La tarea del héroe*. Barcelona: Destino.

Toulemonde, A. (2012). *¿Las marcas? ¡Puro cuento! El primer modelo estratégico en Colombia, inspirado en las estructuras narrativas*. Bogotá: Gamma.

Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*. Barcelona: Ma non troppo.

Wittgenstein, L. (2007). *Tractatus logico-Philosophicus*. Madrid: Tecnos.

Notas

[1] Entendemos que existe una diferencia radical entre símbolo y signo, pues mientras estos últimos sirven para designar algo que ya existe pero que está en otro lugar, los símbolos fundan. Es decir, los símbolos no nombran algo que ya existe, sino que en sí mismos son una fundación de algo que no existía hasta que aparece el símbolo mismo. En tal sentido, los símbolos, lejos de nombrar lo que hay, fundan el ser. De igual forma pueden ser entendidos como una constelación de significados objeto de un acto de donación.

[2] Lo siniestro también es llamado lo Real por Jesús González Requena y ha sido trabajado por diversos autores como Kant, Freud, Lacan y Wittgenstein. En suma, lo siniestro nos indica que nuestra existencia es finita y que el mundo es caos, mutación que no tiene sentido para nosotros, pues todo cambia constantemente, y que si nada se repite jamás, entonces tampoco existe tal cosa como los ciclos y todo a lo que nos enfrentamos es una experiencia enteramente nueva. Es más, nuestra existencia misma es una casualidad y no el resultado de un designio, pues la vida o mejor lo real, nos indica que los acontecimientos son el resultado de las interacciones imprevisibles y la suma de casualidades, a pesar de que la cientificidad moderna haya intentado creer en lo contrario.

[3] Recordemos que el narrador, ese sujeto que narra, nace en o emerge en el proceso de la enunciación. Pone su subjetividad en la narración que está construyendo y no lo hace como quien ya todo lo sabe, sino como quien duda, como quien se arriesga y se angustia ante su creación artística, que bien puede ser literaria, cinematográfica o televisiva. Así, el narrador pone en juego sus deseos, sus carencias y sus creencias en eso que allí crea y lo crea a él. Así, lo que se percibe es que él mismo descrea del relato y la figura del héroe, pues ha dejado de creer en el mito. Véase: González Requena, Jesús. "Enunciación, punto de vista, sujeto", en *Contracampo*, n°42, 1987.

Para citar este artículo:

Berrío, M. Carlos Mario (2016). El ocaso del héroe. *Revista Luciérnaga/ Comunicación* Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 59-68.

Link. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

GESTIÓN DE LOS PEI EN INSTITUCIONES CON COBERTURA EDUCATIVA DE MEDELLÍN



Mónica María Valle Flórez *

Álvaro Ramírez **

Recibido: Marzo 8, 2016 - Aceptado: Mayo 30, 2016

RESUMEN: En el artículo se presentan los resultados del análisis de la Gestión de los Proyectos Educativos (PEI) de las Instituciones Educativas (IE) que integran el programa de cobertura educativa de la ciudad de Medellín. Se exponen los criterios que utilizan estas instituciones para autoevaluar, actualizar y revisar los PEI.

Las IE advierte en los estudiantes que participan en el programa de cobertura educativa problemáticas de agresividad, uso, consumo y transporte de sustancias psicoactivas así como bajo rendimiento académico en pruebas internas y externas, por ello demandan de la Secretaría de Educación de la ciudad acompañamiento para el manejo del riesgo, la convivencia en estas comunidades educativas así

como valorarlas más allá de los resultados de las Pruebas del Saber.

Este estudio concluye que los principios y objetivos de la IE analizadas están alineados con la política y directrices que inspiran el programa de cobertura educativa de Medellín, el cual pretende formar ciudadanos con valores humanistas, socio-afectivos, democráticos, medioambientales y éticos, con competencias para el saber ser, hacer, y saber estar con otros.

Palabras Clave: PEI; educación; IE, convivencia; estudiantes; gestión educativa.

* *Doctora en Estudios Científicos y Sociales- Universidad Jesuita de Guadalajara-México-Iteso. Magister en Comunicación- Universidad Iberoamericana de México-Plantel Santa Fe- UIA. Especialista en Gerencia de la Comunicación- Universidad Pontificia Bolivariana- Medellín- UPB. Comunicadora Social-Periodista- Universidad de Antioquia- Colombia. Directora del Grupo de Investigación- GIC, docente e investigadora del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Email: mmvalle@elpoli.edu.co*

** *Economista Universidad UCC, Egresado de maestría en ciencias de la administración Universidad Eafit. Consultor y Profesor en Varias Universidades de Medellín. Email: aaramires@gmail.com*

MANAGEMENT OF EDUCATION PROJECTS IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF MEDELLÍN

SUMMARY: This paper analyses the results of the Institutional Education Project Management (PEI) carried out in Educational Institutions (IE) that make part of the educational coverage program in Medellín city. It presents the evaluation criteria used by these institutions to self-assess, update and review these projects.

The Educational institutions have evidenced students who are involved in the educational coverage program, present aggressiveness and consumption and traffic of psychoactive substances, as also they scored low academic performance in internal and external tests. For this reason they are claiming support from Secretaria de Educación of the city, in issues such as risk management and educational community

coexistence, due to Secretaria de Educacion often estimates these students' performance just by the results of state tests.

It is concluded that the principles and objectives of the analyzed educational institutions are aligned with the policy and guidelines that motivate the initiative of educational coverage program in Medellin city, which aims to enable citizens with humanistic, socio-affective, democratic, environmental and ethical values, to know how to be, to do, and to coexist with others.

Keywords: education project management; education; educational institutions; coexistence; students; educational management.

ADMINISTRAÇÃO DOS PROJETOS EDUCACIONAIS EM INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS DE MEDELLÍN

RESUMO: No artigo se apresentam os resultados da Análise da Gestão dos Projetos Educativos Institucionais (PEI) das Instituições Educativas (IE) que integram o programa de cobertura educativa da cidade de Medellín. Se espõem os critérios que estas instituições utilizam para autoavaliar, atualizar e revisar os PEI.

As IE notam nos estudantes que participam no programa de cobertura educativa cobrir as problemáticas de agressividade, uso, consumo e transporte de substâncias psicoactivas, como também o baixo rendimento acadêmico em testes internos e externos, por isso exigem da Secretaria de Educação da cidade o acompanhamento para a gestão do risco, a convivência nestas comunidades

educativas como também os avaliar-las além dos resultados dos Testes do Conhecimento.

Este estudo conclui que os princípios e objetivos das IE analisadas estão alinhados com a política e as diretrizes que inspiram o programa de cobertura educativa de Medellín, que pretende formar cidadãos com valores humanistas, sócio-afetivos, democráticos, ambientais e éticos, com competências para o saber ser, fazer, e saber estar com outros.

Palavras chaves: PEI; educação; IE, convivência; estudantes; gestão educativa.

Introducción

La cobertura educativa es un programa gubernamental que tiene por objetivo la contratación de instituciones educativas de carácter privado para que reciban a estudiantes de sectores en los que las instituciones públicas no cuentan con cupos o en los que no hay planteles. Algunos representantes de la educación sostienen que más que este tipo de programas se debe fortalecer la educación pública. En el Decreto 1851 de 2015, se indica que la IE que integre el programa de cobertura debe cumplir con percentil de calidad superior a 20, en una escala de 0 a 100, lo que se define por las Pruebas Saber. Las instituciones educativas que integran este programa sostienen que se les debe considerar como oferentes más allá de sus resultados en dichas pruebas.

Según el estudio Evaluación de la Gestión Privada del Servicio Público Educativo en Medellín realizado por el Centro de Investigaciones y Consultorías de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia, el programa de cobertura y calidad educativa de Medellín, no es un fracaso a pesar de que los estudiantes inscritos en los colegios concesionados obtienen bajos puntajes en las pruebas Icfes, los cuales llegan a ser inferiores en comparación con los de sus pares de instituciones públicas (en especial en lenguaje y matemáticas).

El estudio que se presenta a continuación concluye que los principios y objetivos de la IE analizadas están alineados con la política y directrices que inspiran el programa de cobertura educativa de Medellín, el cual pretende formar ciudadanos con valores humanistas, socio-afectivos, democráticos, medioambientales y éticos, con competencias para el saber ser, hacer, y saber estar con otros, además de educación con calidad.

1. Resultados

1.1 Problemáticas de la IE

Las principales problemáticas que presentan las Instituciones Educativas con cobertura educativa de Medellín son los mismos estudiantes favorecidos con el programa de cobertura, sus familias así como el entorno del que provienen, ver gráfica N1.

Gráfica N1.



Elaboración Propia (2015)

Las problemáticas referidas a los estudiantes fueron:

...alto índice de jóvenes con dificultades comportamentales y agresividad, alto nivel de desinterés por el estudio, irresponsabilidad para cumplir con los deberes escolares, bajo rendimiento académico en pruebas internas y externas.

Los ritmos y tiempos de aprendizaje de estos estudiantes en relación con el que presentan los estudiantes regulares es particular ya que requieren de mayor tiempo para la apropiación de los conocimientos, desarrollos de competencias y habilidades. Lo que implica a la IE invertir recursos financieros y humanos adicionales que no cubre el Programa de la cobertura educativa.

El segundo foco de problemas se encuentra en los **Padres**, debido al:

bajo nivel cultural y de interés por el estudio, falta de métodos, saberes e interés para ayudar a sus hijos (as) con los deberes escolares. Ausentismo en el proceso académico de sus hijos (as) debido a que permanecen fuera de casa, el bajo nivel educativo de éstos. La mayoría se dedica a las ventas ambulantes o son empleadas domésticas.

Un tercer factor problemático lo representa el **contexto/ entorno**:

Problemas sociales, fronteras invisibles que hacen que los estudiantes no puedan cruzar de un sitio a otro; expendio de drogas, delincuencia. Difícil situación económica.

La falta de interés y de cultura por el manejo de la información por parte de la comunidad educativa también se constituye en problemática:

“tanto padres de familia, como profesores y comunidad en general se les dificulta hacer devolución de los desprendibles que certifican que la información – comunicados fueron leídos”.

Es de advertir que aunque las IE no reportan como problemas principales a la Secretaria de Educación Municipal de Medellín ni al Ministerio de Educación, indican que:

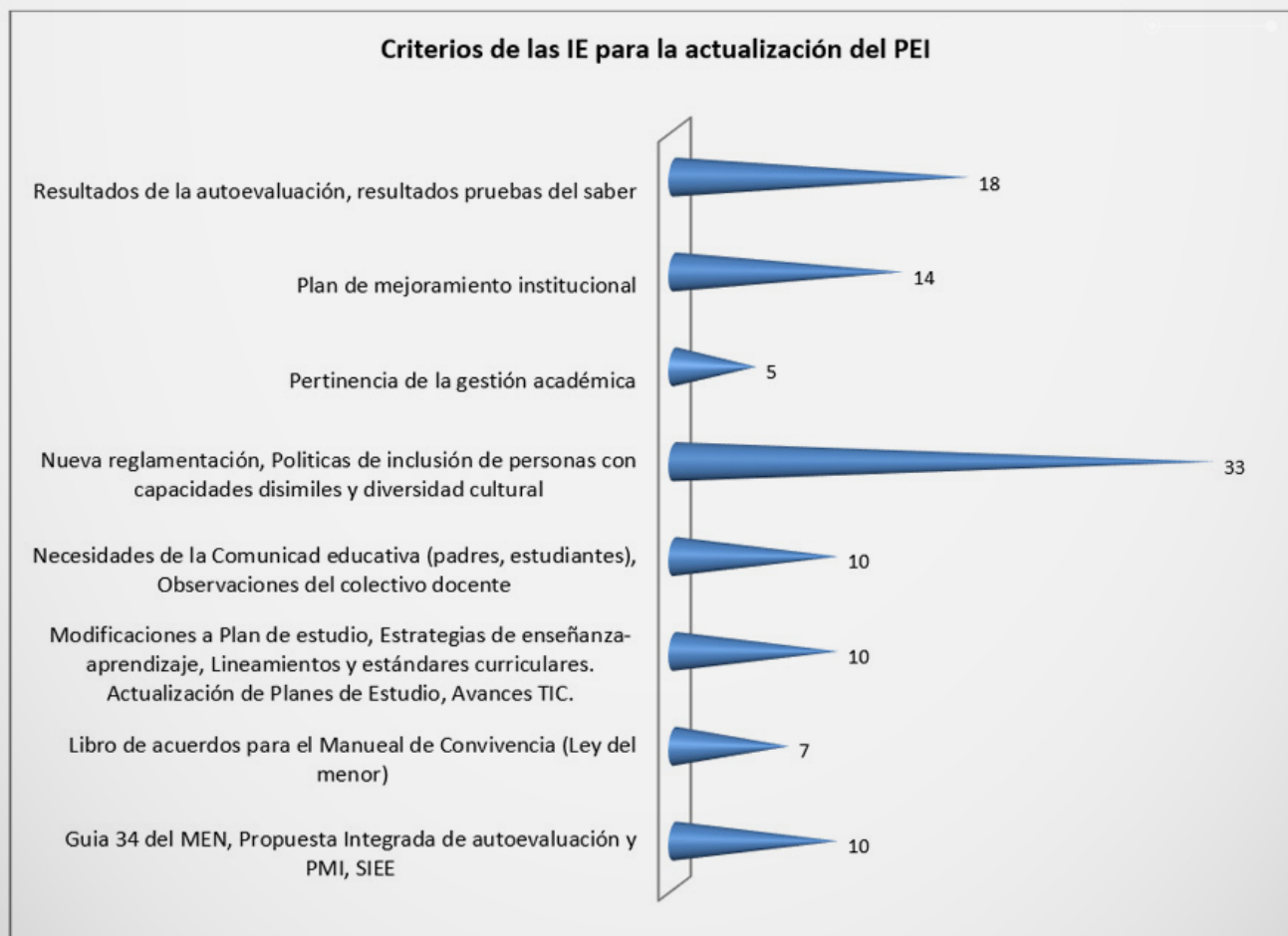
“el sistema educativo presenta deficiencias para cubrir en su totalidad las demandas del Programa de cobertura educativa” y “aunque se tienen diversas ofertas algunos estudiantes no se ajustan a estas”.

En relación con la Secretaria de Educación de Medellín, la IE expresan que la capacitación docente que les brinda es limitada. Señalan además que el Estado no cuenta con políticas orientadas al mejoramiento de las economías campesinas y el apoyo educativo para este sector. Convocan a que realicen encuentros para socializar y compartir experiencias exitosas del Programa de cobertura educativa y de convivencia.

1.2 Revisión y criterios para la actualización del PEI

El 79% de las IE consultadas indican que el PEI lo actualizan cada caño, el 11% señala que lo hace cada dos años. Un 4% lo hace cada tres años y otro tanto lo hace a más de este tiempo, un 2% no contesta la pregunta. La razón más recurrida para la actualización del PEI son las disposiciones gubernamentales.

Gráfica N2.



Elaboración Propia (2015)

1.3 Formas con las que la IE realiza procesos de autoevaluación del PEI

La información que se retoma para los procesos de autoevaluación proviene principalmente del Consejo académico y el directivo de la IE, también de encuestas que realizan a la comunidad institucional, el PQRSF (peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones); igualmente aportan datos los procesos de gestión de la calidad, control interno y auditoría.

Gráfica N3.

Formas como la IE realiza procesos de autoevaluación del PEI



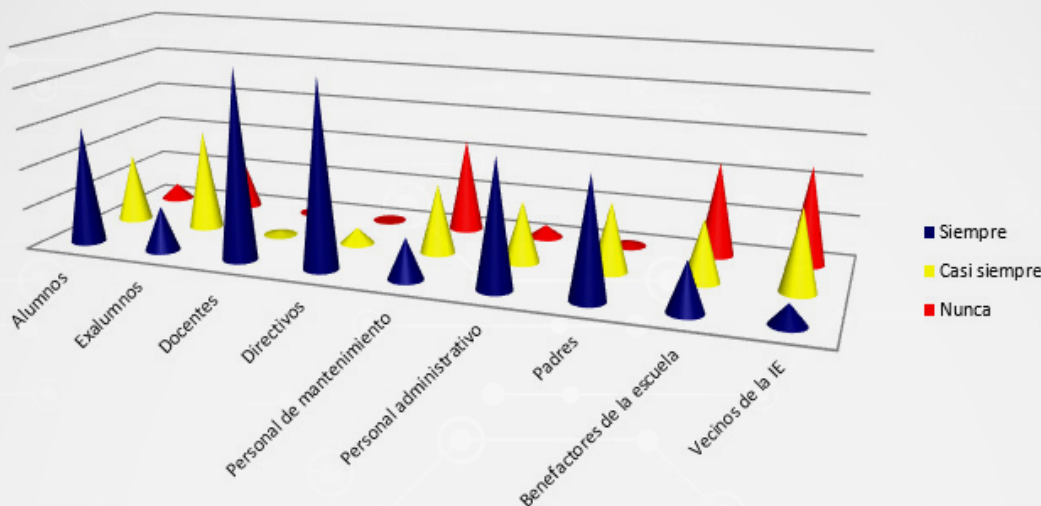
Elaboración Propia (2015)

Es de advertir que solo unas pocas IE efectúan dichos procesos desde la herramienta integrada PIM propuesta por Secretaria de Educación.

1.4 Equipos para la elaboración y/o revisión del PEI

Gráfica N4.

Comunidad educativa que integra los equipos para Elaboración / revisión del PEI en la IE



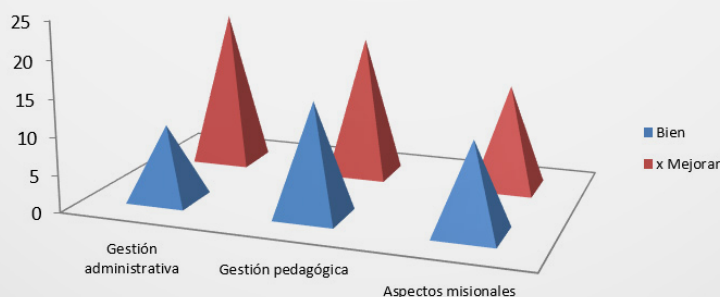
Las IE consultadas integran equipos de trabajos para la elaboración / revisión del PEI, en estos siempre participan directivos, profesores, personal administrativo, padres y alumnos. Se evidencia que los exalumnos casi nunca participan en estos procesos, salvo algunas excepciones esos equipos nunca los integran vecinos de la IE, benefactores de la escuela, el personal de mantenimiento. Lo que sin duda sería importante que lo hicieran justo para que de manera integrada se atiendan las problemáticas detectadas.

1.5 Aspectos que se destacan de la implementación de los PEI

En los PEI de la IE con cobertura se destacan el componente pedagógico, la gestión administrativa y los asuntos misionales. En lo **misional** se pretenden acciones de mejora para: apropiación de niñas, niños y jóvenes de la diversidad y la negociación no violenta de conflictos, inclusión, proyección a la comunidad, formación de líderes. Sobre sale también la filosofía institucional, la integración con la comunidad, la cultura de la legalidad, la educación inclusiva, el proyecto de convivencia, habilidades para la vida, etc.

Gráfica N5.

Aspectos que se destacan y los que se deben mejorar en las PEI de la IE con cobertura



En cuanto a la **gestión administrativa** se resalta: “Continuidad en la Certificación ISO 9001-2008”, “la evaluación Institucional”, gestión directiva, organización y claridad de la I. E., actualización permanente de los componentes del PEI, seguir las normas de la Secretaria de Educación, etc. En relación a la **gestión pedagógica** se resalta: la flexibilidad académica, gestión pedagógica, investigación, planes de estudios, el modelo pedagógico, las didácticas curriculares, el diseño e implementación de los módulos institucionales, etc.

Como todo proceso es digno de mejorar, las IE con cobertura consideran que pueden avanzar en los tres aspectos anteriormente enunciados.

En cuanto a la gestión administrativa buscan mejorar en el desarrollo de estrategias de participación para que los padres de familia se involucren más en las actividades y procesos de la IE.

También pretenden más retroalimentación con exalumnos, gestionar espacios de ciudad para la recreación, actualización de los PEI, mejorar las locaciones físicas, buscar recursos económicos, realizar más convenios interinstitucionales, mejorar las estrategias para la cualificación del personal docente, generar apropiación de la comunidad educativa en todas las gestiones, reflexiones con equipo en torno a los enfoques pedagógicos, generar cultura de la sistematización de procesos, evaluación más participativa del PEI, determinar acciones para que los planes de mejoramiento se ejecuten efectivamente, mayor integridad y potencialidad de equipos de trabajo de las diferentes sedes.

En cuanto a lo pedagógico buscan avanzar en la implementación del bilingüismo, subir en el ISCE (índice sintético de calidad de la educación), mejorar los resultados en pruebas Saber- Icfes, excelencia académica. Ampliar la licencia de funcionamiento para la atención de los ciclo de media, realización de investigación escolar, ofrecer jornada complementaria, mejorar el trabajo con los estudiantes con capacidades diferentes, estrategias de evaluación del estudiante, mayor intensidad horaria para la aplicación de proyectos obligatorios, documentar a detalle la experiencia significativa, apropiación y aplicación de las estrategias didácticas y mejorar los planes de estudio.

1.5 Sistema de matrículas en la Institución Educativa.

Las IE con cobertura manifiestan ventajas, desventajas y aspectos por mejorar en el sistema de matrículas. Excepto 3 IE, todas tienen este proceso sistematizado. Algunas utilizan el software *Globoschool* [1] para instituciones educativas que se encuentra en línea y permite gestionar la información administrativa, académica y financiera. Entre los aspectos que se deben mejorar para el proceso de matrícula de los estudiantes beneficiarios del programa de cobertura son :

La realización de ficha de verificación de entrega de requisitos para aspirantes al programa, otorgar más plazo a los interesados para la entrega de certificados, motivar a los padres para que hagan la matrícula en el tiempo estipulado, actualizar formato de matrículas, solicitar retiro de los estudiantes del Simat usando pre-matrícula, solicitar a la Secretaria de Educación mejorar el calendario académico, poder hacer la pre-matrícula en el mismo año lectivo y en el sistema de matrícula. Capacitación para el uso adecuado del sistema de matrículas, mejorar la comunicación entre las IE y la Secretaria de Educación. Articular las bases de datos de la IE con el SIMAT.

Consideran las IE estudiadas que el Ministerio de Educación Nacional así como la Secretaria de Educación deben conocer más la realidad rural de los estudiantes para ajustarse a ella en sus procesos educativo- administrativos y normativos.

1.6 Deserción en la IE y principales causas

De acuerdo con este estudio la deserción de los estudiantes beneficiarios del programa de cobertura en baja. Para el 85% de la IE con cobertura, la deserción representa entre el 5% y 10%. Para el 15% de IE está entre el 16% y el 20% de sus estudiantes, sólo un 2% de las IE reportan deserción de más del 20%. Entre las razones por la que los que se abandonan los estudios están:

Estudiantes embarazadas que no pueden continuar con la jornada, madres solteras que no tienen con quien dejar a los hijos(as). Otras situaciones es la falta de transporte para población extra edad y adulta, el perfil de estudiantes de los Centros de protección-cárcel, el desplazamiento forzado.

Estos estudiantes también abandonan sus estudios porque no logran desarrollar los hábitos y métodos de estudio que la IE les brinda; porque pertenecen a familias disfuncionales, por las dificultades de orden público en sus barrios, consumo de droga, por qué sus padres a pesar de la temprana edad sus hijos permiten que no asistan a los procesos académicos.

1.7 Gestión administrativa de las IE con cobertura educativa

- **Recursos con los que cuenta la IE en relación con el proceso de cobertura educativa.**

Las IE consultadas cuentan con recursos suficientes para brindar el servicio de cobertura educativa. El primero es el humano seguido del físico. El económico y el tecnológico son los que más requieren.

- **Calidad de la prestación del servicio de la IE en relación con la cobertura contratada**

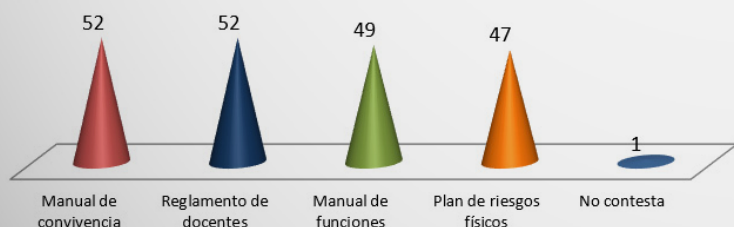
Estas calificaron su gestión administrativa con 5 (51%) y con 4 (43%) solo un 6% la calificó con 3. Lo que lleva a suponer que tienen una buena percepción de este proceso, así como de los servicios que brindan, los cuales califican como excelentes y buenos. Son conscientes que hay aspectos que mejorar y están dispuestas a realizar los ajustes que así se requieran.

1.8 Análisis del Manual de convivencia, de funciones, el reglamento de docentes y el plan de riesgos físicos

Todas las IE cuentan con Manual de convivencia, de funciones, reglamento docente y el plan de riesgos físicos. Es de señalar que 5 no cuentan con Plan de riesgos, y a 4 les falta Manual de funciones. Una IE no contesta esta pregunta y otra manifiesta que el manual de convivencia se encuentra en proceso de reestructuración.

Gráfica N6.

Manual de convivencia, reglamento de docentes, Manual de funciones, Plan de riesgos físicos



Para todas las IE estos documentos además de tener carácter obligatorio son considerados necesarios y valiosos para la función que adelantan. Algunas indican que el **Manual de convivencia** lo tienen adaptado y actualizado de acuerdo con la LEY 1620 del 2013 en la que se incluyen todos los conceptos y garantías para la convivencia incluyente.

Es conveniente que las IE actualicen los Manuales de Convivencia a la luz del Decreto 1075 de 2015 [2], este refiere en el Artículo 1.1.4.3. al Comité Nacional de Convivencia Escolar en el que se indica que tiene por objeto definir la operación del Sistema Nacional de Convivencia Escolar, coordinar su gestión en cada uno de sus niveles e instancias, articular sus acciones con las políticas nacionales, promover, liderar estrategias y acciones de comunicación que fomenten la reflexión sobre la convivencia escolar, la prevención, mitigación y atención del acoso escolar, la violencia escolar y la disminución del embarazo en la adolescencia. Asunto contemplado también en la Ley 1620 de 2013, artículo 8.

Se hace necesario que dicho Manual se actualice también en términos de manejo de sustancias psicoactivas, se busquen estrategias para socializarlo tanto entre los estudiantes como entre los padres de familias. Para IE los asuntos de la convivencia escolar encuentran una guía no solo en el Manual sino y muy especialmente en el diálogo y la concertación.

Se sabe que la reestructuración que se propone desde la ley 1620 tiene enfoque inclusivo, esto quiere decir, que las instituciones deben hacer acompañamiento a los grupos minoritarios (afrodescendientes, etnias, LGTBI, mujeres maltratadas, estudiantes en situación de discapacidad), lo que implica brindarles oportunidades para la expresión.

En algunas IE, en el desarrollo del **Plan de riesgos físicos** participan asignaturas como tecnología, artística y sociales. Otras lo trabajan en conjunto con gestión humana y la ARL. Se advierte que además de estos riesgos estas instituciones deben atender **otros relacionados con el uso de las TIC, atentados con arma blanca o con armas de fuego.**

Es indispensable que en las IE se implementen los simulacros de evacuación, salvamentos, así como actividades de promoción y prevención del riesgo, visibilizar este comité. En el caso de IE consideradas de alto riesgo por la población escolar que albergan o el sector en el que están ubicadas es necesario que se instruya a la comunidad educativa para atender

este tipo de situaciones, en tal sentido la Secretaría de Educación debe acompañar procesos de valoración y atención de riesgos en las IE, y ampliar la consideración de éstos más allá de los físicos.

Conclusiones

La gestión de los Proyectos Educativos en Instituciones Educativas con cobertura educativa de Medellín es adecuada. Los criterios utilizados por estas para la actualización de sus PEI obedecen a las nuevas disposiciones gubernamentales, especialmente las referidas a la inclusión de personas con capacidades disímiles y la diversidad cultural. Los PEI también se revisan si así lo demandan sus procesos de autoevaluación, los resultados en pruebas del saber y según objetivos del Plan de mejoramiento. Se destacan en los PEI de las participantes de este estudio, los referentes pedagógicos, de gestión administrativa y los asuntos misionales.

La calidad de la IE incide positivamente en el programa de cobertura educativa por asuntos como: la transparencia en la gestión, su visión humanista y de derechos humanos, la permanente evaluación de sus procesos y comunidad educativa, el compromiso y la responsabilidad que manifiestan frente a la educación de calidad, su persistente búsqueda por mejorar la calidad académica de los estudiantes, el personal idóneo y cualificación con el que cuentan, la experiencia en la prestación del servicio educativo, la gestión de la calidad de sus procesos, el cumplimiento de la norma, la ética, el impulso al emprendimiento, su interés por la permanencia de los estudiantes en el sistema educativo, el compromiso, la formación de los profesionales en procesos de Justicia Restaurativa, el acompañamiento al estudiante en su proceso educativo, su interés por educar con responsabilidad y libertad. Sus esfuerzos por la sistematización de sus procesos, además, de su disposición a trabajar conjuntamente con el MEN, ICFES y la Secretaría de Educación para mejorar el nivel académicos de los estudiantes.

Para la revisión del PEI, las IE conforman equipos de trabajo los cuales integran especialmente los directivos, profesores y personal administrativo. Sin embargo para que estos sean más participativos es importante la vinculación de alumnos, exalumnos, padres de familia así como de vecinos de la IE, benefactores de la escuela y personal de mantenimiento.

La participación de las IE en el programa de cobertura debe contemplarse como razón para la actualización de los PEI ya que implica requerimientos adicionales. Para elevar el nivel académico de las IE es necesario que los PEI se actualicen según las necesidades de la comunidad educativa, especialmente de estudiantes y profesores, así como las estrategias de enseñanza – aprendizaje y las TIC.

Para la socialización de los Manuales de convivencia y de los Comités de promoción y prevención del riesgo entre estudiantes y padres de familias se requieren estrategias y acciones que generen conciencia en torno a la diversidad de género, la inclusión, convivencia pacífica, la no discriminación, etc. El Programa mismo de cobertura educativa debe socializarse entre la comunidad educativa. En las IE deben realizarse los simulacros de evacuación, salvamentos así como brindarse capacitación e instrucciones para el manejo de actos violentos.

El Plan de riesgos debe ampliar su contenido o disponerse unos nuevos que se enfoquen a riesgos diferentes a los físicos como el uso de las TIC, de arma blanca o de fuego, consumo y transporte de sustancias psicoactivas, etc.

La deserción en las IE estudiadas representa un porcentaje bajo y obedece a situaciones particulares del estudiante tales como el embarazo, desplazamiento, etc.

Las IE participantes en el programa de cobertura de Medellín consideran que pueden mejorar en aspectos como la retroalimentación informativa con exalumnos, la gestión de espacios de ciudad para la recreación, actualización de los PEI, mejorar las locaciones físicas, buscar recursos económicos, realizar más convenios interinstitucionales, mejorar las estrategias para la cualificación del personal docente, generar apropiación de la comunidad educativa en todas las gestiones, reflexiones con equipo en torno a los enfoques pedagógicos, generar cultura de la sistematización de procesos, evaluación más participativa del PEI, determinar acciones para que los planes de mejoramiento se ejecuten efectivamente, mayor integridad y potencialidad de equipos de trabajo de las diferentes sedes.

Es importante dimensionar que el programa de cobertura y calidad educativa pretende la generación de mayores oportunidades para el desarrollo humano obteniendo finalmente mayor equidad social. Está encaminado a fomentar el acceso y la permanencia de los estudiantes así como la excelencia en los resultados académicos. Este último aspecto hay que mejorarlo. Lo importante es que la Secretaría de Educación cuenta con unos buenos aliados para hacerlo.

Bibliografía y cibergrafía

De Subiría Samper, Julián (2006). Los modelos pedagógicos. Hacia a una pedagogía dialogante. Magisterio Editorial.

Ministerio de Educación Nacional. Ley 115 de Febrero 8 de 1994, por la cual se expide la ley general de educación. Disponible en http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Ministerio de Educación Nacional. Decreto 1860 de Agosto 3 de 1994, por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 115 de 1994, en los aspectos pedagógicos y organizativos generales. Disponible en: http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-86240_archivo_pdf.pdf

Ministerio de Educación Nacional. Decreto 1075 del 26 de marzo de 2015. Disponible en: http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/pdf/decreto_1075_de_2015.pdf

Tunnermann B, Carlos (2008). Modelos educativos y académicos. Hispamer. Disponible en: <http://www.enriquebolanos.org/data/media/book/Modelos%20educativos%20y%20academicos.pdf>

Notas

[1] <http://www.globoschool.com/>

[2] Ministerio de Educación Nacional. Decreto 1075 del 26 de marzo de 2015. Disponible en:

http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/pdf/decreto_1075_de_2015.pdf

[3] Idem

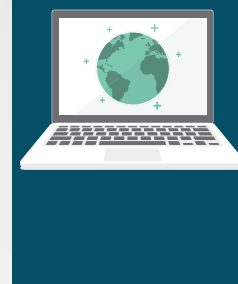
[4] SIMAT es una herramienta que permite organizar y controlar el proceso de matrícula en todas sus etapas, así como tener una fuente de información confiable y disponible para la toma de decisiones. Es un sistema de gestión de la matrícula de los estudiantes de instituciones oficiales que facilita la inscripción de alumnos nuevos, el registro y la actualización de los datos existentes del estudiante, la consulta del alumno por Institución y el traslado a otra Institución, entre otros. <http://www.mineduacion.gov.co/1621/w3-article-168883.html>

Para citar este artículo:

Valle, F. Mónica y Ramírez, Álvaro (2016). Gestión de los PEI en instituciones con cobertura educativa de Medellín. *Revista Luciérnaga / Comunicación*. Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs.69-78.

Link. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

CIBERPERIODISMO. Análisis de las secciones de educación en dos periódicos colombianos



Gabriel J. Lotero Echeverri*
Sara Osuna Acedo**

Recibido: Noviembre 7, 2015 - Aceptado: Diciembre, 16 2015

RESUMEN: En el artículo se presentan los resultados de la investigación que tuvo como propósito analizar los contenidos de las secciones de educación online de los periódicos El Mundo y El Colombiano.

Entre las categorías de análisis se consideraron elementos propios de la elaboración de un texto, como el tipo de fuentes citadas, el carácter informativo, la rigurosidad en el cubrimiento del tema, así como el enfoque pedagógico. También se verificaron aspectos cuantitativos tales como: extensión del artículo, ubicación en el portal periodístico, la existencia de recursos relacionados, imágenes, videos, herramientas interactivas, número

de fuentes citadas y las palabras destacadas en los titulares.

Se constata que en ambos medios es necesario fortalecer una agenda propia sobre el tema educativo, principalmente desde la promoción de una perspectiva crítica sobre este campo, con el fin de lograr que la información sobre educación corresponda a un proceso riguroso de investigación, pluralismo informativo y a una verificación de la información.

Palabras clave: ciberperiodismo, educación, periodismo, interacción, competencias mediáticas.

**Magister en Comunicación y Educación y Comunicador Social-Periodista. Docente interno de la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia. Email: gabrielj.lotero@upb.edu.co*

***Docente e investigadora. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Email: sosuna@edu.uned.es*

CYBERJOURNALISM. Analysis of the Education sections in El Mundo and El Colombiano newspapers

SUMMARY: This paper analyzed the findings of a descriptive research about the online contents of the education section issued by El Mundo and El Colombiano newspapers.

The methodology considered qualitative aspects specific to text elaboration, such as cited sources, informative nature, rigorous coverage of the topics, and pedagogical approach as well. Quantitative aspects such as: article extension, location in the journalistic portal, the existence of related resources, images, videos, interactive tools, number of sources quoted and highlighted words in the headlines were also verified.

It is found that both media do not have their own agenda on the subject, they lack critical perspective on them. Information on education is expected to correspond to a research process, information pluralism, and rigorous verification of information.

Keywords: cyberjournalism, education, online journalism, interaction, media literacy.

CIBERJORNALISMO. Análise das seções de educação em dois jornais colombianos

RESUMO: No artigo aparecem os resultados da investigação que teve como propósito analisar os conteúdos das seções de educação on-line publicados nos jornais El Mundo e El Colombiano.

Entre as categorias de análise se consideraram os elementos propios da elaboração de um texto, como o tipo de fontes mencionadas, o caráter informativo, o rigor no cubrimiento do tópico, como também o foco pedagógico.

Também foram verificados aspectos quantitativos, tais como: extensão do artigo, local no portal jornalístico, a existência de recursos relacionados, imagens, vídeos, ferramentas interativas, número

de fontes mencionadas e as palavras importantes nas manchetes.

Se constata que em ambos meios é necessário fornecer uma agenda pessoal sobre o tópico educativo, principalmente desde a promoção de uma perspectiva crítica neste campo, com o propósito de alcançar que a informação sobre educação corresponda a um processo rigoroso de investigação, para o pluralismo informativo e uma verificação da informação.

Palavras chaves: ciberjornalismo, educação, jornalismo, interação, competências mediáticas.

Introducción

Este artículo presenta el análisis descriptivo que se efectuó a las secciones de educación de los portales electrónicos de los periódicos [El Colombiano](#) y [El Mundo](#) ambos de la región antioqueña de Colombia. Para el fomento de la lectura, estos medios cuentan con programas dirigidos a estudiantes de primaria y secundaria. El periódico El Mundo cuenta con una propuesta educativa en su versión electrónica.



El diseño metodológico de este estudio privilegió una postura interpretativa del investigador sobre su objeto de estudio, si bien la información es recopilada a través de técnicas complementarias como la observación y análisis de los contenidos de los dos medios.

Las preguntas que se realizaron en este estudio fueron ¿Cuáles son las características de las secciones electrónicas de educación de los portales del periódico El Mundo y El Colombiano?, ¿Cómo favorecen la interacción con los usuarios?.



1. Metodología

El diseño metodológico de este estudio incorpora técnicas de recolección y de análisis de la información de tipo mixto, por fases. En la primera se hizo una revisión selectiva de los antecedentes del tema de investigación, la cual permitió encuadrar el estudio, fundamentar teóricamente el campo y reconocer aportes importantes para la comprensión del contexto del proyecto (Hernández, 2010, p. 53). En la segunda fase [1], durante un mes, se hizo el seguimiento y análisis de los textos periodísticos publicados en las secciones de educación de los portales de cada periódico: El Colombiano (<http://www.elcolombiano.com>) y El Mundo (<http://www.elmundo.com.co>).

En el período de observación se recopilaron 66 textos de ambos diarios: 28 de El Colombiano y 38 de El Mundo. Los cuales se clasificaron como noticia, entrevista, informe, columna de opinión y crónica.

En el análisis se consideraron aspectos cualitativos propios de la elaboración de textos, tales como fuentes citadas, carácter informativo, rigurosidad en el cubrimiento del tema y enfoque pedagógico. Los aspectos cuantitativos que se tuvieron en cuenta fueron: extensión de los textos, ubicación en el portal periodístico, presencia de recursos relacionados como archivo histórico, número de fuentes citadas y palabras destacadas en los titulares.

De igual manera se revisaron los hipervínculos incluidos en el texto. A partir del modelo propuesto por Rodríguez; Codina, y Pedraza (2012) se identificó el nivel de interacción que permite cada diario y la forma como dinamizan la participación del usuario y la retroalimentación.

2. Ciberperiodismo: Comunicación de muchos a muchos

El periodismo virtual, electrónico o ciberperiodismo, es un nuevo término con el que se nombra el periodismo hecho para la Internet. Aplica los desarrollos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ya extendidas a todos los sectores de la vida económica, social y cultural a nivel local, nacional e internacional.

Como indica Scolari (2008), El ciberperiodismo aprovecha el ciberespacio para todo el proceso de elaboración de textos desde la investigación, la documentación y publicación de contenidos determinados por la transmedialidad y la convergencia de soportes.

Actualmente, el oficio del periodismo debe afrontar desafíos debido a que el ritmo de la innovación tecnológica ha llevado a una renovación acelerada de los artefactos que dominan la esfera mediática. Los entornos digitales cuestionan los modelos de comunicación tradicionales y exigen la transformación de competencias profesionales, las cuales por ejemplo se han materializado en la reciente creación de nuevos perfiles profesionales.



La web se ha transformado, de espacio para la producción de contenidos de unos pocos en la llamada Web 2.0, caracterizada como un entorno que potencia la participación y la producción de contenidos por parte de públicos amplios, no expertos, ejemplificada con escenarios como el de los wikis y los blogs.

Rodríguez; Codina, y Pedraza (2012) presentan una propuesta para analizar la adaptación de los cibermedios a las condiciones de la Web 2.0, como resultado de sus investigaciones de medios españoles e internacionales. Ésta se apoya en la revisión de parámetros que permiten identificar la apertura del cibermedio a la participación de sus usuarios (p.64):

interacción usuario-medio de comunicación, publicación de contenidos creados por los usuarios, registro del usuario, acceso a la información, canal de contenido personalizado, versiones distintas que el medio ofrece de su información, empleo de herramientas de la Web 2.0, plataformas de la Web 2.0 en las que tiene presencia el medio de comunicación.

Para estos autores ante “la consolidación de la web como uno de los escenarios más utilizados para la búsqueda y el acceso a la información, los periódicos han considerado adaptar sus contenidos y estrategias de comunicación a este nuevo entorno” (Rodríguez; Codina, y Pedraza; 2012, p. 91). Más allá de la posibilidad de comentar o compartir en redes sociales, el medio puede trascender a un modelo comunicativo en el cual el receptor pueda sugerir temas, fuentes e incluso agregar contenidos producidos por él mismo.



La prensa escrita que ha migrado a las plataformas digitales así como diversos medios que han nacido como portales periodísticos responden a un proceso de convergencia de los múltiples soportes de los contenidos, la multimedialidad o transmedialidad, que permite producir publicaciones con palabras, con fotografías, con vídeos, con animaciones, con infografías y gráficos.

Uno de los desafíos viene dado por la necesidad de comprender que se trata de un cambio cultural y no sólo del acceso a herramientas tecnológicas de allí que se debe entender que:

“Hablar de cibercultura es tratar el tema de las técnicas (materiales e intelectuales), las prácticas, las actitudes, los modos de pensar y los valores que se han desarrollado conjuntamente con la aparición y crecimiento del ciberespacio.” (Jaillier, 2011, p.48)

Para los profesionales del periodismo es importantes adquirir competencias tecnológicas. Los cambios tecnológicos no eximen de la responsabilidad de lograr un buen periodismo basado en la investigación, el compromiso con la verdad y la función social de la búsqueda del bien común.

2.1 La educación al servicio de la construcción de una sociedad del conocimiento

En la sociedad de la información nociones como lo público, lo político y la ciudadanía están ligadas a factores como el conocimiento y las capacidades con las que cuentan las personas y las organizaciones para apropiar y construir saberes pertinentes. El acceso no es suficiente, se requieren competencias para la selección, el análisis crítico y la apropiación de dicha información, comprender que el “consumo diario de medios de comunicación no es garantía de conocimiento” (Aguaded y Pérez, 2012, p. 28).

El periodismo digital debe concebirse en la lógica del modelo de la auto-comunicación de masas, la que para Castells (2009) es propia de los entornos digitales al permitir interacciones más horizontales, modelo de muchos a muchos, en los cuales el usuario ya no solo es receptor sino también emisor y productor de contenidos. De acuerdo con los estudios realizados por Noguera- Vivo (2010) los cambios en las rutinas de consumo digital de medios se posicionan principalmente en las generaciones más jóvenes.

Para asumir un rol más activo en los diferentes escenarios tanto reales como virtuales "...se exige a la ciudadanía una serie de competencias digitales para que pueda acceder de una forma crítica a la información y convertirse en creadora de contenidos virtuales." (Osuna y Aparici, 2014, p. 205)

Estas transformaciones representan desafíos a la Escuela, la cual debe superar modelos pedagógicos tradicionales pero bien sabemos que "sigue con metodologías eminentemente transmisivas, mientras que fuera de ella los individuos se relacionan en red." (Osuna y Aparici, 2014, p. 206).

Este cambio en el modelo de educación exige también una renovación del ejercicio del periodismo el cual se transforma tanto de forma como de fondo.



<http://www.elmundo.com/>

3. Resultados

Los hallazgos muestran que, en su mayoría, los textos periodísticos acerca de la educación corresponden al **género informativo**, más de la mitad son noticias sin mayor desarrollo y cerca de la tercera parte pueden clasificarse como informes especiales, formato informativo de mayor profundización y extensión. Durante el período observado, aparecen de manera residual algunos textos elaborados en los géneros de entrevista, crónica y periodismo narrativo.

Otra variable considerada fue la **extensión de los textos** lo que permitió visualizar el espacio concedido al desarrollo de los contenidos. Las noticias tienen en promedio 356 palabras, los informes 808, las entrevistas 813 y las crónicas 1005 palabras.

En cuanto a la **autoría** se encuentra que las **crónicas y las entrevistas** son firmadas por los periodistas, también el (74%) de los **informes especiales**, un (9%) de estos se atribuyen al equipo de redacción, un 4% a agencias externas y 13% no se firman.

En cuanto a las **noticias**, la autoría de éstas se la adjudica el medio, el 18% agencias informativas y un 24% no indica autor.



<http://www.elcolombiano.com/>

3.1 Fuentes de información

Para analizar las fuentes de información citadas en los textos recopilados, en un primer momento se determinó, por género, el número de fuentes citadas.

Se encontró que en las noticias en general se citó una sola fuente (45%), dos fuentes (18%) y tres fuentes el(21%), merece la pena destacar que en algunos casos no se cita ninguna fuente que soporte la información divulgada.

En cuanto al **tipo de fuentes** citadas, para el caso de las noticias se encuentran que el (64%) corresponde a fuentes oficiales, el (8%) a ONG. En tres noticias de la muestra se citan voceros de instituciones educativas y en 3 noticias se citan educadores. Las otras fuentes tienen una mención residual o ninguna mención.

El (96%) de los Informes especiales citan fuentes. En cuanto a los **tipos**, en más de la mitad de éstos se citan fuentes oficiales así como fuentes relacionadas al tema abordado.

En las dos crónicas de la muestra, se citan varias fuentes de información. En una a seis fuentes, incorporando gran diversidad de versiones sobre el tema de la educación. En la otra crónica a dos educadores.

En la muestra solo se encontró una entrevista. En ésta se presenta el testimonio a profundidad de una única fuente que pertenece al sector gubernamental.

3.2 Temáticas abordadas

El 41% de las **noticias** abordan hechos sobre el sistema educativo en general especialmente educación básica y el 36% asuntos de las universidades.

En los **informes especiales** se abordan temáticas como la alfabetización mediática, aunque es de indicar que los contenidos son muy similares al de las noticias. En las **crónicas** se destaca el abordaje de formación ciudadana y sigue estando presente el sistema educativo en general. En **entrevista** se aborda el asunto de la política pública educativa.

3.3 Origen del hecho

Un análisis pertinente no es solamente identificar las temáticas predominantes en los textos recopilados, sino también el origen del hecho, es decir, el actor desde el cual surge la iniciativa de divulgar algún asunto de interés periodístico.

En los textos recopilados en la muestra, predominan los originados por noticia proveniente del sector oficial (71% de los casos) principalmente de las entidades gubernamentales que dirigen el sistema educativo nacional. Lo que evidencia la poca incidencia e iniciativa periodista en el contenido de las secciones digitales de educación.

3.4 Alcance del hecho

En cuanto al alcance de los hechos abordados en los textos recopilados en la muestra, predominan las temáticas de interés nacional (42%), seguidos por las de interés regional (29%), el (21%) aborda asuntos internacionales y el 8% temas locales.

Se evidencia así que los asuntos locales de educación son poco abordados en las secciones digitales de los periódicos analizados, parece de mayor interés los temas nacionales de este ámbito.

3.5 Fotografías

En las publicaciones periodísticas la fotografía es un recurso que cumple una misión fundamental como referente que otorga veracidad a la publicación al permitir evidenciar que el periodista consultó las fuentes citadas y estuvo en el lugar de los hechos.

La fotografía también cumple una función estética en las publicaciones periodísticas y le permite al medio complementar su diseño gráfico con elementos visuales.

En cuanto a la inclusión del recurso fotográfico en el material recopilado en la muestra, en el (73%) de los casos se incluye una sola fotografía, en el (15%) ninguna, en el (5%) dos y en el (6%) se incluye una ilustración.

La fotografía como recurso gráfico e informativo en las secciones de educación de los diarios analizados es poco utilizada.

3.6 Recursos relacionados

Solo en tres textos se incluyen diferentes tipos de recursos relacionados: dos Informes Especiales y una noticia en la cual se incorpora un destacado y una infografía (aunque no fotografía). Se destaca que en el 64% de los casos no se inserta ningún recurso que complemente la publicación, por lo que el texto escrito sigue siendo el componente fundamenta en el contexto digital.

En el (38%) de los casos, se presentó como recurso complementario un **texto destacado en recuadro**, elaborado a manera de bloque temático en el que se destaca un subtema del asunto abordado. Estos recursos son propios del formato impreso y, llevados a la versión electrónica del periódico, no se adaptan a las condiciones que el escenario digital permite, porque en ninguno de los casos se diseña como un hipertexto.

El único elemento multimedial incorporado a la muestra seleccionada fue un **vídeo** embebido desde Youtube®, producido por estudiantes de una institución educativa en el que protestan por una política pública. La **infografía**, solamente se introduce en uno de los textos recopilados. Sin embargo, esta no presenta ninguna condición hipertextual, propia de los escenarios digitales, tan solo se muestra como recurso gráfico convencional, como podría hacerse en la versión impresa del periódico.

3.7 Interactividad

La interactividad es uno de los elementos más importantes del ciberperiodismo ya que permite al usuario asumir un rol más activo en el proceso comunicativo, tanto en la selección de los contenidos y de la secuencia de lectura de los mismos, como también en la posibilidad de visibilizar los mensajes recibidos, producto del diálogo con el cibermedio y con otros usuarios.

En el análisis realizado se encontró que solamente uno de los textos incorpora en su desarrollo la posibilidad de interacción al usuario, esto para comentar un vídeo producido por estudiantes de una institución de educación básica.

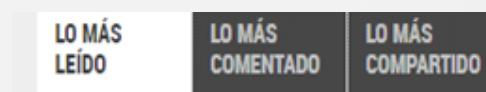


<http://www.elcolombiano.com/colombia/educacion>

A continuación, se analiza la incorporación de **herramientas interactivas** en los dos sitios web, como parte de su evolución hacia la Web 2.0.

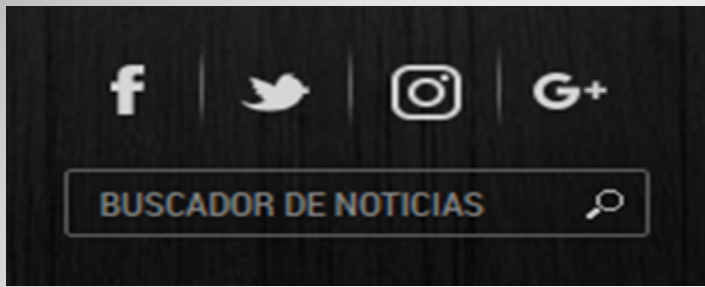
El sitio web del periódico El Colombiano, está diseñado desde una portada (o página de inicio) en la cual el usuario encuentra diversas opciones de navegación, que permanecen en todas las páginas interiores, a manera de cabecera del medio (muy usable porque sirve como ruta de navegación), presenta la estructuración de los contenidos por menús temáticos, que se corresponden con las secciones del periódico, un buscador de noticias, los íconos de tres redes sociales que llevan al usuario a los sitios del periódico en las mismas: Twitter, Facebook y Google Plus. Contiene una barra que entrega al usuario una herramienta para contactar al periódico (llenando un formulario) y una herramienta para que se registre como usuario, lo cual le permite personalizar su navegación en el sitio, esta barra presenta también el botón de inicio de sesión, para los usuarios registrados.

Otra herramienta de interactividad importante que presenta este periódico en todas sus páginas interiores, es la que le permite al usuario saber cuáles son las publicaciones más populares del medio entre los cibernautas: los más leídos, compartidos y comentados, a través de una tabla que permanece en el sector derecho de la pantalla.



<http://www.elcolombiano.com/colombia/educacion>

Todos los textos de este diario permiten comentarios de los usuarios registrados, quienes pueden hacerlos visibles, pueden interactuar con otros usuarios y responder a sus comentarios o mensajes de manera visible. Estos también pueden compartir opiniones en Twitter y en Facebook con solo hacer clic en el mismo.



<http://www.elcolombiano.com/colombia/educacion>

En el mismo espacio, El Colombiano ofrece un buen nivel de interactividad a sus usuarios al permitirles reportar errores a través de un formulario en línea muy fácil de usar. Al final de cada publicación, incorpora una herramienta interactiva fácil de usar, en la cual el usuario puede agregar información de manera indirecta, es decir, esta se remite al medio, allí la verifican y autorizan, antes de servirle como caja de resonancia, de manera que con el criterio de interactividad sin renunciar a la responsabilidad del medio con la calidad de sus contenidos.



<http://www.elmundo.com/seccion/educacion>

Esta cabecera también le ofrece al usuario los accesos, a modo de íconos, a los sitios del periódico en redes sociales: Youtube, Twitter y Facebook, muy fáciles de reconocer. El periódico también entrega al usuario, de manera fija en todas sus páginas, otras dos herramientas para la interacción, que se ubican en el sector inferior derecho: un espacio para que el usuario sugiera contenidos (para lo cual debe llenar un formulario) y un espacio en el cual puede ver los contenidos más visitados.



<http://www.elmundo.com/seccion/educacion>

El sitio web del periódico El Mundo cuenta con una portada en la cual el usuario encuentra una serie de herramientas que facilitan la interacción. Se destaca en rojo, color de identidad de este medio, el menú de navegación, que presenta las categorías o temas en las cuales se organizan los contenidos; cada categoría despliega una ventana en la cual se encuentran las secciones del periódico, ésta permanece como cabecera en todas las páginas interiores del cibermedio, junto con una barra superior en la cual el usuario tiene dos herramientas interactivas: el formulario de contáctenos y el botón para suscribirse al portal. El menú se complementa con un buscador de contenidos y le indica al usuario en qué sección ha ingresado.



<http://www.elmundo.com/noticia/-Con-desnutricion-y-mala-alimentacion-no-habra-educacion/43523>

Al final de cada artículo, se incluye una barra con opciones para el usuario, como notas relacionadas, la herramienta para comentarios, para recomendar a través de correo electrónico y el botón para la versión imprimible.

La herramienta de comentar no es directa, sino que se trata de un formulario que recibe el cibermedio. En ninguna página aparecen comentarios de los lectores, de manera visible.

Muchas veces, las notas relacionadas no lo están de manera directa con el hecho, a manera de registro de publicaciones sobre un mismo problema, sino que son publicaciones recientes que se han clasificado en los mismos ámbitos temáticos.

Conclusiones

Los portales del diario El Colombiano (<http://www.elcolombiano.com>) y El Mundo (<http://www.elmundo.com.co>) en sus secciones educativas tienen poca gestión en términos de hipertextualidad, multimedialidad y de interactividad en sus páginas digitales. En términos de formato lo que más publican son noticias, las cuales cuentan con la firma del periodista o equipo de redacción de esta. La mayor fuente citada en éstas es el sector oficial, en tal sentido la construcción de nota periodística es poco contrastada en términos de fuentes.

Las temáticas de dichas noticias corresponden a hechos relacionados con las instituciones educativas del nivel básico y medio, seguidas de asuntos de las universidades. Quizás esto se debe al fácil acceso a la información que brindan las secretarías de educación locales, regionales y el ministerio, para el caso del nivel básico y medio y, por otra parte, a la fortaleza de algunas agencias de noticias universitarias, que divulgan a los medios sus propios boletines de prensa.

El alcance de los hechos difundidos en su mayoría es de índole nacional, seguido del regional. Llama la atención que, a pesar de tratarse de dos periódicos regionales los temas de alcance local solamente correspondan al 8% de los casos, porque esto sugiere que los medios no están recogiendo las historias cotidianas de las comunidades más cercanas.

En cuanto al análisis informativo, se identifica como tendencia en ambos medios, la debilidad de una agenda propia, es decir, la selección y el encuadre de los temas, la cual debe ser construida por los periodistas, a través de procesos de investigación, que permitan un pluralismo informativo y la rigurosidad en la verificación de la información a ser publicada.

En la muestra de textos analizada, la mayor parte de los temas responde a la coyuntura (la actualidad, la urgencia) y a la necesidad de pronunciarse sobre aquello de lo que se está hablando en los medios. Y no tanto a la identificación y priorización de problemáticas sociales de interés de la comunidad y el contexto del cual se forma parte.

En relación con las fuentes, se evidencia un escaso número de fuentes citadas en los textos recopilados. El pluralismo es importante porque en el campo educativo todos los puntos de vista deben ser tenidos en cuenta y no solamente el de los directivos. Los docentes, los estudiantes, las familias, los futuros empleadores, la comunidad en

general deben tener la oportunidad de incidir en el campo educativo, como escenario de uno de los derechos fundamentales para la construcción de la ciudadanía.

La rigurosidad investigativa para la producción de mensajes periodísticos permite al periodista y al medio comprender temáticas complejas y contribuir en los procesos de apropiación social. La investigación periodística también ha cumplido una importante función en la denuncia de abusos y la veeduría ciudadana sobre asuntos de interés común.

Estas condiciones son fundamentales cuando se pretende contribuir en procesos de formación con sus públicos de interés, ya que la educación debe responder a una intencionalidad y a un modelo pedagógico y comunicativo, más allá de la transmisión unilateral de mensajes, propia de los medios impresos o de la Web 1.0.

Sin una agenda propia, difícilmente los periodistas y los medios pueden diseñar y producir contenidos educomunicativos intencionados. Es así como la mayoría de los textos recopilados se limitan a reproducir declaraciones de las autoridades educativas sobre hechos del sector, especialmente en el contexto de las instituciones educativas de los niveles básico (10 años de educación obligatoria) y medio (dos años más para obtener el título de bachiller que habilita para el ingreso a la universidad).

En los informes especiales, las entrevistas y las crónicas, se cumplen los criterios de calidad en la investigación y el contraste de las fuentes de información. En estos casos, los temas contribuyen de una manera más decidida en procesos educativos, pero casi siempre a través de la identificación de buenas prácticas, de testimonios o de experiencias de educadores, investigadores o proyectos que merecen la pena que sean replicados.

Finalmente, es necesario indicar que este estudio fue de carácter exploratorio, sin pretender ser concluyente. La revisión correspondió a un periodo sin pretensiones de juzgar el trabajo de los profesionales de los medios abordados.

Bibliografía

- Aguaded, Ignacio y Pérez, Amor (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. En: *New approaches in educational research* Vol. 1, No. 1, Julio 2012, pp. 25–30.
- Castells, Manuel (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Corbetta, Piergiorgio (2007). *Metodologías y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio, P. (2010) *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Jaillier, Erika. Cibercultura y educación. En: SIERRA, Gloria. Me conecto... luego existo. De los efectos de la cibercultura en la subjetividad, la educación y la familia. Medellín: Corporación Ser Especial. 2011. P.47-65.
- Noguera - Vivo, José Manuel (2010): "Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 176 a 186.
- Osuna, S. y Aparici, R. (2014) Educomunicación y sociedad en red. En: Osuna, Sara. (Coord.) *Escenarios virtuales educomunicativos*. Barcelona: Icaria.
- Rodríguez-Martínez, Ruth; Codina, Lluís; Pedraza-Jiménez, Rafael (2012) Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: análisis de la interacción y de la adopción de la Web 2.0 *Revista española de Documentación Científica*, Vol 35, 1 (2012)
- Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Notas

[1] En la muestra no se incluyeron contenidos meramente noticiosos sobre asuntos judiciales o contractuales relacionados con las instituciones educativas o sus actores. Durante algunos fines de semana no se publicaron contenidos en la sección educativas de los periódicos, y hubo días entre semana en que ambos diarios publicaron varios textos en un solo día.

Para citar este artículo:

Lotero, E. Gabriel y Osuna, A. Sara (2016). Ciberperiodismo. Análisis de las secciones de educación en dos periódicos colombianos. Año 8, N15. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs.79-88.

Link. <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-14/>

ANUARIO DE INVESTIGACIÓN GIC (2016)

FACULTAD DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.
POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Publicación Nacional e Internacional	Revista Luciérnaga / Comunicación N15. Año 8. ISSN 2027-1557	Editora Mónica Valle - PCJIC Francisco Ortiz -UASLP

En esta edición se colocan temas que dan cuenta de la articulación de la comunicación con otras disciplinas, tal es el caso del texto “Tecnologías digitales y actitud *copyleft*” de la Dra. Bianca Racioppe, de Argentina. En el que indaga acerca de las transformaciones en las concepciones de autoría y originalidad que se proponen desde el movimiento de la Cultura libre. El Dr. Cristian Daniel Torres Osuna, de México, da cuenta de las tendencias que los músicos independientes mexicanos, están llevando a cabo para enfrentar el impacto del paso de lo analógico a lo digital, así como de la distribución, promoción y comercialización de su música. La Dra. Flor de Líz Pérez Morales, también de México, aborda el tema de ciberpolítica juvenil. Indica que estos persiste una noción de política que no deja de lado el nacionalismo como esquema motor de lo social, al que se le carga de emotividad, se le respaldada con el coraje, el amor y la esperanza, triangulación que moviliza el cambio ciudadano. De Colombia, el Magister, Neyder Jhoan Salazar Torres, refiere el tema de la comunicación indígena. Complementan esta publicación los artículos: medios alternativos de Bogotá”, la transmedialidad, el análisis de las Tic en los preescolares, y el ciberperiodismo educativo.

La Revista Luciérnaga-Comunicación está clasificada en Colciencias- Publindex, indexada en Latindex, Redib, Dialnet, e-Revist@s, RirCyC, se puede consultar en: URL:

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

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

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Ponencia Internacional	Público visitante de Museos. El caso en Antioquia-Colombia. XIII Congreso ALAIC- México. 5 al 7 de 10/2016.	Mónica María Valle Flórez

En el estudio se encuentra que la ocupación de la mayoría de los visitantes es estudiante, seguida de empleado y trabajadores independientes. Emergen como nuevo perfil de visitante la empleada doméstica y el jubilado. El visitante nacional asiste con la familia o con amigos, proviene en su mayoría de Bogotá. Los visitantes locales principalmente son de Medellín. Estos prefieren espacios en los que pueda conversar a los que se requiera silencio. Los extranjeros tienen alto nivel educativo, prefieren una experiencia museística cognitiva, introspectiva o artística, el nacional opta por la experiencia social. Se presenta una tendencia por experiencias de ocio que permitan la relajación y el entretenimiento.

Una gran oportunidad evidenciar que aunque el público extranjero, que es el público ideal para este museo, en tanto es el que compra boleto de ingreso, su audiencia por desarrollar corresponde al público local y nacional. Surgen preguntas como ¿ hay que ir al museo o sacar el museo?. A éstos se les presentan oportunidades y retos que les implica cambios sustanciales de su concepción clásica.

<http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT2.pdf>

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Participación en evento Internacional	Sexto Encuentro Internacional de la Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación- RIICC. México. 3/10/2016	Mónica María Valle Flórez,

En el encuentro se expusieron las investigaciones que estaban adelantando los integrantes de las Red, entre estas: la comunicación en ONGs y en el sector público, los estándares editoriales en medios. Se anuncia la que la RIICC publicará el libro “Responsabilidad Social en la comunicación digital”.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Organización y participación	Coloquio Organización de Eventos Científicos. PCJIC. 2016-09-29	Semillero Eventos y Comunicación. E&C. Coordinadora. Mónica Valle

Coloquio Organización de Eventos Científicos, tendencias y problemáticas. En este participaron investigadores asistentes y organizadores de este tipo de actividades.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Organización y participación	Master Class Gestión Cultural Siglo XXI. PCJIC. 2016-09-15	Semillero Eventos y Comunicación. E&C. Coordinadora. Mónica Valle, y Semillero Cero Ficción. Coordinador José Miguel Restrepo.

¿Qué es la gestión cultural?, ¿Cuál el perfil del gestor? ¿Qué actividades realiza un gestor cultural?. Factibilidad de un proyecto cultural. Casos y ejemplos prácticos, estos fueron algunos de los temas que se abordaron en la Master Class Internacional «La gestión cultural en el siglo XXI» que impartió el mexicano Carlos Kubli.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Organización y participación	Cátedra abierta “Experiencias exitosas eventos y comunicación”. PCJIC. 2016-09-19	Semillero Eventos y Comunicación. E&C. Coordinadora. Mónica Valle

Expertos de empresas organizadoras de eventos deportivos, ambientales, protocolo, eventos sociales y corporativos presentan las oportunidades y fortalezas, debilidades y amenazas del tipo de evento al que se dedican.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Organización y participación	Cátedra Internacional Manager de Artistas. PCJIC. 2016-04-07	Semillero Eventos y Comunicación. E&C. Coordinadora. Mónica Valle.

Evento académico organizado por el Semillero de Investigación E y C. Contó con expositores internacionales y nacionales: Isabel Francine (Gerente de Francine Mercadeo), Daniel Buitrago (Manager) y Luisa Ivone (Tour Manager).

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Participación en evento	Sexto Encuentro Nacional de Periodismo Comunitario. Medellín 17 al 19. 2016.	Mónica Valle

La Alcaldía de Medellín desde el año 2011, viene desarrollando el Encuentro Nacional de Periodismo Comunitario fortaleciendo el intercambio de saberes y las experiencias que tienen los medios, colectivos y periodistas comunitarios de la ciudad. En la sexta versión de este evento, propuso un espacio académico y de experiencias que posibilitó la interacción de diversos actores para generar nuevos conocimientos acerca de sus labores para la movilización y el desarrollo, además de estrategias para la autogestión y la sostenibilidad.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Participación en evento	Talleres Permanentes de Investigación. Marzo.2016	Mónica Valle / Liliana Velásquez

Apropiar a los participantes de elementos conceptuales y herramientas prácticas para la investigación. Se realizaron 6 talleres.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Proyecto	Comunicación organizacional en los <i>clusters</i> de Medellín: Innovaciones en estrategias y acciones	Mónica Valle

Este proyecto de I + D tiene por objetivo la transferencia de conocimiento de la Comunidad *Cluster* de Medellín, al campo académico, investigativo y profesional de la comunicación organizacional. En específico se plantea la reconstrucción socio-histórica de la perspectiva de dicha comunicación en ese sistema organizativo, así como identificar y caracterizar las innovaciones en las estrategias y acciones de comunicación implementadas, en especial las digitales. Ganó convocatoria interna 2016.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Organización y participación	Conversatorio con Carlos César Arbeláez. Director de la Película “Eso que llaman Amor” y “Los Colores de la Montaña”. Noviembre 24 de 2016.	Semillero Eventos y Comunicación. E&C. Coordinadora. Mónica Valle

Carlos César Arbeláez, es uno de los directores y guionista, más destacados, de la región antioqueña. Su ópera prima, Los colores de la montaña fue candidata, en el 2012, a la nominación del Premio Oscar, en la categoría mejor película en lengua extranjera. Su más reciente película Eso que llaman amor, se estrenó en diciembre de 2016.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Proyecto	Documentales y Documentalistas antioqueños: temas, personajes, escenarios, tratamiento estético y estructura dramática	José Miguel Restrepo

El proyecto de investigación aplicada tiene la finalidad de generar conocimiento en torno a los documentalistas de la región antioqueña y sus producciones como aporte a la construcción del sector audiovisual del País y la transferencia de saberes al aula y los profesionales. En específico, se plantea analizar 20 documentales de los documentalistas Carlos Bernal Acevedo y Oscar Mario Estrada para identificar las temáticas, caracterizar los personajes, describir los escenarios en que se desarrollan las acciones, las tendencias en la estructura dramática y tratamiento estético de dichas obras audiovisuales, así como de los elementos claves en la utilización del sonido y la fotografía. También pretende reconstruir la trayectoria profesional de dichos documentalistas.

Colocar los insumos para la creación del archivo virtual “Documentales y Documentalistas antioqueños” que sería de consulta abierta y permitiría a los usuarios e interesados incrementar dicho acervo; otro de sus objetivos es la implementación de un software con la metodología llevada a cabo en el estudio para que pueda ser utilizada en el aula como herramienta pedagógica, por supuesto pretende transferir conocimiento de los documentalistas de Antioquia mediante publicaciones científicas como un artículo para revista indexada Categoría B, y la edición del libro Realidades Contadas: Documentalistas antioqueños. Ganó convocatoria interna 2016.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Par Evaluador Libro	Par Evaluador Libro - Publicación científica de la UPB. Septiembre 28 de 2016.	José Miguel Restrepo

Participación como par evaluador de material para publicación científica de la UPB.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Par Evaluador Libro	Par Evaluador Libro - Publicación científica de la UPB. Junio 1 de 2016.	José Miguel Restrepo

Participación como par evaluador de material para publicación científica de la UPB.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Par Evaluador Libro	Par Evaluador Libro - Publicación científica UDEA. Octubre 26 de 2016.	José Miguel Restrepo

Participación como par evaluador de material para publicación científica de la UPB.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Ponencia Internacional	Ponencia “El Documental Alternativo en Antioquia”. Muestra Audiovisual Medellín en Cuernavaca. 1 al 5 de agosto de 2016	Semillero Cero Ficción. Coordinador José Miguel Restrepo

Los docentes José Miguel Restrepo y Óscar Mario Estrada, y los estudiantes Isabel Cano Campo, Juan David González y Herwin Blanco de la Facultad de Comunicación Audiovisual, participan en la Muestra Audiovisual Medellín – Cuernavaca, en el Centro Cultural Sie7eocho y Teatro Morelos Cuernavaca en el país azteca - México-, entre el 1 y el 5 de agosto de 2016. Presentaron sus documentales y realizaron ponencias sobre los mismos, en temáticas como: la estructura dramática, el tratamiento estético, y las rupturas narrativas e hibridación de géneros y formatos.

El docente participó con la ponencia “El Documental Alternativo en Antioquia”. Además de realizar la proyección de videos documentales como: La Marranada, El Príncipe y la Princesa y Tiempo de Nacer.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Ponencia Nacional	“El documental de autor en el conflicto interno de Colombia”. 9º Festival Internacional de Cine de Oriente. 13 al 17 de octubre de 2016.	José Miguel Restrepo

9º Festival Internacional de Cine de Oriente se llevó a cabo en los municipios de Rionegro, Guatapé, la Ceja, Medellín y Apartadó, tuvo como país invitado de honor a Rusia, nación que participó con una selecta muestra de películas, así como varios directores y actores, tanto rusos como colombianos.

En el marco del festival se destacaron varias actividades como el homenaje al Director colombiano Pepe Sánchez, un Seminario Internacional con directores y actores invitados y una selección de lo mejor del cine colombiano. Además, una muestra de cine de autor. Así mismo el máster clases con los directores y actores rusos Vladimir Alenikov y Támara Alenikova sobre el método del actor en Rusia, “Cómo contar Buenas Historias”, a cargo de Pepe Sánchez y el Documental: “Realidades” del documentalista José Miguel Restrepo y la ponencia “El documental de autor en el conflicto interno de Colombia”.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Ponencia Nacional	“Desastres naturales y conflictos ambientales en espacios del Valle de Aburrá”. Festival de Cine Metropolitano del Valle de Aburrá. 30 de noviembre al 3 de diciembre de 2016	José Miguel Restrepo Moreno

El Festival abordó temáticamente la equidad humana y territorial, inclusión social, conflictos, posconflicto, convivencia en perspectiva de paz, identidad de mujer, muestras audiovisuales de jóvenes y nuevas narrativas transmedia como parte de reconocer la unidad geográfica y un paisaje común atravesado por el Río Aburrá. El Docente participó con la ponencia “Desastres naturales y conflictos ambientales en espacios del Valle de Aburrá” y la proyección en Documentales de Autor con “La Gabriela”.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Participación en evento	Diplomado Cine Documental. Octubre 5 de 2016	José Miguel Restrepo Moreno

Docente principal en el Diplomado en: Cine Documental, realizado conjuntamente entre la Corporación Ideas & Proyectos de Antioquia, la Universidad de Antioquia y el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, con una intensidad de 120 horas.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Artículo	Turismo de reuniones y eventos. Revista Intersección: Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda N3, Año 3, Medellín; ISSN 2357-5875	Santiago Correa

El Turismo de Negocios es un segmento turístico altamente rentable, de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de las localidades, puesto que regula la característica estacionalidad de la demanda turística, incrementa la ocupación en temporadas bajas, eleva la estadía promedio y contribuye a mejorar el gasto promedio de los visitantes, impulsa la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, además de apoyar la generación y distribución del ingreso por turismo en zonas específicas. En el Sector de reuniones y eventos, en particular, anualmente se realizan en todo el mundo, más de 7,500 eventos internacionales entre ferias, exposiciones, congresos y convenciones, con crecimientos cercanos y en proyección superiores al turismo de ocio, recreo y vacaciones. Medellín desde el año 2011 se inserta y le apuesta al Turismo de Negocios como estrategia de ciudad en el Plan creado por la Secretaría de Turismo en compañía con el Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones, y un grupo de 98 empresarios líderes de los sectores de eventos, hoteles, restaurantes, instituciones académicas, entre otros. En el texto se presenta el marco teórico que guio la investigación “caracterización de empresas de las Operadoras Profesionales de Certámenes del Valle de Aburrá- Antioquia-Colombia y algunas de las conclusiones de ese estudio.

Link <http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-interseccion/interseccion-03/>

OJS <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/issue/view/58>

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Participación en comité de evaluación.	7ª edición de REC - Festival de Cine de Universidades Públicas. La Plata, Argentina. Año: 2016, Mes: Noviembre	Germán Velásquez García

Participación como Jurado en la 7ª edición de REC - Festival de Cine de Universidades Públicas, en la Categoría FICCIÓN LATINOAMERICANA. En La Plata, Argentina.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Pasantía	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), México.	Germán Velásquez García

La Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)-México, invita al Docente Germán Velásquez García a realizar pasantía en la Facultad de Ciencias Sociales en el programa Licenciatura en Cine y Producción Audiovisual, para establecer términos de convenio interinstitucional con el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

PRODUCTO	TÍTULO	RESPONSABLE
Ponencia	“Transformaciones del Lenguaje Audiovisual en los dispositivos móviles”.	Germán Velásquez García

Visita a las instalaciones del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la Universidad Nacional Autónoma de México donde impartió la ponencia “Transformaciones del Lenguaje Audiovisual en los dispositivos móviles” y adicionalmente, tuvo entrevistas con el personal docente de este centro.