



# **Los Estereotipos Sociales Presentes En La Telenovela Colombiana: Un Análisis Comparativo Entre La Costa Atlántica Y El Interior De Colombia**

**Alejandra Valeria Moya Diaz**

**Daniela Navarro Márquez**

**Nicolás Calderón Amaris**

**Yuriana Vanessa Suárez Castro**

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Ciencias sociales, Humanidades y Artes  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia

2021



# **Los Estereotipos Sociales Presentes En La Telenovela Colombiana: Un Análisis Comparativo Entre La Costa Atlántica Y El Interior De Colombia**

**Alejandra Valeria Moya Diaz**

**Daniela Navarro Márquez**

**Nicolás Calderón Amaris**

**Yuriana Vanessa Suárez Castro**

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:  
**Comunicador Social**  
**Componente profesional Comunicación Organizacional / Periodismo**

Director (a):

Doctor Marciano F. Venté Alarcón

Línea de Investigación:

Nombrar la línea de investigación en la que se enmarca el trabajo de grado

Grupo de Investigación:

Nombrar el grupo de investigación

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias sociales, Humanidades y Artes

Programa de Comunicación Social

Bucaramanga, Colombia

Año 2021

*el problema de los estereotipos  
no es que sean falsos, es que son incompletos.*

*Chimamanda Ngozi Adichie*

## **Agradecimientos**

En conjunto queremos agradecer a todas las personas que nos acompañaron, nuestros padres, hermanos, profesores y amigos; en este proceso de dos años. Gracias a quienes sacaron de su tiempo para compartirnos sus conocimientos, experiencias, correcciones y precepciones en cada una de las etapas de investigación.

Gracias a los que participaron en los grupos focales, a los entrevistados y a todos quienes contribuyeron un poco de forma directa o indirecta para alcanzar la culminación de este trabajo investigativo.

Un abrazo y gratitud a los que ya no están, pero fueron un apoyo emocional cada vez que nos sentíamos frustrados; y principalmente, Gracias a Dios por la vida.

Atentamente,

*Alejandra, Daniela, Yuriana y Nicolás*

## **Resumen**

Los estereotipos sociales difundidos a través de los medios de comunicación, pero en particular por la televisión y su instrumento de representación cultural, la telenovela, y conocer si tienen una fuerte influencia en el imaginario colectivo, es decir tanto en la forma como se ven a ellos mismos y a los demás en los contenidos de estos productos audiovisuales teniendo en cuenta el contexto geográfico. En estos puntos se centra el objeto de estudio de la presente investigación. Desde el punto de vista de personas del centro y de la costa atlántica del país para ver qué tan sesgados están los jóvenes y personas adultas por los estereotipos. Se trabaja apoyados en una metodología mixta, que combina lo cuantitativo y lo cualitativo. De la misma manera se instrumentaliza un modelo de investigación etnográfico, y de teoría fundada.

**Palabras clave:** Telenovela/ Cultura/ Interculturalidad/ Estereotipos/ Análisis discursivo/ Representaciones

## **Abstract**

The social stereotypes disseminated through the media, but in particular through television and its instrument of cultural representation, the soap opera, and to know if they have a strong influence on the collective imaginary, that is, on the way they see themselves and others in the contents of these audiovisual products, taking into account the geographical context. The object of study of this research is focused on these points. From the point of view of people from the center and the Atlantic coast of the country to see how biased young people and adults are by stereotypes. The work is based on a mixed methodology that combines quantitative and qualitative methods. In the same way, an ethnographic and grounded theory research model is used.

**Keywords:**

**Soap Opera/ Culture/ Interculturality/ Stereotypes/ Discursive analysis/ Representations**

# **TABLA DE CONTENIDOS**

## **Introducción**

### **1. CAPÍTULO 1: METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. Metodología**

#### **1.2. Preguntas Problema**

#### **1.3. Objeto de estudio**

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

#### **1.5. Hipótesis de investigación**

#### **1.6. Justificación**

#### **1.7. Diseño Metodológico**

##### **1.7.1. Herramientas metodológicas**

###### **1.7.1.1. Entrevista**

###### **1.7.1.2. Grupo focal**

**a** Propósitos de los grupos focales

###### **1.7.1.3. Seguimiento de redes, análisis de datos por medio de Twitter**

###### **1.7.1.4. Análisis semiótico por medio de rejilla Fontanille**

**1.8. Mapeo teórico**

**1.9. Marco Teórico**

**1.9.1. Los medios de comunicación en Colombia**

**1.9.1.1.** La Radio

**1.9.1.2.** La prensa

**1.9.1.3.** Historia de la televisión colombiana

**1.9.1.4.** La telenovela en Colombia y sus antecedentes históricos

**1.9.1.5.** Hábitos de consumo

**1.9.1.6.** Procesos de comunicación

**1.9.1.7.** La mujer en la telenovela

**1.9.1.8.** Influencia televisiva

**1.9.2. Cultura**

**1.9.2.1.** Hegemonía

**1.9.2.2.** Hábitus

**1.9.2.3.** Identidad cultural

**1.9.2.4.** Industrias culturales

**1.9.2.5.** Auto-percepción

**1.9.3. Estereotipos**

1.9.3.1. Formación de los estereotipos

1.9.3.2. Correspondencia del estereotipo de género según el sexo

1.9.3.3. Roles de Género

#### **1.9.4. Representaciones sociales**

1.9.4.1. Imaginarios Sociales

1.9.4.2. Representaciones mediáticas

1.9.4.3. Nuevas masculinidades

1.9.4.4. Responsabilidad social

1.9.4.5. Representación y regímenes de creencia

## **2. [CAPÍTULO 2: Los medios de comunicación y la telenovela como entes constructores de la realidad.](#)**

### **2.1. Globalización**

2.1.1. Globalización e identidad

2.1.2. Globalización en Colombia

### **2.2. Medios de comunicación y Globalización**

2.2.1. Medios de comunicación y tecnología en Colombia

2.2.2. Medios de comunicación y educación

### **2.3. Construcción de significados y mass media**

2.3.1. El lenguaje en los medios de comunicación

2.3.2. Influencia de la telenovela y los medios de comunicación

**3. CAPÍTULO 3: La telenovela como reflejo cultural de la Costa Atlántica y el interior del país**

3.1. La telenovela como recreadora de la cultura costeña y “cachaca”

3.2. La televisión como medio de promoción cultural

3.3. Audiencia escéptica a programación cultural

**4. CAPÍTULO 4: El espejo de la representación confusa**

4.1. Jerga representativa y el recurso del humor.

4.2. Consumo de estereotipos: de la ficción a la praxis.

4.3. De la novela a la telenovela.

**5. Conclusión**

**A. Anexo: Entrevista, Grupo focal**

**B. Anexo: Matriz seguimiento de medios**

**C. Anexo: Capítulos analizados por medio de rejilla Fontanille**

**Referencias Bibliográficas**

## **Introducción**

La telenovela es un medio de comunicación que juega un papel importante en la sociedad, por ende, se ha convertido en un análisis para los teóricos de la comunicación debido a las representaciones culturales, convirtiéndose en producto masivo. Las producciones televisivas contribuyen a generar identidades a partir de la construcción narrativa, reflejando una parte de la cotidianidad. Tal como lo mencionaba Entel (2004), los estereotipos constituyen creencias generalizadas atribuidas a mujeres y a hombres a través de una percepción sesgada que se recibe de los medios de comunicación.

En esta investigación abordamos el tema de los estereotipos de género presentes en la telenovela colombiana, mediante un análisis comparativo entre la costa atlántica y el interior de Colombia, determinando como la representación influye en el imaginario social. Además, identificar la forma en que los estereotipos regionales difundidos en los medios de comunicación se reflejan en la conducta de las personas del interior y de la costa atlántica del país, dentro de las relaciones sociales y de familia.

La investigación se centra en cuatro aspectos claves: Telenovelas en los medios de comunicación, cultura, estereotipos y representaciones sociales. En cuanto al primer apartado, Barbero (2002) afirma que la telenovela se presenta además como un espacio de confrontación entre el sentido de lo nacional (el "sentirse colombiano", las temáticas y personajes que se consideran "propios") y lo transnacional (los modelos y formatos de melodrama televisivo en su capacidad de trascender las fronteras nacionales), destacando

dos teorías: teoría del aprendizaje social o teoría cognitiva Albert Bandura y teoría de la representación Stuart Hall y Modelo Moscovici.

La primera teoría propone un aprendizaje desde el proceso cognitivo al contexto social. La segunda teoría de “las representaciones sociales se transforman efectivamente en productos que intervienen en la vida social como estructuras preformadas a partir de las cuales se interpreta la realidad.”(Ibáñez, 1988).

Los estereotipos de género presentes en la telenovela colombiana se han venido constituyendo en referentes en la construcción social e identidad cultural, generando patrones de comportamiento y representaciones alejadas de la realidad social, misma que permiten una visión sobre el mundo. Entre los ideales aceptados por la sociedad está la construcción cultural, que se ve orientada por modelos de roles e identidades que hombres y mujeres deben seguir, dejando a un lado las buenas costumbres y tradiciones que favorecen a la identidad y representación cultural de cada región.

La identidad de género es establecida por lo que significa ser hombre o mujer. La masculinidad y la feminidad son simbolizaciones de cada cultura, debido a las creencias, costumbres y ritos según al origen que pertenezca, por ende, las personas no comparten las mismas ideologías ni caracterizaciones en su vestimenta, léxico o jerga. La representación del mundo no es apenas racional, cognitiva y lógica, sino una representación criada, alimentada y compartida socialmente; es todo un sistema circular de creencias y valores que no están cerrados bajo un marco individual (Moscovici, 2003).

# **1. CAPÍTULO 1: METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO**

## **1.1. Metodología**

Se parte del hecho que esta investigación se acoge a los paradigmas y tipos de alcance exploratorio y descriptivo, con el propósito de conseguir un resultado de análisis cualitativo. La doctora en ciencias sociales, Mercedes Blanco, asevera que la narrativa es un nuevo medio de comprensión de la realidad que brinda un análisis más profundo en la creación de nuevos conocimientos (Blanco, 2001, p. 135-156).

Lo que compete al aspecto descriptivo del proyecto hacen mella en desenvolver los datos hallados paso por paso, el punto de partida y de orientación de esta clase de investigaciones es la información recopilada como resultado. En esta dirección, se centra en proponer una perspectiva de un objeto, individuo, animal, información y datos, de la forma más verídica y precisa posible.

En otro aspecto, la parte narrativa gira alrededor de la reflexión y análisis de unos hechos concretos, reales o ficticios pero inscritos en determinado tiempo y espacio, enfocándose en la explicación desde el delineamiento de personas, ambientes naturales o circunstancias, conocimientos, relatos de sucesos que ocurrieron o inclusive libros y textos introspectivos o casi imaginarios.

En concordancia con la interior, este proyecto se cataloga como uno de corte mixto, debido a la interacción e integración de manera sistemática los métodos cuantitativo y cualitativo en una sola investigación con el propósito de alcanzar y conseguir una

perspectiva más holística, amplia y completa del fenómeno a estudiar. Estos enfoques pueden desenvolverse de tal forma que los cortes cuantitativo y cualitativo conserven sus formas y procedimientos primigenios (“forma pura de los métodos mixtos”). Otra opción es que estos estilos pueden adaptarse, modificarse o agruparse para realizar la investigación y solucionar los costos del proyecto (“forma modificada de los métodos mixtos”) (Sampieri, 2010). Lo previo, con el fin de exponer una visión más global, analizado desde diferentes puntos de vista, de lo que compone los estereotipos regionales y cómo se difunden en los medios de comunicación, en este caso en la telenovela y contrastar cómo recibe la gente de las distintas regiones un mismo contenido audiovisual.

Por consiguiente, por su estilo y al ser un tópico poco estudiado la investigación se basa como ya se había mencionado un enfoque exploratorio, debido a que es muy complejo definirlo en un alcance explicativo o interpretativo, porque la influencia de los estereotipos en el imaginario colectivo de ciertas regiones no ha sido estudiada a profundidad. Para tener una opinión más acertada, Abreu afirma que la investigación exploratoria tiene como objetivo examinar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esa razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas (Abreu, 2012, p. 191)

Todo esto, permite que este estudio sea una investigación vigente y de una reflexión nueva que no es posible de describir en la cotidianidad, sino relatando los resultados y experiencias según sus hallazgos en tiempo real.

## **1.2 Preguntas problema**

1. ¿Realmente existen niveles de machismo, sustancialmente distantes entre la costa atlántica y el interior del país?
2. ¿Cuál es el nivel de representación de la sociedad colombiana en las telenovelas?
3. ¿Cómo las producciones televisivas terminan construyendo un imaginario colectivo frente a las realidades de las regiones?
4. ¿Qué características representativas según las regiones, se enmarcan en los personajes de las telenovelas?

## **1.3 Objeto de estudio**

En el presente proyecto se estudia la incidencia del entorno cultural que se transmite generacionalmente en las relaciones sociales, en el interior y en la costa atlántica del país y como se refleja en la telenovela colombiana. Según García Canclini “uno de los fenómenos más importantes de la cultura de masas es sin duda la telenovela. En ella se logra concretar lo que ha llamado la hibridación (1990), fenómeno que atraviesa todas las esferas del sincretismo y el mestizaje latinoamericano, que proviene del estudio de los productores y los públicos culturales que lograron conciliar lo culto y lo popular”.

Como elemento de análisis que necesitamos para poder desarrollar nuestro tema de investigación, se encuentra la telenovela, debido a que, en retrospectiva, la televisión y la telenovela desempeñan un papel que va más allá del hecho de entretener y divertir, puesto que se ha transmutado en un escenario cotidiano de las más secretas perversiones de lo social y, al mismo tiempo, de la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales las personas se reconocen y representan, lo que tienen derecho a esperar y a desear (Barbero, 1992).

Las telenovelas colombianas en su mayoría tienden a representar en la zona del interior y de la costa atlántica del país, por ende, recrea una serie de estereotipos en la representación sociocultural de hombres y mujeres en la televisión estableciendo en el imaginario colectivo una imagen imposible de romper, por tanto, se convierte en una preocupación social, debido a las representaciones ficticias y conocimiento erróneo sobre la cultura del costeña y cachaca.

Es preciso estar conscientes que, en la sociedad actual globalizada, los medios de comunicación masivos cuentan con un gran poder en la configuración y creación de imaginarios culturales y sociales, los cuales en gran medida son los responsables de hacer mella en el pensamiento y la opinión de las comunidades, es decir la opinión pública. Cuando el propósito es plasmar una historia en la que se hace referencia a determinado grupo social, ésta no se puede hacer de manera autoritaria, emitiendo juicios de valor deliberadamente sin fundamento alguno, hecho que puede tergiversar lo que se quiere mostrar. Por ende, se deben presentar los hechos y sus protagonistas con humanidad, sin

omnisciencia. de modo que el lector o en este caso el televidente o espectador tenga la posibilidad de apreciar o criticar por sí mismos.

En el caso particular de la telenovela colombiana, es necesario tener en cuenta que los libretistas, productores y realizadores, quienes desempeñan el rol de configuradores del imaginario o el universo en el que se devuelven estos productos audiovisuales, en su mayoría son personas nacidas en las regiones centrales de la ciudad, hecho que ocasiona ciertos prejuicios al momento de representar a una comunidad que se ajena a la cual ellos pertenecen, como ha pasado con novelas que se desarrollan principalmente en el caribe colombiano pero toda su preproducción es hecha en Bogotá con personas, que de la costa solo conocen las playas. Por consiguiente, la televisión paulatinamente se ha convertido en una poderosa herramienta para homogeneizar poblaciones distantes y heterogéneas, como lo es el caso colombiano un país dividido en regiones diferentes cada una con sus propias costumbres y características geográficas.

De esta forma homogénea se representa una cultura o una región y su idiosincrasia. Como se ha dado repetidamente en la televisión colombiana, en sus producciones de novela donde se dan imágenes uniformes y no se da cabida a lo marginal o fuera de lo común, hecho que repercute en la perpetuación de prejuicios y estereotipos. Para muchas personas estas representaciones son el contacto más real y directo que llegan a tener con comunidades de diferentes partes del país, de allí que se queden solo con lo que las telenovelas les brindan.

Por ejemplo. Mónica Agudelo, libretista, expresó en una entrevista cuando le preguntaron sobre su novela “La Costeña y el Cachaco”, producción transmitida por el canal RCN en el año 2003, contaba con un personaje protagónico interpretado por Amada Rosa, que esta

era una narración ficticia que gira en torno a un grupo de costeños felices que aportan dinamismo y humor al guion, y no es una representación de toda la sociedad del caribe colombiano. Sin embargo, añadió que solamente hay tres grupos que por lo general no se sienten ofendidos o maltratados con este tipo de historias, los estadounidenses, los roles y las empleadas de servicio. Con esto, la misma libretista da a entender implícitamente que la población del caribe colombiano se sintió agraviada en su momento, luego que esta telenovela saliera al aire.

Hoy día, la telenovela sigue manteniendo un papel preponderante en la creación de los imaginarios colectivos de las sociedades que se alimentan a diario con los contenidos producidos en la televisión, como lo asevera Barbero (1987) —dos expresivas citas para introducirnos al género en que se reconoce la América Latina popular, y hasta la culta... cuando se emborracha. Ningún otro género, ni el de terror —y no es que falten motivos— ni el de aventuras —y no es que no haya grandes selvas y ríos— ha logrado cuajar en la región como el melodrama. Quiere decir que a pesar del impacto de la aparición de las nuevas tecnologías que han diversificado los canales y los medios de comunicación para compartir y difundir contenidos e información, la telenovela y la televisión han sabido sobrevivir y conservan su rol influyente en la sociedad, como lo dice Barbero (1987) el cual explica que —los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida .(p.183)

Por consiguiente, es factible aseverar que la telenovela no es solamente un medio de entretenimiento sino un punto de convergencia en el cual la audiencia de alguna forma busca verse reflejada e identificada con lo que capta a través de la pantalla del televisor como lo asegura Barbero. Él se refiere a la telenovela como una sociedad negada, económicamente desvalorizada y políticamente desconocida, pero culturalmente viva, y el tiempo del relato que la afirma y hace posible a las clases populares se reconozcan en ella a pesar de que a veces existan interpretaciones erróneas de las tradiciones y costumbres de las regiones por parte de los productores de contenidos audiovisuales

En la actualidad se pueden encontrar grandes cantidades de información en blogs y artículos en internet y en las redes sociales en los que se aprecian como los habitantes de las regiones costeras o periféricas de Colombia, expresan abiertamente su descontento con varias de las producciones audiovisuales que se transmiten por algunos medios de comunicación nacionales, como RCN y Caracol. De esta manera los ejes centrales de esta investigación se centran en la telenovela desde el interior y de la costa atlántica.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivos generales**

Contrastar los patrones socioculturales de género del interior y la costa atlántica del país en las telenovelas colombianas, determinando como la representación influye en el imaginario social.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

1. Identificar la forma en que los estereotipos regionales difundidos en los medios de comunicación se reflejan en la conducta de las personas del interior y de la costa atlántica del país, dentro de las relaciones sociales y de familia.
2. Describir que tan arraigado el modelo cultural machista del interior y de la costa atlántica del país, en las relaciones sociales y de familia, recreado por las telenovelas colombianas.
3. Comparar las características culturales representadas por los personajes en las telenovelas transmitidas en la televisión colombiana, como símbolos de representaciones regionales del centro y el norte del país.
4. Visibilizar qué tanto inciden los estereotipos difundidos por la televisión en la manera de ver al otro.

## **1.5 Hipótesis de investigación**

1. Las mujeres que han crecido en regiones machistas como el interior y la costa atlántica tienden a justificar la violencia de género.
2. Los medios de comunicación y las telenovelas son recreadores de estereotipos en las relaciones sociales y de las familias del interior del país y de la costa atlántica.
3. Las telenovelas hacen parte de las representaciones de una identidad cultural establecida por la sociedad según las creencias, mitos y costumbres.
4. La construcción discursiva de la telenovela, se da por medio del discurso verbal, elementos situacionales, vinculados con la realidad y el contexto cultural, y de esta manera genera los estereotipos.

## 1.6 Justificación

La intención principal para el desarrollo de este proyecto, es generar un estudio que plantee de manera diferente la mirada que se da a ciertas regiones del país, como es la Costa caribe, a través de producciones televisivas, además de la comparación que se crea en estas producciones en función de crear diferencias entre el personaje costeño y el resto del país. Como base de esta preocupación social, encontramos encuestas entre ellas una realizada por El Universal donde la pregunta “¿Cree que la televisión colombiana representa a los costeños tal cual son?” fue respondida por 46 personas “Sí” y 751 “No”. Con esto queremos conocer qué tanto esta representación ficticia crea un imaginario colectivo y un conocimiento erróneo sobre la cultura costeña.

Las telenovelas presentan un discurso costumbrista que refleja la imagen de una realidad que se vive en una región del país. Seni Medina plantea que la imagen “*Es producto de un tiempo histórico, de un espacio, de una cultura. Permanece ahí, a la vista de todos, precisamente porque advierte su intención de comunicar. Es producto, y, por tanto, es causa y también consecuencia*”. Aunque para las personas que se representan, en este caso los costeños, no es una verdad absoluta, para el resto del país crea una historia única alrededor de una cultura, del mismo modo crea estereotipos y prejuicios.

Uno de nuestros propósitos es crear una “balsa” en la ignorancia y debido a esto, algunas de las características de los estereotipos es que atribuyen rasgos, actitudes y patrones de comportamientos a cada uno de los géneros. Los cuales mediante la práctica empiezan a

ser aceptados socialmente formando parte de sus imaginarios colectivos. Chimamanda Ngozi Adichie en su charla del **peligro de una sola historia**, dice que *el problema de los estereotipos no es que sean falsos, es que son incompletos*.

El carácter social de un producto cultural, según Goldmann (1975), se basa en la capacidad de un sujeto para establecer por sí mismo una estructura mental coherente, con la visión del mundo presente en el grupo cuyo relato se reproduce. Es decir, para que un libretista, productor o escritor elabore con coherencia una producción televisiva debe tener una estrecha relación con el grupo social, y es ahí donde la producción mecánica trabaja con las mismas visiones preestablecidas y parcializadas de la acción cultural, como es representada la persona costeña en un personaje que en la mayoría de producciones se presenta como borracho, mujeriego, flojo y fiestero, en comparación de otros personajes como “el rolo” donde se muestra como el trabajador y empresario.

A partir de esto, se logra evidenciar, a grandes rasgos los estereotipos cargados de significados abarcando aspectos de la personalidad como sus conductas, comportamientos, roles y ocupaciones intentado definir a los grupos sociales. Finalmente es por ello que se considera importante la revisión de este tema de investigación, debido a que la televisión es un medio que hacen parte de los posibles factores que construyen la imagen de un grupo social, basados en Mora (2002), quien afirma que los medios son considerados plataformas de representación social.

## 1.7. Diseño Metodológico

Toda investigación sostiene sus fundamentos en un marco metodológico, que es el que estipula cuales son los métodos, técnicas, instrumentos, estrategias y procedimientos que se van a aplicar en el estudio que se desarrolla. Al respecto, Balestrini (2006, p.125) define “el marco metodológico como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real”. En consonancia con esto según Finol y Camacho (2008, p.60), el marco metodológico está referido a “la forma cómo se realizará la investigación, muestra el tipo y diseño de la investigación, población, muestra, técnicas e instrumento para la recolección de datos, validez y confiabilidad y las técnicas para el análisis de datos”.

Este proyecto de investigación que pretende dar a conocer los estereotipos que se muestran en la televisión colombiana sobre dos regiones en específico, es de corte cualitativo, pues busca interpretar y reconocer las experiencias de los individuos entre ellos y con su entorno socioeconómico y conocer las percepciones de estas personas respecto a las representaciones de la televisión de sus regiones y de su imagen, se creen imprescindibles las diversas perspectivas que se tienen de estos espacios para completar una visión general.

El diseño metodológico de este proyecto se basó en varios enfoques, el primero para obtener las respuestas buscadas, fue la Teoría Fundamentada, puesto que se usaron herramientas de recolección de datos como grupos focales, el cual es “una forma de recolectar datos cualitativos, la cual, esencialmente, implica involucrar a un pequeño conjunto de personas en una(s) discusión(es) de grupo informal(es), ‘enfocada’ hacia un

tema o una serie de temas específicos” según (Wilkinson, 2004, p. 177). Es posible aseverar que los investigadores en ciencias sociales en general, y los investigadores cualitativos en particular, de forma frecuente confían en los grupos focales para recolectar datos de varios individuos de forma simultánea; asimismo, los grupos inquietan menos los participantes, generando un ambiente que ayuda a que hablen de sus percepciones, ideas, opiniones y pensamientos (Krueger & Casey, 2000).

La aplicación de los grupos focales puede redundar en múltiples beneficios para los investigadores en las ciencias sociales. Uno de ellos es que son una manera económica, rápida y eficiente de obtener datos de múltiples sujetos (Krueger & Casey, 2000); por tanto, tienen el potencial de aumentar el número total de participantes en un estudio cualitativo específico (Krueger, 2000). Otra ventaja es que el ambiente en el que se desarrollan tiene un enfoque social. Adicionalmente, el sentido de pertenecer a un grupo puede aumentar la sensación de cohesión entre los participantes (Peters, 1993) y contribuir a que se sientan seguros para compartir información (Vaughn, Schumm, & Sinagub, 1996)

Dentro de esta teoría hay dos sub-enfoques que dieron un uso más preciso y efectivo a la hora de obtener resultados. Uno de ellos es el Diseño Sistemático, el cual permitió los pasos a seguir para el análisis de los datos recolectados. En primer lugar, la información se sujetó a un proceso de codificación abierta, es decir, los datos se clasificaron en aspectos generales y en segundo lugar se le indicó un código a cada categoría según lo requerido para facilitar la navegación por la información una vez se empezó a relacionar. En tercer lugar, se codificó de forma selectiva dichas categorías para volver a agruparlas en otras

aún más generales, y se sintetizó la información a tal punto de dejar factores tan diferentes que no se puedan volver a agrupar con otras. En último lugar, se revisó lo obtenido y se generó una teoría derivada de todo el proceso que pudo explicar el porqué de los resultados.

El otro enfoque metodológico empleado es el etnográfico ya que para algunos expertos en etnografía y sociología sólo a través del complejo de personajes es factible dilucidar las bases morales o los valores fundamentales que predominan en un melodrama. De la misma manera se podría hacer referencia a las diferentes regiones que hacen parte de la nación, puesto que según Bourdieu (1992) las clasificaciones entre las clases sociales son incognoscibles en la realidad, pues la unicidad que se busca proyectar de los espacios es solo una ilusión.

Esto lo que quiere decir es que la realidad imperante en las regiones no es definitiva debido a que los instantes históricos no son los mismos en todas partes. Además, Bourdieu aporta el concepto de “habitus” el cual define como un conjunto de disposiciones socialmente adquiridas que mueven a los individuos a vivir de manera similar a la de otros miembros de su grupo social. Un individuo de una clase determinada «sabe» que algo es vulgar o pretencioso, mientras que a una persona de otra clase le parecerá bello o impactante.

Esto se aprende en la infancia de la familia y después en la escuela de los compañeros, que enseñan al niño cómo hablar y comportarse. De esta manera, afirma Bourdieu, «el orden

social se inscribe progresivamente en la mente de las personas. Por su parte Geertz dice que:

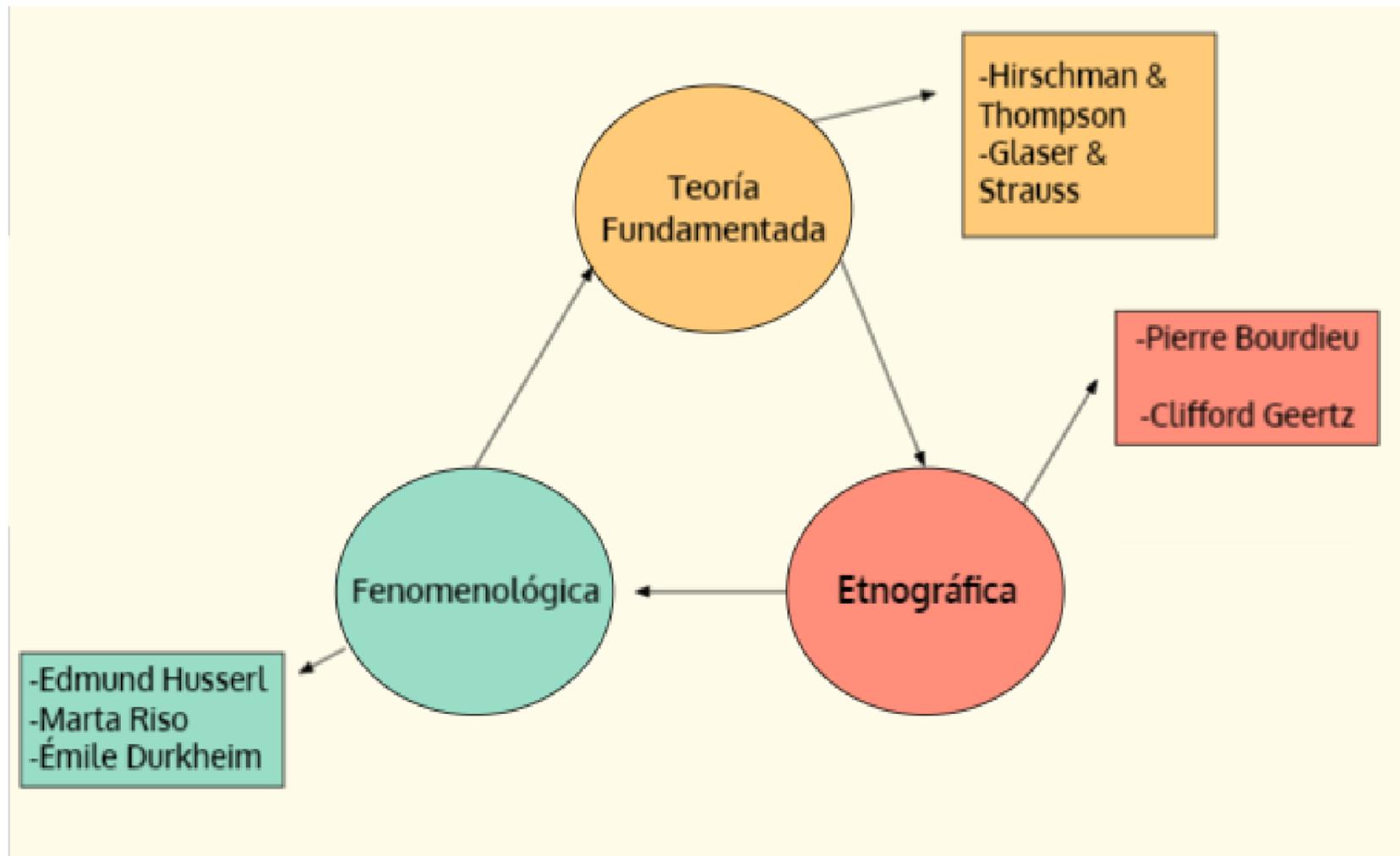
"El análisis consiste pues en desentrañar las estructuras de significación (...) y en determinar su campo social y su alcance. Aquí, en nuestro texto, ese trabajo de discernir comenzaría distinguiendo las tres diferentes estructuras de interpretación que intervienen en la situación, los judíos, los beréberes y los franceses, y luego continuaría mostrando cómo (y por qué) en aquella época y en aquel lugar la copresencia de los tres elementos produjo una situación en la cual el sistemático malentendido redujo la forma tradicional a una farsa social. Lo que perjudicó a Cohen y junto con él a todo el antiguo esquema de relaciones sociales y económicas dentro del cual él se movía, fue una confusión de lenguas".

Geertz, Clifford. 1993 [1973], "Descripción densa lo que da a entender que no se puede pretender aseverar una teoría absoluta al momento de evaluar los efectos que tiene en las personas los programas que ven en la televisión ya que es preciso siempre tener presente todos los filtros culturales y simbólicos por los que pasa la información antes de ser recibida por el televidente que siempre va estar su interpretación de estos contenidos supeditada a su contexto social, económico y niveles de estudio lo que implica cierto de grado de alta cultura.

Otro enfoque que estructuró el diseño metodológico es el Fenomenológico, propicio para el proyecto ya que estudia los fenómenos sociales desde la perspectiva de los individuos. Según Riso (2015) "La fenomenología es un movimiento filosófico del siglo 20 que describe las estructuras de la experiencia tal y como se presentan en la conciencia, sin

recurrir a teorías, deducciones o suposiciones procedentes de otras disciplinas, tales como las ciencias naturales”, de esta manera, a partir de la percepción de la interacción entre los participantes oriundos de La Guajira, Barranquilla y Bucaramanga, en los grupos focales y entrevistas, se dieron a conocer las experiencias que habían tenido referente a las telenovelas que recrean la cultura de la Costa atlántica y el interior del país, y de esta forma se contrastaron y codificaron los diferentes testimonios, en conjunto con la Teoría Fundamentada.

Para Husserl (1982) “es una forma de filosofía que estudia el mundo respecto a la manifestación de los seres y acciones”. Por tal razón se busca emplear el diseño fenomenológico en la investigación, ya que le da una mirada subjetiva y sensible del investigador a partir del reconocimiento de las vivencias de cada uno de los participantes permitiendo fundamentar la teoría con las experiencias de los individuos. Así como Durkheim (2001) afirma que el científico social debe considerar los hechos o fenómenos sociales como "cosas" que ejercen una influencia externa sobre las personas.



Fuente: Diseños metodológicos con sus principales autores. Creación propia.

## **1.7.1. Herramientas metodológicas**

### **1.7.1.1. Entrevista**

Taylor y Bogdan (1990) afirman que la investigación cualitativa proporciona una metodología en la investigación que permite comprender la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas. Es decir, el estudio cualitativo gira entorno a las personas involucradas en el tema de análisis, en este caso las personas del interior y de la costa atlántica, a partir de esto se interactúa con las personas de dos regiones recibiendo datos para dar respuesta a las preguntas, objetivos e hipótesis planteadas en el inicio del estudio. Taylor y Bogdan (1990) dicen que el investigador cualitativo pretende comprender lo que la gente dice.

Y es así como “la reflexión sistemática sobre los métodos cualitativos permitirá la generación de perspectivas amplias, integradoras, que fundamenten esquemas sólidos para que los científicos sociales reelaboren sus propias interpretaciones.” (Valdez, 2006, p. 16). El método cualitativo señala como objeto de estudio la realidad social y comprende críticamente la realidad por medio de la interpretación. Es así como supone la transformación de las observaciones en asertos, para arribar a una interpretación fundamentada de la realidad, sin estorbar esta, es decir, sin modificarla (Stake, 1999). En otras palabras, es el estudio de la realidad donde el investigador descubre, recopila la realidad mediante la interpretación para lograr el conocimiento sobre el tema estudiado. Por ende, “la realidad es conceptualizada como un proceso que deviene en un tiempo real” (Martínez, 1999, p. 105). Además, el investigador detalla con profundidad la conducta de

las personas, buscando patrones y estructuras de las simples apariencias (Martínez, 2001). Teniendo en cuenta que desde esa búsqueda de patrones y relaciones se integran conocimientos más amplios en la construcción de análisis.

Uno de los conceptos más relevantes en el método cualitativo es el de comprender, debido a que permite el diálogo y “supone la búsqueda continua de acuerdos y consensos, en una dialéctica de preguntas y respuestas, en actualizar el pasado, reconociendo su sentido con nuevas iluminaciones” (Gutiérrez Pantoja, 1986, p. 57). En el proceso de investigación cualitativa predominan lo inductivo, ya que va desde la recopilación de informaciones hasta la construcción de algunos niveles de teoría (Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez, 1999). Por ende, facilita datos y experiencias de forma sólida para garantizar entendimiento en los factores investigados.

Los aspectos de reducción de datos, estructuración y presentación de conclusiones se interrelacionan e imbrican mutuamente, existiendo la posibilidad de que el investigador realice la recolección de la información y el análisis en forma simultánea, mientras el proceso de análisis se lleva a cabo durante el proceso (Rusque, 1999, p. 88).

Teniendo en cuenta que el soporte de este método se da por la intencionalidad intentando predecir, comprender e interpretar. Por ende, un instrumento indispensable es la entrevista semiestructurada que es una técnica utilizada en este método investigativo, Alejandro Acevedo Ibáñez y Alba Florencia López (2004), definen la entrevista como “una técnica que, entre muchas otras viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la civilización ha generado (...) en sus orígenes fue una técnica exclusivamente periodística,

se le ha venido definiendo como la visita que se le hace a una persona para interrogarla sobre ciertos aspectos y, después, informar al público de sus respuestas”. (p. 8).

### **1.7.1.2. Grupo focal**

Los grupos focales son una herramienta de recopilación de información y datos por medio de una entrevista grupal semiestructurada, la cual se centra en el tópico primordial que es puesto a disposición por el investigador. Se han dado diferentes definiciones de grupo focal; sin embargo, son muchos los teóricos que convergen en que éste es un grupo de discusión, dirigido por un compendio de cuestiones estipuladas meticulosamente con un objetivo particular (Aignerren, 2006; Beck, Bryman y Futing, 2004).

El propósito principal del grupo focal es hacer que emanen comportamientos, emociones, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; algo complejo de obtener con diferentes estrategias que no sean los grupos focales. Por otra parte, comparados con la entrevista individual, los grupos focales permiten obtener una multiplicidad de perspectivas y procesos emocionales dentro del contexto del grupo (Gibb, 1997). La diferencia entre un grupo focal y una entrevista grupal consiste en que, en esta última, se entrevista a un grupo de personas al mismo tiempo; además, la entrevista hace énfasis en las preguntas y respuestas entre el investigador y los participantes.

Por otra parte, el grupo focal se centra en la interacción dentro del grupo, la cual gira alrededor del tema propuesto por el investigador; además, los datos que se producen se basan en la interacción (Powell et al., 1996 citado por Gibb, 1997). Otra diferencia está

dada por la importancia que tiene la dinámica social producida entre los miembros del grupo, la cual es de suma importancia para el posterior análisis de los resultados (Noaks y Wincup, 2004).

Los grupos focales tienen su punto de origen en distintas posturas epistemológicas, principalmente desde el realismo y el constructivismo contextual; el realismo parte de categorías preexistentes para analizar los datos, busca la consistencia del significado entre múltiples análisis y aplica los conceptos de fiabilidad y validez (Escobar, J. y Bonilla-Jimenez, F. (s.f.).

Por su parte, el constructivismo contextual rechaza el supuesto de una sola realidad que puede ser revelada a través de la correcta aplicación de un método. Desde esta perspectiva, el conocimiento es provisional y dependiente del contexto; en consecuencia, rechaza los criterios de objetividad y la confiabilidad a favor de estrategias de reflexión y articulación por parte del sujeto que esté llevando a cabo el proceso de investigación.

#### **a. Propósitos de los grupos focales**

El fin primordial de la elaboración de la técnica de los grupos focales es recopilar datos e información que permitan resolver las preguntas de investigación. Sin embargo, el campo de aplicación de los grupos focales es vasto. A continuación, se expone un compilado de momentos en las que su utilización es especialmente útil (Beck et al., 2004; Rigler, 1987):

1. El conocimiento que hay sobre un tema es insuficiente y se requiere formular nuevas hipótesis que hagan avanzar la investigación, igualmente cuando se requiere elaborar un cuestionario o mejorar uno existente.
2. El tema de investigación es complicado y requiere involucrar nuevos métodos y datos para lograr la validez.
3. El tema de investigación es complejo e incluye un amplio número de posibles variables; un grupo focal permite que el investigador concentre el tiempo y los recursos en las variables más pertinentes.
4. Los resultados de una encuesta cuantitativa son estadísticamente ambiguos o engañosos, por lo que requieren aclaración y mayor elaboración. Los grupos focales pueden ayudar a encontrar las razones de dicha contradicción.
5. Generar ideas para una estrategia de publicidad, posicionamiento y la implementación de un producto. Si el prototipo de un producto necesita ser probado frente a las necesidades reales, los grupos focales son muy útiles, ya que pueden ayudar a determinar el nombre del producto, cómo posicionarlo, cómo hacerle publicidad y cómo distribuirlo.
6. Descubrir la percepción de las personas respecto a lo que genera o impide un comportamiento, así como su reacción ante diferentes ideas, conductas, productos o servicios.

7. Desarrollo de otros instrumentos, como entrevistas específicas para estudios de caso.
8. Identificación de necesidades personales y comunitarias.
9. En general, el uso de los grupos focales no se circunscribe a un contexto o situación particular. Estos pueden hacer parte de investigaciones cualitativas y cuantitativas, además de que pueden utilizarse como única técnica.

**La recopilación anterior da cuenta de la versatilidad de los grupos focales; no obstante, existen varias circunstancias en las que su uso no es oportuno (Beck et al., 2004 y Rigler 1987):**

1. Creación de nuevos productos desde cero. Los participantes de un grupo focal podrían informar cuál podría ser el servicio ideal, pero únicamente si se le presenta al grupo un concepto muy desarrollado; si éste es incipiente, el ejercicio de lluvia de ideas no será productivo.
2. Generalización de resultados a la población; los grupos focales no permiten hacer estadística inferencial.
3. Manejo de temas tan polémicos que no permiten discusión y se centran sólo en el debate.

4. Manejo de temas que no son apropiados para un grupo de discusión; la alternativa, en este caso, es la entrevista individual ya que, aunque el investigador ha asegurado confidencialidad, no puede garantizar que los demás participantes también la aseguren. Huertas, s.f.; Kitzinger, 1995; Myers, 1998, Powell y Single, 1996).

### **1.7.1.3. Seguimiento de redes, análisis de datos por medio de Twitter**

El seguimiento de redes, es una técnica utilizada en la actualidad que ha facilitado el análisis de datos basados en opiniones de personas, ha facilitado a su vez el diferenciar los diferentes grupos (mayoritarios o minoritarios) que se presentan en una investigación. Este método ha sido utilizado para el análisis de campañas, es usado a su vez por empresas para el análisis de marca y es una herramienta que ha servido a diferentes figuras políticas en sus campañas.

En esta investigación la red social que ha tenido un rol importante es Twitter. Un espacio donde personas del común, figuras públicas, medios de comunicación, entre otros; han tomado la libertad de expresar sus opiniones por la dinámica de comunicación que esta red ofrece. Twitter es una red que cada publicación tiene un límite de 280 caracteres y es de diálogo libre.

Para los profesionales de comunicación, la circulación y libertad de información es ayuda al sustento de análisis cuantitativos y/o cualitativos. Según una investigación de Mariluz Congosto, Twitter tomó importancia por primera vez en 2008 en la campaña electoral de Barack Obama, pero su explosión como red social fue hasta el 2010, cuando el número de usuarios aumentó.

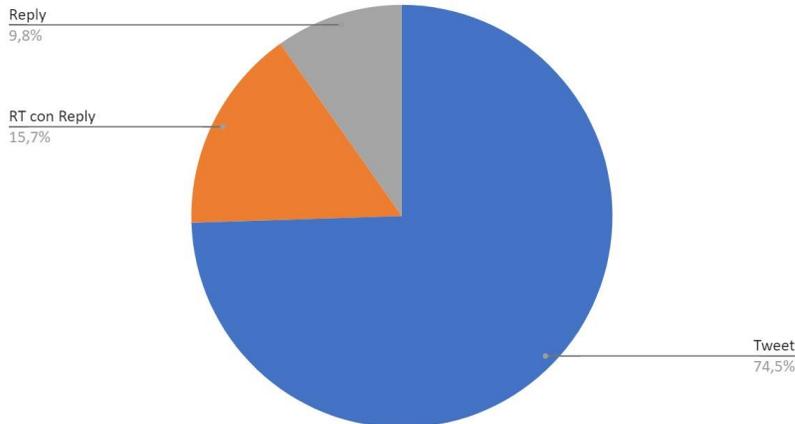
Twitter tiene dinámicas de comunicación que, según nuestro análisis, se dividen en tuit, retuit, reply (replique) y reply con comentario. Las dos últimas dinámicas se caracterizan por tener la posibilidad de seguir un debate o expresar una opinión frente a otra diferente o igual a la de estos. En nuestra investigación la hemos dividido en negativo, positivo o neutral, lo cual nos ayuda a conocer cuál es el mensaje que tiene mayor fuerza y la polaridad que funciona en esta red.

El seguimiento de medios se hizo con el fin de ver qué estereotipos están presentes en el discurso de las personas al momento de visualizar a los a los costeños para ver como los cachacos ven a los costeños y como los costeños responde a esos comentarios, de igual forma ver cómo los medios los miran y mirar si tienen algún sesgo predominante. Durante el 10 de abril 2020 hasta el 10 de abril 2021 realizamos un análisis semiótico a la red social Twitter buscando tweets relacionados con cachacos y costeños, obteniendo 102 tuits examinados por tipo de discurso, fuente, sesgo y fotografía.

## Seguimiento de Redes

El tipo de discurso se codificó en RT con Reply, RT, Reply, Tweet, encontrando:

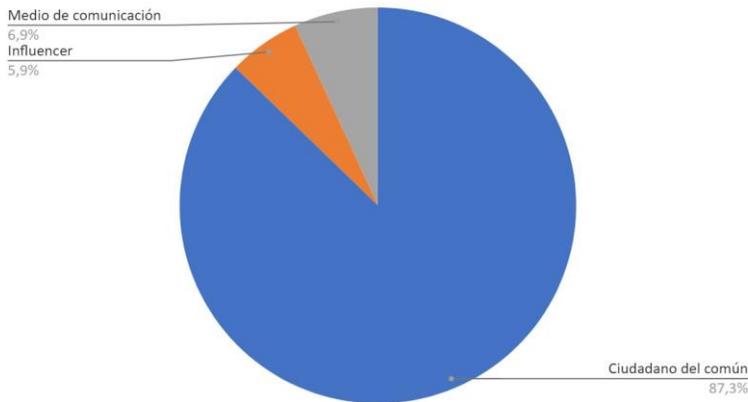
Recuento de Tipos de discurso



Rt con reply 16 tweets que equivalen al 15,7%. Reply 10 tweets con un 9,8% y Tweet 70 tweets con un 74,5%, no se

encontraron tweets con RT.

Fuente

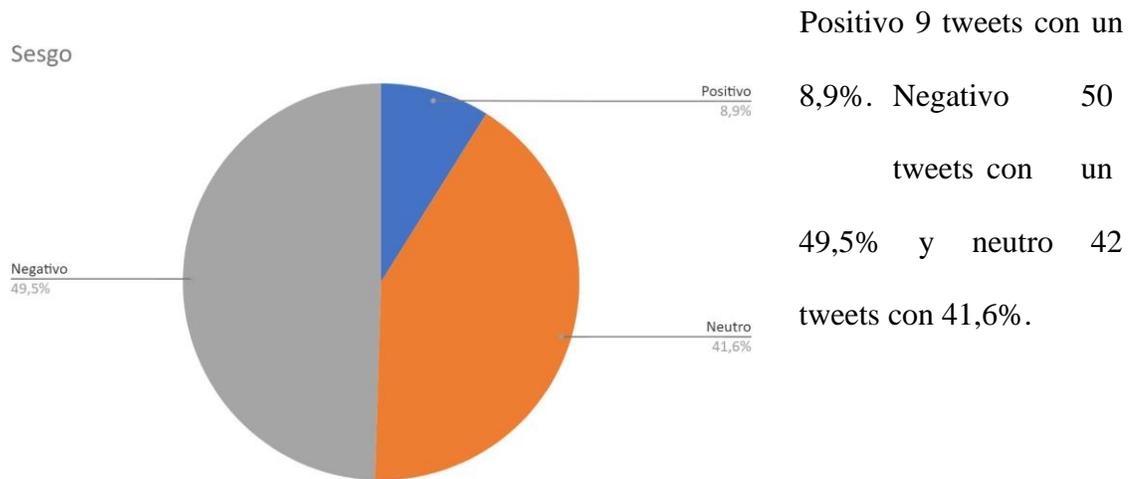


La fuente se codificó en Ciudadanos del común, medios de comunicación e influenciadores, encontrando:

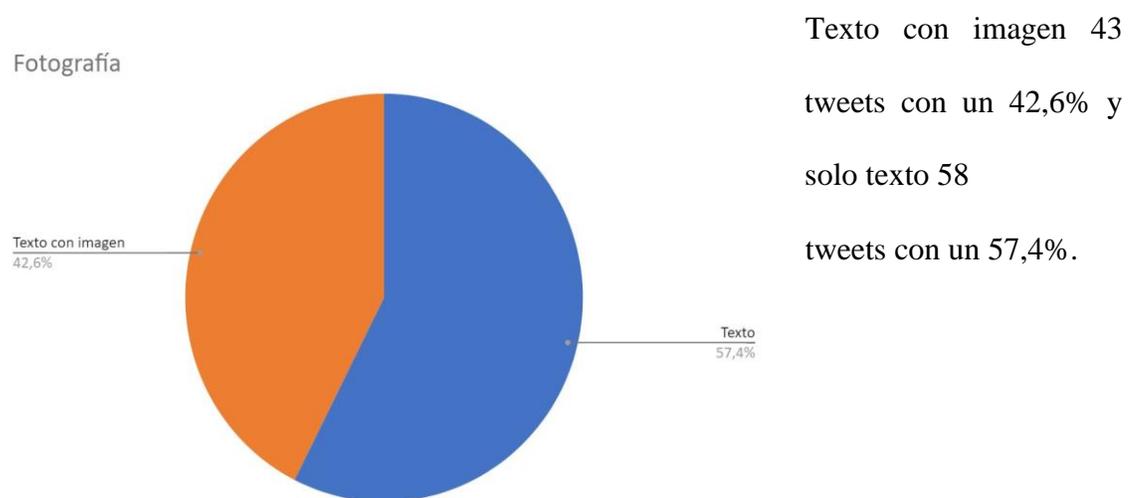
Ciudadanos del común 89 tweets con un 87,3%. Influencer 6 tweets

con un 5,9% y medios de comunicación 7 tweets con un 6,9%

**El sesgo se codificó en positivo, negativo y neutro, encontrando:**



**La fotografía se codificó en texto con imagen y solo texto, encontrando:**



#### 1.7.1.4. Análisis semiótico por medio de rejilla Fontanille

**Objeto de análisis:** Telenovela *¿Dónde carajos está Umaña?*

**Objetivo:** comparar la idea que la telenovela presenta de la cultura costeña, con prácticas culturales que se realizan dentro de esta misma, basados en estudios anteriormente realizados en la costa norte del país.

**Números de capítulos analizados:** 30

**Plantilla utilizada para el análisis:**

Nivel de análisis semiótico	contenido
Signos:  Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)  Explicar por qué es importante cada uno.	
Textos:  Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final,	

<p>circular, intermitente)</p>	
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:</p> <p>tipo (video musical, propaganda, corto)</p> <p>país, año, duración, finalidad, director.</p>	
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</li><li>2. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</li></ol>	
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad)</p> <p>mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	

<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	
---	--

## 1.8 Mapeo Teórico



Fuente: Mapeo teórico. Creación propia.

<https://view.genial.ly/611143e7be294f0d9731ccfa/presentation-presentacion-inicio-proyecto-iii>

## **1.9 Marco Teórico**

Con el propósito de desglosar los conceptos teóricos relacionados con la investigación, estos se desarrollarán yendo de los más generales a los más específicos, permitiendo así, la comprensión del hilo conductor que lleva el proyecto.

### **1.9.1 Los medios de comunicación en Colombia**

Durante el último medio siglo han sido muchas las modificaciones que en el ámbito comunicacional ha vivido la sociedad. Transiciones que parten de, y en varias ocasiones han expandido, las aristas e inequidades socioeconómicas, así como las brechas en el alcance al capital simbólico. Alcance que, evidentemente, supera la dimensión meramente mediadora de la conectividad o del acceso técnico y hace referencia directamente al sentido mismo de la construcción de un proyecto democrático.

Sin aseverar que tales variaciones comunicacionales pasan por una suerte de universo donde su epicentro son los medios masivos de comunicación. Si se cree que la mediatización de la sociedad es una dimensión clave de ellas. Y es primordial porque, bien se trate de grandes medios de comunicación o bien de medios comunitarios, alternativos o escolares. En cada ocasión la relación de las personas con el mundo que les rodea está intrínsecamente mediada por esas tecnologías.

Como bien mencionaba Thompson (1998), la percepción de “experimentar acontecimientos, observar a los otros y, en general, aprender acerca de un mundo que se

extiende más allá de la esfera de nuestros encuentros cotidianos”, dependen de la experiencia mediática de cada individuo, la cual, junto con lo que se denomina como historicidad mediática, definen una suerte de des anclaje de tiempo y espacio, lo que hace que se amplíe y se torne más complejo los horizontes de referencia para asimilar y entenderse a sí mismo.

De la misma manera, los avances en la tecnología, que en su mayoría están direccionados principalmente por las dinámicas del mercado, han permitido la situación crítica de un fenómeno sumamente significativo denominado escuetamente como convergencia. Este fenómeno no se refiere exclusivamente a la combinación y reestructuración de las tecnologías de la comunicación y la información, sino también de la mezcla de múltiples ámbitos de las prácticas y costumbres sociales: convergencia lingüística, convergencia de mercados y públicos.

Por consiguiente, Colombia no es la excepción en las dinámicas del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ni, en consecuencia, a los sucesos globales de la transmutación comunicacional. Por su parte el estado colombiano ha implementado reformas en el complejo jurídico en materia de comunicaciones, obteniendo como resultado una serie de entes y desarrollando diversas políticas y programas que propenden la integración, el manejo y las políticas que estén en relación con las tecnologías de la información y la comunicación.

De esta manera la Constitución de 1991 dicta distintos artículos (15, 20, 75 entre otros) sobre el derecho a la información y la comunicación, y determina una cantidad significativa de leyes y decretos que dictaminan el nuevo sistema de televisión y le ponen orden regulatorio al funcionamiento de la radio comercial y comunitaria. En cuestión de entes, en 1995, y en conformidad con el ordenamiento de la Constitución de 1991, se crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) cuya función es llevar a cabo los planes y programas del servicio público de televisión, direccionar las políticas que vigilan el espectro electromagnético y velar porque sean cumplidos los derechos de los televidentes.

En el año 2000 es creada la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, que tiene como propósito manejar y procurar que todos los servicios del sector de las telecomunicaciones sean ejecutados eficientemente. Son estos aspectos de revalorización en el ámbito político, de las tecnologías de la comunicación (además del auge auspiciado por el comercio), que a los medios de comunicación les dota un rol principal en la sociedad moderna, no simplemente como unos artefactos de mediación entre el intercambio de datos e información a grandes velocidades y en amplias aptitudes de almacenamiento, sino como creadores y a veces productores de cultura.

### **1.9.1.1 La Radio**

En Colombia la radiodifusión fue traída en un principio por parte de unas personas particulares que tenían una alta afición por la radio, estas personas en 1923, trajeron los primeros receptores y transmisores que en ese momento tenían una muy poca capacidad y

potencia. Posteriormente si el país quería crear las primeras radiodifusoras, era necesario desarrollar toda una red e infraestructura que permitiera llevar a cabo en territorio colombiano la comunicación inalámbrica, la cual tuvo sus inicios con los servicios de radiotelegrafía de una empresa multinacional llamada Marconi Wireless Co., que era considerada como monopólica a nivel mundial en el ámbito de la radio.

En Colombia se estableció a través de unos contratos que le dotaban una explotación absoluta del espectro electromagnético durante 20 años, otorgada por el gobierno del General Mariano Ospina. El gobierno se percató de que era preciso desarrollar a cabo la creación de una radiodifusora que le diera la capacidad de poseer una voz oficial, por esto en el año 1923 hizo la solicitud de los primeros equipos de onda larga de 1Kw de potencia a una empresa conocida en aquel entonces como Telefunken, pero dichos artefactos más tarde de lo que se tenía presupuestado 6 años después en el año 1929. Fue en este año donde se marca el punto de partida del origen oficialmente de la radiodifusión colombiana, aunque hubo que esperar dos años para que su incorporación de forma total y definitiva fuera irreversible.

Posteriormente unos años más tarde el presidente Miguel Abadía Méndez, inauguró oficialmente la primera radiodifusora del país, en esa época se llamaba la HJN (Más tarde se cambió su nombre a Radiodifusora Nacional) el 7 de agosto del año 1929. 4 meses más tarde surge la primera estación privada, el 8 de diciembre de 1929 con un pequeño equipo de 15 W y la sigla para identificarlos era HKD, luego de esto cambiaría su nombre a “La Voz de Barranquilla”.

La primera emisora de tipo comercial fue fundada en enero del año 1930 con la sigla HKF “Colombian Radio and Electric Corporation”, a la cual le siguieron otras cinco emisoras comerciales. Todas ellas de carácter comercial pero experimental, debido a que las condiciones legales de aquella época volvían una misión imposible el establecimiento de una emisora comercial, hasta que en 1931 se hizo una reglamentación que permitió que se impusiera de forma definitiva esta modalidad.

Después de esto en el año de 1945, a la par que es adquirido y traído al país el por vez primera un equipo de frecuencia F.M., nacen lo que se va a conocer como las Cadenas Radiales y también nacen las que posteriormente serían emisoras culturales, fundadas por diversas entidades e instituciones educativas. El fundamento y el desenvolvimiento del modelo también fueron importados de EE.UU. En la ciudad de Medellín surgió una cadena local, “La Cadena Bedout”, la cual tenía un propósito que era llamar la atención de la ciudadanía y poder acaparar la sintonía local para hacerle publicidad a eventos comerciales y buscaba la promoción y venta de radios y discos RCA y daba origen a un programa a la semana por medio de cinco emisoras. Aunque las primeras cadenas en forma se dieron debido a la intervención e inversión del capital extranjero de Bayer y Kresto, las cuales dieron un impulso y auspiciaron la competencia de los nacionales.

Con esta vinculación y posterior participación de intereses industriales, nacen Caracol y Rcn, la primera fue originada por la prolongación del periódico “El Liberal” que tenía unas intenciones expansivas sobre la opinión del público, la segunda, que fue llevada a

cabo por esfuerzos de diversas industrias y por la idea de competir. Esta lucha se acentuará años después en 1950 con la aparición de Todelar.

En consecuencia, a partir del año 1980 bastante de los géneros y tópicos radiales desaparecen, pues se tenía la idea que esos mismos géneros le pertenecían y eran de uso exclusivo de la TV, como lo es el caso de las olvidadas radionovelas, los programas de humor y comedia, además del espacio de radio infantil. En la actualidad, la radio colombiana está experimentando un nuevo fenómeno que va de la mano con el desarrollo de la radio del campo y la urbana de baja escala, que está siendo fuertemente influenciada por esta innovadora tendencia de autogestión en las pequeñas comunidades. Es preciso también tener en cuenta la tecnología que ha impuesto un nuevo sistema de telecomunicaciones que se basa en el internet, lo que da expectativas de otro tipo de estrategias para la modernización e innovación de la radio.

Finalmente, los sistemas satelitales han avanzado de manera considerable, lo que da la oportunidad de una fácil recepción de la producción de las diferentes emisoras internacionales, ayudando a una programación globalizante. Si se consideran las combinaciones que ha tenido el medio radial con otros medios en esa convergencia multimedia de la que se hacía mención en un principio, todo esto utilizado con el fin de proporcionar al público contenidos comerciales, didácticos y educativos con gran alcance y eficacia.

Las grandes cadenas de radio están dedicadas a los géneros comunes de los musicales, el fútbol y los programas de charla radiofónica. Las emisoras culturales se desarrollan modestamente bajo el ánimo de sus propias instituciones con un prometedor futuro en el rol educativo de la radio y con bastantes buenas oportunidades para una competitividad sana, rescatando algunos géneros que para la radio comercial ya no son rentables.

### **1.9.1.2 La Prensa**

Se considera que en los primeros años del siglo XX la prensa de Colombia sienta sus bases y fundamentos y se originan en torno a los dos grandes ideales políticos que mantenían la hegemonía política en aquel entonces los liberales y los conservadores. Por consecuencia a esto en muchos de los casos de la historia de Colombia la política y la prensa nacional estaban estrechamente ligadas, debido a que en algunos periódicos como El Tiempo y El Siglo sus directores fueron presidentes del País.

Por consiguiente, en su gran mayoría los diarios colombianos fueron fundados entre los años de 1948 y 1957, en medio de una Guerra Civil Colombiana. Los periódicos liberales sufrieron diversos cierres como consecuencia del ascenso al poder del presidente Laureano Gómez quien era de índole conservadora. El sucesor de este Gustavo Rojas Pinilla, continuó la censura a la prensa y con la clausura de los diarios liberales, los cuales hasta el año de 1957 no pudieron reanudar de manera regular su trabajo editorial y periodístico para poder llevar a cabo las publicaciones.

Es preciso mencionar que los dos medios de prensa más sobresalientes y primordiales del país son liberales. El Tiempo y El Espectador, mientras que El Colombiano es conservador. Por esto se supone que entre la población los periódicos matutinos son considerados como los que tienen una mayor objetividad y seriedad, mientras que los de la tarde se tienen como más sensacionalistas. En la actualidad en Colombia se pueden contar alrededor de 42 diarios que están siendo difundidos en el territorio colombiano, tanto de índole nacional como departamental.

Por lo tanto, es importante tener en cuenta un dato que es el elevado precio y costo del papel para la vanguardia colombiana, debido a que la mayoría de este papel procede de Canadá, aunque el gobierno colombiano presta su ayuda con subvenciones y otras facilidades para que la importación de estepreciado material, y ya en la actualidad todos los periódicos del país cuentan con su versión digital.

Los medios de comunicación, cumplen funciones en la sociedad que ayudan a la construcción del individuo y a la comprensión de su entorno. La parcialidad de la realidad transmitida en los medios, parte del interés ideológico que se encuentre detrás de estos. Según Gramsci (1968), existe “hegemonía” cuando una clase dominante (o más bien una alianza de fracciones dominantes de clase, “un bloque histórico”) no sólo es capaz de obligar a una clase subordinada a conformarse a sus intereses, sino que ejerce una “autoridad social total” sobre esas clases y la formación social en su totalidad. Esta función hegemónica, para la cual los medios se utilizan, depende del consentimiento de las partes. Los medios de comunicación que, aunque son libre de elección, muchas veces

depende factores sociales, económicos, de clase, entre otros que condicionan a un individuo. una gran parte de las audiencias no están en condiciones de elegir entre el universo de temas en los que puede estar interesado; sería incluso posible suponer que muchas personas se limitan a consumir aquellos contenidos que la oferta comunicativa y sus condiciones existenciales, ponen a su alcance (Serrano, 1984).

Cómo se nombró anteriormente, los medios de comunicación son responsables en parte de lo que conocemos como realidad, por lo cual el individuo se encuentra con un concepto de otredad en la búsqueda del Yo, aquí toma parte su cultura. Hay establecido en lo que se conoce un Nosotros que categoriza lo extraño, o las culturas diferentes, como un Ellos.

Los medios como la televisión, por medio de la producción de ocio comparten parte de la realidad de una región a las demás partes de un país, este imaginativo que se construye alrededor del Ellos es la realidad que se crea como “Objetiva” dentro de nuestro visionario de lo que antes no conocíamos y ahora -creemos- conocer. Esta es la primera de las grandes funciones culturales de los medios modernos de comunicación: el suministro y construcción selectiva del conocimiento social, de la imaginería social por cuyo medio percibimos los “mundos”, las “realidades vividas” de los otros y reconstruimos imaginariamente sus vidas y las nuestras en un “mundo global” inteligible, en una “totalidad vivida”(Hall, n.d.)

Otra de las funciones de los medios, es informar; sin embargo, el medio parte su información dependiendo el tipo de público o agenda al que va dirigido, por esta razón no

todos los grupos de personas consumen medios de igual manera. Según Hall, Las audiencias consumen de buen grado la comunicación que ha sido concebida para adecuarse a los intereses (reales o supuestos) de determinados roles prescritos, tales como «comunicación para las amas de casan, «comunicación para los jóvenes»), «comunicación para los padres de familia». Una clave dentro de esta adecuación es la manera en que los símbolos son puestos, para la interpretación del sujeto y que sea de manera fácil comprendido el mensaje por el público al que se ha determinado que será dirigido.

Los medios de comunicación son aparatos social, económica y técnicamente organizados para la producción de mensajes y signos ordenados en discursos complejos: “mercancías” simbólicas. (Hall, n.d.)

### **1.9.1.3 Historia de la televisión colombiana**

La televisión ha sido objeto de estudio en muchos enfoques teóricos, que se han dedicado a analizar sus efectos en el juicio de una persona y su impacto en lo social. Al igual que la radio; la televisión como medio de comunicación adquiere importancia en los procesos políticos. Este actor social dio la facilidad de la simplificación de la información, Sartori (1998) sostiene que el impacto de la televisión ha modificado las relaciones políticas generando efectos en muy diversos aspectos: el ciudadano "opina" en función de cómo la televisión le induce a opinar. Este efecto de razonar o actuar, en base a lo presentado en el medio visual, no ha sido estudiado sólo en los ámbitos políticos.

Rincón (2002) plantea diferentes tendencias de investigación en la televisión infantil en Colombia. Marithza Sandoval, de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, resume las 3 líneas de estudio que el autor plantea: 1) Las investigaciones dirigidas al diseño de nuevos lenguajes televisivos. 2) Los estudios que enfatizan en el rol de la televisión como agente educativo, que se han interesado por las relaciones con el contexto escolar, la ecología y el impacto sobre el desarrollo de aprendizajes a partir de la exposición al medio. 3) Las investigaciones sobre tendencias de las audiencias juveniles en cuanto a rating y patrones de comportamiento asociados a la televisión.

Pero estos estudios difícilmente pueden explicar fenómenos de manifestación, de modernización y de configuración de los gustos y los usos sociales. Lo que se plantea ahora es la necesidad de abordar un producto concreto de la industria televisiva, como lo es la telenovela, para observar en él la manera como se articulan las lógicas comerciales de su producción con las lógicas culturales de su consumo.

Este modo de abordar la telenovela permitirá enriquecer y aterrizar los debates levantados recientemente en torno a: lo cultural entendido no sólo como conjunto de productos sino como matrices de conocimiento y comportamiento; lo popular entendido como modo de existencia de competencias culturales diferentes a la hegemónica; el melodrama como expresión de la vigencia de "otras" matrices narrativas.

Como menciona Barbero (2002) La telenovela se presenta además como un espacio de confrontación entre el sentido de lo nacional (el "sentirse colombiano", las temáticas y personajes que se consideran "propios") y lo transnacional (los modelos y formatos de melodrama televisivo en su capacidad de trascender las fronteras nacionales).

Por consiguiente, la televisión, es otro concepto central y que desde sus primeras emisiones en junio de 1954 durante la presidencia de Gustavo Rojas Pinilla, ha sido entendida no sólo como un aparato tecnológico sino como un medio de comunicación que involucra imágenes, lenguajes, narrativas y lógicas de producción y que, como tal, no sólo transmite o difunde mensajes, sino que a lo largo del tiempo es capaz de ir construyendo relaciones con los televidentes, pero también de ir convirtiéndose en espacio de representación de la realidad y en un lugar privilegiado para dar cuenta de las dinámicas en lo cultural.

Aspecto que pasará a ser factor determinante en la industria televisiva con los años. Por lo tanto, se puede decir que en su principio la televisión transmitía una serie primigenias representaciones de un país lleno de personas que se desconocían entre sí. Allí reside la relevancia de la incursión de la televisión en suelo colombiano, puesto que es en este artefacto donde por vez primera aparecen las imágenes de un país que se hallaba –o se halla– culturalmente definido por regiones, empieza así a discurrir un conjunto de imágenes que facilitaron un tipo de reconocimiento del país. Estas visiones colombianas producidas por los medios fueron sedimentando en el imaginario colectivo de los colombianos (Eduardo & Campos, 2012, P.23)

Esto quiere decir que la gran mayoría de la población que habitaba las ásperas regiones del territorio colombiano, que según sus propiedades geográficas fue forjando paulatinamente el carácter de sus gentes, fueron personas que crecieron en instrucción de las imágenes que recibían por medio de la televisión, la cual les plasmaba frente sus absortas miradas las representaciones de sus tierras, hasta entonces desconocidas para muchos que no conocían tierra más allá de su parcela y que fueron conociendo lo que la televisión les decía que debían aprender y poner en práctica.

Para Marvin (1996) “Los medios de comunicación no son objetos naturales fijos; no tienen fronteras naturales. Son complejos conjuntos contruidos de costumbres, creencias y procedimientos que se incluyen en elaborados códigos culturales de comunicación. La historia de los medios es ni más ni menos que la historia de sus usos, que siempre nos desvían hacia las prácticas sociales que ellos ponen en relieve” Citado en (Eduardo & Campos, 2012, p.41). Por ende, dependiendo de las formas como las familias colombianas adoptaron en sus rutinas cotidianas y en los hogares el televisor, este fue formando su visión del mundo.

Mientras la palabra escrita fue usada por las elites como forma privilegiada de expresión dentro de la confrontación ideológica y necesitaba de una condición previa en los sujetos para acceder a ella (saber leer y escribir), la televisión no requería de una alfabetización para ser “leída”, lo que contribuyó a una mayor aceptación por parte de las personas que carecían de algún tipo de formación académica, que para la década de 1960 era más de la

mitad de la población colombiana y por lo tanto poseían un nivel de pensamiento crítico y habilidad intelectual bastante baja.

Siguiendo a Morley y Silverstone (1996), se dice que la televisión se articula socialmente en virtud de dos series de sentidos. La primera serie está constituida por los sentidos que construyen tanto los productores como los consumidores (y los consumidores en su carácter de productores) para la venta y la compra de todos los objetos y su uso posterior en una manifestación de estilo que constituye la clave que permite a ese consumidor entrar a formar parte de una comunidad o una subcultura. La segunda serie son los sentidos mediatizados, transmitidos por aquellas tecnologías, que están de manera similar, abiertos a la negociación y la transformación. Citado en (Eduardo & Campos, 2012, p.66)

De tal manera se empieza a develar cómo la televisión sigilosamente fue apropiándose de más espacios y sectores de la sociedad como la forma de vestir, qué música oír, a cuáles sitios ir y que otros son indeseables o peligrosos. Acciones que se salían de sus fines iniciales de educar, informar y entretener. Para el caso de la televisión la situación es aún más crítica, puesto que no existen estudios que den cuenta del desarrollo de este medio, que ha ido paulatinamente mediando en las dinámicas culturales de un país, y que aprendería más rápidamente a ver televisión que a escribir (Eduardo & Campos, 2012, p.70).

Este hecho concuerda con lo que planteaba Silverstone (1996) “Con que las tecnologías (y la televisión no es una excepción, aunque quizás ella sea excepcional) son objetos no sólo materiales sino también simbólicos” Citado en (Eduardo & Campos, 2012, p.66). Pero se

trata de objetos contruidos por una gama de actividades socialmente definidas que atañen a la producción y al consumo, al desarrollo y al uso, al pensamiento y a la práctica y que no pueden entenderse aislados de las condiciones políticas, económicas y culturales de las sociedades modernas (y premodernas) en las que están sistemáticamente insertos.

La televisión contemporánea, pese a que ya no ostenta el estatus de eje central del hogar, ofrece en su programación un compendio de telenovelas que sacian gustos diversos y cumplen con las expectativas de las distintas clases sociales. En la totalidad de ellas, se manejan y manipulan, como decía Barbero (1992) sentimientos básicos como el miedo, el entusiasmo, la lástima, y la risa, a través de la óptica claramente marcada del traidor, el justiciero, la víctima, el bobo (p.10). Personajes que se convierten en modelos a seguir para los televidentes que logran verse reflejados en la pantalla. Por ende, en Colombia siendo un país con una necesidad en sus habitantes de sentirse comunicados. La televisión se vuelve el lugar en el cual pujan y se enlazan espesas tramas de poder y de rabia como mencionaba Barbero (1992. p,10).

En este trabajo es importante tener en cuenta que los medios de comunicación son los portadores de la información, por ende, son ellos el quién, el cómo y el dónde de su emisión. La televisión permite apreciar claramente cómo la imagen de la mujer y del hombre colombiano se han transformado a lo largo del tiempo, no sólo en sus roles y apariciones, sino también en su construcción simbólica. Pero, ¿estos cambios si son realmente significativos de la realidad?

Por lo tanto, si la mujer y el hombre están siendo representados en la televisión mediante determinados modelos, quiere decir que esta última, como informadora de la sociedad, es responsable de la incidencia que dichos modelos puedan tener en el imaginario colectivo. La televisión es hoy un espacio particularmente significativo de reconversión económica, de preocupación política y de transformación cultural y comunicativa, por la incidencia que tienen los medios en la sociedad y la repercusión directa que tiene en la misma.

#### **1.9.1.4 La telenovela en Colombia y sus antecedentes históricos**

Con la aparición del cine y la televisión, sumado a la influencia cultural europea y norteamericana, se empezaron a crear los melodramas latino americanos, lo cual generó, como lo afirma Barbero en *De los medios a las mediaciones*, “un acercamiento entre las clases altas y bajas.” En los años cincuenta se empezaron a transmitir las telenovelas en Hispanoamérica. Día tras día, familias colombianas de todas las clases y estratos sociales convergen para ver los romances, intrigas, conflictos y desilusiones de hombres y mujeres. Se contaban historias “comunes” que al final, después de muchos conflictos lograban tener un final feliz, donde los “buenos” triunfan y los “malos” pierden. Estas historias enganchaban a la audiencia y la hacían admirar y rechazar a los personajes de acuerdo a las semejanzas y procesos de identificación.

La telenovela se ha consolidado en América Latina como el tipo de programa no sólo más legitimado en las preferencias de sintonía, sino además como la forma de producción local que mayor éxito comercial ha alcanzado en estos países y en otros mercados que

sorprendentemente han empezado a consumir telenovelas latinoamericanas de un modo cada vez más creciente. Hoy ya no resulta extraño observar en la televisión norteamericana, europea o asiática producciones de esta naturaleza creados en México, Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia y Perú.

En Colombia, según la historia de la televisión elaborada por la Biblioteca Luis Ángel Arango, la Telenovela llegó en los años sesenta, mediante melodramas en los que se hacían adaptaciones de las novelas clásicas de la literatura o a partir de libretos creados para las radionovelas. Años después, la Telenovela empezó a crear contenidos basados en la realidad del país. Con ellas se pretendía principalmente atender a los fines comerciales que se venían forjando en la época y a las peticiones de la audiencia. Para este momento se empezaron a crear libretos para telenovelas en los que se hablara de los conflictos y situaciones propias de Colombia, creando así elementos diferenciadores de las demás producciones que se realizaban en el continente.

En los años setenta y ochenta la telenovela colombiana empezó a realizar sus producciones a partir de libretos basados en obras de escritores colombianos: como Gabriel García Márquez, con *La mala hora* y Jorge Isaacs, con *La María*. Por otra parte, aparecieron telenovelas con características cómicas e irónicas que mostraban aspectos básicos de las identidades regionales del país, que acabarían contribuyendo a la posterior generación de estereotipos sobre ciertas regiones del país, en el imaginario colectivo de la población colombiana.

Posteriormente en los años noventa, los temas tratados en las telenovelas se transformaron con la idea de crear contenidos más reales, más cercanos a la vida cotidiana sin olvidar el toque fantástico. En la actualidad las telenovelas colombianas están pasando por un momento de transformación que responde al propósito de llegar más a públicos extranjeros. No sólo se están exportando las telenovelas ya creadas, sino que se están realizando producciones originales para canales internacionales, además de adaptar series norteamericanas.

Esto ha producido una dinámica en donde priman los resultados obtenidos por publicidad y mercadeo por encima de los contenidos que juegan un papel configurador en el pensamiento de las audiencias, que terminan siendo suprimidas por encuestas que dictaminan quién manda a la hora de decidir que se emite y que se elimina. Como decía Barbero. El rating se convierte en voz de la mayoría, no sólo a costa de las minorías que niega o ridiculiza, sino de las diversidades que integra ya las que de algún modo interpela y hace cómplices. (Martín-Barbero & Muñoz, 1992).

Según García Canclini, “uno de los fenómenos más importantes de la cultura de masas es sin duda la telenovela. En ella se logra concretar lo que ha llamado la hibridación (1990), fenómeno que atraviesa todas las esferas del sincretismo y el mestizaje latinoamericano, que proviene del estudio de los productores y los públicos culturales que lograron conciliar lo culto y lo popular” (Citado en Martín-Barbero & Muñoz, 1992). Es decir, debe analizarse como algo más que un simple instrumento diseñado para la entretención de las personas, puesto que va más allá del rol de solo reflejar.

El medio llega a moldear la percepción colectiva sobre los roles o funciones desempeñados por mujeres y hombres, junto con sus acciones e interacciones sociales representadas en los comportamientos individuales y colectivos. Del mismo modo, “las acciones simbólicas pueden hacer surgir reacciones, conducir a otros a actuar o responder de ciertas maneras, a seguir un curso de acción en lugar de otro, a creer o a dudar, a afirmar su apoyo a un estado de cosas o a levantarse en una revuelta colectiva”. (P: 40).

En este sentido, los hombres y mujeres que han recibido las representaciones sociales mediante el proceso de socialización, a través de la familia, la escuela, los medios de comunicación y otras instituciones como la iglesia, pueden poner en discusión las significaciones y reglas que recibió de su sociedad para transformarlas y generar otro tipo de representaciones sociales que contribuyan a mejorar las relaciones de género y sí mismo ir esclareciendo los prejuicios que se puedan provocar.

Así pues, los medios de comunicación de masas y, específicamente, la telenovela siendo una fuente importante de percepciones sobre qué hace un hombre y qué hace una mujer, y sobre las relaciones de género. Cabe preguntar qué tanto se cuestionan y se ponen en evidencia los roles de género, si éstos son presentados como tradicionales o transgresores, si la teleaudiencia se identifica con los roles desempeñados por hombres y mujeres y si moldean su comportamiento de acuerdo con lo perciben, y cómo esto influye en la autoimagen de cada una, y cada uno y en los procesos de interacción social (Medina Cano, F. 2011, p.30)

La telenovela y, en general, los medios de comunicación, instruyen a hombres y mujeres sobre cómo actuar como tales, de modo que refuerzan ciertos roles y transforman otros. Según John B Thompson “el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en el mundo social, nuevas formas de relacionarse con los otros, y con uno mismo” (Citado por López de la Roche y otros, 2000, P: 37)

En síntesis, la telenovela está dejando de ser un "entretenimiento" para amas de casa y transformándose en un programa que le hace competencia a las grandes series norteamericanas y europeas. Se convierte en un producto económicamente importante por la inversión publicitaria que allí se hace y los resortes de desarrollo industrial que moviliza, políticamente significativa porque cada día un mayor número de personas y sectores la ven como un espacio de intervención y culturalmente ofrece un campo fundamental para la introducción de hábitos y valores.

El tomar la telenovela como un lugar en el que se manifiestan cambios importantes que atañen a la industria cultural de Colombia permite "tomar el pulso", desde un producto concreto, a las relaciones entre cultura, comunicación y una sociedad como la colombiana.

### **1.9.1.5 Hábitos de consumo**

La industria de los medios audiovisuales, entre ellos la televisión, ha experimentado un crecimiento inusitado en los últimos veinte años, en gran medida como consecuencia de los desarrollos tecnológicos que han permitido expandir los alcances tradicionales de las transmisiones hechas a través de los límites del espacio electromagnético. La dinámica de las transmisiones digitales vía cable y satélite, caracterizadas principalmente por la sobreoferta de contenidos, ha obligado también a una nueva relación entre el medio y su público, generando de paso una compleja reclasificación y redefinición de las audiencias.

La forma como los consumidores responden a estas ofertas ha significado, de paso, un nuevo desafío para los sistemas tradicionales de medición y valoración, cuantitativa y cualitativa, de las audiencias, que no solo fijan nuevas tendencias sobre hábitos de consumo, sino que también buscan respuestas, y reacciones, cada vez más particulares y específicas frente a los contenidos (Webster, 2005). (Citado por López de la Roche y otros, 2000, p.23) Lo que sugiere que, a medida que se presentan cambios y transformaciones tecnológicas estas se van viendo reflejadas en la sociedad mediante las formas de interrelacionar cotidianamente.

La brecha entre la oferta y la capacidad de consumo es cada vez más reducida entre las sociedades avanzadas y las naciones en vías de desarrollo. En Colombia, por ejemplo, se encuentran canales comerciales y nacionales como Caracol y RCN que conservan los mejores promedios de audiencia, pero cada día deben compartir y competir con una oferta

local, regional e internacional, que puede resultar tanto o más atractiva para los gustos y las preferencias de los públicos, especialmente en la población infantil y juvenil.

De igual forma, la excesiva oferta de contenidos, matizada por el crecimiento de la especialidad temática, estimula el fenómeno de fragmentación y polarización de las audiencias, especialmente entre los públicos jóvenes y adolescentes como decía Arango. Por lo tanto, desde la investigación social se hace necesario abordar estas nuevas realidades comunicacionales para entender no sólo la dinámica de una industria o su desarrollo tecnológico, sino el nivel de influencia que estas realidades tienen sobre los seres humanos y sus interacciones sociales.

En ese sentido, se concuerda con Sonia Livingstone (2003) que afirma que el asunto no se reduce a simples cambios en la forma de consumir o a irrupciones tecnológicas que provocan nuevos hábitos de consumo. El tema va más allá de una simple evolución en el tiempo, e involucra determinantes de carácter personal, social, cultural y económico, en la conexión del ser humano con el mundo y es un proceso que inicia desde una temprana edad. (Citado por López de la Roche y otros, 2000, p. 23)

Una característica esencial de la comunicación del nuevo siglo, referida a la naturaleza de sus contenidos, resalta el valor predominante de la imagen como expresión comunicativa por excelencia. Se destacan la relevancia y el protagonismo del mensaje audiovisual dirigido especialmente a públicos infantiles, adolescentes y juveniles, entre quienes el flujo de contenidos ofrecidos por los medios audiovisuales tradicionales, y por los llamados nuevos medios, ha repotenciado el valor de la imagen como sistema semiótico,

sintáctico, gramatical y lingüístico, predilecto por las nuevas generaciones para la comunicación e interacción con el mundo. Que distaba de los esquemas tradicionales de transmisión lineal de mensajes.

No se pueden considerar los medios audiovisuales como una simple evolución de la tecnología, ni como un simple instrumento inocuo a través del cual discurren los discursos comunicativos de hoy. Las características propias del medio también influyen y determinan la naturaleza y las formas de los procesos comunicativos. Pero, además, ejercen una poderosa influencia en las maneras de socialización.

En cuanto a la influencia de estas nuevas formas tecnológicas y de mercados sobre los públicos, y su traducción en reacciones, respuestas y comportamientos por parte de las audiencias, se habla hoy en términos de segmentación, fragmentación y polarización como mencionaba (Webster, 2005). (Citado por López de la Roche y otros, 2000, P: 57) Pero también se habla de las nuevas audiencias activas digitales, aquellas capaces de superar el simple rol de consumidoras masivas y pasivas, para pasar al desempeño de una actividad mucho más protagónica en la interacción y la relación con el medio.

Son éstos los consumidores de medios y de contenidos capaces de clasificarlos, seleccionarlos, determinarlos, modificarlos, y hasta producirlos. Se trata de una nueva generación conocida como los prosumidores, término adaptado del inglés prosumers, acrónimo que surge como resultado de combinar la palabra Producer —productor— y consumer —consumidor— (Islas, 2008, p.23).

### **1.9.1.6 Procesos de comunicación**

La televisión actúa como agente que refuerza y divulga determinadas creencias y valores como reflejo de las normas sociales prevalentes en la sociedad de la que forma parte. “El poder, y los distintos mecanismos de poder, que la televisión puede tener sobre quienes reciben sus mensajes ha sido analizado como un macro discurso dominante que no es otra cosa que una forma de poner de relieve que lo que no parece codificado en la televisión como mensaje simplemente no existe como se puede comprobar en el caso de la violencia de género que ha comenzado a visibilizarse como problema social cuando ha sido expuesto como mensaje televisivo” ( Núñez Puente, S, 2005)

“En este desigual ámbito de poderes que se establece entre los mensajes estereotipados de género que se elaboran mediante los códigos televisivos y la recepción o decodificación que de ellos realiza la audiencia es de suma importancia.” (Núñez Puente, S, 2005). Los mensajes generados por los medios de comunicación contribuyen a desempeñar un papel fundamental en la organización de imágenes y discursos de los que la gente se sirve en la vida cotidiana y que incorporan a su horizonte cultural junto a otras imágenes y discursos que provienen de sus vivencias personales, y de las distintas situaciones de comunicación interpersonal.

La telenovela muestra un discurso que tiene tanta fuerza visual como auditiva, en este estudio las telenovelas tienen una característica en su proceso de comunicación y es el discurso humorístico. Esta característica se puede observar en su historia en Colombia (telenovela), estas adaptan novelas literarias que representaban una realidad, a un formato

audiovisual, al mismo tiempo era un punto que las diferenciaba de las otras producciones en Latinoamérica que se guiaban por la ficción. Algunas producciones se fijaban en obras como las de Gabriel García Márquez, quien en sus obras contaba duros hechos de una manera que podía llegar a ser irónica, como por ejemplo en su obra “Amor en los tiempos de cólera” narra hechos traumáticos y difíciles de manejar, como una violación, añadiéndole ironía que, aunque puede llegar a ser chistosa no deja de ser fuerte.

En la televisión más claramente se puede ver una de las telenovelas, a la cual la autora Cecilia Caicedo (1998) le hace alegoría “Señora de la Miel” que también se maneja en un tipo parodia de lo que viene siendo, la cultura costeña. Aunque detrás de la risa se muestra un camino en contravía, donde se establecen estereotipos como la sumisión de la mujer o los deseos sexuales exagerados de una cultura.

Estas producciones vistas desde los productores significan un rating elevado y ganancias, sin embargo, la risa no siempre es muestra de felicidad o humor, también puede ser de nervios o rabia. Visto no desde la persona que lo produce, sino desde la parte del espectador “Lo que tiene gracia para unos no lo tiene para otros; es más, puede constituir una ofensa tanto a su personalidad como a sus convicciones”(Sánchez Álvarez-Insúa, 2007) Aunque la telenovela reivindicó muchos “identidades culturales” que eran desconocidas abriéndose espacio a un reconocimiento nacional para aquellas a las que políticamente se hegemonizan, por medio de este discurso ver una “identidad” clara es difícil, lo que se logra es categorizar y dar un comportamiento general a una cultura que se puede llegar a mostrar falsamente en el medio o con características que ella no reconozca como propia

“el disparate regocija a los sectores avanzados de la sociedad e indigna a los biempensantes”(Sánchez Álvarez-Insúa, 2007).

### **1.9.1.7 La mujer en la telenovela**

La telenovela es recreadora de una realidad en las distintas acciones y situaciones semejantes a la cotidianidad social. El reconocimiento es lo que permite acercar al público a la telenovela, sobre todo a los grupos marginados y de clase baja, debido a encontrar en ella historias y personajes, por los cuales se identifican (Cervantes, 2005). De esta manera la telenovela se convierte en un medio de información, conocimiento y entretenimiento, creadora de historias identificables basadas en la realidad.

Sin embargo, el melodrama toca la vida cotidiana, enchufa en ella no sólo como su contraparte, como su sustituto, sino como algo de lo que está constituida pues como ella vive del tiempo de la recurrencia y de la anacronía y es espacio de constitución de identidades primordiales. (Barbero, 2012, p. 6). Así mismo, los elementos de identificación, cualidades y estereotipos son reflejados dependiendo de las transformaciones socioculturales, es decir, la representación social transmitida por la telenovela debe tener el mismo contexto político, cultural y social actual de la sociedad. De esta manera, la telenovela termina convirtiéndose en un patrón a seguir por el individuo que la consume.

Ante esta influencia social, la telenovela tiene un papel importante en la sociedad debido a la identidad que posee cada personaje y la representación cultural. Sin embargo, la

representación de la mujer ha sido recreada a través de estereotipos degradantes de una sociedad patriarcal y machista. La ficción, además de generar entretenimiento, contribuye a la presentación de modelos que son imitados por la audiencia, lo cual tiende a impulsar las representaciones estereotipadas de la mujer. Elena Galán Fajardo (Benítez, 2010, p. 12).

La ficción en la telenovela muestra una imagen distorsionada de la sociedad, lo cual modifica conductas sociales imitando patrones estéticos y son tomadas como propias, por ende, se crea un desajuste de la representación. Los personajes femeninos están sujetos a unos parámetros establecidos socialmente por el hecho de ser mujer, creando una falsa percepción de la mujer construida por obligaciones sociales, distinta a la representación por personajes masculinos. La mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos. (Galán Fajardo, 2007, p. 45).

La representación femenina mediante la identificación crea falsos valores estéticos que se convierten en objetos vitales de la vida real. "La estética de la televisión es muy importante, como arte undécimo, junto con el vídeo, la radio, el disco, el casete, el magnetofón y el DVD independientemente de la técnica y de la ética, el arte icónico es decisivo, aparte de la tecnología y de la publicidad, la creatividad audiovisual es enorme, además de la aplicación de la ciencia y de la propaganda comercial, ideológica, económica, política, moral y religiosa.

La imagen de la pequeña pantalla atrae a la mayoría de la gente, aunque haya una minoría que no sufra tal efecto, de ello se aprovechan los políticos y los negociantes:' (Hernaiz Blázquez, 2009) La sociedad ha establecido modelos de cuerpos perfectos para la mujer creando inconformismo en su aspecto físico, y allí donde la televisión juega un papel importante debido a la representación de estereotipos de belleza, la mujer con cuerpo perfecto sometida a cirugías, dietas o medicamentos para adelgazar.

La mujer, nunca ha sido tanto objeto como lo es a día de hoy, en la era de la cirugía estética todo parece posible. Los cuerpos tratan de adaptarse a los deseos, admitiendo sólo los cuerpos perfectos, y la perfección se define según ciertos cánones muy determinados, cánones que definen lo que es femenino y lo que es masculino según nuestra sociedad, y que descartan a los cuerpos que no se adaptan. (Mernissi, 2001, pp. 239-244). Dicho lo anterior, estos aspectos contribuyen a la creación de estereotipos que representan a la mujer desfavorablemente.

El objetivo socio-cultural de la telenovela es el fenómeno masivo, el cual reproduce, amplía y recontextualiza los sistemas cognitivos, es decir, representa comportamientos y reglas sociales logrando autopercepción y percepción en el pensamiento social. Asimismo, la televisión refleja la marcada fragmentación que hay a nivel social, así como la segregación sexista, racial y/o económica que sustenta al sistema en perjuicio de la multiculturalidad y la libertad identitaria (Herrero, 2013).

El Inmujeres afirmó que los estereotipos e imágenes que transmiten los medios se arraigan profundamente en la mente de los públicos y perduran en el tiempo, por lo cual es

importante entonces atender y cambiar los contenidos que, lejos de coadyuvar a la erradicación de la violencia de género, la perpetúan y estimulan (Barrera, 2015). La televisión como un medio de comunicación debe educar a la sociedad eliminando estereotipos que le causen daño a la misma. Aunque la inclusión en las nuevas producciones se muestre, a la televisión colombiana aún le queda camino por recorrer.

#### **1.9.1.8 Influencia televisiva**

La teoría de la Aguja Hipodérmica de Lasswell (1902-1978) afirma que los medios de comunicación introducen la información que hacen para su audiencia y de esta manera, provoca un efecto en sus receptores. La televisión es un medio de comunicación de masas que entretiene y a su vez influye en las actitudes de todos los individuos que consumen el medio. Asimismo, es un factor principal de la socialización, el cual se convierte en un hábito y en la imitación e identificación de las personas creando estereotipos de belleza y prejuicios erróneos.

Barbero (1987), en el libro “De los medios a las mediaciones” propone que las culturas de masas son las que deberían generar sus propios contenidos, establece a los medios de comunicación como los mediadores de cultura. A Partir de esta teoría se inicia a conocer como los medios de comunicación influyen en la conducta de los individuos, y de la misma manera, los programas transmitidos crean hábitos y comportamientos que imitan los sujetos.

La televisión es un medio que ha sido constantemente criticado negativamente como positivamente, en aspectos negativos por la tergiversación de la información e influencia negativa en las personas que aún no tienen un criterio para la toma de decisiones. “La televisión adquiere un papel fundamental en la conformación del tiempo libre y por ende los contenidos afectan la conducta y actitudes infantiles”. (Vergara, Piaget y las cuatro etapas del desarrollo cognitivo, 2017 p. 108). En este factor se ven afectados niños y jóvenes, debido a la utilización de la televisión desde la corta edad y la facilidad de acceso, es así como crean un concepto del mundo adulto e influenciarse e identificarse con sus pensamientos, dificultades y conflictos sin tener la preparación de solucionar.

Este medio de comunicación (televisión) no requiere de destrezas para recibir información, solo consiste en escuchar y mirar con la finalidad de entretener y a su vez, cumple el rol de informar. En cierto modo, la televisión fomenta la holgazanería, pues el telespectador no puede hacer otra actividad mientras ve televisión (Bañales, 2014). Ahora bien, en la parte positiva, la televisión ofrece la igualdad en el sentido que cualquier persona tiene la oportunidad de ver y recibir información o entretenimiento. Asimismo, la televisión permite mostrar y conocer a su público otras culturas.

Debido a la gran influencia que tiene la televisión sobre su público, se enfocan grandes intereses desde lo comercial, relacionado con lo privado y el estado. Sin embargo, no se puede catalogar a la televisión como buena o mala, ya que eso depende de la finalidad de cada producto televisivo. “La conclusión general es que los espectadores aprenden de la

televisión y que este aprendizaje influye en su conducta”. (Fernández, C., Baptista, P. y Elkes, D., 1991).

## 1.9.2 Cultura

Según Sartori, la imagen lleva a un desinterés en entender lo que se está viendo. El niño crece frente a la pantalla como una niñera, por consiguiente, absorbe lo que ve en pantalla antes de aprender a leer o a escribir, la imagen destrona a la palabra. Gerbner discrepa en el sentido de cómo esto influye tanto en la formación del individuo, integrando un aspecto importante, la cultura.

La cultura, según Gerbner, se forma a partir de tres estructuras a lo que llamó él, el banquillo de tres patas: estructuras de las creencias, estructura de las instituciones, estructura de los mensajes, las cuales mantienen una relación entre sí. Las creencias, como las religiones, se basan en repeticiones de relatos del grupo, esto funciona como una recordación en el individuo que determina qué cosas son buenas o malas según su creencia.

Las instituciones son las que guían bajo normas o valores, ya sea la familia, religión o los medios de comunicación. Los mensajes que se transmiten a partir de los medios pueden lograr reconstruir una creencia o posición; sin embargo, no son “balas mágicas”, contra lo cual no se tiene control ni resistencia; no significa que los mensajes puedan cambiar ideas o creencias o prácticas (Baquerin de riccitelli, 2008).

Las historias contadas dentro de una institución, como la iglesia o las demás mencionadas, contienen un mensaje. Gerbner reconoce tres tipos de historias, existen historias sobre cómo funcionan las cosas, cómo son las cosas y lo que se debe hacer (2008). En la

televisión se reconocen estos tres tipos de historias. El foco central dentro de este marco será las historias de cómo funcionan las cosas, “cuentos” que son narrados desde un punto de ficción pero que mantienen un punto de realidad dentro de ellas. Los cuentos son contados a los niños con un mensaje oculto, que demuestra de forma dinámica la manera en que la vida funciona. En la televisión estos “cuentos” se pueden reconocer como programas o novelas, su representación gráfica y entretenida, de demostrar una realidad percibida por un grupo de personas, atrae atención a una pantalla. A pesar de ello, no hay entretenimiento sin educación. En realidad, grandes porciones de lo que “se sabe” no se sabe por la propia experiencia, sino por medio de las representaciones ficcionales que ofrece la TV (2008).

Dentro de este término de cultura también es pertinente meter a colación una variable de este amplio tema la cual es la cultura del entretenimiento, ya que tiene estrecha relación con este proyecto de investigación.

Ambrosini (2008) se refiere a que la cultura del entretenimiento es un sector del ámbito socioeconómico donde se desarrollan acciones de contenido, para diferentes medios de difusión masivos, relacionados con la cultura e identidad de los individuos. La industria o cultura del entretenimiento por su parte se enfoca en brindar a la audiencia producciones culturales, generalmente con finalidades lucrativas, las cuales puede modificar los hábitos sociales, a través de la educación e información en donde su principal actividad es la económica, es consciente que debe incluir elementos de entretenimiento con la finalidad de incrementar el rating y para esto debe analizar la cultura de un país para proponer alternativas de entretenimiento, las cuales están relacionadas a acontecimientos propios de

un país en donde el negocio del entretenimiento ha evolucionado de la mano de un cambio sustancial en la mirada crítica de la sociedad.

En definitiva, la cultura en un aspecto fundamental que tienen que analizar los directores, productores, guionistas, entre otros, de las producciones televisivas para saber cómo llegarles a los diferentes públicos, que se encuentran en un determinado país, puesto que de esta manera crearán productos y formatos que tendrán rating, con el fin de generar ganancias y recrear falsas realidades.

### **1.9.2.1 Hegemonía**

De la misma manera que el lenguaje unifica pueblos y la forma como estos interactúan entre sí. También existen los sistemas simbólicos que surgen para uniformizar el imaginario social, Cabe resaltar, que estos modelos establecen las finalidades y la funcionalidad de las instituciones como la familia o la escuela y de los procesos sociales que determinan el carácter del individuo.

A través de los múltiples imaginarios, una sociedad traduce visiones que adscriben o proscriben a ciertos grupos sociales, mientras fuerzas reguladoras del cotidiano se encargan de legitimar y naturalizar estos procesos creando a través del tiempo lo que se conoce como Hegemonía. El origen de la palabra, hegemonía. Proviene del griego eghestai, que significa "conducir", "ser guía", "ser jefe", y del verbo eghemoneo, que quiere decir "conducir", y por derivación "ser jefe", "comandar", "dominar". Eghemonia,

en el griego antiguo, era la designación para el comando supremo de las Fuerzas Armadas. Se trata, por lo tanto, de una terminología con sentido militar.

“El concepto de hegemonía es mucho más amplio que el de ideología o de cultura, ya que se refiere al proceso continuado de construcción de experiencia colectiva, de modelación de significados, de elaboración de valores, de creación de concepciones del mundo y de dirección moral e intelectual de la sociedad”. (Cortés, E. 2014, p.45).

En consecuencia, todo lo que es considerado como “el mundo real” es, pues, predeterminado por el imaginario colectivo, y allí radica la relevancia de las ideas que al hacer mella en el pensamiento de un hombre terminan convertidas en ideologías que en el momento de ser difundidas ya sea usando narrativas tradicionales o nuevas formas transmedia, pero de igual forma son aceptadas mediante el discurso por un sector de la sociedad debido a que en ellas expresan las relaciones interpersonales que se ejercen en su cotidianidad o los anhelos que pretender obtener.

Así pues, al analizar las tensiones entre las fuerzas sociales, se está incursionando en el casi imperceptible campo de las batallas ideológicas, todo en pro de la conquista de la hegemonía cultural. El dominio del imaginario colectivo se funda en la identidad de principios con las comunidades de sentido, que forjan las líneas y modos de influencia en cada coyuntura. En esto se concuerda con Antonio Gramsci (1980), el cual dice que “el concepto de hegemonía caracteriza el liderazgo ideológico y cultural de una clase sobre las otras” (Citado en Morales, D. 2007, p.34).

Esto da a entender, que las formas históricas de la hegemonía no siempre son las mismas y se van transformando paulatinamente, conforme la naturaleza de las fuerzas sociales que la ejercen. Los mundos imaginarios funcionan como alimento y materia espiritual para alcanzar un consenso o llegar a unas convenciones que redefinen el esencial de las relaciones sociales, consecuentemente orientado para la transformación sociocultural y política.

La constitución de una hegemonía en el pensamiento de una sociedad es un proceso históricamente largo, que ocupa los diversos espacios de la “superestructura” como decía Gramsci (1980) (Citado en Cortés, E. 2014: p.13–28). El cual da a entender el hecho que la hegemonía puede (y debe) ser preparada por una clase que lidera la constitución de un bloque histórico, que en la mayoría de ocasiones está conformado por alianzas entre élites y selectas fracciones de la sociedad que son quienes terminan controlando los entes reguladores y demás instituciones del estado. La modificación de la estructura social debe preceder una revolución cultural que, gradualmente, incorpore capas y grupos al movimiento racional de emancipación.

Pero la hegemonía de un grupo social es la cultura que dicho grupo ha generado para otros sectores de comunidades que forman parte de la sociedad y están inmersos en la “superestructura”. Puede ser comprobado que la noción de hegemonía es idéntica a la de cultura, pero con algo más. Mediante su aportación, la cultura incluye de manera necesaria una distinción específica de poder, de jerarquía y de influencia.

Por consiguiente, se puede aseverar que el concepto de hegemonía supera el concepto de estado como sociedad política (o ente coercitivo encargado de adecuar las masas a las relaciones de producción y consumo). Gramsci (1980) distingue dos esferas en el interior de las “superestructuras”. Una de ellas es representada por la sociedad política, conjunto de mecanismos a través de los cuáles la clase dominante detiene el monopolio legal de la represión y de la violencia, y que se identifica con los aparatos de coerción bajo control de los grupos burocráticos ligados a las fuerzas armadas y policiales y a la aplicación de las leyes.

La otra es la sociedad civil, que designa el conjunto de las instituciones responsables por la elaboración y difusión de valores simbólicos y de ideologías, comprendiendo el sistema escolar, la Iglesia, los partidos políticos, En concordancia con Gramsci (1980) (Citado en Moraes, D. 2007, p.34) las organizaciones profesionales, los sindicatos, los medios de comunicación, las instituciones de carácter científico y artístico etc. Es decir, todos los agentes que forman parte de la gama de actores reguladores y configuradores de imaginarios colectivos dispuestos para socializar y naturalizar los discursos dominantes en las masas y preservar el control.

Por consiguiente, es preciso reconocer que la hegemonía no es simple dominación, admite que las clases subalternas o dominadas tengan sus propias manifestaciones y modos de agruparse como es el caso de los sindicatos, partidos y redes de solidaridad que se generan entre las comunidades. Esto debido a que la élite hegemónica y el estado no pueden incorporar a todos los sectores a la producción capitalista ni proporcionar bienes y

servicios suficientes para su reproducción material y simbólica, deben aceptar que parte del pueblo establezca formas propias de satisfacer sus necesidades.

Hecho reconocido por Canclini, N. G. (1984, p.34) que plantea unos ejemplos claves que permiten derribar la concepción simplista que se tenía de hegemonía el cual no iba más allá de una relación de poder entre dominantes y dominados. El primero: ante la incapacidad de la explotación agraria de dar trabajo a todos los campesinos, muchos lo buscan en la producción artesanal, cuyos motivos visuales y técnicas de fabricación son ajenos a la lógica capitalista; las fiestas populares, que implican gastos y usos del excedente contrarios a la acumulación de capital; la medicina tradicional, que posibilita reproducir la fuerza de trabajo a quienes por razones económicas, culturales o por el deficiente servicio de la medicina que presta el estado no acceden a las formas hegemónicas de atención a la salud.

Por último, en ciertas ocasiones, el estado o las empresas privadas logran apropiarse de una segunda instancia de la producción popular logran ir más allá y subordinar a sus estrategias (como es el caso de, las artesanías y fiestas indígenas convertidas en folklore para incentivar el turismo); en otros casos, los productores populares se desarrollan independientes del poder y éste no puede más que admitir su existencia paralela es decir que cada grupo termina formando su habitus.

### **1.9.2.2 Habitus**

Cuando las familias se sitúan frente a una pantalla y consumen un anuncio comercial o un mensaje político, de manera implícita se inserta un sistema de hábitos, configurados en su mayoría desde la infancia. Lo que quiere decir que los entrelazamientos profundos de los esquemas sociales con el comportamiento de los individuos se producen a través de un extenuante proceso de formación de hábitos y gustos, no por las influencias ocasionales con que los medios, las agencias publicitarias o los partidos políticos buscan orientar la conducta.

Sí existe una similitud estructural entre un orden social y las prácticas de los sujetos es porque éstos han interiorizado las determinaciones sociales. Como lo demuestra Bourdieu (1999), "el habitus" generado por las estructuras objetivas o instituciones configuradoras del imaginario colectivo, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta del sujeto esquemas básicos de percepción, modos de pensar y de actuar en cierto espacio preestablecido.

De modo que por ser "sistemas de disposiciones durables y transponibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes" Esto según Bourdieu (1999) (Citado en Canclini, N. G. 1984, p.54). Lo que quiere decir es que todas estas costumbres o modelos de comportamiento adoptados, se transmiten en las personas mediante el discurso haciendo uso de herramientas que cambian a través del tiempo y que generan ideales que los motivan a actuar y a crear basados en lo que les han enseñado es lo

legítimo y llega a arraigarse tanto en el pensamiento de las personas que llegado un punto estas prácticas las han naturalizado y pasan a ser vistas como parte congénita de las generaciones futuras.

Por lo tanto, el “habitus” esquematiza el conjunto de las costumbres de cada persona y cada grupo social, garantiza su coherencia y coexistencia con el desarrollo social más que cualquier condicionamiento ejercido por campañas publicitarias o políticas. El habitus "programa" el consumo de los individuos y las clases, o sea, lo que van a sentir como necesario. "Lo que la estadística registra bajo la forma de sistema de necesidades - dice Bourdieu (1999) - no es otra cosa que la coherencia de elecciones de un habitus". (Citado en Canclini, N. G. 1984, p.35)

La sociedad organiza la distribución - desigual - de los bienes materiales y simbólicos, y al mismo tiempo, organiza en los grupos y los individuos la relación subjetiva con ellos, las aspiraciones, la conciencia de lo que cada uno puede apropiarse y a que cantidad de este material cultural tienen acceso. En esta estructuración de la vida cotidiana se arraiga la hegemonía: no tanto en un conjunto de ideas "alienadas" sobre la dependencia o la inferioridad de los sectores populares, como en una interiorización muda de la desigualdad social, bajo la sombra de dispositivos inconscientes, inscritas en el propio cuerpo formando casi una extensión de este. Todo esto en el orden del tiempo y el espacio.

Sin embargo, las prácticas no son meras ejecuciones del “habitus” producido por la educación familiar y escolar, por la interiorización de reglas sociales. En la práctica se actualizan, se vuelven acto, las disposiciones del habitus que han encontrado condiciones

propicias para ejercerse. Existe, por tanto, una interacción que razona entre la estructura de las disposiciones y las oportunidades u obstáculos de la situación presente. Si bien el habitus tiende a reproducir las condiciones objetivas que lo engendraron, un nuevo contexto, la apertura de posibilidades históricas diferentes, permiten reorganizar las disposiciones adquiridas y producir prácticas transformadoras.

Pese a que Bourdieu (1999) reconoce esta diferencia entre habitus y prácticas, se centra más en el primero que en las segundas. Al reducir su teoría social casi exclusivamente a los procesos de reproducción, no distingue entre las prácticas (como ejecución o reinterpretación del habitus) y la praxis (transformación de la conducta para la transformación de las estructuras objetivas) (Citado en Canclini, N. G. 1984, p.56). No examina, por eso, cómo el habitus puede variar según el proyecto reproductor o transformador de diferentes clases o grupos.

Además, surge la cuestión de la violencia simbólica. Pero ¿Qué es la violencia simbólica? Esto hace referencia al hecho de que no existe necesidad alguna de recurrir a la violencia física para asegurarse de que las cosas continúen como de costumbre como sucedió en otras épocas del pasado. En pocas palabras, es lo que en el fondo permite mantener el orden de las cosas, un orden, por supuesto, desigual e injusto sin recurrir a la violencia física de manera cotidiana. Esto no quiere decir que la violencia física no exista o que no sea importante. Tampoco implica que su uso sea un recurso excepcional en el mantenimiento del orden social. Sin embargo, sí es preciso entender el modo de funcionamiento de las sociedades contemporáneas, es necesario otorgarle un lugar a la

violencia simbólica, que es la que asegura, de cierto modo, el consentimiento paradójico de la dominación misma por parte del dominado.

### **1.9.2.3 Identidad cultural**

Los seres humanos tienen la necesidad de conocerse, de ubicarse. Desde siempre el individuo se ha cuestionado sobre su propio ser. ¿Quién soy? ¿De dónde vengo? Es una búsqueda incansable por dar sentido a la vida a partir del conocimiento propio, de la ubicación espacial y del reconocimiento de los otros. González (2010b, p. 1) ve esta tarea como una carrera, una pelea: “un intento de ganar control reflexivo sobre el propio ser, a fin de no verse arrastrado por el curso de los acontecimientos”.

Se puede comprender con Román (2011, p. 592) que la identidad se construye mediante la continua dialéctica entre la cultura y las personas. Si se entiende que la cultura es algo impersonal, serán los grupos sociales los que necesitan posicionarse ante ella, seleccionarla y darle forma, ya sea mediante una identidad individual o colectiva. Es a partir del continuo diálogo entre cultura y persona cuando se empieza a producir la identificación. La cultura interviene como nutriente de la identidad: no, por cierto, en términos generales y abstractos, sino en cuanto se condensa en forma de “mundos concretos y relativamente delimitados de creencias y prácticas” propias de los grupos de pertenencia (Sewell, Jr, 1999, p. 52)

La construcción de la identidad personal está siempre en un triple conflicto, con el entorno, con los demás y con uno mismo. Y es teniendo en cuenta los contextos, circunstancias, situaciones, e interlocutores, como afirma Marín Gracia (2010, p. 32)

El concepto de identidad cultural encierra en un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad se recrea individual y colectivamente mientras se alimenta de forma continua de la influencia exterior. La identidad cultural se compone de una variedad de factores o dimensiones como “religión, antepasados, color de la piel, lenguaje, discurso, clase social, educación, profesión, comunidad, familia, religión, amigos, vestido, tendencias políticas”

Otro punto de vista, es el de Orduna (2003) que comprende la identidad cultural como: “el conjunto de rasgos y elementos que distinguen, que singularizan a cada comunidad. Pero también es el conjunto de rasgos y elementos por los que la comunidad es juzgada, valorada, apreciada, definida o rechazada desde fuera”.

Todas las personas poseen una identidad cultural, que en gran parte está determinada por las condiciones de su nacimiento y por la cultura hegemónica obtenida. Sin embargo, también influyen los subgrupos a los que pertenecen dentro de su cultura. Se trata de una forma de identificación colectiva, mediante la cual los miembros de un determinado grupo social se diferencian de otros.

#### **1.9.2.4 Industrias culturales**

Una relevante fracción de lo que se llama cultura se difunde gracias a una producción industrial que fluye por circuitos comerciales imperceptibles a simple vista, a pesar de que muchos de ellos son masivos. Es un fenómeno que se encuentra presente en actividades cotidianas como ver la televisión, la radio, la fotografía, el cine, el libro y lo que se publica en periódicos y se conoce como las Industrias Culturales.

El término industria cultural fue introducido desde los años cincuenta por Theodor Adorno y Max Horkheimer, de la Escuela de Frankfurt, quienes tenían un fin principal que era describir "la cultura tecnológica de masas en oposición a la alternativa de producción cultural individual y auténtica de las artes puras". Posteriormente, en su concepción, elaborada a finales de los noventa, la Unesco elimina la diferenciación entre cultura de masas y cultura de élite, sugerida por Adorno, y crea una noción de industrias culturales asociada con el concepto de creación o de creatividad en una perspectiva amplia. Y con el propósito de articular dimensiones tan abstractas como la cultura, el arte, la creación o la creatividad con otras tan concretas como la industria, la economía o el mercado.

Por lo tanto, lo que se conoce como las industrias culturales son aquellas que se reproducen a escala industrial, de modo masivo y utilizan como materia prima la que está protegida por derechos de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos. En cada uno de los subsectores que constituyen estas industrias culturales existen desde pequeñas empresas hasta grandes conglomerados.

Las industrias culturales "están inmersas en todos los procesos cotidianos; a través de ellas se auto dibuja la sociedad, se generan procesos de conocimiento y aprendizaje profundos y duraderos, se transmiten habilidades y herramientas a lo largo del tiempo" . (Torres, D. M. s.f., p.32) que terminan formando parte o la totalidad de los imaginarios sociales de estas comunidades que acceden a los productos culturales según su poder adquisitivo, y que naturalmente al estar expuestos con tanta frecuencia a estos mensajes difundidos por las industrias mediáticas que reproducen incesantemente estos discursos de consumo, logran calar en los modos de ver el mundo y cómo reconocerlo.

El consumo cultural es "un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos" García Canclini, N. (1995, p.56) y es aquel lugar que sirve para pensar y reconocerse, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades, es decir se van formando las identidades nacionales a partir de los productos culturales que se van adoptando y consumiendo por parte de cada uno de los sectores de la sociedad. Este aspecto va dilucidando una situación, los límites entre el papel del sector cultural en el desarrollo de procesos sociales, por una parte, y como generador de producto económico, por otra, cambian vertiginosamente con el tiempo, y se vuelven a redibujar con cada avance tecnológico y comunicacional.

En esta medida la economía y la cultura se entrelazan, dependen una de la otra, más de lo que se puede llegar a imaginar a simple vista. Por ende, las dinámicas económicas de mercado de estas industrias determinan, por una parte, el acceso de las personas a los productos culturales y la forma como se manifiestan la producción y la distribución y, por

otro lado, los contenidos, los mecanismos de recepción y los procesos culturales que fluyen por ellas y que terminan siendo recibidas por las masas quienes las asimilan como inocentes planes de ocio.

De esta manera es en el campo de las industrias culturales y en los procesos de comunicación masiva donde se han llevado a cabo durante las últimas décadas las principales actividades culturales, las que dan información de calidad y entretenimiento a las mayorías mientras les hace sentirse representadas con lo que ven reflejado en la pantalla, las que inciden con mayor hincapié en la economía de cada sector que conforma la sociedad y también brinda mejores alternativas de conocimiento mutuo e intercambio cultural o económico entre las naciones.

En las modernas sociedades de la información y la comunicación, las industrias culturales juegan un rol trascendental pues a través de ellas fluyen muchos significados ya asimilados por las masas y relaciones sociales que les dota un papel crucial en la actualidad. Hopenhaym (1999) lo describe así:

Existen poderosos motivos para ocuparse de las industrias culturales y de cómo operan. En primer lugar, éstas ocupan el lugar central en la articulación entre dinámica cultural y dinámica productiva, y esto en varios sentidos: porque si no se maneja destrezas tecnificadas de adquisición y uso de información y conocimientos, no se tiene opción para ser económicamente productivos en el mundo futuro; porque la digitalización es el común denominador hoy de la reproducción en serie de casi todo lo que circula desde la industria cultural y, a la vez, marca toda producción tocada por la Tercera Revolución Industrial; y porque tanto la dinámica cultural como la productiva operan

con una inversión de la relación histórica stock-flujo (en deslógica de la obsolescencia acelerada que les infunde en desmedro del primero y a favor del segundo), con una dé a ambas un dinamismo febril. (Citado en Torres, D. M. s.f., p. 30).

En resumidas cuentas, la trascendencia de las industrias culturales radica en su inmenso poder económico, su injerencia y por los procesos que se desprenden de sus manifestaciones: la diversidad simbólica, la identidad, la memoria colectiva e individual y la participación social. Se ven implícitos en ellas, temas como la posibilidad de una equidad en el acceso a bienes de consumo cultural, la conformación de la noción de ciudadanía y el acceso a lo que se conoce como espacio público. Todos estos son temas elementales en la toma de decisiones para la generación de políticas que lleven a un desarrollo construido sobre bases no sólo económicas sino también sociales o culturales.

#### **1.9.2.5 Autopercepción**

El término autopercepción, lo define Martínez (2009) como el conjunto de valoraciones que tiene un individuo respecto a sus competencias y se relaciona directamente con sus creencias, actitudes, deseos, valoraciones, expectativas, que parte de la realidad, pero se transforma en su mundo interior. Es decir, las “competencias percibidas son las creencias de los individuos relativas a su capacidad individual de movilización y organización de los recursos individuales de cara a la realización de las acciones específicas para alcanzar un determinado rendimiento o resultado” (Cunha, Mesquita, Moreno, Boleto, Tavares y Silva, 2010, p. 26).

De esta manera, la autopercepción “se origina tanto en la autoobservación de las propias vivencias y acciones como en las diversas formas de juicio ajeno” (Dorsch, 1985, p. 74). Ahora bien, se entiende que la autopercepción es la edificación que las personas tienen entre sí y sus capacidades, teniendo en cuenta los factores externos influyen como lo es la sociedad y que juegan un papel importante en el comportamiento y actuar de los individuos. Díaz (1992) afirma que el sistema de autopercepción social forma la imagen de uno mismo. Y sugiere, que se pueden encontrar aspectos comunes que el individuo comparte con su entorno; asimismo define la autopercepción social como una forma típica de una parte de los miembros de un colectivo social, de verse a sí mismos y a la realidad (Buendía, Colás y Hernández, 1998, p. 315).

El método de autopercepción social está construido a su vez por las expectativas y deseos de cada sujeto, con base a la estructuración de lo que ve de sí mismo. En este sentido, el carácter autónomo se ve reflejado, debido a que “la persona percibe que los eventos de su vida son consecuencia de sus esfuerzos, perseverancia o habilidad” (Arancibia y cols. 1999, p. 191). De esta manera, se entiende que la percepción es personal y proviene del mismo individuo y no por circunstancias externas.

Por otra parte, la sociedad impone parámetros que se deben lograr para una satisfacción personal, como lo es ser exitoso en una profesión, seguir modas o estilos de vida para ser aceptados, todo esto lo abarca un conjunto de creencias que indirectamente son impuestas por el clima social y que no siempre están relacionadas con las reales necesidades internas o no están al alcance de los individuos. Es así como esas creencias son una realidad y la

respuesta interna a la jerarquización de poderes sociales no percibidos. Por ende, la necesidad de auto conocerse para identificar la realidad de sí mismo y sus necesidades, y así evitar que la sociedad cause cierta presión que genera disconformidad de sí mismo.

Ahora bien, un sistema de autopercepción no está basado únicamente por los conceptos e ideas relacionados de sí mismos, sino también, por las actitudes que sirven como base emocional. Diaz (1992) afirman que el sistema de autopercepción produce las decisiones que constituyen la acción de ese individuo y específicamente su acción social. Y a su vez, es una realidad que se produce en el individuo, la autopercepción social no debe entenderse como el resultado de la mera interiorización por el individuo de una normativa social. Por lo general la norma social se concibe como algo externo que viene impuesto desde fuera al individuo. (p. 294).

La autopercepción social es una característica de los miembros de un colectivo social, donde se observan así mismo y al mundo que lo rodea. Arancibia, Herrera y Strasser (1999) lo definen como las cogniciones que el individuo tiene, conscientemente, acerca de sí mismo. Incluye todos los atributos, rasgos y características de la personalidad que estructuran y se incluyen en lo que el individuo concibe como su yo. Milicic (1995) (citado por Arancibia, Herrera y Strasser, p. 181). De esta manera, la autopercepción social es la realidad personal de un individuo que se da en la acción e interacción social.

### **1.9.3 Estereotipos**

#### **1.9.3.1 Formación de los estereotipos**

El término "estereotipo" fue mencionado por primera vez en la literatura en 1922 por Lippmann como: las "imágenes en nuestras cabezas". Desde ese momento, los estereotipos son comúnmente definidos como: las creencias consensuales sobre los atributos de un grupo social y sus miembros (Smith Castro Vanesa, 2006).

Un estereotipo es una imagen, idea o creencia inmutable que tiene un grupo social sobre otro, al que le son atribuidos de forma generalizada conductas, cualidades, rasgos distintivos o habilidades, también partimos por la concepción de que el estereotipo es una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de personas, que simplifica la realidad, agrupa características del entorno, genera su ordenamiento y facilita la comprensión de la nueva información.

Aunque los estereotipos se forman, mantienen y cambian por los individuos, su significado e implicaciones únicamente surgen en el contexto de las relaciones de grupo, puesto que la incorporación de los individuos a los grupos es la base de los estereotipos. Tajfel H. (1984), menciona que los estereotipos son necesidades individuales de organización del medio, cuya función es comprender los acontecimientos para justificar los comportamientos frente a otro grupo, acentuando las diferencias, afín de establecer una distinción positiva en favor del propio grupo. En una línea parecida, Sangrador (1996), señala que los estereotipos configuran una suerte de realidad social construida.

Los estereotipos funcionan como justificadores ideológicos, legitiman las relaciones sociales y construyen la identidad del sujeto. Estos no solamente son resultado de las relaciones intergrupales, procesos intergrupales e interpersonales, sino también que es información que amplía el conocimiento personal e influyen en la naturaleza de las relaciones intergrupales. Los estereotipos, en este sentido, son antecedentes y consecuentes de las relaciones intergrupales. Forman parte de un ciclo que puede ser positivo o negativo.

Dentro del enfoque sociocultural los estereotipos surgen del medio social, ya que son un reflejo de la cultura y de la historia, y sirven para ajustarse a unas normas sociales. Según Tajfel “La simple categorización en grupos distintos acentuará las diferencias y los estereotipos entre los grupos”. Es decir, los estereotipos proceden de la percepción de diferencias reales o a través de la influencia de numerosos agentes sociales. Estos reflejan diferencias ocupacionales, o de vida urbana y rural, o en modos de aculturación entre distintos grupos (Levine y Campbell, 1972). Los estereotipos de género reflejan la distribución de los roles entre hombres y mujeres en la sociedad (Eagly y Steffen, 1984).

Con respecto a los medios de comunicación masivos, ellos a través ya sea de la producción de telenovelas, series, noticieros, entre otros, frecuentemente se difunden determinados estereotipos, de roles de género, belleza, comportamientos físicos y emocionales, culturales, entre otros. En este entorno, los estereotipos son usados adrede para establecer una comunicación simple y rápida que garantice la transmisión de un mensaje de manera eficiente.

### **1.9.3.2 Correspondencia del estereotipo de genero según el sexo**

Como se ha señalado con anterioridad los estereotipos de género son construcciones culturales que determinan como deben ser y cómo se comportan mujeres y varones en función de ser sexo biológico; son, por lo tanto, contruidos socialmente y varían dependiendo de la sociedad en la que se encuentren inscritos los sujetos, por lo tanto, no son innatos sino que se transmiten de generación en generación a través del proceso de socialización en cual los medios juegan un papel trascendental como legitimadores lo que lleva a que se aprendan desde el mismo momento del nacimiento.

En esto se concuerda, con Lomas (2005) que afirma que “En efecto, los seres humanos son como son (y quienes son) como consecuencia del influjo de una serie de mediaciones subjetivas y culturales, la instrucción escolar, el grupo de iguales, el estatus económico y social, las ideologías, los estilos de vida, las creencias, los mensajes de la cultura de masas) que influyen de una manera determinante en la construcción de las identidades.”(Citado en Jimenez, J. Q. 2015, p.20)

Por consiguiente, paulatinamente las masas irán asimilando qué es lo que está bien o no dependiendo del sexo con el cual hayan nacido y poco a poco irán interiorizando los estereotipos de género imperantes en la sociedad en la que habiten. Los distintos procesos históricos produjeron una sociedad que es falo céntrica y patriarcal, los estereotipos que se van aprendiendo por los medios o en las escuelas serán por lo tanto sexistas, de manera que perpetúen la discriminación existente en la sociedad contemporánea.

Si bien es cierto, que las proporciones y formas de los cuerpos de los hombres tienen menor importancia que el de las mujeres, sin embargo, no deja de ser un condicionante que su comportamiento responda a lo que socialmente se espera de ellos: el ejercicio de un machismo tradicional idealizado, consolidado por el control y poder que deben ejercer hacia las mujeres. “Los hombres tienen la necesidad de demostrar que son hombres, requieren que otros los reconozcan” ( Chaves, 2012, p. 9)

Según Lomas (2007) “(...) la construcción de las identidades masculinas y femeninas en las sociedades humanas no es sólo el efecto natural e inevitable del azar biológico sino también, y, sobre todo, el efecto cultural de la influencia de una serie de factores familiares, escolares, económicos, ideológicos y sociales. Hombres y mujeres son diferentes no porque tengan un sexo inicial distinto, sino porque la socialización es distinta.” (Citado en Jimenez, J. Q. 2015, p.23). Anteriormente, se mencionaba que se transmiten a través de las instituciones educativas porque estos estereotipos se difunden por medio de las canciones infantiles, por ejemplo, “al pasar la barca me dijo el barquero las niñas bonitas no pagan dinero”; aunque parezcan inocuas rimas, los cuentos tradicionales que se asimilan a muy temprana edad también establecen esta división de roles de género y reflejan una imagen que hace ver al hombre como el aventurero, gallardo, el conquistador que ha de salvar a la princesa y a las mujeres se les relega un rol pasivo, y no pasan de ser las que esperan que el intrépido príncipe las rescate de su perdición.

De igual forma, los estereotipos persistirán reforzando a través del grupo de iguales, es decir las personas semejantes con las que se entra en contacto cotidianamente, los medios de comunicación, los papeles distintivos de hombres y mujeres que habitan sus mismos

espacios, entre otros. Los medios de comunicación son en la actualidad un importante agente socializador y continúan difundiendo y perpetuando los roles tradicionales que se consideran como propios de cada género, de manera que niños y niñas los van asimilando de forma inconsciente. Notando a medida que van creciendo y pasan a formar parte de los engranajes de la sociedad, que si en alguna ocasión se salen del rol que convencionalmente se les ha asignado se les discriminará y castigará de acuerdo a las normas que rigen esa sociedad.

Así, entre todos los entes y factores socializadores harán que cada persona cumpla con su papel de la manera más eficiente posible y lo harán por medio de estímulos positivos y castigos. Partiendo de la idea de Fernández (2009) "La diferenciación de roles de género no afecta únicamente a las funciones y tareas asignadas a cada persona en base a su pertenencia a uno de dichos géneros, sino que también incide radicalmente sobre los valores, actitudes, símbolos y expectativas del comportamiento social." (Citado en Jimenez, J. Q. 2015, p.45).

De acuerdo a esto, la mayor repercusión negativa que conlleva la persistencia del sistema de roles diferenciados según lineamientos de género, yace en la considerable limitación potencial que tal distribución significa para el desarrollo personal, es decir cohibe a los sujetos de desarrollar aptitudes y cualidades por temor a salirse de lo que se considera como natural. Debido a la asignación de roles específicos y desequilibrados se produce una pérdida de potencialidades personales tanto en el hombre – a pesar de salir beneficiado en términos relativos- como en la mujer.

### **1.9.3.3 Roles de género**

Otro tema fundamental para esta investigación son los roles de género, ya que estos son los que hacen referencia al conjunto de normas sociales y de comportamientos apropiados para los hombres y las mujeres de un sistema social, en función de la construcción social que se tenga de la masculinidad y feminidad.

Según Wood y Eagly (2012) “las expectativas de rol existen así en las mentes de los individuos y también se comparten con otras personas, produciendo el género que analiza no sólo los determinantes el comportamiento masculino y femenino sino también las influencias más distales de la cultura y la estructura social que contribuyen a este comportamiento”, es decir, desde el nacimiento, hombres y mujeres presentan una diferenciación clara desde la biología; sin embargo, las variantes comportamentales, sentimentales y de pensamiento se atribuyen más a la influencia de la cultura.

Por otro lado, para Bussey y Bandura, (1999) “Estos roles de género, que son un foco importante de la socialización, comienzan a adquirirse temprano en la infancia y se elaboran a lo largo de la infancia y la adolescencia”. Sin duda, se puede decir que la familia, la educación, el entorno, la cultura, entre otros factores influyen estrechamente al desarrollo del concepto de rol de género que puede tener un individuo.

Desde tiempos atrás, diferentes culturas tomaron una forma específica de organización de la división sexual del trabajo. Según esta, le correspondió a la mujer el lugar del hogar por su capacidad para gestar y criar a los hijos, debido al cuidado que estos requieren.

Mientras que al hombre se le asignó que se dedicara a la agricultura, la cacería, la domesticación de animales y la guerra. Debido a esto, a las mujeres, hasta hoy, las han educado sobre todo para las labores domésticas y el cuidado y la educación de los hijos, en comparación con los hombres, que lo han sido para ser los proveedores y protectores del hogar (Valdez-Medina, Díaz-Loving y Pérez, 2005).

A este término de rol de género se le agregó otro concepto que son los estereotipos de género, aunque se puede decir que la división de géneros se da a través de los estereotipos formados mediante los medios de comunicación, puesto que estos son los encargados de reflejar la realidad, que sin embargo la recrean estereotipando. Como lo menciona (Magally, 2011) “a partir de tal denominación, aparecen los estereotipos, que son el conjunto de creencias existentes sobre las características que se consideran apropiadas. Los estereotipos crean a su vez los roles de género, es decir, la forma en la que se comportan y realizan su vida cotidiana hombres y mujeres, según lo que se considera apropiado para cada uno”.

Tanto los roles como los estereotipos son aprendidos en un proceso de socialización diferenciada denominado socialización de género, mediante el cual estos mensajes se interiorizan de manera que se acaba pensando y comportándose de forma congruente con ellos (Bosch, 2008). Tal como indica Álvarez (2016), la cultura en la que se vive instaura una vía por medio de la cual se enseñan y aprenden las conductas e influencia de los roles y estereotipos de género en las percepciones. Los roles y estereotipos transmitidos a través

de la socialización y las conductas frecuentes de hombres y mujeres también tienen su reflejo en las relaciones interpersonales entre ellos y en su desarrollo moral.

En definitiva, la sociedad tiene unos “parámetros” establecidos de cómo debe actuar o comportarse, con respecto a su vida amorosa, social, académica y de familia cada género, ellos están determinados a relacionarse por distintos ámbitos sociales que marcan diferencias en el uso de los tiempos y los espacios. Por lo tanto, cuando las personas no se comportan como la sociedad espera según su género, los comportamientos y actuaciones son desaprobados, rechazados y criticados.

#### **1.9.4 Representaciones sociales**

A lo largo de la historia de la psicología han existido varios autores que han intentado desarrollar el concepto de representación social, en la cual cada autor procura acotar el término a partir de diferentes enfoques: por las características de las representaciones sociales, por su funcionalidad o por aspectos más estructurales. Se puede decir que no existe una definición inequívoca del significado de este concepto, sin embargo, el mayor representante de esta teoría es el psicólogo social Serge Moscovici.

Para Serge Moscovici las representaciones sociales eran: La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los

hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. Mora (2002)

Es decir, gracias al lenguaje las representaciones pueden modificarse y esparcirse por los distintos grupos sociales. Las representaciones sociales facilitan un código de comunicación común con el que pueden nombrar y clasificar de manera grupal los diferentes aspectos del mundo en el que se vive. Asimismo, estos sistemas de códigos, principios y juicios clasificatorios componen y guían la manera en la que las personas actúan en la sociedad, ya que establecen las normas y los límites que se encuentran dentro de la conciencia colectiva.

Todas estas representaciones pueden cambiar mediante los diferentes grupos de personas o culturas, por lo tanto, estudiar a profundidad las representaciones sociales de una comunidad, en este caso para la investigación la costa atlántica y el interior del país, permitirá conocer cómo es dicha sociedad (estereotipos, creencias, costumbres, afirmaciones, comportamientos) y de qué manera contribuyen a cómo se orientan y denominan su medio social estas comunidades.

Estas representaciones cuentan con unas dimensiones o extensiones específicas que se ven afectadas por tres factores: la información, el campo de representación y la actitud. La información según Moscovici (1979) “se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social” Es decir, es la suma de conocimientos con que cuentan los individuos sobre un hecho, acontecimiento o fenómeno de naturaleza social. En la segunda dimensión, el campo de representación, el autor muestra que es “la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada,

variando de grupo a grupo e inclusive al interior del mismo grupo. Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativas o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas”.

Con respecto a la tercera dimensión la actitud, Moscovici (1979) dice que es “la orientación favorable o desfavorable en relación con el objeto de la representación social. Se puede considerar, por lo tanto, como el componente más aparente, fáctico y conductual de la representación, y como la dimensión que suele resultar más generosamente estudiada por su implicación comportamental y de motivación” De entre las tres dimensiones esta es la que tiene mucha más frecuencia.

Así como se mencionó anteriormente que existen varios autores además de Moscovici que han desarrollado esta teoría, se encuentran dentro de ellos a uno de los máximos exponentes del interaccionismo simbólico, Herbert Mead. Esta disciplina fue una de las primeras en dar su propio concepto de lo que después se le denominaría representaciones sociales.

Para Herbert Mead las representaciones sociales eran el acto social, el cual Rietzer (1993) dice que “implican dos o más personas”. Esta se basa en el gesto que es el mecanismo básico del acto social en particular y del proceso social en general. Los individuos tienen unos gestos “no significantes”, es decir, los que son realizados por instinto o inconscientemente.

Lo que distingue al ser humano, según Mead, es su capacidad de usar gestos “significativos” que son “aquellos que requieren la reflexión por parte del actor antes de que se produzca la reacción” Estos últimos se expresan a través del lenguaje vocal.

Todos estos componentes son los que permiten la comunicación: según Blumer (1982) “El argumento básico de Mead es que en este espacio interactivo radican los símbolos y sus significados, por lo que sólo ahí puede formarse el espíritu (Mind), conformado en el proceso de la comunicación” Y es el acto social es el que permite la interacción simbólica.

Para Moscovici, las raíces del concepto de representaciones sociales reposan en la noción de Emile Durkheim de representaciones colectivas. Para Durkheim, la sociedad requiere de un pensamiento organizado. Las representaciones colectivas condensan la forma de pensamiento que impera en una sociedad y que irradia a todos sus integrantes. El individuo se constituye en persona mediante la incorporación de este pensamiento colectivo, constituido por normas, valores, creencias, mitos.

Las representaciones colectivas son el pensamiento social incorporado en cada una de las personas. Sin embargo, Moscovici considera que en la sociedad contemporánea las variantes del pensamiento social son cualitativamente distintas a las de otro tipo de sociedades. La vida social necesita de un pensamiento organizado, pero, para Moscovici, Durkheim no analizó las distintas formas de pensamiento organizado. Por ello:

En la medida que no aborda de frente ni explica la pluralidad de formas de organización del pensamiento, aunque todas sean sociales, la noción de

representación pierde nitidez. Los lingüistas se vuelven hacia el estudio de la lengua y su dimensión semántica. Con el fin de darle un significado determinado, es indispensable hacerlo abandonar su papel de categoría general, que concierne al conjunto de producciones, a la vez intelectuales y sociales. (Moscovici, 1979, p. 28).

Las representaciones sociales han sido fuertemente relacionadas con los medios de comunicación puesto que estos son uno de los principales medios de divulgación de representaciones, como dice Argemir (2008) “la televisión como medio de comunicación de significativo impacto social, proporciona no sólo informaciones, sino que incurre en una interpretación particular de la realidad.” Y es que los medios son para Salazar (2009) “tanto una fuente de reproducción como de innovación cultural que bien pueden influenciar, si bien no de un modo determinante, las prácticas identitarias y las representaciones sociales”.

#### **1.9.4.1 Imaginarios sociales**

El imaginario hace parte de lo que se acepta como real; estructura y constituye la realidad socialmente instituida (Carretero, 2004). Es decir, los imaginarios sociales se construyen por la sociedad mediante la realidad desde la perspectiva de ver el mundo, la forma de describir e interpretar situaciones u objetos que hacen parte de la realidad social, permitiendo de esta manera crear nuevas realidades sociales. Tiene que ver con las “visiones del mundo”, con los metarrelatos, con las mitologías y las cosmologías, pero no

se configura como arquetipo fundante sino como forma transitoria de expresión, como mecanismo indirecto de reproducción social, como sustancia cultural histórica. Tiene que ver también con los “estereotipos” (en cuanto que generan efectos de identificación colectiva), pero va más allá de las simples tipologías descriptivas de roles porque precisamente rompe la linealidad articulando un sentido. (Pintos, 1995, p.10).

Los individuos originan imaginarios individuales, los cuales son difundidos mediante la comunicación y aceptados por la sociedad, de modo que se convierten en algo común según la cultura o grupos específicos, es así como la sociedad está rodeada de sentido y significado, reflejado en la vida cotidiana. Asimismo, Shotter (como citó García, 2019) permiten a los sujetos crear, construir/deconstruir, resignificar, conocer; no son la sumatoria de imaginarios individuales; necesitan reconocimiento colectivo; tienen un carácter incompleto, dinámico y móvil; Tienen atributos reales así no se puedan anclar al espacio o al tiempo concretos; son formas creativas de vivenciar el futuro construyendo nuevas maneras de vivir; son una creación incesante e indeterminada (Hurtado, 2004, p.34).

Si bien los imaginarios sociales son configuradores y estructuradores de lo real, pues determinan y crean una percepción de lo que es aceptado como tal, tienen también una doble faceta aparentemente contradictoria, pues trabajan tanto en el mantenimiento como en el cuestionamiento del orden social (Carretero, 2005). Es decir, la sociedad no solo crea los imaginarios sociales, sino también transforman la realidad social con nuevas significaciones. (Falleti, 2006) considera que el imaginario social “introduce una perspectiva socio-histórica a partir de la cual estudia la génesis de las significaciones

imaginarias. (...) sostiene un aspecto instituyente del imaginario social que implica la creación de nuevas significaciones. Es decir, permite estudiar las transformaciones en el imaginario de una sociedad y no sólo la reproducción de las significaciones establecidas” (p.84).

García (2019) afirma: El imaginario posee dos dimensiones más a considerar: la cognitiva y la hermenéutica. La primera hace referencia a que el imaginario se liga a marcos “que conforman desde las metas, formas de actuar y valorar, hasta la política y las instituciones” (Randazzo, 2012, p. 81); una suerte de pensar abstracto o capacidad psíquica. La segunda, en tanto permite entender el sentido que socialmente se les atribuye a las cosas, pues son esquemas de significado que permiten entender la realidad. “De alguna forma, predeterminarían lo que es posible de acontecer en función de lo que puede ser entendido dentro de unos esquemas reestructurados, pero también engloban las estructuras bien fraguadas, como las instituciones” (Randazzo, 2012, p.83).

Los imaginarios sociales no se les puede dar una significación exacta “el imaginario no se base en los criterios de verdad o falsedad que establece la epistemología de la ortodoxia positivista, apunta más bien a desmitificar el axioma racionalista” (García, 2019, p. 33) Es decir, se debe usar la epistemología para así evaluar el razonamiento social, entendiendo de esta manera que más que significados los imaginarios establecen sentidos convirtiéndose en múltiples significaciones que sirve como interpretación comprendiendo y conociendo la realidad de la sociedad.

Las significaciones imaginarias institucionalizadas cristalizan una percepción natural del mundo que puede ser combatida por ese cuestionamiento deslegitimador y radical (Carretero, 2001, p.183). De esta manera, los imaginarios sociales por medio de los sentidos establecen un contexto social y cultural que permite la interpretación de los comportamientos sociales y legítima tasación ideológica y cultural, asimismo los individuos identifican y determinan las situaciones sociales sujetas a los imaginarios sociales.

#### **1.9.4.2 Representación mediática**

Calonge (2006) propone dos dimensiones para explicar la representación mediática, la primera es la dimensión Pragmática, en la cual se reúnen los trazos relativos a la acción de los individuos en vinculación con el medio de comunicación, (...) está constituida por las siguientes categorías: a) el rol de medios de comunicación; b) las condiciones de producción; c) el espacio donde se ancla la RM; y del discurso mediático. La segunda es la dimensión Cognitiva, donde los trazos del orden socio-cognitivo de la representación está constituida por las siguientes categorías: a) los rasgos cognitivos generales; b) los rasgos cognitivos específicos; y c) las formas de conocimiento social y mediática (p.78).

La representación mediática se radica como medio comunicativo para comprender una realidad establecida por grupos sociales, desde aspectos políticos y económicos para así causar un consumo masivo. De esta manera, se efectúa el discurso mediático donde los medios de comunicación manipulan los discursos expuestos por lo individuos, informando

y mostrando una perspectiva distorsionada a la realidad produciendo un impacto a la identidad e ideología cultural con un objetivo intencional causando un sesgo negativo en las representaciones difundidas. Toffler (2000) afirma: “los medios de comunicación de masas lejos de extender su influencia, se ven de pronto obligados a compartirla. Están siendo derrotados en muchos frentes a la vez por lo que yo llamo los medios de comunicación desmasificada” (p. 206).

“La representación mediática se articula sobre la contraposición del carácter uniforme de la expresión masiva contexto de producción y la diversidad de interpretaciones contexto de recepción” (Horta, 2013, p. 97). Es decir, el contexto de producción y contexto de recepción le permiten al individuo dar significado a los aspectos sociales e interpretar los signos que forman la información transmitida por los medios de comunicación. Horta (2013) afirma que “el proceso de interpretación no es abierto ni individual, está condicionado por un contexto de producción: la construcción de un mundo posible está determinada por los intereses de las instituciones-empresas que han convertido la información en un bien económico, mediatizando los contenidos y dirigiendo los mensajes –a la manera de McLuhan (1991)” (p. 99)

La representación hace parte de la historia cultural por medio de la evolución social en aspectos políticos, sociales, económicos o culturales. Una representación social o mediática tiene por propiedad fundamental la de ser histórica, lo que significa que procede de la historia, entendida como devenir de las sociedades y tiene una historia entendida como desarrollo lógico temporal que articula típicamente: génesis, transformación y

decaimiento (Rouquette, 1994). Las fuentes de información son, en efecto, solicitadas por los comunicadores sociales porque se perciben como implicadas en los temas tratados; los temas manifiestan su propiedad de concernir a ciertos grupos sociales, en un momento histórico determinado y en función de la recepción enfocada por los medios (Calonge, 2006, p.99).

#### **1.9.4.3 Nuevas masculinidades**

Como se ha indicado previamente en la contemporaneidad la diferenciación de estereotipos convencionalmente masculinos y femeninos está supeditada a crítica y que, por lo tanto, ya no se considera que una cualidad innata e inalterable, sino que son culturales y aprehendidos y por ello se pueden modificar, desaprender y reconstruir y. Como lo señala Lomas (2005) que “es obvio que en el contexto actual los estereotipos tradicionales de hombre y mujer están sometidos a crítica, y, por lo tanto, están afortunadamente cuestionados como referentes únicos de identificación y de construcción de las identidades femeninas y masculinas” (Citado por Jimenez, J. Q. 2015, p.30)

Por consiguiente, en la actualidad no es factible aseverar sin rubor que ser femenina consiste en suprimir la capacidad de superarse a sí misma y el entendimiento y en obsesionarse por conquistar y exhibir la belleza en aras de la captura del hombre ideal. De igual manera, cada vez está más confuso que el hecho de ser hombre se trate de reprimir cualquier vestigio de emocionalidad, en obsesionarse por conquistar y exhibir el poder y en seducir a las mujeres a diestro y siniestro. Sin embargo, y a pesar de que se es

consciente de que en este sentido se está removiendo el sistema patriarcal y falo céntrico que sustenta las desigualdades de género, no es menos cierto, como se indicaba anteriormente que, aunque hay una nueva visión de la masculinidad, ésta no ha desterrado los estereotipos convencionalmente masculinos, sino que se han disfrazado, difuminado y añadido otros nuevos.

Jimenez et al. (2015) dice que del nuevo hombre se espera que cuide de su apariencia, pero que sea capaz, al mismo tiempo, de asumir el riesgo de la vida moderna. Puede que no sea tan primario en su comportamiento cotidiano, pero tiene que ser una vez más arriesgado, valiente, implacable y activo. Los viejos valores con nuevos envoltorios, dando entender que los comportamientos agresivos y modos de ser opuestos no son una especie de enfermedad congénita, sino que pueden ser aprendidos en el transcurso de la vida.

Por lo tanto, la hegemonía de comportamiento tradicionalmente adoptado por los hombres y el concepto de masculinidad como significado de lo contrario a la mujer está siendo puesto en tela de juicio. Esto quiere decir que se ha tratado de indicar que no existe una única manera de ser hombre como no hay una sola forma de ser mujer. A lo largo y ancho del mundo sobre sus áreas metropolitanas y en ellas los diferentes tipos de sociedades y culturas que la pueblan, existen diversos tipos de masculinidad, pero la mayoría comparten características en común como son que el hombre ha de ser fuerte, trabajar en el ámbito público, ser valiente, no tener miedo a nada y no expresar los sentimientos, entre otras.

Según Lomas (2007) “El arquetipo tradicional de la masculinidad, esa manera unidireccional de ser hombres de verdad sustentada en el ejercicio de la fuerza y del poder,

en la ocultación de los sentimientos, en la ostentación heterosexual, en la obsesión por el tamaño del pene y por la conquista sexual, por el éxito y por el dinero, y en la misoginia y en la homofobia, no es ya en la actualidad, en las sociedades occidentales, sino una de las formas en que se socializan los hombres. Pero ya no es, afortunadamente, la única forma posible.” (Citado por Jimenez, J. Q. 2015, p.57). Esto quiere decir que el proceso de construcción en el hombre moderno de una nueva masculinidad no es el simple hecho de desarraigar todas estas características que tradicionalmente se han atribuido al hombre sino que “una nueva concepción de la masculinidad debe constituirse a partir de la diversidad de opiniones y posiciones mantenidas por varones con diferentes tendencias e inclinaciones, y, sobre todo, plantearse como una concepción abierta, plural, flexible y dinámica que pueda dar cabida a toda esa diversidad de formas que la masculinidad puede admitir” (2015).

#### **1.9.4.4 Responsabilidad social**

Los medios de comunicación cumplen una función importante en la sociedad y a su vez, desempeñan un rol que se ve resaltado en la información de opinión pública, ya que dejan un impacto en la audiencia, es así como la sociedad exige y espera un desempeño responsable con base a un compromiso de ética. Asimismo, los medios tienen un rol de servir a la comunidad, por medio de la información transparente, aportando al desarrollo social.

En los últimos años los medios de comunicación masivos han venido incorporando la responsabilidad social, debido a la gran influencia e impacto que esta ocasiona. Pero la televisión es un medio que no evalúa y aplica la responsabilidad social conociendo su influencia y monopolizando la comercialización desde el impacto social, es utilizada para generar entretenimiento mediante telenovelas y los diferentes programas de diversión, creados para su potencialidad y éxito.

La televisión opera con gran poder en la sociedad, por ende, implica responsabilidad social para que los ciudadanos o consumidores no sean manipulados por medio de los productos televisivos, reconociendo la distorsión de la realidad y eliminando prejuicios sociales, así promover que este medio tenga una finalidad educativa y no monopolizarlo. Los medios deben ser un instrumento de aprendizaje. Molina y Vedia, Silvia (1998) afirman que:

Desde el horizonte de la producción de imágenes y su relación con la forma en que se producen socialmente las identificaciones, en especial aquellas que tienen que ver con la futura o simultánea formación educativa a nivel formal, cabe señalar que la televisión no sólo difunde noticias, promueve la venta de productos y presenta espectáculos para el entretenimiento de su público, sino que a través de todos y cada uno de sus programas transmite imágenes de la realidad y ficciones que pueden también influir sobre la idea prevaleciente en la sociedad acerca de cómo es verdaderamente esta sociedad. (p. 51)

Además, las imágenes que se promueven en la televisión difunden representaciones que conmocionan la realidad que es percibida. “Los ideales de vida de una sociedad, las preferencias culturales y los valores se divulgan masivamente a través de tales programas.”

(Luhmann y De Georgi, 2007, p. 102). No obstante, la televisión por lo general no tiene un objetivo educativo, debido a la censura con la que se construyen los diferentes programas de la televisión llegando de manera impropia a los sectores más vulnerables del país por sus pocas posibilidades y su bajo nivel educativo.

En ese contexto, se entiende el efecto de la televisión desde un punto negativo ya que la educación desde el desarrollo personal dentro de la sociedad no se impulsa y se realiza de manera inadecuada. “Al vivir la realidad cotidiana e interpretarla de una manera fragmentada, donde “cada esfera de la vida constituye un compartimento estanco con los demás” (Luhmann, 1991) la aptitud integradora de la educación sale sobrando.” (Molina y Vedia, Silvia 1998, p. 86). Todo esto se da por la autorrepresentación transmitida por la televisión que puede ser rechazada por la sociedad al sentir una representación tergiversada de la realidad y generalizada.

Ahora bien, la enseñanza es “como forma de intensificar el proceso de educación” (Luhmann y Schorr, 1993 p. 135) depende de las propias capacidades de cada individuo y las posibilidades de recursos para informarse y tener la capacidad de determinar por medio de un criterio y conocimiento propio lo transmitido por los medios de comunicación, asimismo la enseñada debe ser un factor de nivelación social, es decir, de igualdad. De ahí la importancia de un uso apropiado por parte de la sociedad que tienen la responsabilidad de conducir este medio. Para Marshall McLuhan la televisión es un medio frío, debido a que esta se despliega en un único sentido y su participación es poca. Son pocos los

programas televisivos que “requieren una participación activa del espectador en una implicación profunda de sus sentidos”. (Cornejo, s.f.)

#### **1.9.4.5 Representación y Regímenes de creencia**

Los medios crean un mundo simbólico para lograr representar un fragmento de la sociedad, generando un mundo de significaciones que, al nivel del otro, se asume como realidad. Esta realidad escrita por los medios, es construida desde un punto periférico. Fontanille explica lo que se llama frontera simbólica en la escuela de Tartu – Moscú, donde a ambos lados de la frontera hay un despliegue de culturas diferentes; de un lado se conoce al Nosotros, donde existe una mayor coherencia de la identidad cultural; al otro lado de la frontera se encuentra el Ellos, la periferia, la zona de intercambios con la cultura del otro, la zona de la heterogeneidad y de las formas culturales transitoria ((Fontanille, 2013) En la frontera simbólica el medio queda situado en el Ellos, donde se traduce el régimen de creencias que se ha creado en el centro. Esta traducción es lo que se muestra a las demás culturas que han visto nosotros como parte de su otredad, el conflicto llega cuando la traducción es asumida como una creencia propia y veraz, pero que en realidad se aleja de lo que el principal régimen de creencia ha establecido en su cultura. En definitiva, el medio cumple un rol mediador.

La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Moscovici, 1979 pp. 17 – 18) Martin Mora a través de su estudio del

modelo de Moscovici, resalta que la representación social presenta dos caras, la figurativa y la simbólica, es posible atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura. Situando esta definición en el rol de mediador de la televisión con la telenovela, la figura es la sociedad que representa y el sentido que se ve, el imaginativo ya creado por la traducción de ese otro.

Fontanille, emplea el término formas de vida dentro de su rejilla de análisis semiótico, este término toma mayor importancia dentro de los otros cinco niveles, por la difusión que el medio tiene en la sociedad, los medios pueden construir o deconstruir formas de vida a través de lo que propone. una cadena de televisión propone globalmente una o muchas formas de vida. De ahí que se define por la fuerza aparente del lazo que une todas las decisiones que toma, por la congruencia que asegura entre todos los niveles de análisis, entre todos los tipos de contenidos, y cuanto mayor es la fuerza de esa congruencia, más fácil resulta de identificar y más se impone su identidad como legítima a los ojos del espectador (Fontanille, 2013) se puede conocer el valor que más que ser un medio difusor es un medio que tiene un poder para actuar y construir en relación al entorno.

En los medios tradicionales, se puede conocer una diferencia de ficción con la realidad, el espectador, por la enseñanza, razona con el medio y los regímenes de creencias creados por ellos, y si se arraiga a lo prestado por la televisión, podría ser la misma responsabilidad del espectador, el otorgarle valor de autenticidad al universo de la ficción. Con autenticidad Fontanille, no se refiere a lo que es la realidad, en cambio, se refiere a la referencia que se realiza con una realidad simulada; Sin embargo, con los medios

contemporáneos, y la telerrealidad, el valor de autenticidad que le otorga el espectador a lo que mira, no es completa responsabilidad de él.

La confusión sistemática entre los regímenes de creencia hace, en efecto, ilegible la organización de la rejilla de una cadena de televisión, puesto que hace vacilar la distinción entre géneros textuales y tipos de programas que son además distribuidos cuidadosamente durante el día y a lo largo de la semana. (Fontanille, 2013) En este punto, se puede relacionar con las tres dimensiones que presenta Moscovici: la información, el campo de representación y la actitud.

La información, es el conocimiento que se presenta acerca de este grupo social, características analizadas y traducidas por los medios, y presentada a un grupo social diferente al propuesto. El campo de representación es el lugar en el que se sitúa a este grupo social al momento en que se nombra, nos remite a la idea de la imagen. Por último, la actitud, es la dimensión favorable o desfavorable en relación con el objeto de la representación social (Mora, 2002). De aquí parte el conocer la diferencia de los grupos en contraste a sus representaciones sociales, en lo que este proyecto se apoya en Fontanille para analizarlo.

Fontanille crea seis niveles de análisis de las culturas, para analizarlas desde un punto semiótico lo presentado a través de la televisión En el estado actual de las investigaciones sobre esas cuestiones, se distinguen corrientemente seis niveles diferentes (Fontanille, 2008, cap. 1: 17-78): los signos, los textos, los objetos, las prácticas, las estrategias y las

formas de vida; esta serie está regulada por un principio jerárquico y por procedimientos de integración (Fontanille, 2013).

## **2. CAPÍTULO 2: Los medios de comunicación y la telenovela como entes constructores de la realidad.**

El concepto 'globalización' se ha posicionado en un lugar preponderante en el ámbito de las ciencias sociales modernas, de tal forma que es pertinente y preciso que se haga una introducción antes de hablar sobre el tema de lleno. Si bien la globalización enmarca diversas disciplinas y discursos. Si bien la mayoría son de índole financiera y económica, el término no es de uso exclusivo de círculos económicos.

De facto, la globalización es de esos conceptos que flexibles que pueden adoptar de forma auténtica una mirada interdisciplinaria en el estudio de la sociedad como un todo, porque aparentemente compendie la totalidad de las transformaciones sociales contemporáneas.

Se trabajan diversos enfoques que estudian lo que se conoce como globalización, desde una visión sociológica, o cultural, o desde la perspectiva de sus implicaciones políticas. Por cierto, la globalización incluye los avances tecnológicos, la actividad de las organizaciones criminales, la teoría de las organizaciones internacionales, la modernización y las estrategias de avance y demás ámbitos.

En vez de procurar introducir y resumir estos diversos enfoques situados dentro de un marco hablando en términos amplios de economía política. El objetivo del texto es centrarse en la cuestión crucial del carácter de la transformación que, según se dice, la globalización ha inducido en la economía internacional y las consecuencias políticas y económicas del fenómeno, y a su vez como se ven reflejadas estas transformaciones en la cultura y la identidad de las personas.

Sin embargo, se debe tener presente las mediaciones que realizan los medios masivos de comunicación, que juegan papel relevante al momento de configurar sentidos en las relaciones personales e interpersonales del individuo, las cuales se enmarcan en los contextos de lenguaje y significado que la televisión y demás medios les han dado a los mensajes que viajan por el espacio de las telecomunicaciones. Por ende, no es factible hablar de identidad cultural o de globalización sin tener presente a los grandes canales o fuentes de información que difunden datos y mensajes a gran escala.

## **2.1 Globalización**

Partiendo de la definición de lo que se conoce como la globalización. Es factible admitir que se está hablando de un procedimiento objetivo, no de una ideología, aunque haya sido implementado por la ideología neoliberal como herramienta y pretexto para posicionarse como la única racionalidad posible. A pesar de que es un proceso multidimensional que va más allá de la economía. Su expresión más determinante es la interdependencia global de los mercados financieros, permitida por las nuevas tecnologías de información y comunicación y favorecida por la desregulación y liberalización de dichos mercados.

La globalización sería entonces el proceso de la totalmente libre circulación de mercancías, capitales y factores de la producción entre los países del mundo. Los países intercambiarán profusamente sus producciones, a los que le sobra capital lo convertirían en los países que tengan mayor escasez del mismo y lo remuneren mejor y todos los factores circularán sin barreras entre las fronteras nacionales.

Se daría un proceso de convergencia en las remuneraciones de los factores y en el crecimiento económico de los países. Habría una sola moneda en el mundo llamada The Globe. A partir de esa definición se estaría lejos aún de la globalización, a pesar de que durante los últimos 25 años se dio un giro notable del intervencionismo económico hacia el liberalismo en buena parte de los países del mundo. (Castells, 2002)

El autor David Henderson argumenta, sin embargo, que no es cierto lo que afirman los críticos de la globalización, a saber, que el liberalismo económico, bajo el patronazgo de la derecha política, se ha vuelto la influencia dominante en el mundo pues subsiste con elementos muy antiliberales dentro de las ideologías de los gobiernos y especialmente en la que cree el público de los países avanzados. (Anti-Liberalism 2000)

Por consiguiente, si el papel moneda es de uso universal, la economía global va estar regida por este, debido a que la economía (instintivamente capitalista) va fluyendo a la velocidad de la inversión de capital. Por lo tanto, si las monedas se cotizan globalmente (porque se cambian dos billones de dólares diarios en el mercado de divisas), las políticas monetarias no pueden decidir autónomamente en los marcos nacionales.

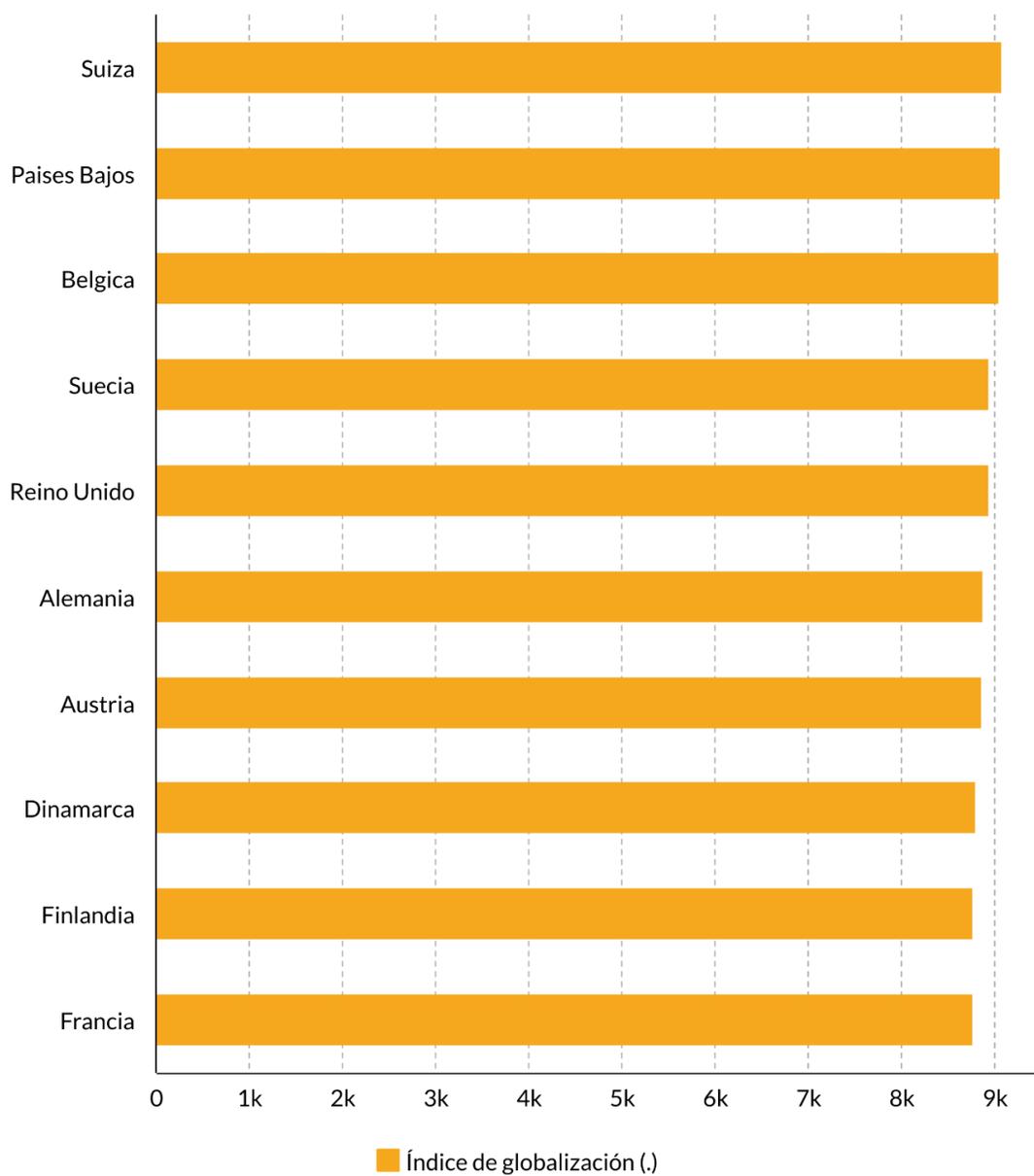
También está globalizada la producción de bienes y servicios, en torno a redes productivas de 53.000 empresas multinacionales y sus 415.000 empresas auxiliares. Estas redes emplean tan sólo a unos 200 millones de trabajadores (de los casi 3.000 millones de gentes que trabajan para vivir en todo el planeta), pero en dichas redes se genera el 30% del producto bruto global y 2/3 del comercio mundial (Castells, 2002)

Es decir, que el mercado internacional es la esfera del que se sostiene la producción de ganancias en todas las ramas de la economía, pero ese comercio manifiesta la

internacionalización del aparato productivo. Al igual que la ciencia y la tecnología están globalizadas en redes de intercambio de información y cooperación, que están edificadas en torno a los primordiales centros de investigación.

En consecuencia, el mercado laboral a nivel mundial cuenta con un personal sumamente capacitado en ámbitos específicos, es decir especializados, como lo son los: tecnólogos, economistas, futbolistas y asesinos profesionales, poniendo algunos ejemplos. Además, las constantes migraciones contribuyen a una globalización creciente de otros sectores de personas empleadas.

## Las 10 naciones con mejor índice de globalización



Fuente: Informe sobre globalización ONU 2020

### **2.1.1 Globalización e identidad**

Con los procesos actuales de globalización se ha hecho visible el declive del Estado-nación como entidad que cuestiona estas nuevas dinámicas, y surgen otros actores más flexibles capaces de aglutinar las demandas y necesidades más próximas a la población, reafirmando distintas identidades culturalmente contraídas. (Castells, 2005)

En las dos décadas recientes, han habitado de forma compartida en el mundo la evolución del proceso de globalización y el de un asentamiento de diversas identidades culturales, como lo son las de índole: religioso, nacional, étnico, territorial, de género y demás identidades particulares. Ambos procedimientos han progresado de manera simultánea, no es simplemente una coincidencia histórica, sino que existe una relación sistémica.

A pesar de que, a simple vista, no es tan obvio, porque en determinada circunstancia se propone el concepto de globalización, el cual necesita una cultura global, a la vanguardia y bastante viajera. En este punto se vislumbran diferentes versiones: por una parte, la que dicta la unificación, y la uniformidad cultural, (llegando a lo que Gramsci llamaba como Hegemonía) del planeta como una disyuntiva de este proceso; al otro lado, la idea de que se sobrellevaron los individualismos, y en algunas de las ideologías erradicar esos arcaicos históricos que son elementos de la identidad, para combinarlos en una especie de cultura universal indiferenciada, en la que cada sujeto se asume de manera cultural como una sola cultura ligada a los seres humanos como especie.

De esta manera, tanto los beneficios como perjuicios, tanto en la perspectiva de búsqueda de una novedosa cultura universalista que rebase los principios identitarios, como en el

terror a una imposición de una hegemonía cultural que a veces se llama de forma equívoca americanización tanto en un sentido como en otro, el reitera, la idea de que se acabaron las identidades específicas y que esto son atavismos históricos.

Esta afirmación, ligada a la globalización, al desarrollo económico, en el fondo no es más que una continuación de lo que han sido los dos grandes movimientos racionalistas sobre los que se fundamenta cultural e ideológicamente el mundo contemporáneo: el racionalismo liberal y el racionalismo marxista.

Las necesidades son mundiales, no se manejan desde un solo estado o nación, esto ocasiona una problemática en la facultad de manifestación de un planeta de diversidad cultural a menos que haya una combinación, de ese estado alrededor de ideales plurales de fuente de identidad. Es un tema central al hablar de globalización y su incidencia en las identidades individuales y nacionales

Se puede partir del hecho de que “globalización” no quiere decir que todo sea un conjunto indiferenciado de procesos. Se habla de globalización, por ejemplo, en el sector económico, para hacer referencia a una clase de economía que tiene la facultad de operar como unidad en tiempo real de forma cotidiana. Por lo tanto, la economía es global, pero no toda la economía es global; que esa economía tiene la capacidad de funcionar de pro de sus requerimientos primordiales.

Una manera de representar, la fuerza del trabajo no es global en su gran mayoría. Las compañías multinacionales y sus hilos ayudantes solo usan unos 200 millones de

empleados. A simple vista parece una cifra exorbitante, aunque en realidad, en comparación con una fuerza de trabajo a nivel mundial de tres mil millones, no es nada. Pero esos 200 millones en esas 53 mil empresas multinacionales representan el 40 % del producto bruto mundial y dos terceras partes del comercio internacional.

Por tanto, lo que sucede en ese sistema de producción condiciona el conjunto de las diversas economías. La ciencia y la tecnología, base del crecimiento de la riqueza y del poder militar y también de los estados y de los países, son globales; están articuladas globalmente. Son redes de ciencia y tecnología que se constituyen en todo el mundo con nodos más o menos importantes, pero son redes globales.

Eso no significa que toda la cultura de esos medios de comunicación esté globalizada. No, lo que ocurre es a la vez un proceso de globalización del negocio y de la gestión de la información, pero especificada, localizada en cada cultura. Por poner un ejemplo, Murdoch produce culebrones americanos según los modelos clásicos americanos, pero Sky Channel en Inglaterra se adapta a la tradición inglesa. Sky Channel en India produce en hindú en el norte de India y en tamil en Madrás y con personajes locales; y Sky Channel en el sur de China produce en cantonés y con historias locales.

En cambio, en Pekín y en el norte de China lo hace en mandarín y con historias distintas. Es decir, la fórmula, el negocio, la estrategia es de comunicación global; la relación es obviamente con las culturas específicas, con las identidades, porque si no nadie vendería, nadie difundiría su información.

# The WALT DISNEY Company



Fuente: radio.uchile.cl

## 2.1.2 Globalización en Colombia

Ocampo, secretario general de la misma Cepal, tiene esta definición:

La globalización tiene raíces históricas profundas, pero su avance durante las últimas décadas ha sido particularmente rápido. Su fuerza reciente es el resultado conjunto de procesos tecnológicos como la revolución de la tecnología de la información y las telecomunicaciones, en particular y de la liberalización económica que se ha venido experimentando a nivel mundial, que ha reducido sustancialmente las barreras que imponían los Estados a la acción de los mercados. Las manifestaciones más notorias de la globalización son el rápido crecimiento de mercados mundiales de manufacturas y servicios, la explosión de los mercados internacionales de capitales y los procesos de concentración económica en el ámbito mundial liderados por las empresas transnacionales. 1/ En la última década el comercio mundial de bienes se expandió a un ritmo anual del 7%, dos y media veces más que el crecimiento de la producción. El crecimiento del comercio de algunos servicios, sobre todo financieros y de comunicaciones, ha sido aún más dinámico. La capacidad de las grandes empresas para planificar crecientemente sus actividades a nivel mundial, ha dado lugar, a su vez, a una bonanza de inversión extranjera directa sin precedentes. Todos estos procesos representan oportunidades para los países en vías de desarrollo, aunque también riesgos. (2000)

Es preciso memorar que Colombia presentó inconvenientes, para incorporarse en el proceso de globalización, y esa incorporación fue uno de los motivos de las guerras civiles entre liberales que anhelaban hacer parte de la globalización y conservadores que pretendían mantener su identidad hispánica sin injerencias extranjeras y a los que los bienes económicos les parecía un valor degradante.

De cara a los obstáculos del transporte originados por la agreste geografía y de los precios del comercio global que hacían, según Ocampo, que la reproducción de bienes en Colombia fuera marginal. Para (Fischer, citado por Kalmanovitz, 2000):

“tan responsable como las dificultades geográficas y los precios del mercado mundial fue la continua incapacidad de las élites colombianas para vencer estos obstáculos a través de inversiones para modernizar el transporte y mejorar la productividad de las empresas nacionales. La incapacidad de las oligarquías para coordinar sus intereses, y así crear condiciones favorables para inversiones productivas, se manifestó sobre todo en los frecuentes conflictos internos que afectaron el país”.

Por consiguiente, sólo hasta el siglo XX pudo Colombia insertarse en el mundo exportando café desde regiones bastante conservadoras. La clase política estaba liderada por intelectuales formados en el latín y el griego, especializados en filología castellana, lo que era expresión de su apego a la herencia hispánica y de sus posturas anticapitalistas. En este aspecto disiente del pensamiento asiático, como lo es por ejemplo la China continental que, por el mismo tiempo, tenía una clase política de intelectuales formados en el chino clásico que era ininteligible para el pueblo.

Por contraste, como lo relata Patek Lal, en Japón bajo la restauración Meiji, una burocracia que era más militar que política decidió absorber todo sobre la ciencia y las tecnologías occidentales, dedicándose a devorarlas sin tener que renunciar a su identidad nacional. Mientras Japón logró industrializarse y llegó a ser una gran potencia mundial, China y Colombia permanecimos aislados y atrasados.

Medio siglo de proteccionismo industrial y agrícola en Colombia, hicieron que su aptitud tecnológica de sus industrias fuera disminuida, pero gracias a los elevados impuestos para la importación, podían hacer uso de productos y materias primas de segunda mano, así mismo no se preocupaban por la calidad de sus productos y mucho menos por exportar. Esta protección a la agricultura produjo valores más elevados de los elementos de primera necesidad, también subió los salarios para los empresarios, pero con menor poder adquisitivo para los empleados.

Una política de economía que en el siglo XIX le sirvió a David Ricardo para deducir su teoría de la renta del suelo y procrear una alianza entre comerciantes y trabajadores a favor del libre cambio que derrotara los intereses de los cuidados terratenientes ingleses. Ese mismo impuesto conllevó a que la moneda del país incrementará su valor al deprimir la exigencia por importaciones, disminuyendo la intención de exportar diversas materias diferentes a las cafeteras, al petróleo, al carbón y a la coca.

Los grupos empresariales beneficiados promulgaban que era una acción necesaria para proteger el trabajo nacional y confundieron a la opinión pública, hasta el día de hoy, sobre la equivalencia del interés del bien común con sus intereses personales.

- 

## 2.2 Medios de comunicación y globalización

Quizás se cumple en el mundo de los mass media una «profecía» de Nietzsche: el mundo verdadero, al final, se convierte en fábula. Si nos hacemos hoy una idea de la realidad, ésta, en nuestra condición de existencia tardo-moderna, no puede ser entendida como un dato objetivo que está por debajo, o más allá, de las imágenes que los media proporcionan. [...] Realidad, para nosotros, es más bien el resultado del entrecruzarse, del «contaminarse» (en el sentido latino) de las múltiples imágenes, interpretaciones y reconstrucciones que compiten entre sí, o que, de cualquier manera, sin coordinación «central» alguna, distribuyen los media

Gianni Vattimo

La globalización es un concepto que se ha empleado en la mayoría de las ocasiones como sinónimo de mercado internacional de acuerdo a las líneas trazadas desde el FMI, la Comisión Europea y el Banco Mundial. Por ello, cuando se emplea el término globalización, el contenido intrínseco de dicho concepto está fuertemente ligado a factores económicos.

De esta forma, la prioridad economicista eclipsa cualquier otra variable que, de forma lógica y consecuente, esté vinculada al propio sentido de la globalización como son los aspectos sociales que se ven afectados directamente por los efectos económicos, positiva o negativamente.

Por lo tanto, esto se denomina capitalismo integral ya que se trata de lograr un aumento de la competitividad a escala mundial. Según Castells la globalización “trata de abarcar el

- 

proceso de unificación del campo económico, y, por extrapolación, de diagnosticar la situación general del mundo.” (2007:85). Nos situamos pues en un espacio de intercambio basado en el mercado, donde las relaciones, vinculaciones y acciones que se realicen parten de la obtención de un beneficio.

Sin embargo, en la mayoría de casos este intercambio no conlleva que dicho beneficio sea ni común ni equitativo. El principio de los mercados es la búsqueda del máximo beneficio; una estructura social que basa su existencia y permanencia en la mera participación en los mercados produce efectos devastadores y nocivos.

Si el único espacio de trueque en el que es posible participar es el del mercado, las sociedades se transforman en agentes económicos que ofrecen o adquieren lo que consideren oportuno y necesario con el fin de obtener el máximo beneficio, no de solventar los problemas de los miembros de su propia sociedad ni de conseguir el bien para las personas del común.

Por consiguiente, las comunidades empiezan a operar como si de compañías se tratara. Si estas no dan las ganancias esperadas al comienzo y dejan de ser competitivas, se extinguen en el álgido panorama internacional. Sin embargo, existe una amplia brecha entre la idea de extinción de una empresa y la de una sociedad en el ámbito global: la primera de esta puede rejunarse, ser adquirida por otra empresa más grande, o solo dejar de existir sin grandes repercusiones más allá de los déficits económicos.

Por otra parte, las comunidades, aunque salgan del radar internacional, no pueden dejar de existir de forma tan esporádica, sino que deben ceñirse al aislamiento, la unión o la

- 

supeditación de otras sociedades con mayor poder económico, que consecuentemente son las que realizan la toma de decisiones por ellas.

El prejuicio de que el modo exclusivo de actuar de manera global es por medio del comercio y la búsqueda del beneficio económico, obvia factores como la sanidad, la educación, los derechos civiles, la acción social de la comunidad, la comunicación o la información imparcial, ampliando la brecha de desigualdad y dejando en un estado más profundo de pobreza en las sociedades vulnerables.

De esta manera solos los espacios o entes internacionales con mayor poder comercial podrían funcionar de manera autónoma, proponiendo reglas de juego, y aplicando control sobre otras zonas con menores facultades que les haría quedar por fuera del juego o sometidas a quienes tienen la sartén por el mango, es decir a los grandes conglomerados empresariales.

Esta clase de tratamiento ha dejado en tela de juicio actuaciones que parten de la idea de que la globalización es un proceso de uso exclusivo de la economía. El pensamiento de expansión de influencias y comercios es una errónea interpretación de los fenómenos que fluyen derivados de procedimientos globales de intercambio. Si se tiene como punto de partida la idea de que toda sociedad tiene una estructura y complejidad autónomas, es preciso reconocer que a su vez no está en su totalidad y le hacen falta diversos aspectos que otras sociedades, con estructuras y capacidades, sí que están a la mano.

Según esta idea, todo tipo de intercambio debería ser realizado en estados de equidad y tolerancia, y el resultado sería el beneficio económico de toda la sociedad en general, de ambas partes involucradas en la transacción. El choque en ciertos ámbitos no quiere decir

- 

el rendimiento o la sumisión de una comunidad ante otra, ni tampoco la renuncia de características propias. El valor y cualidades que cada grupo social mantiene y que son innatas, le dota y le confiere un galardón sobresaliente a nivel mundial.

### **2.2.1 Medios de comunicación y tecnología en Colombia**

A los medios de comunicación convencionales, Prensa, Radio y Televisión, se les debe agregar al día de hoy otro muy importante y de un alto alcance, el que ha hecho realidad en gran medida lo que el teórico de la comunicación, Macluhan, profetizó en el año 1962 como la “aldea global”, que antes o después se produciría, Este nuevo canal de comunicación es internet, es bien conocido a causa de sus características salidas de lo común, que se añade a los medios masivos de comunicación tradicionales, y que es el gran espacio donde se desenvuelve una incipiente opinión pública internacional.

Un nuevo canal, en síntesis, que ha dado cabida al periodismo digital o electrónico, de los cuales ya se pueden obtener diversos espacios de este tipo en la red como, por ejemplo: periódicos creados de forma específica para el ciberespacio, otros han tenido que migrar del papel impreso al mundo digital para no quedar obsoletos frente a las exigencias del mundo contemporáneo.

Se debe reconocer la veloz adaptación de las compañías del ámbito de las comunicaciones a este nuevo instrumento, en un comienzo por prestigio de los equipos multimedia, posterior a eso como un negocio que puede llegar a determinar a largo plazo la evolución de la prensa. Los conglomerados de comunicación tienen conocimiento de que el papel y las frecuencias electrónicas no se facturan, ni se venden, lo que venden son las noticias y

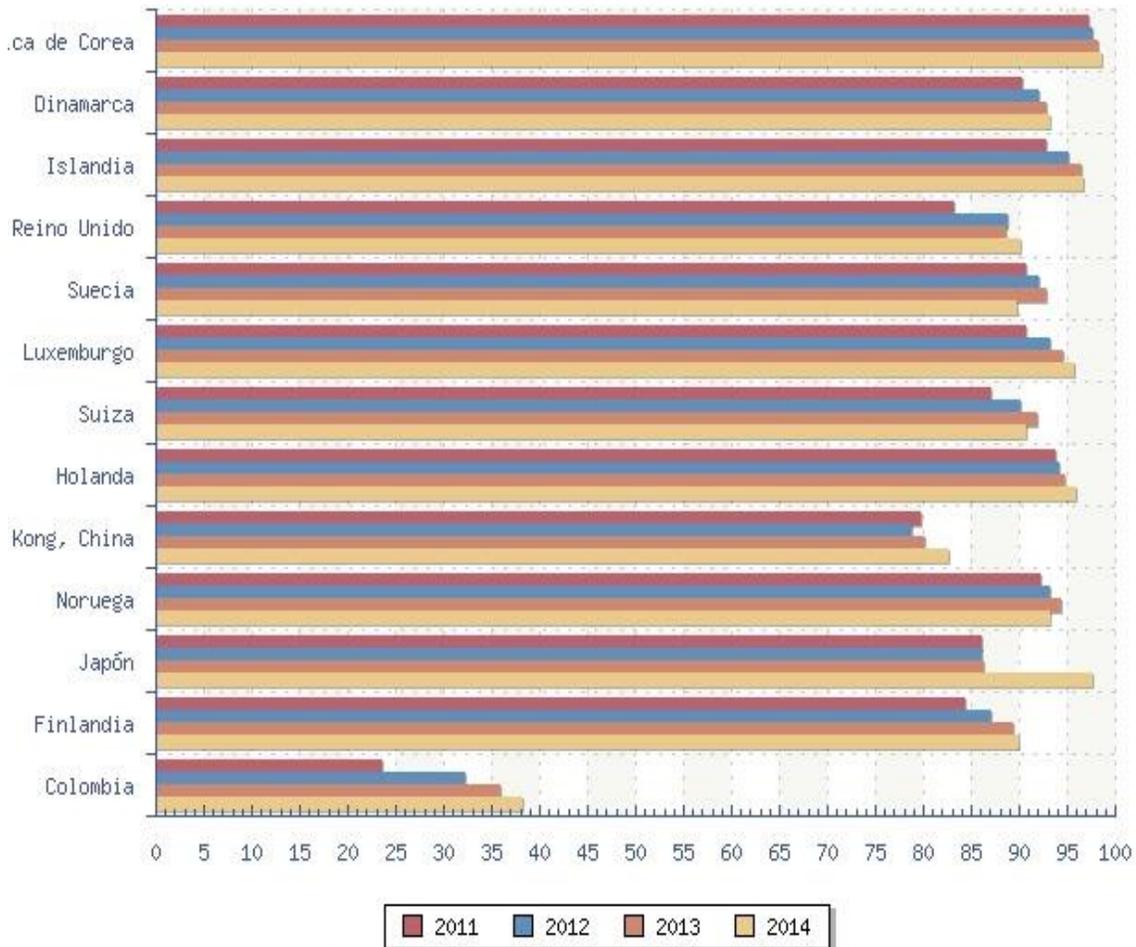
- 

las historias contenidas en estos, lo importante es hacerlos llegar al público en los canales más óptimos.

La internet se ha convertido en un importante medio de comunicación de masas, de forma inmediata y simultánea sin ningún tipo de obstáculo, puede llegar a trastocar el statu quo de los vigentes canales informativos. De todas formas, ya se han transformado, para un bien común, la manera de comunicación entre los lectores y los oyentes con sus canales predeterminados, a través de las clásicas cartas al director.

Lo que se conoce como sociedad de la información, o, para ser más precisos, la llamada sociedad del conocimiento, se soporta en aparatos que sustentan y aportan sobresalientes beneficios y facilidades tanto para la transmisión de saberes como para el uso aplicativo de ciertas profesiones; como el periodismo que es una de las mayores ganancias han obtenido con la llegada de la cibernética, ha pasado de la composición en caliente, con caros y extenuantes procedimientos de edición de los periódicos impresos, al estado actual de la prensa.

Con la composición en frío, que permite montar una página, o hacer un periódico lejos de los centros de impresión donde ha de imprimirse. enviando las páginas ya cerradas a través de modem. En el periodismo impreso las transformaciones que se han aplicado, han sido fenomenales, puesto que no solo redujeron los tiempos de elaboración sino también su pulcritud todo esto necesario para mantenerse a la par del vertiginoso ritmo tecnológico.



**Gráfica: Acceso a Internet en Hogares Porcentaje UIT-**

Fuente: Ministerio de TIC

El asunto radica en procesar cada vez más información en menos tiempo y en menos espacio. Es preciso reconocer las novedosas herramientas de almacenamiento, desde los sistemas CD ROM, hasta lo que se conoce hoy en día como fibra óptica, como aparatos de transmisión. Por otra parte, el desarrollo de quienes han pasado a formar parte de la aplicación de estos nuevos sistemas de información y comunicación, es casi inmensurable. Según Ignacio Ramonet, director de Le Monde Diplomatique, los usuarios de internet, estimados en 142 millones en 1998, suman ya más de 500 millones desde el 2003 y al finalizar el 2020 registraban 4660 millones de usuarios.

- 

Sin embargo, hay otros factores que han surgido de la mano con los avances tecnológicos como el teletrabajo, el cual ya era parte de la cotidianidad de muchas personas en las primeras décadas del presente siglo, pero que tomaron control casi absoluto de las actividades económicas en el último año a causa de la aparición de la pandemia del Coronavirus. Y esta tendencia es la que va a marcar la pauta en el futuro, el trabajo ya no exigirá la presencia física en el espacio de la compañía por parte del empleado. Gracias a internet y en particular al correo electrónico, lo hace viable de forma inmediata.

Según (Castells, 2007) “se ha convertido en el fenómeno social y tecnológico del periodo de transición que se vio entre los siglos XX y XXI”. La gran red interna de todas las redes o telaraña electrónica, la sociedad de la información y la comunicación, en pocas palabras, del conocimiento y de la globalización es realidad en la sociedad de internet.

Al día de hoy cualquier entidad o institución que quiere asegurar su continuidad en el mundo globalizado debe dotarse una página web, puesto que es una vitrina que le permite mostrarse a sí misma y a sus servicios ante el mundo virtual. Por otra parte, las empresas y compañías centradas en la comunicación, los grupos editoriales o equipos multimedia, han expuesto sus productos y servicios a través de internet.

En Colombia existen más de 300 medios digitales en la actualidad, pero los pioneros como La Silla Vacía, o Minuto30.com llevan más de un lustro y se han posicionado como firmes y confiables fuentes de información para las personas y usuarios del ciberespacio.

De allí que algunas profesiones como el periodismo se hayan enlazado tan bien con las funciones de los artefactos digitales, dando origen al periodismo digital que ha tenido un incremento exponencial en su demanda en todo el mundo, y también en Colombia donde a

- 

pesar de la dificultad de conexión a causa de la compleja geografía del territorio los usuarios de internet aumentan y cada vez hay más personas navegando en la web. Ejemplo de la necesidad de digitalización es la migración que realizan los periódicos tradicionales nacionales y regionales a una edición electrónica, de su versión emitida por la convencional imprenta.

### **2.2.2 Medios de comunicación y educación**

Los medios de comunicación y la educación están vinculados desde el mismo momento en que los medios ocuparon un lugar importante en la transmisión de información y conocimientos, tarea hasta el momento reservada a la escuela, la familia y otras instituciones sociales. El primer desafío que debe afrontarse en la educación del siglo XXI es un cambio de mentalidad y actitud, tanto en los alumnos como en los profesores. Frente a la identificación tradicional de la educación como la transmisión de conocimientos, se impone un nuevo concepto: el de la gestión del conocimiento.

Eso significa que el alumno debe acceder a las informaciones necesarias, saber seleccionarlas, articularlas y aplicarlas a un determinado objetivo. Los medios de comunicación son una importante herramienta para conseguirlo, esto siguiendo el pensamiento de (Barbero, 2002)

El vínculo entre educación y comunicación data desde el principio mismo de ambos conceptos, es decir no puede comprenderse la labor instructiva sin una participación de la comunicación.

- 

No existe un instructor que pueda enseñar sin que haya una comunicación anticipada, sin embargo, si se hace referencia a la educación y los medios de comunicación, se pueden hallar lazos desde el propio instante en que ambos aspectos llegaron a una posición preponderante en el intercambio de información y conocimientos, labor que hasta aquel entonces era de uso exclusivo de la escuela, la familia y otras instituciones sociales.

Por consiguiente, tanto en el proceso de obtención y difusión de información como de saberes, los medios desempeñan un rol trascendental, hasta el grado que se convierten en modelos a seguir obligados en el sector de la educación al momento de adquirir una conceptualización específica del mundo.

Los medios se han vuelto herramientas conductoras y primordiales en la circulación de conocimiento y por debido a esto son un componente trascendental en la educación no formal al momento de ceñirse a los dogmas e ideologías culturales.

Es decir, el ser humano por naturaleza es un ser mediático y pertenece a una cultura que no puede asimilarse, ni es posible su existencia sin el uso insistente de la comunicación.

Además, la paulatina aparición de los mass media en la cotidianidad de las personas ocasiono que los vínculos entre comunicación y educación fueran problemáticas.

Algunos expertos como (Babero, 2002) aseveran que hubo dos clases de desfases: uno causado por ítems diferentes al momento de conceptualizar y determinar el ámbito académico de la comunicación y la educación.

El otro es a causa de diferentes puntos de vista en la instrumentalización práctica de sus lucubraciones teóricas. En el primer punto, la autonomía de la nueva disciplina de la

- 

comunicación fue recibida en un comienzo con reticencia por otras especialidades ya posicionadas en un buen lugar y con espacios determinados de intercambio académico y social que permita una comunión entre estas dos disciplinas y así se procure bien social.

Esa insistencia por simplificarlo todo, ese distanciamiento, es uno de los inconvenientes más difíciles a los que debe hacerle cara la universidad y esto ocasionó gran parte de los problemas que debieron enfrentar las ciencias dedicadas al estudio de la comunicación y la educación. Sin embargo, el discurso académico hace referencia, cada vez más, al requerimiento de lo interdisciplinario o lo pluridisciplinario.

Son ideas que en la actualidad diversos sectores de universidades han visto a la comunicación como una disciplina carente de bases teóricas y que debía estudiarse desde otros campos como la sociología, la psicología, la educación o la historia. El pulso entre unos y otros para estipular competencias sobre la reciente disciplina, que para algunos no era provechosa, desvió la reflexión.

En el punto de los medios de comunicación, la circunstancia fue más grave, puesto que hubo un consenso unánime en sopesar que, para generar contenidos, tanto informativos y periodísticos como de ocio y de entretenimiento, bastaban determinadas aptitudes técnicas, un mínimo pre saber de la aplicación de las novedosas tecnologías, y un trabajo de campo más próximo a un oficio que a una profesión.

Se puede aseverar que, en un comienzo, bastantes personas de la industria no supieron por acción u omisión ver la dificultad o complejidad que acarrearía la reciente disciplina de la comunicación. Los contrargumentos por los que no se aceptaban como un ámbito de estudio serio en el aspecto académico fueron reducidos a un análisis simplista. Una cosa es

- 

referirse al mundo global y otra, poder responder a las contradicciones que de forma ineludible pone sobre la mesa.

Aunque en este caso, lo contradictorio radica en el factor de asimilar, por un lado, que se está sobre la conocida sociedad de la comunicación y no admitir por la otra que su investigación puede agregar una visión novedosa del conocimiento.

### **2.3 Construcción de significados y mass media**

La vertiginosidad del mundo actual ultra conectado, ha desfasado los límites territoriales, de identidad y ha re significado los principios humanos, es preciso analizar con detenimiento el sentido y el llamado de los grandes medios de comunicación y su participación en los cambios sociales.

En las siguientes líneas se busca revisar diversos conceptos, ya un poco tratados previamente pero que están ligados intrínsecamente, como lo son globalización, interculturalidad y medios de comunicación, a la vez se analizan las relaciones que puede haber entre estos, su rol y trascendencia en las viables posibilidades para que los mass media se transformen en una herramienta para la construcción de significados que permitan una tolerancia y el reconocimiento del otro.

Dada la complejidad del término, es necesario hacer un recorrido conceptual que ayude a dilucidar lo que se entiende por globalización. Castells (2005) la define como “un proceso que integra a nivel mundial el conocimiento, tiene su referente histórico en los cambios en las formas de abordar procesos, métodos e información; su inicio se documenta a finales del siglo XX”

- 

El proceso denominado como globalización, ha acarreado transformaciones y obstáculos importantes para los grandes medios de comunicación, no simplemente por el hecho de que insta a reflexionar sobre cuál ha sido el rol en la interpretación del mundo, sino porque estos últimos han jugado un papel preponderante en la manera como los diversos territorios nacionales se vinculan entre ellos.

Por consiguiente, lo que se conoce como la globalización lleva consigo factores económicos, tecnológicos, sociales y culturales, a causa de la interconexión de países y el flujo de información. Esto conlleva que los mass media ocupen un lugar preponderante como artefactos configuradores de sentido, porque los mensajes globales se difunden por medio de la radio, la televisión, la prensa, las revistas e internet.

De allí que se vea una relación tan próxima entre medios y globalización, porque esta ha necesitado de los aparatos de comunicación para poder comunicarse con otras naciones y realizar las transacciones comerciales. Los medios masivos, al poseer un amplio alcance, no solo son espacios por los cuales atraviesa la información y el ocio, también juegan un papel de grandes compañías que deben rendir cuentas al ritmo del mercado mundial.

Por otra parte, es preciso memorar que, en todas las comunidades, el hombre se ha centrado a la reproducción y trueque de conocimiento e información simbólica. Desde las primeras e incipientes manifestaciones de gestualidad y uso del lenguaje, hasta los más sofisticados y novedosos sistemas de tecnología informática, la producción, recopilación, y distribución de información y códigos simbólicos todo ello ha constituido una cualidad primordial de la cotidianidad de las personas.

- 

Sin embargo, con el incremento exponencial de empresas mediáticas desde finales del siglo XV hasta el día de hoy y todos estos procesos han ido transformándose y cambiando a la par de los avances tecnológicos que les ha permitido incrementar su capacidad de acción y hacerlos multifuncionales, debido a sus diversos usos. Los mass media son aparatos que sirven para distribuir información a magnas cantidades de personas.

Desde un punto de vista superficial podría parecer algo inofensivo, aunque dicha información está compuesta por mensajes que están llenos de códigos simbólicos que reflejan el contexto específico en el cual se reproduce y al cual se hace referencia. Esto tiene consecuencias en el público y tiene gran influencia en el modo de ver el mundo y sus habitantes.

### **2.3.1 El lenguaje en los medios de comunicación**

La curiosidad y la inquietud por diversas hermenéuticas de lo que se llama realidad siempre han estado en las mentes, en los ritos y en las manifestaciones culturales de todos los pueblos, que están expuestos en los cuentos, mitos y principios que brindaran cierto orden y sentido a la existencia humana. Según (Barbero 2003) No es la primera vez en la historia del hombre en que las cosmovisiones (como fuentes de creación de sentido) se generalizan, como es el caso de las grandes religiones, o bien como emporios político-económicos.

Sin embargo, si es la primera vez un proceso de esta índole se realiza de forma instantánea y global a través de la tecnología, pero en especial por las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación. De esto surgen varios tópicos interesantes como: la influencia de la televisión sobre los niños y los adultos, los “reality shows” y la ficción,

- 

pero también los telediarios con las imágenes crudas sobre hechos y realidades simultáneas y que llegan hasta la intimidad de los hogares de las personas.

“Los medios tampoco asumen la tarea pedagógica de ir diciendo no podemos seguir haciendo esto no podemos seguir representando esto porque estos estereotipos de género son dañosos para la sociedad, entonces por ejemplo lo vivimos en novelas mostrando al típico hombre galán.” (E5. Yira Montero,2021)

Uno de los trabajos más interesantes se centra en revisar con criterios críticos los procedimientos y los presupuestos sobre los que se basan diversas convenciones sociales sobre “realidades” supuestas, prospectivas o idealizadas, naturales o imaginarias, debido a que en última instancia fueron y son construcciones y transformaciones hechas por los hombres, por las comunidades y la cultura.

A su vez pueden ser percibidas como diferentes realidades edificadas como “quid de conocimiento” apartados, que la sociedad recrea como aspectos y ámbitos reales, como espacios y tiempos eficientes por la acción y la imaginación humana.

Para algunos realidades o intentos de realidades surgidas como hongos de los procesos de creciente complejidad social y de la variedad de las producciones y la “creatividad”: en la ficción y el arte, en los profesionales de los medios de comunicación, en las ciencias y las tecnologías, en la proliferación de sectas y creencias religiosas (Barbero, 2003)

Por consiguiente, cada individuo considera “realidad en sí” en una u otra medida y en algún sentido de significado de cada concepto, como la naturaleza, la sociedad, el individuo o la cultura. Desde esa perspectiva la complejidad es hablar de la construcción

- 

social de los “universos de realidad y los universos de sentido” como realidades construidas por los hombres a través de relatos individuales en las cuales los sujetos, los grupos, los entes oficiales y la cultura generan sus límites y condiciones de existencia y transformación de sentido, de forma específica “social”.

También es esto una visión de estudio de la tradicional problemática de la reproducción social, al menos desde las dimensiones de lo simbólico y lo cultural, donde los misterios de la comunicación humana revelan su máxima eficiencia y su condición natural de especificidad.

Para Habermas (1989) se trata de “desarrollar una determinada estrategia conceptual para las ciencias sociales y hacer plausible su fecundidad”. Y “la primera decisión en punto a estrategia conceptual que es de fundamental importancia para un programa de teoría sociológica, consiste en admitir o rechazar el sentido como concepto fundamental”.

### **2.3.2 Influencia de la telenovela y los medios de comunicación**

“Lo que hacen los medios de comunicación es seguir reproduciendo esa cultura a través de la masividad que tienen estos espacios y pues las novelas tampoco se quedan atrás, las novelas lo que hacen es seguir replicando y reproduciendo nuestra cultura mundial puede decirse” (E5. Yira Montero,2021)

Los melodramas o telenovelas hacen parte de la ficción que mantiene su origen en América Latina. Su principal cualidad es que son episodios con relatos continuos que suelen durar varias temporadas. Los protagonistas de estas telenovelas son sencillos y

- 

están enmarcados en los estereotipos llenos de sentimientos que se convierten el motor de sus acciones. Los relatos allí plasmados son tan holísticos que explica él porque es tan apetecida no solo por el mercado local sino por otros países.

Desde hace ya 40 años los grandes exportadores de melodramas anegaron las televisiones del mundo con sus contenidos. A pesar de que recientemente, el fenómeno se ha incrementado a causa de diversas causas.

Primero, la privatización de la televisión a principios de los años 90 que acarrió la aparición exponencial de los canales y estos tenía la necesidad de tener algo que mostrar para llenar las horas de programación.

Por otra parte, lo estable de la economía y la política de los países americanos ha aportado al establecimiento de la industria cultural y el desarrollo de canales de distribución internacional de las obras audiovisuales. Además, el fenómeno de globalización y la exponencial inmigración, de los latinos hacia todas partes del mundo ha contribuido a la difusión de esta cultura en muchos países. Cabe resaltar el interés por la lengua española en diferentes puntos del planeta.

Estos estereotipos que se ven desde los medios de comunicación solamente refuerzan nuestra cultura, evidentemente si tienen un impacto muy negativo porque niños y niñas siguen viendo esta televisión (E5. Yira Montero,202) Es decir que las grandes compañías propietarias de los medios masivos de comunicación deben procurar hallar un equilibrio entre entretenimiento, ocio y la educación.

- 

Para Martín-Barbero (2005), las telenovelas constituyen un enclave para la producción audiovisual en Latinoamérica, no sólo por el peso que tienen en el mercado de la televisión, sino también por el papel que juegan en la representación de los valores culturales de la audiencia local. Por lo tanto, deben verse como más que simple elementos de entretenimiento para pasar el rato, y analizarse como entes configuradores de realidades y de sentido a causa de la influencia que tienen en las personas.

- 

### 3. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

“Cuando se hace una producción tan grande como las que hay en Rcn, Caracol, Telecaribe, canal Tro, ellos realizan una investigación. Se estudia la cultura y se arma un perfil psicológico de los personajes, pero el problema es que no buscan a la persona que está apropiada de esa cultura. Es más difícil interpretar a alguien que tú no eres, de pronto lo puede lograr porque ese es el trabajo del actor, pero no está apropiado, no es algo que de verdad siente, esa pasión de haber nacido en ese lugar.” (GF2, S1. Kiara Castro, 2021)

La televisión, en específico las telenovelas regionales, tratan de representar de manera minuciosa y lo más precisa posible las costumbres, jerga, vestuarios y caracterización de las personas de cierta cultura, en este caso de la Costa Atlántica y el interior del país. Este proceso de construcción de identidad termina recreando una cultura de forma exagerada o en algunos casos humorística.

La televisión es un medio de comunicación de masas que ejerce una gran influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos que se plantee la programación, desde un punto de vista global podemos afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología.

La influencia de la televisión en la vida cotidiana de las personas, la repetición constante de un producto audiovisual y las mediaciones crean imaginarios colectivos de situaciones o perspectivas en cuanto acontecimientos. La representación que se tiene de cada cosa y

- 

vemos en la televisión puede incidir en el comportamiento de en este caso el televidente, niño, niña, adolescentes, adultos, y definitivamente su incidencia es bastante alta. (E3. Cynthia Martínez, 2021). Todos estos aspectos llevan a que el individuo se convierta en un espectador pasivo y vaya formando su propia autopercepción mediante lo que percibe en la televisión, en las telenovelas, y lo legitima dándole un resignificado a todos los preconceptos que conoce, teniendo en cuenta lo que mira a través de lo audiovisual.

Con respecto a la programación cultural, podría ser una estrategia de reducir la cantidad de mitos y exageraciones de cómo es en realidad una cultura en específico, sin embargo, estos programas no son acogidos por el público, incluso hay autores que mencionan que este tipo de formato no es compatible con el medio televisivo, ya que requiere de un ritmo rápido y dinámico para que pueda conectar con la audiencia. Los pocos productos audiovisuales o canales regionales que hay, tienen poca aceptación por parte de los espectadores.

### **3.1 La telenovela como recreadora de la cultura costeña y “cachaca”**

Las mediaciones son interpretadas como ese "lugar" desde el que es posible percibir y entender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción, es decir, lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a engaños comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver. Barbero (2012) afirma que la televisión no funciona sino en la medida en que asume, y al asumir legítima, demandas que vienen de los grupos

- 

receptores; pero a su vez no puede legitimar esas demandas sin resignificarlas "en función" del discurso social hegemónico.

Para Alonso (2000) la televisión convierte al público en sujetos pasivos que invierten todo su tiempo doméstico en esta forma de ocio. El receptor de la telenovela, en este caso costeños y cachacos, terminan legitimando y resignificando el discurso que perciben a través de la muestra audiovisual. La repetición es sinónimo de realidad, puesto que al repetir una cantidad de veces determinada una imagen o un pensamiento, se acoge como la verdad absoluta de las cosas y construye en el subconsciente de los televidentes una nueva forma de ver una situación en específico o percepción acerca de conceptos y situaciones de la vida.

La construcción de la identidad personal está siempre en un triple conflicto, con el entorno, con los demás y con uno mismo. Y es teniendo en cuenta los contextos, circunstancias, situaciones, e interlocutores, como afirma Marín Gracia (2010, p. 32)

La televisión, desde su posición privilegiada como canal de comunicación que llega a millones de personas, puede cumplir y de hecho en ocasiones cumple un importante papel para cambiar estereotipos, evitar prejuicios falsos y colaborar a la plena integración de las minorías sociales. Sin embargo, muchas veces se hace todo lo contrario a lo mencionado anteriormente.

- 

“Primero, una diferencia entre estereotipos y arquetipos. Los estereotipos son todo lo que ya se ha dicho de cómo la comunidad ve a otra comunidad. Los arquetipos es que tomamos esa idea de cómo se ven esas personas y la vamos desarrollando. Lo que pasa con la mayoría de las telenovelas colombianas, es que como en su mayoría son comedias y no tan dramáticas, se quedan en los estereotipos y no van hacia los arquetipos, que es partir de ese estereotipo ir evolucionando, ir desarrollando cierta percepción.” (GF2, S4. Cristhian Pedraza, 2021)

Dentro del enfoque sociocultural los estereotipos surgen del medio social, ya que son un reflejo de la cultura y de la historia, y sirven para ajustarse a unas normas sociales. Según Tajfel “La simple categorización en grupos distintos acentuará las diferencias y los estereotipos entre los grupos”. Es decir, los estereotipos proceden de la percepción de diferencias reales o a través de la influencia de numerosos agentes sociales.

El individuo, en su proceso de socialización, va interviniendo cada vez más en la sociedad en la que se inserta, involucrándose en los grupos humanos en los que vive y a los que aporta su propio compromiso. El poder socializador de la televisión exige a la sociedad, a las cadenas de televisión también, implicarse en el desafío de promover en los individuos mayor compromiso. Es cierto que hay programas televisivos, algunas series y reportajes, que intentan presentar la realidad tal y cómo es. Sin embargo, caen en la mayoría de las ocasiones en la superficialidad o en el sensacionalismo. Los temas de los reportajes, en gran medida están ligados también al mundo de lo sensacionalista.

- 

En este punto también se puede hablar de la autopercepción y como se ve afectada por medio de las telenovelas, Díaz (1992) afirma que el sistema de autopercepción social forma la imagen de uno mismo. Y sugiere, que se pueden encontrar aspectos comunes que el individuo comparte con su entorno; asimismo define la autopercepción social como una forma típica de una parte de los miembros de un colectivo social, de verse a sí mismos y a la realidad (Buendía, Colás y Hernández, 1998, p. 315).

### **3.2 La televisión como medio de promoción cultural**

Los seres humanos tienen la necesidad de conocerse, de ubicarse. Desde siempre el individuo se ha cuestionado sobre su propio ser. ¿Quién soy? ¿De dónde vengo? Es una búsqueda incansable por dar sentido a la vida a partir del conocimiento propio, de la ubicación espacial y del reconocimiento de los otros. González (2010b, p. 1) ve esta tarea como una carrera, una pelea: “un intento de ganar control reflexivo sobre el propio ser, a fin de no verse arrastrado por el curso de los acontecimientos”.

Según Alonso (2000) “si entendemos la cultura como patrimonio social, así como una necesidad del ser humano para alcanzar su formación integral y completar su condición de persona, será preciso elaborar un tipo de programas acorde con estas necesidades, para la promoción de la cultura a través del medio.” Siguiendo con esto, se puede decir que cuando las necesidades culturales de la población estén cubiertas dentro de la programación televisiva, será posible e ineludible pensar en programas altamente especializados, debido a que la mayoría de los individuos no se encuentran en la capacidad

•

de ser espectadores emancipados y tener una postura crítica frente a lo que ve. Alonso (2000) menciona que es posible utilizar la televisión como medio de promoción y de información de contenidos específicamente culturales. Pero estos deben tener unas características muy concretas y unos criterios muy claros:

1. **Aproximación**, el programa debe acercar al espectador a través de temas de interés general, a la cultura y darle un tratamiento liviano, preciso y divulgativo.
2. **Motivación**, se buscarán fórmulas para captar la atención del espectador y despertar su interés hacia los temas culturales. Asimismo, tratará de motivar los hábitos culturales de forma creativa.

Todo esto se fundamentará en el claro propósito de erradicar la idea de que la cultura es algo necesariamente aburrido. Y más bien mostrando en todo momento que la cultura es un bien necesario para la formación de la persona, que completa al individuo y amplía su marco de libertad e independencia de criterio.

Otro aspecto importante, que complementa la formación de las personas es aprender a través de este medio de comunicación, sin embargo, de cierta forma esto puede ser riesgoso. “Es posible educar a través del entretenimiento por medio de telenovelas, de hecho, lo que pasa es que hay un peligro de educar a través de este medio, y es que se puede caer en la desinformación, por ejemplo, una novela en la que se puede aprender es

- 

*La Pola*, porque ahí habla sobre la historia de Policarpa Salavarrieta o cómo ocurrió la independencia del país, pero al mismo tiempo hay que tener en cuenta que es una telenovela y tiene cosas que son mentira, que son inventadas porque necesitan extender la novela y necesitan agregarle más entretenimiento y contenido.” (GF2, S1. Kiara Castro, 2021)

La televisión facilita los elementos no comprensivos, que no se ajustan todavía a la cultura del momento, y por tanto el espectador debe ir entrenándose y aprendiendo poco a poco, hecho esto de un modo sutil y no consciente. Es a través de lo no comprendido como se infiltran en el acto de comunicar las características propias del sistema social, las que, a pesar de las diferencias interpersonales, las diferentes ideologías, los compromisos afectivos, los intereses y objetivos del ciudadano, transmiten e instalan en el acto comunicativo una estructura perpetuadora de las relaciones de dependencia que se aprecian en sistemas más amplios.

La televisión no se responsabiliza en ningún caso del proceso comunicativo que se crea, dejando al espectador la responsabilidad de que en el nivel consciente establezca la reflexión crítica, el aprendizaje creador, la respuesta activa, la promoción de su individualidad, su rescate como sujeto digno, no sometido a los caprichos y avatares de la televisión y a la dictadura de las pantallas.

La superficialidad en los contenidos hace que la televisión se convierta en un espectáculo de una banalidad absoluta. Quien está tras los programas de televisión define la misma

- 

comunicación –sin ninguna posibilidad de injerencia del espectador- define el contexto y el tiempo, en el que hay que definir la comunicación. Las mismas cadenas establecen los códigos lingüísticos, deciden lo que se debe o no ver, integra los códigos y repertorios más compartidos del lenguaje oral o escrito, los códigos y repertorios éticos y morales, sin más techo ni norma que el índice de audiencia, propone estilos personales a los que el espectador se adapta por fuerza, ya que el espectador se ha creado la necesidad de estar ante el televisor, y cree todo lo que el televisor propone.

Para que la televisión sea educativa, debe tener intencionalidad educativa. Propósitos y objetivos claros, definición de la audiencia a la que va dirigida y por ende adecuación de los métodos, lenguajes y estructura. Normalmente se confunde educativo con instructivo. Lo instructivo tiene que ver con los conocimientos o movimientos que se aprenden mecánicamente. Para que sean educativos, estos aprendizajes deben poseer algo más, que sean significativos, que estén en un contexto más amplio, que el que aprende los inserte en un entorno, que asimile los valores del aprendizaje, etc. Un documental puede ser instructivo, pero si no está dentro de un contexto, si no se adapta el lenguaje, las formas y los tiempos, a la edad de quien que se pretende sea espectador, no será educativo.

### **3.3 Audiencia escéptica a programación cultural**

Para Alonso (2000) “La televisión tiene un amplísimo potencial de incidencia debido a su capacidad de llegar en un instante a una audiencia masiva.” Pero, es preciso recordar que

- 

las características de inmediatez, instantaneidad y multiplicación del mensaje televisivo coexisten con una dificultad de fijación y rebosamiento de ideas y conceptos.

Las estadísticas demuestran de forma irrefutable que la televisión es el medio de comunicación preferido por parte del público. Uno de cada dos encuestados elige la televisión por encima de la radio y la prensa escrita, y el número de televidentes es muy superior al de oyentes y lectores.

Sin embargo, la mayoría de los casos estudiados coinciden en la escasez de programas con contenido cultural y en la poca originalidad de los existentes. Los televidentes reconocen que acaban viendo programas de entretenimiento, debido a lo poco atractivos que resultan los que consideran más importantes o a la mala ubicación que éstos tienen dentro de la programación, ya que se emiten a altas horas de la madrugada o a principios de la mañana.

Según Hernández & Robles (1995) hay autores que opinan que los programas culturales son esencialmente incompatibles con el medio televisivo, puesto que este reclama programas de ritmo rápido, de alta velocidad en la secuencia de imágenes, lo que contrasta con la serenidad de reflexión que exige el periodismo cultural.

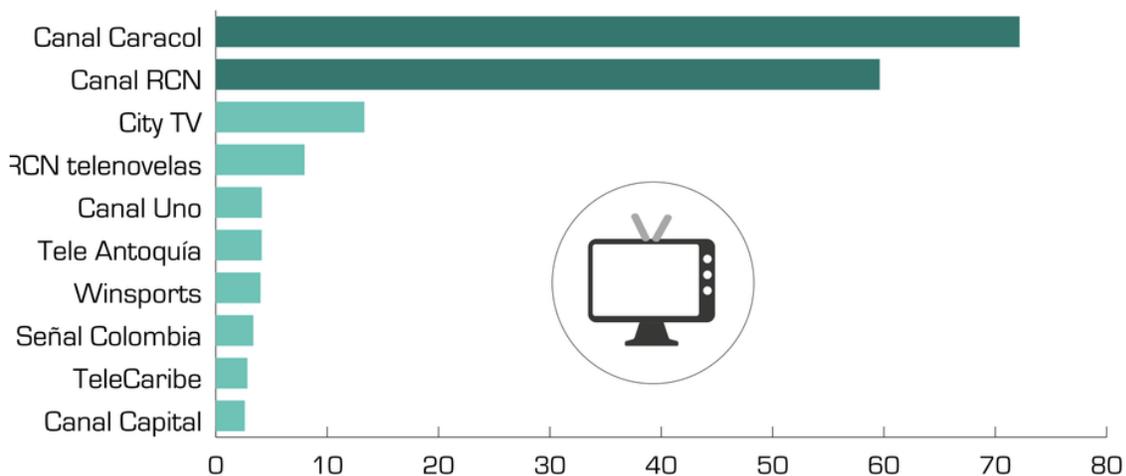
La mayoría de los televidentes prefiere ver una telenovela que no lo represente de manera adecuada a ver un programa cultural que muestre la verdadera esencia de su región. Si esta clase de programas culturales tuvieran una buena acogida por parte del público, se podría

•

mermar la forma tan errada en cómo se recrea un personaje y ambiente en una telenovela regional y como esta termina creando un imaginario colectivo acerca de personas de determinada ubicación.

En Colombia existen cinco canales nacionales (2 privados: RCN y Caracol y 3 públicos administrados por el Estado y financiados bajo un sistema de fondos especiales: Señal Colombia, Canal Institucional, Canal Uno). A nivel regional existen ocho canales públicos y a nivel local 43 operadores (42 sin ánimo de lucro y el canal City TV con ánimo de lucro). El sistema de televisión cerrada está dividido en dos partes: por un lado, existen 735 operadores de televisión comunitaria. Las señales de los canales comunitarios están restringidas a su respectiva área de cubrimiento. Al otro lado, hay 63 operadores por suscripción.

### Los 10 canales de tv nacional más vistos en Colombia



Gráfica suministrada por FECOLDER

- 

Caracol y RCN predominan con la mayor audiencia del país con sus producciones televisivas, tanto nacionales como internacionales, siendo los canales privados, los que tienen mayor influencia en los ciudadanos colombianos. Mientras que los canales regionales, siguen con los mismos espectadores o incluso bajan sus números con respecto al rating.

•

#### **4. CAPÍTULO 4: El espejo de la representación confusa**

Este capítulo busca enfocarse en cómo la representación social mostrada a través del discurso audiovisual en las telenovelas puede virtuar o desvirtuar una idiosincrasia cultural dependiendo de quien mira el “espejo”.

En este punto del proyecto se ha dado cuenta de que la telenovela colombiana, no solo representa una cultura, sino que tiene una responsabilidad con el televidente que no hace parte de ella. Con la creación del grupo focal de las amas de casa se pudo ver el contraste de esta mirada a una representación televisiva, entre las mujeres de la costa y las mujeres del interior “Yo tuve la oportunidad de vivir en Bogotá por eso ya conocía la cultura de ellos y no le cambian el estereotipo de ellos sus gustos su comportamiento, pero no me gustaban como estigmatizan a los costeños siempre con los colores para vestir el dialecto me parece exagerado ya que todos los costeños no hablamos así.” (GF1, Lisbeth Díaz 2021).

En contraste con la mirada de una ama de casa Bumanguesa “Los costeños son personas muy extrovertidas, amigables, sociables, les gusta mucho la parranda, un porcentaje de ellos la prioridad es tener en su casa un potente equipo de música.” (GF1, Lucila Sandoval 2021) con esto se puede dar cuenta como la persona de la costa, trata de no generalizar o no caer en la generalización que ya las personas han creado de los costeños, a diferencia de Lucila de Bucaramanga, que globalizó a una cultura en ciertas definiciones que son comunes a lo largo del proyecto.

- 

En este “Espejo de la representación confusa” surge también el costeño que no se reconoce o globaliza a otros costeños, por ejemplo en el grupo focal de los estudiantes Kiara Castro le sucede en su universidad “Muchas personas piensan que la costa es solamente Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, de hecho muchos costeños piensan eso, y cuando yo llegue a la ciudad por primera vez a la universidad, algunos compañeros me preguntaron de donde y yo respondía que era de la Guajira y decían ah tu eres de la Guajira, es verdad que allá los venden por chivos” (GF2, 2021)

Otro aspecto a mirar en el diálogo del capítulo cuatro, es lo corto que se quedan los medios al mostrar una realidad, enfocados en la burla y lo cómico, se quedan cortos en los 4 propósitos principales de la comunicación: Informar, persuadir, entretener, motivar.

•

#### **4.1 El recurso del humor y la falta de representación.**

El humor a diferencia de lo cómico, viene con un propósito de reflexión. Con esta aclaración, se sitúa el humor como un instrumento utilizado en las telenovelas colombianas con multipropósito. El diálogo humorístico entre personajes muchas veces permite al televidente sectorizar al personaje dentro de una región, dando en parte razón a la telenovela su propuesta de una realidad cultural. El juicio del televidente juega un papel importante en la representación de una cultura por medio de la telenovela colombiana, en este caso la costeña, por la subjetividad de cada sujeto al momento de juzgar o conocer al otro.

En este proyecto contribuyen dos sectores en Colombia, que conviven en una “circularidad cultural” como lo llamó **Gramsci (1972)**; uno de los sectores se etiqueta como clase subalterno, haciendo referencia en sí, a pueblos o culturas aislados en Colombia, como en el proyecto figura la costeña; el otro sector es la cultura o clase popular, que en el proyecto cumple el rol de representar a la clase subalterna (**Espinal, 2008**). El uso de la risa y la parodia para esta representación son los elementos que se analizan en el proceso de este capítulo.

La romantización de la risa como arma de redacción dialógica en la representación, ha permitido conocer otras culturas por medio de novelas escritas y telenovelas, a su misma vez, esta romantización subyace un peligro de des culturalización en un mismo país o en una misma región, o en otro caso una categorización dentro del país, que como se lee al inicio del capítulo se sectoriza en subalterno o popular. *la lucha no se da en relación con los medios de producción sino con todas las formas de opresión (Espinal 2008)* estas

•

formas de opresión no se quedan en intento de representación actoral, sino en la trascendencia de realidad que el sujeto que ve la novela asume.

Se coloca al sujeto como opresor por la generalización de una región a un solo pueblo con un mismo acento, educación o formas de expresión. Aunque no es el centro de investigación, esta opresión trasciende a la lucha en conflictos económicos o políticos ¿Por qué? Por ya no hablar de una falsa representación, sino una falta de representación. Las telenovelas en la televisión colombiana han centrado su poder mediático en el lugar común de usar a los costeños como medio de risa, mostrando una región que además de burlesca, muchas veces vacía. *Las formas culturales no son completas ni coherentes: son profundamente contradictorias. No es posible recoger en una sola categoría todas las cosas que hace el pueblo. Las formas culturales son móviles, aunque asistidas por la relación estructurante de formaciones dominantes y subordinadas. (Espinal 2008).*

Con esto no se quiere mitigar a las ciudades centrales y sus luchas en medio de crisis políticas y económicas, pero si criticar el mal uso de un poder mediático que, con la posibilidad de crear relaciones sociales más fuertes, donde todo el país se reconozca en una misma lucha social; contribuye a seguir mostrando un mismo escenario, donde no hay que salir del recurso del humor, la sátira, la autocrítica o la ironía como arma dialógica para mostrar un realidad social, política de una región y situaciones de la vida cotidiana, *son recursos heredados de la commedia dell'arte y la commedia all'italiana (Negritto, 2016)* o que se pueden reconocer en obras de literatura colombiana.

•

#### **4.2 Consumo de estereotipos: de la ficción a la praxis**

*La relación entre los conceptos «estereotipo», «prejuicio» y «discriminación» es muy estrecha. Este modo de abordar la relación existente entre estos términos parte de una concepción clave: la consideración de que están íntimamente unidos al concepto de actitud como un fenómeno compuesto por tres componentes: cognitivo (lo que sé del asunto), afectivo (las emociones que me suscita) y conductual (la conducta que, como consecuencia, desarrollo). Blanca González (1999) en esta introducción, resume la relación de conceptos claves que se han tratado en el proyecto investigativo. Estas concepciones claves sirven para el recorrido de esta parte del capítulo, que lleva desde lo que conocemos, hasta la consecuencia conductual que hay a partir de ese conocimiento.*

Ya se ha dado a conocer este concepto de estereotipos en capítulos anteriores, el punto de volver a señalarlo, es conocer a partir de donde salen estos para personificarlos en televisión.

Elena Galán Fajardo (2006) habla del proceso de creación personajes para series de ficción en España. Se crea una relación entre el medio visual ficticio y el medio de comunicación escrito, como la prensa. Galán explica que se empleaba la búsqueda de historias en la prensa, para poder crear una vida representativa detrás de un personaje, así dando un toque de realidad con conflictos y sucesos cotidianos. Aunque la realidad entre series españolas y telenovelas colombianas no coincidan, *Tal y como cita Tecglen (en Palacio, 2001): “La sociedad es la que está creando la televisión a su imagen y semejanza”, afirmación pertinente si consideramos que, de esa realidad, los guionistas extraen sus historias y, al contrastar ambas, el paralelismo es evidente (2006).*

•

En este punto, se cumple una transición de realidad a ficción y al mismo tiempo se logra analizar dos de los términos: “cognitivo” porque se da a conocer una obra visual construida a partir de una situación normal, que el sujeto que observa reconoce, aunque esta se encuentre transformada; al mismo tiempo, se da el proceso a el “afectivo” donde se crea apego o repudio a los personajes creado en la telenovela. *la ficción construye socialmente la realidad a partir de unos argumentos preexistentes, adaptándolos al lenguaje audiovisual. (2006)*

El último término, conductual, se desarrolla en la interacción con el entorno, luego de haber reconocido y procesado la lista de adjetivos que ayuda, tanto al sujeto como al guionista, a sectorizar e identificar a un público en una *grupo étnico, racial o nacional*. Por esta parte para los creadores, los estereotipos son importantes porque sirven como *impresiones fijas que se van adecuando paulatinamente a los hechos que tienden a representar*. Esta lista de adverbios juega como carta en contra a las relaciones sociales, por los prejuicios que se crea con relación al otro, dando justificación de lo que se le atribuye como característica a un grupo o entidad.

•

### 4.3 De la novela a la telenovela

La literatura colombiana dio un paso en 1960 al ser las novelas adaptada por la televisión, por este hecho autores comenzaron a cambiar su estilo de escritura para la atracción de nuevos lectores. Entre los escritos estudiados de esta época (1960-1975) los escritores dejaron de tomar las historias lejanas y realidades alternas para centrarse en escribir sus realidades, transformando así *el modo de abordar los hechos reales en la literatura colombiana*.(Andrea & Colorado, 2015)

La Novela de la Violencia, contaba la contemporaneidad del autor, los debates políticos y los conflictos que vivía desde un punto subjetivo; rompiendo lo que se conocía de la novela costumbrista y sentimental. Andrea & Colorado (2015) explica por medio de otros autores la crítica que trajo el auge de este tipo de novela:

Desde el campo del poder literario, la “novela de la Violencia” fue criticada por la “manía por la fidelidad representativa” (Ospina, s.f., p. 10), por su forma cercana a la crónica y al documental cinematográfico (Suárez, 1966, pp. 133, 140), por la presencia de lo “aberrante y morboso” (p. 127), por la presencia de personajes absolutamente disyuntivos (Arango, s.f., p. 73; Suárez, 1966, p. 137), porque se limitaba al planteamiento de un problema ideológico, pero no ético (Ramos, 1972, p. 81).

Con estos acontecimientos pasados, se puede imaginar el futuro de una telenovela realista, tomando en cuenta también, el rumbo elitista que muchas productoras de televisión han tomado. En el tema anterior se nombró la responsabilidad que las telenovelas y los medios de comunicación han abandonado; apropiarse de la realidad y contarla manteniendo el mismo rumbo humorístico y satírico que las telenovelas de ahora. Si bien es una de sus responsabilidades con el televidente, es también el peligro de la crítica y censura.

•

La literatura crea identidad, al igual que la telenovela, aunque esta es más apegada a la experiencia del autor. La identidad cultural, se resalta, son los rasgos distintivos de una comunidad de individuos ya conocidos y apropiados por un consenso social, que además de ser distintivos de la comunidad son asociados por la otredad para la “comprensión intersubjetiva de la realidad”

Castellón y Aaros, en el libro de Mansilla Torres (2006), *mencionan, al respecto, tres condiciones claves para la construcción y sustentabilidad de una determinada identidad cultural*: la primera habla de la discursividad y la construcción del lenguaje compartido (un idioma común) ; el segundo es el territorio las características físicas que se imponen “modos de habitar, de ser y de mirarse”; Una tercera es la religión *que provee potentes significados en términos de imaginar/ comprender el origen y sentido último de lo real, incluyendo, por cierto, la realidad personal de cada individuo. (2006)*

La tercera condición, la religión, se sustenta como ejemplo en la telenovela analizada en esta investigación (¿Dónde Carajos Está Umaña?) apoyando a la telenovela como el espejo de una representación en este caso menos confusa. Son acciones prácticas culturales que se muestran en la rejilla de Fontanille que dan paso a conocer las costumbres del pueblo.

En la telenovela se muestran diferentes escenarios y personajes que hacen parte y completan este mundo ideológico que hacen parte del conocimiento de la identidad cultural del pueblo: los velorios, los rezos, las mujeres rezanderas, entre otros. *En su dimensión discursivo-ideológica, contiene una constelación de significados que no se agotan en la instrumentalidad fáctica cotidiana (las costumbres, los hábitos) ... hallan su*

•

*lugar en la conciencia de los individuos en la forma de vastos relatos que explican e interpretan el orden de las cosas del mundo. (2006)*

Andrea & Colorado explican uno de los cambios o salto que dio la novela para ser más aceptada en la crítica y la intervención de la telenovela; *“no el arte como sustituto de la eternidad, sino el juego [la “aventura verbal”], y la indagación: un método de conocimiento develando aspectos inéditos de nuestra realidad, creando otra realidad”* (Cobo Borda, 1975, p. 7) esta intención que se adaptó al formato audiovisual.

- 

## 5. Conclusión

El presente proyecto partió de cuatro hipótesis que estipulaban que en la actualidad la presión social y cultural que se hace a los seres humanos enmarcados en un contexto social inmediato, a través de los diferentes medios masivos de comunicación, y en este caso particular, por medio de un producto audiovisual como lo es la telenovela. Con este trabajo de investigación se buscaba analizar o indagar qué tanto influyen las telenovelas regionales en la recreación de estereotipos, y de qué forma se refleja en la conducta de estas personas dentro de las relaciones sociales y de familia, además qué tan arraigado está el machismo en el imaginario colectivo de las comunidades contemporáneas.

En ese orden de idea, el trabajo investigativo realizado y el análisis de las herramientas aplicadas, ayudó a confirmar y/o descartar las hipótesis. El contraste que se realizó por medio de los grupos focales a personas de diferentes generaciones, amas de casa y universitarios, difirió en su resultado y análisis con la propuesta que las mujeres que han crecido en regiones machistas como el interior y la costa atlántica, tienden a justificar la violencia de género. Este estereotipo de mujer sumisa ha ido disminuyendo por la participación de las mujeres en estudios y el avance de las jóvenes, del rol central que muchas madres en el grupo focal mostraron de “amas de casa”.

“no siento que el estereotipo sea del todo malo, o sea, es una parte muy visible de la idiosincrasia como cultura, es cierto que hay costeños que son así, si no fuera así, no existiera el estereotipo” (GF2, S6. Andrés Meneses, 2021). La representación de la identidad cultural a través de las telenovelas, empieza en un estereotipo que no parecer ser

- 

tan alejado de la realidad “pero cuando se centra la identidad de un personaje, en un estereotipo, se reafirma tanto, que la gente lo toma como una verdad ... que no tenga más matices, que no tenga otras identidades, otras cosas que lo representen y mucho menos a su cultura, ahí yo creo que es donde caemos en el error” (GF2, S6)

Este proceso de reafirmar el estereotipo del Otro en la sociedad, viene del consenso social de un Nosotros ya por la repetición de un discurso tanto verbal como visual, situando en nuestra hipótesis de que esta construcción discursiva empieza en las telenovelas, o en la televisión para ser más precisos, aún desde propagandas que sitúa elementos situacionales, vinculados con la realidad y el contexto cultural; enlazando esta hipótesis con los medios en general siendo estos recreadores de estereotipos en las relaciones sociales y de las familias del interior del país y de la costa atlántica.

¿Por qué afecta estos estereotipos de las telenovelas costeñas en la región caribe de igual forma que en la del interior? Uno de los sujetos, Kiara Castro, en el grupo focal lo responde en experiencia “Muchas personas piensan que la costa es solamente Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, de hecho, muchos costeños piensan eso... creo que tiene que ver mucho con eso, porque eso es lo que ha mostrado la televisión en cuanto en las noticias y en las telenovelas ... creo que afecta a las personas en general porque es como falta de conocimiento, pero el choque es como que te pregunten si es cierto lo que se ve en la televisión, Uds. se comportan de esta forma o hablan de esta manera o hacen cierto tipo de cosas”

•

Gracias a la entrevista a expertos, por nombrar una, la realizada a la trabajadora social Yira Miranda Montero, con la cual se llegó a la conclusión de que por parte de los medios de comunicación hace falta un trabajo pedagógico, más que solo entretener con el fin de obtener unas ganancias económicas.

Según el grupo focal a los estudiantes de artes audiovisuales de la Costa Atlántica y el interior del país se determinó que las producciones regionales terminan siendo una adaptación de entretenimiento comercial para la audiencia, puesto que los televidentes están habituados a un patrón de contenido en el que se prefiere ver un producto audiovisual que represente de forma errada una cultura, a un programa educativo cultural, porque este último no les parece entretenido.

Debido a esto, un factor relevante que los productores tienen en cuenta a la hora de crear un producto, son las ganancias que este generará, por lo cual, optan por hacer una telenovela comercial, que llame la atención, ya sea recreando estereotipos o llevándolo hacia la parte humorística, exagerando la cultura o características idiosincrásicas de la región, con el fin que sea acogido por los televidentes y tenga un rating alto, para que la parte económica sea favorable.

En cuanto al seguimiento de medios por la red social Twitter, que tuvo un periodo de tiempo de un año, se puede concluir por medio de los 102 tweets analizados relacionados con costeños y cachacos, el tipo de discurso es por medio de tweet en un 74,5%, es decir la mayor parte de tweet analizados eran de pensamientos propios de los autores, tomando en cuenta que la mayor participación fue del ciudadano del

- común con un 87,3% evidenciándose un menor pronunciamiento de los medios de comunicación con un 6,9%. La participación de los medios de comunicación se presentaba en noticias que mostraban a la costa, y se resaltaban sus respuestas de personas del interior donde el sesgo en su mayoría era negativo. En los sesgos generales con un 49,5% negativo , neutro con un 41,9% y positivo un 8,9%.

Por el recorrido de tiempo que telenovelas del tipo cómico con enfoques culturales han tenido, la realidad ya ha sido creada para generaciones pasadas, y por la incidencia que este tipo de humor ha tenido, cambiar abruptamente su enfoque puede, que, aunque llegue a ser más fiel a la representación, pierda su propósito de enseñar a través del entretenimiento. El diálogo debe empezar a partir de los creadores y la inclusión de nuevos discursos que, sin dejar de ser humorísticos, no desvirtúen ni globalizan de mala manera, a una cultura. Empezar a ver correctamente el reflejo del espejo representativo.

- 

## **ANEXOS**

### **ANEXO A: ENTREVISTAS, GRUPOS FOCALES**

#### **ENTREVISTA PSICÓLOGA**

**Etiqueta: (E1, Juliana Monsalve 2021)**

**Entrevista hecha por:** Daniela Navarro

**Entrevista a:** Juliana Monsalve Márquez

**Fecha: 1 de marzo 2021**

**Daniela:** Buenos tardes Juliana, ¿Cómo se encuentra?

**Juliana:** Buenas tardes Daniela, muy bien, ¿usted?

**Daniela:** Bien Juliana, en esta entrevista trataremos el tema de los estereotipos difundidos en la telenovela colombiana y ese paralelo en la representación de costeños y cachacos.

**Juliana:** Muy bien, que buen tema.

**Daniela:** Mi primera pregunta es ¿Cómo resumirías el estereotipo de género que proyectan las telenovelas colombianas en las representaciones de costeños y cachacos? ¿Dónde crees que nacen estos estereotipos?

**Juliana:** A través del tiempo las telenovelas han contribuido significativamente en la reproducción de los estereotipos de género que se introducen en el imaginario colectivo

•

como algo del día a día, la representación de costeños y cachacos en las telenovelas colombianas hace que de manera inconsciente las personas de otras regiones del país presentan un prejuicio antes los costeños, se tiene el imaginario social de que son perezosos fiesteros y poco disciplinados. Los estereotipos nacen de los prejuicios que se le atribuyen a un grupo de personas, cuanto más estereotipo tenga una Telenovela más audiencia genera, pero cabe resaltar que influyen en la desigualdad entre mujeres y hombres, siendo esto algo negativo entre las edades más tempranas, puesto que se encuentran en la construcción de la personalidad, tomando como referencia el modelo social que se ha normalizado de desigualdad, violencia de género, clasismo, machismo y discriminación.

**Daniela:** ¿Cómo impacta esa visión sesgada en la situación real o estructural relegada de estas dos regiones?

**Juliana:** El impacto es negativo puesto que algunas personas hoy en día no diferencian entre una Telenovela y el mundo real, así que la percepción que tienen la llevan al contexto social en que viven y la toman como un referente.

**Daniela:** ¿Qué tan arraigado está el modelo cultural machista en las relaciones sociales y de familia en estas dos regiones?

**Juliana:** Los rasgos que se le atribuyen a los hombres de la región Costera son con características dominantes y machistas, el hombre trabaja y la mujer es ama de casa y quien tiene voz en el hogar es el hombre, a diferencia de las demás regiones del país que, aunque hay un nivel de machismo similar la mujer puede revelarse en algunas situaciones.

**Daniela:** ¿Cómo afecta a la autopercepción de hombres y mujeres de estas regiones?

**Juliana:** Algunas personas podrían tener dificultades en cuanto a lo que perciben de sí

•

mismos sintiéndose inferiores por pertenecer a cualquiera de las regiones ya sea por miedo a un prejuicio o al mismo rechazo, por su acento o tono de voz, en este caso podría haber una distorsión de la autopercepción respecto a la realidad.

**Daniela:** ¿Sabes qué efectos negativos tienen los estereotipos sobre la salud?

**Juliana:** Los estereotipos influyen de manera negativa en la salud mental, directamente en los trastornos mentales más comunes como: depresión, ansiedad y quejas somáticas. Trastornos que afectan aproximadamente a una de cada tres personas en la comunidad, que predominan entre las mujeres y que constituyen un grave problema para la salud pública.

**Daniela:** ¿Cómo crees que afecta a la sociedad la creación de estereotipos?

**Juliana:** Como se ha mencionado en las anteriores preguntas el estereotipo afecta a la sociedad de manera negativa, pero también tiene su lado positivo y es que al ser una imagen o idea aceptada usualmente por un grupo o sociedad hace más comprensible la realidad, facilita asimismo el progreso e integración de los individuos que se encuentren en un entorno agresivo.

**Daniela:** ¿Por qué crees que cambian los estereotipos a través del tiempo?

**Juliana:** Yo pienso que gracias a la tecnología que avanza día a día, también a los derechos que las mujeres hemos conseguido, ya no es común que la mujer sea solo ama de casa sino también es quien responde por el hogar, aunque esto es relativo y depende mucho de otros factores como por ejemplo el nivel socioeconómico.

**Daniela:** ¿Crees que la globalización afecta estos estereotipos y los monopoliza?

•

**Juliana:** Si afecta y hasta puede hacer que se pierda el sentido de identidad, con la globalización hay una imposición de la cultura occidental, por eso hoy en día hay una necesidad por hablar un segundo idioma. Se crean estereotipos de “vivir una correcta vida” a partir de lo que es bien visto y no.

**Daniela:** En algunas regiones prevalece el machismo y es el estereotipo de la mujer ama de casa, que a pesar de la evolución social sigue esa representación por medio de la telenovela. ¿Considera que eso puede influir en el imaginario colectivo? Si considera que es así, ¿De qué manera influye?

**Juliana:** Puede influir, pero en las personas que no diferencian la telenovela de la vida real y que en su personalidad que es un constructo de toda la vida está ya se ha establecido un pensamiento machista.

**Daniela:** ¿El culto machista sigue siendo tan marcado en la sociedad actual como era antes?

**Juliana:** Se ha reducido si se hace una comparación con nuestros antepasados, puesto que hoy en día hay redes sociales que permiten informar a la sociedad sobre las conductas machistas, hay leyes y derechos que no permiten que más mujeres sean víctimas del machismo.

**Daniela:** ¿Cree que los receptores de las telenovelas son más propensos a verse influenciados?

**Juliana:** Por su puesto porque es el tipo de audiencia para la que crean ese tipo de entretenimiento, un número de porcentaje significativo son mujeres y algunas amas de casa.

•

**Daniela:** ¿Cuál cree usted que debería ser la responsabilidad social al transmitir una telenovela?

**Juliana:** Pienso que la responsabilidad es de la audiencia, he visto que las Telenovelas tienen el compromiso de notificar que su contenido no es apto para menores de 14 años. Somos seres autónomos y hay cantidad de programas educativos, pero eso depende del interés de cada televidente. Aunque deberían incluir un párrafo con audio donde recuerdan al televidente que lo que sucede en la novela es actuado y está alejado de la realidad.

**Daniela:** ¿Considera que la transmisión de telenovelas podría no ser causa directa, pero si influenciar en un sector vulnerable de la sociedad? ¿Por qué?

**Juliana:** Si, influye en sector vulnerable de la población, aquellos individuos que no han tenido la oportunidad de acceder a la educación, por tal razón quien aparentemente los educa es la televisión porque lastimosamente en Colombia es más fácil acceder a un canal que brinde entretenimiento que a un colegio.

**Daniela:** ¿Cuál es su conclusión personal desde la perspectiva como psicóloga sobre este tema y qué se puede hacer para que se mejore esta problemática de estereotipos difundido por la televisión colombiana?

**Juliana:** Los individuos a lo largo de la vida han necesitado del entretenimiento, las telenovelas narran mediante argumentos, historias que no siempre son realistas, hoy en día en Colombia sigue siendo elevado el índice de analfabetismo, por tal razón algunas personas no tienen la capacidad de entender que lo que sucede en la telenovela es algo imaginario, lo más importantes es tener clara la realidad y psico educar a las personas sobre la problemática que causan los estereotipos, así tal vez mejore un porcentaje este

•

problema, asimismo se podrían escribir reseñas y críticas constructivas sobre las Telenovelas, la educación es primordial, es muy difícil querer atacar el problema sino se hace desde la raíz que es la población vulnerable que no tiene acceso a la educación.

**Daniela:** Muchísimas gracias Juliana por su tiempo y atender a esta entrevista. Feliz tarde.

**Juliana:** A ti, feliz tarde.

### Codificación de primer plano

Categorías	Codificación axial
Las telenovelas y estereotipos	La telenovela recreadora de estereotipos.
Impacto social	Indiferencia Social
Influencia de los estereotipos	Prejuicios
Responsabilidad social	Programas educativos.

•

**Codificación de segundo plano**

Categorías	Códigos	Palabras claves
Las telenovelas y los estereotipos	T E	<p>Las telenovelas han contribuido significativamente en la reproducción de los estereotipos de género que se introducen en el imaginario colectivo como algo del día a día.</p> <p>Las telenovelas colombianas hacen que de manera inconsciente las personas de otras</p>

		<p>regiones del país presentan un prejuicio.</p> <p>Los estereotipos nacen de los prejuicios que se le atribuyen a un grupo de personas, cuanto más estereotipo tenga una telenovela más audiencia genera.</p>
--	--	--

•

Impacto social	I S	<p>Las personas hoy en día no diferencian entre una telenovela y el mundo real, así que la percepción que tienen la llevan al contexto social en que viven y la toman como un referente.</p> <p>Algunas personas podrían tener dificultades en cuanto a lo que perciben de sí mismos sintiéndose inferiores por pertenecer a cualquiera de las regiones ya sea por miedo a un prejuicio o al mismo rechazo, por su acento o tono de voz, en este caso podría haber una distorsión de la autopercepción respecto a la realidad.</p> <p>Su lado positivo es que al ser una imagen o idea aceptada usualmente por un grupo o sociedad hace más comprensible la realidad,</p>
		<p>facilita asimismo el progreso e integración de los individuos que se encuentren en un entorno agresivo.</p>

•

Influencia de los estereotip s	I  E	<p>Los estereotipos influyen de manera negativa en la salud mental, directamente en los trastornos mentales más comunes como: depresión, ansiedad y quejas somáticas.</p> <p>Trastornos que afectan aproximadamente a una de cada tres personas en la comunidad, que predominan entre las mujeres y que constituyen un grave problema para la salud pública.</p>
Responsabilidad social	C  S	<p>La responsabilidad es de la audiencia, somos seres autónomos y hay cantidad de programas educativos, pero eso depende del interés de cada televidente.</p>

•

## Segunda parte - codificación abierta



•

## **ENTREVISTA ABOGADA**

**Etiqueta: (E2, María Fuentes 2021)**

**Entrevista hecha por:** Daniela Navarro

**Entrevista a:** María Fuentes Manrique

**Fecha: 4 de marzo 2021**

**Daniela:** Buenas tarde María, ¿Cómo se encuentra el día de hoy?

**Maira:** Buenas tardes Daniela, muy bien y usted?

**Daniela:** Bien gracias a Dios, para mi es un gusto poder tener este espacio, gracias por permitir esta entrevista.

**María:** Danielita a ti por la invitación.

**Daniela:** Quiero saber para ti que es un estereotipo teniendo en cuenta que las telenovelas son un medio donde se difunden.

**María:** Desde mi punto de vista un estereotipo es cuando se encaja en formas, modelos o patrones de expresar, actuar o pensar en dicha sociedad que se caracteriza de cierta forma, por ejemplo, cuando hablamos de las santandereanas, nos referimos a mujeres trabajadoras, cuando hablamos de un costeño nos referimos a alguien perezoso, y así sucesivamente, consiste de cierta forma en hacer pre juicios o inferencias ya sea de género, de nacionalidad, etc.

•

**Daniela:** ¿De qué forma los estereotipos de género perjudican a las mujeres?

**María:** Perjudican a la mujer en el sentido de que nos hacen percibir como un sexo débil, que las mujeres estamos destinadas a ser amas de casa o a los quehaceres del hogar, inclusive llegando al punto de que una mujer no se realice profesionalmente o que suprima sus sueños o metas porque está destinada a estar solo en el hogar.

**Daniela:** ¿Qué influye más en la educación sobre los estereotipos de belleza?

**María:** En la educación influye más en lo comportamental, de tal forma que en la educación: la publicidad nos vende una idea de mujer/niña bonita, al estar en el colegio vemos esos estereotipos y se nos hablan de ellos. Por ejemplo: en la época de colegio donde una siente la presión para depilarse (ese fue mi caso), es cuando vemos como las más "bonitas", la que más se asemejan a la mujer que vende la publicidad, son las "populares" las chéveres, también escuchamos a las profesoras exigir que las niñas se peinan para verse "bonita" como si el peinado influyera en mi capacidad de aprender, otra situación es cuando las niñas no jugábamos con los niños, porque nos ensuciamos, porque teníamos falda, porque las mujeres no juegan así, etc. todo al punto de estereotipos de género.

**Daniela:** ¿Crees que el estereotipo encaja con la realidad?

**María:** Si, creo que encaja en la realidad colombiana, ya que como estereotipo de género somos un sexo débil, entonces nos vemos agredidas e inseguras en las calles, además de violentadas, pues las cifras de violencia o feminicidios no aumentan solo en Colombia, sino en el mundo entero.

**Daniela:** ¿Qué daño causan los estereotipos de belleza?

•

**María:** Causan daños a nivel emocional, psicológico y físico, ya que muchas mujeres creen que tienen que ser delgadas para ser bellas, o muchas creen que nuestro cuerpo debe ser perfecto, sin estrías, sin celulitis, sin arrugas, sin pelos, etc., al punto que muchas llegan a ser bulímicas o terminan en depresión por no cumplir con los estereotipos que impone la sociedad.

**Daniela:** ¿Por qué crees que las personas siguen estos estereotipos?

**María:** Por falta de criterio y construcción de su personalidad, porque sencillamente no busca sentirse bien, sino complacer a los demás, es decir vive para los demás y no para sí mismo.

**Daniela:** ¿Cómo crees que afecta a la sociedad la creación de estereotipos?

**María:** Afecta a la sociedad en el sentido de que los estereotipos nos hacen crear prejuicios, por ende, nos hacen discriminar, pues por lo general estos prejuicios nos hacen tener actitudes y pensamientos negativos sobre un grupo o persona, aunque existen estereotipos positivos, pero se dan más los negativos y son estos los que afectan a la sociedad, pues lleva a que haya dificultades en las convivencias, lo que da como consecuencia utilizar la violencia o agresión contra otras personas, el acoso, genocidios, abusos verbales, etc.

**Daniela:** En algunas regiones prevalece el machismo y es el estereotipo de la mujer ama de casa, que a pesar de la evolución social sigue esa representación por medio de la telenovela. ¿Considera que eso puede influir en el imaginario colectivo? Si considera que es así, ¿De qué manera influye?

•

**María:** Es claro que en las telenovelas antiguas y actuales siguen representando el machismo en los hogares, lo cual si creo que lleva a influir demasiado en la mente de las personas, tanto de hombres como de las mujeres, pues lo que hacen estos medios es normalizar el machismo, es decir hacen ver “bonitas” esas acciones, inclusive las hacen ver graciosas, haciendo que no sea vea como es realmente el machismo, lo cual hace que se quede aún más en la mente de las personas, en especial de los niños y niñas que perciben estas telenovelas.

**Daniela:** Considera que la transmisión de telenovelas podría no ser causa directa, pero si influenciar en un sector vulnerable de la sociedad ¿Por qué?

**María:** Claro que sí, no solo las telenovelas son una causa directa, es que en realidad los medios de comunicación son los que se encargan de difundir toda clase de estereotipos y serian en si la causa directa, ya que son los responsables de emitir información al público más joven, hasta el más adulto, desde el más educado al menos educado, etc. Por ejemplo, recuerdo muy bien como los cuentos de hadas o los programas de televisión que veía desde pequeña nos llevaba a pensar que nuestro sueño era conocer al hombre ideal, casarse y tener hijos, más no llevaba a pensar a que una mujer debe estudiar, trabajar y realizarse para que pueda tener una familia como debe ser.

**Daniela:** ¿Cómo impacta esa visión sesgada en la situación real o estructural relegada?

**María:** Esa visión de machismo impacta de forma negativa en la mujer de la sociedad, ya que nos vemos sometidas inclusive desde el colegio, uno, a que tenemos que ser bonitas; dos, tenemos que casarnos y tener hijos, en cuanto muchas mujeres ni se quieren casar o tener hijos; tres, nos encargamos de las labores del hogar, en cuanto estas deben ser compartidas; cuarto, las mujeres debemos soportar la infidelidad, pues legalmente no está

•

permitido, siendo esta una causal de divorcio, sociológicamente si se permite. Por lo tanto, esta visión nos lleva a ver el machismo como algo bonito con lo que tenemos que convivir, porque así nos tocó por el hecho de ser mujeres.

**Daniela:** Bueno María, muchas gracias por tu opinión en este tema. Feliz tarde.

**María:** A ti muchas gracias, fue un placer.

### Codificación de primer plano

Categorías	Codificación axial
Esteretipos	Inferencia de género o nacionalidad
Educación	Contenido de aprendizaje y educativo
Daño social	Creación de prejuicios
Machismo	Consenso Social

•

**Codificación de segundo plano**

Categorías	Códigos	Palabras claves
Estereotipos	ES	Se encaja en formas, modelos o patrones de expresar, actuar o pensar en dicha sociedad que se caracteriza de cierta forma, para hacer pre juicios o inferencias ya sea de género, de nacionalidad, etc.

Educación	E	<p>En la educación influye más en lo comportamental, de tal forma que en la educación: la publicidad nos vende una idea de mujer/niña bonita, al estar en el colegio vemos esos estereotipos y se nos hablan de ellos.</p> <p>Criterio y construcción de su personalidad, porque sencillamente no busca</p>
-----------	---	---

•

		sentirse bien, sino complacer a los demás.
--	--	---

Daño social	DS	Los estereotipos nos hacen crear prejuicios, por ende, nos hacen discriminar, pues por lo general estos prejuicios nos hacen tener actitudes y pensamientos negativos sobre un grupo o persona
-------------	----	---

•

Machismo	M	La visión machista impacta de forma negativa en la mujer de la sociedad, ya que nos vemos sometidas inclusive desde el colegio, uno, a que tenemos que ser bonitas, dos, tenemos que casarnos y tener hijos, en cuanto muchas mujeres ni se quieren casar o tener hijos; tres, nos encargamos de las labores del hogar, en cuanto estas deben ser compartidas; cuarto, las mujeres debemos soportar la infidelidad, pues legalmente no está permitido, siendo esta una causal de divorcio, sociológicamente si se permite.
----------	---	--

**Segunda parte - codificación abierta**



•

## **ENTREVISTA PSICÓLOGA**

**Etiqueta: (E3, Cynthia Martínez 2021)**

**Entrevista hecha por:** Alejandra Moya

**Entrevista a:** Cynthia Marcela Martínez Redondo

**Fecha:** 10 de marzo

**Alejandra:** Buenos días, ¿Cuál es su nombre completo?

**Cynthia:** Cynthia Marcela Martínez Redondo

**Alejandra:** ¿Cuántos años tiene?

**Cynthia:** 22

**Alejandra:** ¿Qué carrera estudió?

**Cynthia:** Psicología

**Alejandra:** ¿Dónde nació?

**Cynthia:** Riohacha, La Guajira

**Alejandra:** Bueno, la primera pregunta es, ¿Cómo resumirías el estereotipo de género que proyectan las telenovelas colombianas en las representaciones de costeños y cachacos?  
¿Dónde crees que nacen estos estereotipos?

•

**Cynthia:** Bueno yo pienso que eso básicamente nace de lo poco que conocen del comportamiento, de la cultura del costeño y el cachaco, o sea siempre se han denotado mucho sobreactuados este tipo de actores y actrices, es lo que pienso, entonces pienso que hay como un... Yo no podría decir que hay de pronto un desconocimiento, sino que es como cierto juego que tienen con el que si sobreactúan entonces voy a parecer más cachaco, si sobreactuó voy a parecer más costeño, creo que es como ese jueguito que tienen ahí, y no encajan exactamente con el comportamiento real.

**Alejandra:** ¿Qué tanto inciden los estereotipos difundidos por la televisión en la manera de ver al otro?

**Cynthia:** Cuando te refieres a qué tanto, ¿es darte un porcentaje?, porque yo pienso que sí incide

**Alejandra:** No, necesariamente un porcentaje, es cómo de qué manera y si realmente incide

**Cynthia:** Ok. Yo pienso que, si incide, yo pienso que la representación que se tiene de cada cosa y vemos en la televisión y puede incidir en el comportamiento de en este caso del televidente, niño, niña, adolescentes, adultos, adultos mayores, pienso si incide. Y que su incidencia es bastante alta.

**Alejandra:** ¿Cuál cree usted que debería ser la responsabilidad social al transmitir una telenovela?

**Cynthia:** Yo pienso que sí, y la responsabilidad más en el país que nosotros... La responsabilidad social que debe tener este tipo de programas más en el país que nosotros

- 

estamos viviendo que es Colombia, un país bastante estereotipado, exteriorizado, digamos que los estereotipos que tenemos acá por lo general son negativos, entonces si nosotros en nuestros programas no tenemos una responsabilidad social más de aprendizaje, construcción de conocimientos, que de pronto brinde un conocimiento enriquecedor a los televidentes es decir en este caso a los colombianos, no habría ninguna responsabilidad social, aunque eso es solo hablando de lo que transmiten porque la empresa, nose, yo voy hablar en un caso específico, Caracol. Caracol por ejemplo, puede que tenga dentro de su empresa responsabilidad social, no sé, con el medio ambiente, y donen algunas cosas para la limpieza del medio ambiente, para la deforestación, bueno ellos pueden hacer muchos temas con la responsabilidad social, ajeno al televidente, y ya que de pronto involucren al televidente sería eso, que el contenido fuera más enriquecedor, donde la gente pueda aprender, que no sea tan vacío, tan de ocio, creo que ahí había una responsabilidad social y yo le llamaría como, no sé, como transferencia de conocimiento importante para la sociedad.

**Alejandra:** La siguiente pregunta es, ¿Cómo crees que afecta a la sociedad la creación de estereotipos?

**Cynthia:** De manera negativa, hay muchos estereotipos buenos, por ejemplo el tema este de las personas fitness, de las personas que creen en las energías, que son super positivas, que todo lo hablan de manera positiva, listo, eso influye muy positivamente en la sociedad, pero tenemos que poner algo en la balanza y es que ellos son menos, ya el otro tipo de... Valga la redundancia de estereotipos, son más negativos y son los que más tienen impacto, lastimosamente en la sociedad, los influencer que hacen esos retos y esas bromas, pues digamos bastantes, aversivas, pues y eso es el contenido que la gente últimamente le está

•

gustando. Yo pienso que el denotar un estereotipo... Nosotros todos tenemos estereotipos, todos. El hecho de que a mí me digan, lo psicólogos están locos, ya eso vendría siendo un estereotipo, entonces yo pienso que están en todas partes, porque entonces lo que nosotros no hemos podido lograr es aceptarlos y mirar a ver que tanto nos están afectando, porque simplemente, diciendo y todo el mundo sigue diciendo lo mismo, pero dónde está si lo aceptamos, o donde está si no lo hacemos, entonces yo pienso que los estereotipos siempre van a afectar a las personas que por ejemplo, las que son gordas, las que son flaquitas, a la que de pronto no tiene el pelo tan liso como la otra, siempre va a afectar.

**Alejandra:** En algunas regiones prevalece el machismo y es el estereotipo de la mujer ama de casa, que a pesar de la evolución social sigue esa representación por medio de la telenovela. ¿Considera que eso puede influir en el imaginario colectivo? Si considera que es así, ¿De qué manera influye?

**Cynthia:** Sí, sí considero que influye en el imaginario colectivo. Digamos que se puede propagar el mismo tipo de comportamiento y el mismo tipo de ideal machista, entre más lo vemos más se propaga, más lo repiten los demás, pues de pronto, no sé, se me ocurre una persona de 22 años, un hombre pues de 22 años le gusta una muchacha pues y entre más vea eso a su alrededor, en la televisión o pues con las personas que se roza, digamos que ese imaginario colectivo de él, puede percibir del otro va a ser eso, va a ser machista, entonces cuando ya esté con esa persona, no así como fulanita tu también tienes que ser así, estar en la casa, sirviendo la comida o haciendo el aseo o bueno en fin, y más que todo acá en la costa que somos muy arraigados a hacer las cosas que hacen los otros con temor al famoso o la famosa burla, o chisme o bueno como le quieran llamar, entonces pienso que sí incide en el imaginario colectivo, y lo hace de una manera muy negativa.

•

**Alejandra:** ¿El culto machista sigue siendo tan marcado en la sociedad actual como era antes?

**Cynthia:** Bueno, yo pienso que la costa atlántica está un poco más arraigada que en el interior del país. Yo pienso que sí ha disminuido, porque pues me he puesto en la tarea de investigar, y a conversar con personas bastante adultas, y ellos mismos reconocen y dicen que si han cambiado muchas cosas que por lo menos ya nosotras las mujeres tenemos, empiezan a hacer un recuento de lo que ellas no tenían y de lo que hay ahora y de la libertad que hay ahora y si ha cambiado muchísimo, antes era peor, entonces digamos que teniendo en cuenta eso que las expresan y lo que uno encuentra en libros, en publicaciones, artículos, sobre el machismo si ha cambiado, y ha cambiado para bien, de pronto ya hay más derechos ya tenemos más libertades, ya hay más seguridad en cuanto a si sucede pues algo, de pronto ya tenemos una mano amiga, está la policía, el bienestar, están los entes que se tengan que encargar si en algún caso el machismo pues llega a infringir en violencia, entonces ya hay más campañas, incluso hay más acompañamiento, como el acompañamiento psicológico, el social, el apoyo como tal de redes social, el apoyo de los programas de televisión, entonces yo pienso que sí ha cambiado y ha cambiado para bien, de pronto en la costa nos falta, nos falta mucho, como te digo lastimosamente, somos muy arraigados a nuestra cultura y al qué dirán, entonces eso nos ha limitado bastante, pero si ha cambiado.

**Alejandra:** ¿Cómo afecta a la autopercepción de hombres y mujeres de estas regiones?

**Cynthia:** Voy a hablar desde mi caso, yo la comparación si la hago, porque, porque me causa digamos controversia el hecho de lo que muestran ahí y de lo que yo soy, o lo que

•

son los que están a mi alrededor y me parece que no hay coherencia, que de pronto está un poco exagerado la forma en la que nos están demostrando, entonces en mi opinión, mi autopercepción si se ve vulnerada ante eso, yo si me comparo y digo, yo no hago eso, o le pregunto al de al lado, ven acá tú alguna vez has hablado así o has hecho algo de eso, eso en verdad sucede aquí así, entonces si afecta la autopercepción de cada uno de los televidentes.

**Alejandra:** Eso ha sido todo por la entrevista, ¡muchas gracias!

**Cynthia:** Gracias a ti, que estés bien.

### **CODIFICACIÓN ABIERTA**

<b>Categorías</b>	<b>Códigos</b>	<b>Palabras claves</b>
<b>Responsabilidad social</b>	RS	-La responsabilidad social que debe tener este tipo de programas más en el país que nosotros estamos viviendo que es Colombia, un país bastante estereotipado, exteriorizado, digamos que los estereotipos que tenemos acá por lo general son negativos. - Nosotros en nuestros programas no tenemos una responsabilidad social más de aprendizaje, construcción de conocimientos, que de pronto brinde un conocimiento enriquecedor a los televidentes es

•

		<p>decir en este caso a los colombianos, no habría ninguna responsabilidad social.</p> <p>- Ya que de pronto involucren al televidente sería eso, que el contenido fuera más enriquecedor, donde la gente pueda aprender, que no sea tan vacío, tan de ocio, creo que ahí había una responsabilidad social y yo le llamaría como, no sé, como transferencia de conocimiento importante para la sociedad.</p> <p>Conocimiento importante para la sociedad.</p>
--	--	---

•

<p><b>Estereotipos en la sociedad</b></p>	<p>ES</p>	<p>-Yo no podría decir que hay de pronto un desconocimiento, sino que es como cierto juego que tienen con el que si sobreactúan entonces voy a parecer más cachaco, si sobreactuó voy a parecer más costeño, creo que es como ese jueguito que tienen ahí, y no encajan exactamente con el comportamiento real.</p> <p>-De manera negativa, hay muchos estereotipos buenos, por ejemplo, el tema este de las personas fitness, de las personas que creen en las energías, que son super positivas, que todo lo hablan de manera positiva, listo, eso influye muy positivamente en la sociedad. -El hecho de que a mí me digan, los psicólogos están locos, ya eso vendría siendo un estereotipo. - Entonces yo pienso que están en todas partes, porque entonces lo que nosotros no hemos podido lograr es aceptarlos y mirar a ver que tanto nos están afectando.</p>
---	-----------	--

<p><b>Machismo regional</b></p>	<p>MR</p>	<p>-Yo pienso que la costa atlántica está un poco más arraigada que en el interior del país.</p> <p>-Yo pienso que sí ha disminuido, porque pues me he puesto en la tarea de investigar, y a conversar con personas bastante adultas, y ellos mismos reconocen y dicen que si han cambiado muchas cosas que por lo menos ya nosotras las mujeres tenemos, empiezan a hacer un recuento de lo que ellas no tenían y de lo que hay ahora y de la libertad que hay ahora y si ha cambiado muchísimo, antes era peor.</p> <p>-Sobre el machismo si ha cambiado, y ha cambiado para bien, de pronto ya hay más derechos ya tenemos más libertades, ya hay más seguridad en cuanto a si sucede pues algo, de pronto ya tenemos una mano amiga, está la policía, el bienestar, están los entes que se tengan que encargar si en algún caso el machismo pues llega a infringir en violencia, entonces ya hay más campañas. -De pronto en la costa nos falta, nos falta mucho, como te digo lastimosamente, somos muy arraigados a nuestra cultura y al qué dirás, entonces eso nos ha limitado bastante, pero si ha cambiado.</p>
---------------------------------	-----------	---

•

<b>Imaginario colectivo</b>	IC	<p>-Yo pienso que la representación que se tiene de cada cosa y vemos en la televisión y puede incidir en el comportamiento de en este caso del televidente, niño, niña, adolescentes, adultos, adultos mayores, pienso si incide. Y que su incidencia es bastante alta. -Digamos que se puede propagar el mismo tipo de comportamiento y el mismo tipo de ideal machista, entre más lo vemos más se propaga, más lo repiten los demás. -Se me ocurre una persona de 22 años, un hombre pues de 22 años le gusta una muchacha pues y entre más vea eso a su alrededor, en la televisión o pues con las personas que se roza, digamos que ese imaginario colectivo de él, puede percibir del otro va a ser eso, va ser machista, entonces cuando ya esté con esa persona, no, así como fulanita tu tambien tienes que ser así, estar en la casa, sirviendo la comida o haciendo el aseo.</p> <p>- Más que todo acá en la costa que somos</p>
-----------------------------	----	---

•

		<p>muy arraigados a hacer las cosas que hacen los otros.</p> <p>-Entonces pienso que sí incide en el imaginario colectivo, y lo hace de una manera muy negativa.</p>
--	--	--

## SEGUNDA PARTE - CODIFICACIÓN ABIERTA



## CODIFICACIÓN AXIAL

Categorías	Tema
Responsabilidad social	Contenidos de aprendizaje
Estereotipos en la sociedad	Ausencia de conocimiento regionales
Machismo regional	Mujeres en la casa y hombres trabajando
Imaginario colectivo	Imitar el comportamiento

- 

## **ENTREVISTA GUIONISTA Y ACTRIZ**

**Etiqueta: (E4, Valentina Celemín 2021)**

**Entrevista hecha por: Yuriana Suárez**

**Entrevista a: Valentina Celemín**

**Fecha: marzo 04**

**Yuriana:** Te voy a explicar un poquito nuestro proyecto para que entiendas las preguntas, nuestro proyecto está enfocado [ehh] en las identidades de las regiones colombianas, en específico las costeñas y la central, por ponerlo de alguna manera. La percepción que tienen las personas de afuera de la costa. En sí nuestra investigación lo que busca explorar es como, la realidad que hay planteada, digamos en las producciones de aquí de Colombia [ehh] de la costa. La percepción que tienen las regiones, de su otredad, de la periferia que en este caso sería la costa atlántica. Entonces, digamos, quiero conocer tanto tu perspectiva como actriz, tu perspectiva como artista. Voy a empezar haciéndote algunas preguntas.

Como actriz, yo quiero saber, ¿cómo hace un actor para conocer la cultura que va a representar? Osea, ¿Cuál es el proceso que llega a tener para conocer el personaje digamos en caso de la novela donde carajos esta Umaña, diego Trujillo tuvo que representar, imitar, dentro de la novela a un costeño, cual pudo haber sido el proceso creativo para conocer qué es lo que tenía que hacer dentro de la novela?

**Valentina:** Mira, eso siempre va a depender de cada actor, del método que le funcione y de lo que pues a lo largo de su experiencia hay avisto que le funcione y lo que no le

•

funciona, hay actores que los acentos le funcionan muy bien, ¿Por qué? Porque tienen esa capacidad, puede ser, no sé si diego, pero digamos puede que a diego le sea muy fácil imitar acentos, como puede que no, en el caso de que no se suele contratar es un coach, un coach actoral que está enfocado en el tema de acentos y esa persona o que hace es un acompañamiento y le ayuda a entender, cómo es ese hablado, si se enfocan mucho en las vocales, que letras se comen, que letras pronuncian más de lo debido, si cantan algunas letras. Entonces, exactamente ese sería un proceso y segundo la escucha, la escucha, escuchar constantemente, pero tienden a tener una persona acompañándolos en el tema de los acentos. Ya en un nivel más de enriquecerse de la cultura conocer un poco más a fondo la pues el contexto del personaje, el pasado del personaje, si bien se ve muy influido por la realidad, también hay un contexto que es ficticio, primero se tiene que entender ese contexto ficticio de donde es que viene mi personaje, que en lo que quiere mi personaje, porque es como es, que esa información te la tiene que dar el guion y si no te la da el guion, uno como actor va generando esa historia y si tiene la oportunidad de hablarlo con el director, que el director y el guionista en algunos casos ha creado esa historia aunque no siempre la ha plasmado en el guion se puede entender un poco más. Y ya cuando es algo mucho más real es una investigación de campo, yendo a los lugares, hablando con la gente muchas veces los mismos actores. Algo que se critica mucho sobre todo en ciertos actores de estados unidos es que son muy fieles al método entonces ponle que Robert De Niro cuando hizo taxi driver literalmente se puso a manejar un taxi, por unos meses para preparar el personaje se tumbó un diente, hay otros actores que van a tener no sé qué papel, alguna vez escuche, entonces el actor iba y comía en la basura otros actores que literalmente se van en esa posición radical de vivir como el

•  
personaje, pero esto que te digo depende mucho de la metodología de cada actor.

**Yuriana:** Yo quiero saber, digamos ya en la parte de guion, ¿Qué cuidados debería tomar un guionista a la hora de representar una cultura? ¿Qué parámetro? ¿Cuál es ese límite entre el humor y la realidad que puede llegar a ser un insulto?

**Valentina:** Eso tiene que ver con la diégesis del guion que la diégesis son exactamente las reglas que gobiernan el mundo del guion, entonces tú puedes agarrar un guion por ejemplo los del paseo que a mí no me gustan para nada, que realmente es una burla clasista a muchos sectores y pues a personas en Colombia que viven esta situación, pero desde un principio se trata así. No es que comenzamos haciendo algo serio y terminamos en esto haciendo una burla, sino que desde el principio del paseo comienza con este tono desde que tú comienzas a ver la película entiendes por dónde va el asunto entonces no te genera como choque, entonces por esto es tan importante lo primero minutos, porque ellos primeros minutos se te establece el tono, se te establece como va a ser a la película. Es una línea muy delgada, pero eso en la preparación tienes que decidir qué y lo que quieres con esa historia si quieres hacer algo mucho más fiel o si quieres partir de algo real y crear una situación ficticia que no te digo que tenga que ser ciencia ficción pero que realmente se aleje un poco de la realidad. Sinceramente es muy complicado ser 100% fiel a la realidad porque una historia tiene una serie de reglas para mantener la atención de las personas para ir creciendo para conseguir los diferentes objetivos que tiene una historia y la vida no tiene esas reglas entonces depende mucho que es lo que se busca con ese guion, si quieres hacer una crítica social si simplemente quieres hacer una película de comedia cuál es el objetivo que tienes con ese guion y cómo lo vas a lograr por medio de esa historia de esa cultura.

•

**Yuriana:** ¿Cuál es ese punto de... digamos aquí en las obras colombianas, las telenovelas, las producciones audiovisuales... ¿qué hacen que usualmente las producciones caigan en la misma redundancia? No sé si has caído en cuenta, pero a través de este análisis de telenovelas, nos hemos dado cuenta que hay un avance en la mirada del cachaco, pero el costeño siempre es el mismo... es la misma persona bacán, es la misma mujer sumisa que necesita del hombre para existir en la telenovela... ¿Por qué siempre cae en la misma redundancia? ¿Qué puede estar fallando?

**Valentina:** Mira lo que tienen las telenovelas es que, primero: son larguísimas son producciones que tienden a tener p lo menos 80 capítulos por ende tienen que enganchar bastante a la audiencia cuando se ven en qué horario se ven las telenovelas en la noche después que todas las personas, todas las persona llegan cansadas del trabajo y quieren es relajarse pasar un buen rato antes de dormir, pues realmente una telenovela no tiene un objetivo educativo, no tiene una mirada crítica no quiere abordar temáticas mucho más con él, ellas lo que quieren hacer es entretener y hacer pasar un buen rato, hay algunas que han aumentado su calidad de una manera impresionante, pero piensa en esto necesitan es más que todo ellas buscan más que todo entretener entonces recaen mucho los estereotipos que es lo sencillo que la gente reconoce que es lo que la gente constantemente está comprando porque como no están buscando ser trascendentales generar una crítica política generar un cambio a través de una telenovela más que entretener ellos saben que esto les funciona, y cómo esto funciona, y esto compra a la gente lo seguimos dando, es como, si a ti te gusta el helado de chocolate, vas a seguir comiendo helado de chocolate porque te gusta porque no tienes que pensarlo mucho.

•

**Yuriana:** ¿Qué importancia tienen todos esos elementos que nos permiten reconocer el momento de... por decir ahora va a salir un costeño o ahora va a salir un pastuso... para que la persona reconozca que es lo que va a ver?

**Valentina:** Todo, todo. Es que el cine o en general la producción audiovisual es un arte que se conforma de muchas otras artes, el cine no es simplemente algo visual como lo es una obra de arte que solamente la vemos y a partir de ahí la apreciamos o música que simplemente la vemos y la apreciamos, o es un libro que simplemente lo leemos y lo apreciamos. Es la mezcla de diferentes artes que lo componen, si tú miras una película sin una banda sonora, no te va a generar la misma emoción, realmente la potencia de las emociones que genera una producción están generadas gracias a la banda sonora, por eso siempre se dice que es preferible mala imagen aun mal audio, porque al menos con un buen audio tú estás entendiendo lo que está pasando por más de que se vea borroso , pero si tú tienes una imagen increíble, pero el audio es malísimo, vas a sacarlo. Vas a sacarlo porque no entiendes. Todo estos aspectos influyen muchísimo, la escenografía la iluminación todo hace parte de contar esta historia porque no solamente el contador de historias es el guionista sino el director su fotografía también está contando el fotógrafo que hace la composición de las imágenes, la iluminación también está contando una historia los vestuarista con su trabajo también están contando una historia todo es un equipo de contadores de historias, desde su ámbito para hacer esta producción esta gran historia. Pues el arte que es.

**Yuriana:** Tú crees que debe o puede existir una estructura básica para estos personajes que digamos... al costeño siempre lo vas a ver con la misma camisa carnavalera, la misma bermuda, las mismas chancletas, si es de pueblo; si es de ciudad, con una camisa cuello

•  
abierto, los zapatos mocasines y un pantalón negro ¿Tú crees que hay una estructura existente ya para esos personajes en las telenovelas?

**Valentina:** Mira, yo no veo tantas telenovelas, pero decirte más que una estructura, es como el estereotipo, que lo que te digo, la gente no está pensando y la gente a esa hora no está buscando pensar, no está buscando profundizar algo en su vida, sino está buscando entretenerse y al fin y al cabo son producciones que se ven a nivel nacional. Y aunque sea triste es cierto. Por más de que todos estemos en el mismo país, en el mismo país muy rico en cultura y pues todos no hemos tenido la oportunidad de estar en todas las culturas y conocerlas de primera impresión, sino lo que conocemos es lo que hemos escuchado, entonces de esta manera es una forma de ellos asegurarse de que se reconozca lo que es este estereotipo, ¿pueden cambiar? Sí, se pueden cambiar, pero volvemos a lo mismo, no es lo que están buscando, ellos están buscando rating, sobre todo en una telenovela que como te decía es una producción muy larga, es una rodación de 80 capítulos, un rodaje de seis meses o más bastante intensivo, si no les va bien cancelan todo y ya, porque es bastante dinero y bastante tiempo en juego.

**Yuriana:** Hablando un poco más de responsabilidad, aun mirando las telenovelas, pero algo más de responsabilidad social de una producción, al momento de realizar o crear. Sí es cierto, las personas que ven esto son personas que ya llegan cansadas del trabajo o son amas de casa. pero se ha mostrado que personas que no son de la costa, igual permea ese mensaje de que siempre que veas a un costeño, le vas a decir “eche nojoda” ... entonces ¿Cómo se hace para formar un cambio dentro de ese imaginario, sin perder el humor, la risa y la atracción a la producción?

•

**Valentina:** Mira es complicado, el cambio más fácil de tener ese pensamiento es que vayas ese lugar y lo conozcas, lo conozcas en carne propia en cultura que sepas como realmente ellos, como es la cultura como son esas personas más allá de la imagen de la sombra que tenemos en la televisión, pero si se quiere generar un cambio ya si tendría que ser algo más profundo en el sentido que tendría que ser ya una telenovelas con estas personas como protagonistas pero buscando algo diferente a este entretenimiento, buscando tal vez humanizarnos un poco más o querer mostrarnos algo diferente de ese mundo, tienen que dar un enfoque diferente a lo que quieren mostrar. Esto pasa en todas partes porque hoy en día todavía como colombianos nos tienen el estereotipo de narcotraficantes, de drogadictos, porque lamentablemente la mayor producciones en Colombia son sobre estos temas, sobre drogas sobre narcotráficos, sobre las guerrillas, y esas producciones que tienden a ser las más populares, son las que se exportan al resto del mundo, son las que están consumiendo el resto del mundo, quien no ha venido a Colombia, no conoce, esa es la imagen que están recibiendo del país. Por eso muchas personas extranjeras cuando vienen al país, y lo viven en carne propia se dan cuenta que es totalmente diferente a lo que les han vendido en las diferentes producciones, pero ese es el tema, el cambio se puede hacer, el tema es que no es necesario, para lo que ellos están buscando porque piénsalo de esta manera, en este caso más que todas las telenovelas aquí a nivel colombiano, son manejadas por empresas muy grandes. Son productos que más que lo que te decía que más que buscar algún logro audiovisual buscar cambiar algo, buscar transmitir algo, están buscando crear rating. Y hacer dinero, porque crees que hay tantos comerciales en las telenovelas, porque es lo que están buscando. Porque mientras les funcione ganen dinero de esa manera, no van a ver la necesidad de cambiarlas.

•

**Yuriana:** ¿Tú crees que uno de los problemas en todo esto, es usualmente que en todas las productoras de novelas que representan a la periferia, son productoras que son centrales, son productoras que desconocen la cultura?

**Valentina:** Claro, yo te podría decir que sí; sin embargo no te podría decir que te lo aseguro al 100% porque no conozco, osea yo te podría decir hay costeos trabajando en esta producción y no lo sabemos, me entiendes porque simplemente por un nombre y es medio complicado garantizar y saber de qué lugar son aunque uno hay veces se podría sospechar por el tema de los apellidos, pero es como sucede en esta película que pienso ahora que va a salir la película, no sé si has escuchado del *canto* de Disney que va a ser sobre Colombia, bueno va a ser una película de Colombia pero hasta ahora lo que hemos visto, lo van a escribir norteamericanos, entonces vamos a ver que resulta, por decir va a ser una película sobre Colombia que si es un sitcom de Colombia pero al no vivir en carne propia lo que es Colombia sigue habiendo cierta distancia sobre ese mundo que se ve con ese mundo que realmente es, entonces eso es lo que realmente puede suceder si puede suceder que como son tan centrales como tú dices, se estén manejando desde un punto de vista lo que vemos que es y tal vez muchas hayan ido pero no han tenido una experiencia así, por decirlo, de tiempo bastante largo sino unas vacaciones, un fin de semana y tienen cierta noción pero también puede que hay personas de esos lugares de esas culturas, presentes en la producción, pero pues como no, es necesario como te decía profundizar en estos aspectos no se ve, pero sí puede ser una de las razones.

**Yuriana:** ¿qué ayuda o apoyo hay para que el actor conozca, ¿cómo debe realizar el personaje?

•

**Valentina:** Uy, complicado. Sobre todo, en una telenovela porque te explico, no estoy 100% de que funcione aquí así, pero es lo que mis sospechas es que sí, como te decía una telenovela es una producción muy grande con demasiados capítulos y que literalmente es un trabajo de seis meses intensivos filmando todos los días doce horas un guionista en su sano juicio no puede escribir 80 capítulos en ese nivel de tiempo, es muy intenso, entonces cómo funciona. En una telenovela suele haber un autor es la persona que se cranea cómo va el capítulo y lo escribe como si escribiera un cuento cuando escribe eso se lo pasa a un escaletista. Un escaletista es una persona que escribe las escenas cómo se escribe una escena. Interior parque de Bogotá día entonces empieza a escribir todos esos encabezados y escribe en una breve descripción de lo que va a tratar esa escena, en cuanto acciones. *Julián y Jaime están en el parque se miran con odio uno agarra un palo y se lo tira en la cabeza, el otro agarra un palo y se lo tira en la cabeza se comienzan a pelear.* Cuando termina un escaletista ese trabajo se lo pasa a un dialoguista que ya es quien escribe los diálogos, escribe todos los diálogos de un capítulo y cuando termina se lo pasa a un autor, y el autor revisa y dice si sí o si no está aprobado el capítulo, y ese es un proceso de más o menos de una semana cada uno tiene un aproximado de dos días para ser su trabajo y mandárselo a la otra persona, entonces, no son guiones super elaborados son guiones que tienen que funcionar porque tienen que producirse y consumirse bastante rápido entonces profundidad como te lo decía no lo esperes por eso es que muchas veces uno dice que los diálogos son malísimos y es por eso son hechos muy rápido tienen que funcionar y eso es lo que importa, entonces vamos a un segundo plano el actor como también tiene poco tiempo y se filma tanto en un día. No es posible porque ellos a mí me lo han dicho, no es posible en una novela aprenderte al 100 por 100 los diálogos como están porque es mucha

•

labor lo que se maneja, que es lo que suele hacer un actor en una telenovela, suele leer la escena suele leer el guion y suele cómo se filma por escena, antes de la escena suele leerla, suele entender de lo que va la escena y muchas veces termina improvisando pero con conciencia de cuál es el objetivo de la escena para donde tenemos que ir y cuando tenemos que terminar la escena, entonces eso es lo que tiene. Un guionista en general lo que más te puede ayudar para la preparación del personaje es ayudarte en este contexto con este qué pasó, porqué escribí lo que escribí con esta historia que muchas veces no se ve reflejada en el guion, pero sí se la tuvo que imaginar un guionista para darle un sentido a lo que está escribiendo pero más allá no puede hacer eso, porque un guionista no suele tener conocimiento de actuación, en mi caso, y puede ser en muchos más, porque yo estudié actuación antes de estudiar guionismo en ese caso, sí podría dar una herramienta diferente que es lo mismo que sucede y se dice mucho cuando los directores también son actores, cuando los directores también son actores los actores de la película se sienten mucho más cómodos porque al ser actor su director hay una comprensión del trabajo que se entienden y hay una guía que va mucho más de la mano que si solo fuera un director, porque se comprende el proceso.

**Yuriana:** En donde está Umaña, Diego Trujillo es uno de esos personajes, que imita muy bien al costeño, pero en el caso de Marcela Carvajal, que hace el papel de la esposa, cargan demasiado el diálogo y yo me decía: ¿El guionista le pone en el guion “eche carajo tráeme esto acá” en cada frase? y pregunto ¿Cuál es el afán de que el costeño diga eso siempre? ¿El guionista se enfoca en eso para que la persona sepa que está imitando a un costeño?

•

**Valentina:** Ojo, puede que sí. Puede que sí en el guion le hayan dicho todo eso, como puede que sea algo de la propia actriz, o algo que el director le dijo, quiero que tu personaje diga esto, porque quiero que esa sea la manera de identificar tu personaje.

**Yuriana:** Hablemos un poco del rol de género dentro de estas producciones, del equilibrio que debe de haber entre apariciones en esta producción, no entrando en feminismo, pero hay un afán de los hombres de mostrar el machismo en los costeros y la imagen de empresario del cachaco... ¿Cómo se hace para mantener un equilibrio correcto? ¿Depende del actor o del productor o del director? ¿De quién depende eso?

**Valentina:** Son muchos los factores; primero tengamos en cuenta que lastimosamente seguimos siendo un país machista y conservador, esa es la realidad, ¿es una triste realidad? Sí, pero esa es la realidad; Luego afecta mucho de quién va la historia, claro, si hablamos de una producción como el capo, pues el que más tiempo en pantalla va a tener va a ser claramente el capo, porque es el protagonista, pero luego pensamos en una producción como la pola y bueno la protagonista y la persona con más tiempo en pantalla va a ser la pola. Realmente la telenovela te mete demasiados personajes, bastantes, pero este es otro tema de las telenovelas. A ti te contratan para otro capítulo y tu personaje pegó, de tu personaje están hablando y a ti solo te contrataron para un capítulo, pero como tu personaje pegó, la gente se encariño, ahora van a hacer que tu personaje continúe ¿por qué? porque a la gente le gusta tu personaje y lo mismo pasa lo contrario, puede que un personaje haya sido pensado para la telenovela, pero a la gente no le gusta, la gente odia como que el personaje no funciona, bueno, afuera, *Sorry*, pero afuera. Hay muchos aspectos que influyen, pero pensarlo hay que hacer una estructura, como que hay que considerarlo. Es medio complicado, sobre todo como te digo, en una telenovela porque

•

hay demasiados personajes y en general una telenovela no te diría que es tan machista en ese sentido, porque como hay tantos personajes. Como te digo, siempre hay bastantes líneas de personajes que abordar, pero sí sigue siendo un problema que se vive hoy en día, y yo te diría que es un más que todo aun por la cultura que tenemos y por las historias que queremos seguir contando y que continuamente estamos contando, que es este tema de narcotráfico de la guerra, de la guerrilla, perdón, de las drogas. Son, si lo ves, de cierta manera estamos contando constantemente la misma historia, es... eso es lo que es, lo que tiene, pero no sabría decirte como se cambia. Directamente el cambio debe provenir de lo que estamos culturalmente viendo y seguir contando historias de mujeres, pero pues te digo, no he visto muchas telenovelas pero de lo que he visto siempre hay cierta presencia de la mujer, y ya que caiga en el interés romántico y esto, qué le vamos a hacer, osea, habría que hacer todo lo contrario y seguir haciendo más producciones como nose, la pola, la ronca de oro, donde las protagonistas sean mujeres, pero desde mi punto de vista, yo que he visto vamos bien porque son producciones que ven, que enganchan y como a diferencia de lo que pasa en el cine no empiezan a catalogarlas “ay, es una producción feminista solo están poniendo a una mujer ahí de protagonista porque quieren eliminar el machismo” no, son producciones que se aceptan que enganchan la gente y que la siguen, la ronca de oro creo que terminó y la pola, tambien esta última donde estaba Ana mari Estupiñán de protagonista, tambien fue a lo largo y eso es lo bueno de la telenovela, como es tan larga te permite que los personajes tengan bastantes apariciones, cierto desarrollo; a diferencia de la película que no te dan el tiempo, para poner de cierta manera muy equitativo.

•

**Yuriana:** ¿De qué depende para que una novela siga? ¿eso lo escriben todo de una vez o lo parten?

**Valentina:** Es una locura, sí, te digo es una locura. Es un trabajo semanal, los guionistas escriben cierta cantidad para comenzar la producción, pero ellos a la par también están escribiendo. No, no, no es una locura; porque ponle que tu escribes 80 capítulos y al capítulo número 10, te dicen “la telenovela es un fracaso, vamos a cancelarla”, y perdiste un montón de tiempo escribiendo 80 capítulos. Tienen que pagarles a los guionistas por esos 80 capítulos, entonces es más un trabajo que va a la par.

**Yuriana:** ya hablando de vestuario, tú como actriz ¿el vestuario también lo estudias? ¿Quién se encarga de esa parte?

**Valentina:** Los vestuaristas, osea, los vestuaristas son diseñadores que se encargan de diseñar esos vestuarios en muchos casos, otros no. Otros directamente lo que hacen es salir a buscarlos, salir a conseguirlos, según lo que necesiten según lo que podría llegar a usar el personaje, entienden que prendas que accesorios o las diseñan directamente, eso es algo completamente... eso es otro equipo, esa es otra sección por eso te digo, todas esas producciones audiovisuales son la combinación de bastantes artes. Yo en lo personal si estudié vestuario porque fue una materia que me dieron en la universidad (que no me gustó para nada, pero me la enseñaron) pero esto tiene mucho más peso, más que todo cuando es una producción histórica que puedas entender. Uno como actor, como actriz no tendría realmente por qué hacerlo, porque a ti te entregan el vestuario y pues tú te lo pones,

•

pero ya en otro nivel cómo era la moda en esa época, cómo es el diseño de esa época, qué se utilizaban, hasta dónde iban los cortes de falda, hay un estudio mucho más profundo en ese campo cuando es algo histórico.

**Yuriana:** Ya en la última pregunta, hablemos un poco de la exageración, tú como conocedora en un ámbito general, por ejemplo, si te ponen a representar a una persona de Ibagué ¿incluso a ti te pondrían a exagerar a un personaje para que se te note el personaje? si miramos, por ejemplo, Chepe fortuna que son costeños personificando costeños, aun así, tienen que exagerar ¿te piden hacer eso o es del actor?

**Valentina:** Mira, eso tiene que ver mucho con el tono de la producción. Chepe Fortuna con lo poco que vi tiene un tinte más de comedia, entonces le viene perfecto. Pienso en el Man es German, la que hacía de Paty, yo no sé si es exagerada o no, pero me parece que exageradísima, pero viene perfecto con el tono de la historia, porque que ella sea así genera esos momentos cómicos que son espectaculares, a mí en lo personal me fascinan. Pensemos en el mejor caso que para mí es, Sofia Vergara de modern family. Sofia tiene una exageración, es un estereotipo de latina con ganas que ella misma lo sabe, ella misma sabe que es un estereotipo ¿Qué pasa? Es lo que le gusta a la gente allá, es lo que funciona y le viene perfecto a Sofía, para la comedia que está buscando la producción. Ella misma sabe que es exageradísimo, ella sabe que ella está representando un estereotipo de latina. Si no sabes, Sofía Vergara originalmente es rubia, ella se tiñó el pelo para la producción, simplemente porque estaban buscando ese estereotipo de latina. Pero luego pensemos en una serie como “Cómo Defender un Asesino” donde actúa una actriz mexicana, y cuando ella hace el casting, ella dijo, “pero yo no quiero ser la mexicana que habla inglés así “how are you” (marcación exagerada) [ta-ta-ta]”. “No, no, no, no te preocupes, tú vas a hacer la

- 

mexicana, pero tu habla tu inglés como hablas”, que habla perfectamente inglés, pero aun así sigue la historia del peso mexicano, o ahorita Natalia Reyes de Terminator, como Terminator no es una comedia y pues Natalia no se vio obligada a hacer algo mucho más estereotipado. Depende más del tono que esté buscando la producción.

•

### Codificación abierta

Categorías	Códigos	Palabras claves
Cambio Social	CS	Son, si lo ves, de cierta manera estamos contando constantemente la misma historia, es... eso es lo que es, lo que tiene, pero no sabría decirte como se cambia. Directamente el cambio debe provenir de lo que estamos culturalmente viendo

Cambio Social	CS	Son muchos los factores; primero tengamos en cuenta que lastimosamente seguimos siendo un país machista y conservador, esa es la realidad, ¿es una triste realidad? Sí, pero esa es la realidad;
---------------	----	--

Cambio Social	CS	<p>si se quiere generar un cambio ya si tendría que ser algo más profundo en el sentido que tendría que ser ya una telenovela con estas personas como protagonistas, pero buscando algo diferente a este entretenimiento</p>
Tono Determinante	TD	<p>Entonces tú puedes agarrar un guion por ejemplo los del paseo que a mí no me gustan para nada, que realmente es una burla clasista a muchos sectores y pues a personas en Colombia que viven esta situación, pero desde un principio se trata así.</p>

•

Tono Determinante	TD	Sinceramente es muy complicado ser 100% fiel a la realidad porque una historia tiene una serie de reglas para mantener la atención de las personas para ir creciendo para conseguir los diferentes objetivos que tiene una historia y la vida no tiene esas reglas entonces depende mucho que es lo que se busca con ese guion,
-------------------	----	---

•

Tono Determinante	TD	<p>Puede que sí en el guion le hayan dicho todo eso, como puede que sea algo de la propia actriz, o algo que el director le dijo, quiero que tu personaje diga esto, porque quiero que esa sea la manera de identificar tu personaje.</p>
-------------------	----	---

Tono Determinante	TD	<p>eso tiene que ver mucho con el tono de la producción. Chepe Fortuna con lo poco que vi tiene un tinte más de comedia, entonces le viene perfecto. Pienso en el Man es German, la que hacía de Paty, yo no sé si es exagerada o no, pero me parece que exageradísima, pero viene perfecto con el tono de la historia, porque que ella sea así genera esos momentos cómicos que son espectaculares. Pensemos en el mejor caso que para mí es, Sofia Vergara de <i>Modern</i></p>
-------------------	----	---

•

		<p><i>Family</i>. Sofía tiene una exageración, es un estereotipo de latina con ganas que ella misma lo sabe, ella misma sabe que es un estereotipo ¿Qué pasa? Es lo que te gusta a la gente allá, es lo que funciona y le viene perfecto a Sofía, para la comedia que está buscando la producción. Ella misma lo sabe que es exageradísimo, ella sabe que ella está representando un estereotipo de latina</p>
Entretención	E	<p>Mira lo que tienen las telenovelas es que, primero: son larguísimas son producciones que tienden a tener por lo menos 80 capítulos por ende tienen que enganchar bastante a la audiencia cuando se ven en qué horario se ven las telenovelas en la noche después que todas las personas, todas las persona llegan cansadas del trabajo y quieren es relajarse pasar un buen rato antes de dormir, pues realmente una telenovela no tiene un objetivo</p>

•

		<p>educativo, no tiene una mirada crítica no quiere abordar temáticas mucho más con él, ellas lo que quieren hacer es entretener y hacer pasar un buen rato.</p>
--	--	--

Entretención	E	<p>todo ellas buscan más que todo          entretener entonces recaen mucho          los estereotipos que es lo sencillo          que la gente reconoce que es lo que          la gente constantemente está          comprando porque como no están          buscando ser trascendentales generar          una crítica política generar un          cambio a través de una telenovela          más que entretener ellos saben que          esto les funciona</p>
Entretención	E	<p>más que una estructura, es como el          estereotipo, que lo que te digo, la          gente no está pensando y la gente a</p>

•

		esa hora no está buscando pensar, no está buscando profundizar algo en su vida, sino está buscando entretenerse y al fin y al cabo son producciones que se ven a nivel nacional
--	--	---

Entretención	E	¿Pueden cambiar? Sí, se pueden cambiar, pero volvemos a lo mismo, no es lo que están buscando, ellos están buscando rating,
Entretención	E	Son productos que más que lo que te decía que más que buscar algún logro audiovisual buscar cambiar algo, buscar transmitir algo, están buscando crear rating. Y hacer dinero, porque crees que hay tantos comerciales en las telenovelas, porque es lo que están buscando. Porque mientras les funcione ganen dinero de esa manera, no van a ver la necesidad de cambiarlas

•

Entretención	E	desde mi punto de vista, yo que he visto vamos bien porque son producciones que ven, que enganchan y como a diferencia de lo que pasa en el cine no empiezan a catalogarlas “ay, es una producción feminista solo están poniendo a una mujer ahí de protagonista porque quieren eliminar el machismo” no, son producciones que se aceptan que enganchan la gente y que la siguen
--------------	---	--

•

Entretención	E	no son guiones super elaborados son guiones que tienen que funcionar porque tienen que producirse y consumirse bastante rápido entonces profundidad como te lo decía no lo esperes por eso es que muchas veces uno dice que los diálogos son malísimos y es por eso son hechos muy rápido tienen que funcionar y eso es lo que importa
--------------	---	--

•

Presencia del Personaje	PP	Luego afecta mucho de quién va la historia, claro, si hablamos de una producción como el capo, pues el que más tiempo en pantalla va a tener va a ser claramente el capo, porque es el protagonista, pero luego pensamos en una producción como la pola y bueno la protagonista y la persona con más tiempo en pantalla va a ser la pola.
Presencia del Personaje	PP	A ti te contratan para otro capítulo y tu personaje pegó, de tu personaje están hablando y a ti solo te contrataron para un capítulo, pero como tu personaje pegó, la gente se encariño, ahora van a hacer que tu personaje continúe ¿por qué? porque a la gente le gusta tu personaje y lo mismo pasa lo contrario

•

Presencia del Personaje	PP	Es medio complicado, sobre todo como te digo, en una telenovela porque hay demasiados personajes y en general una telenovela no te diría que es tan machista en ese sentido, porque como hay tantos personajes
Migración del estereotipo	ME	hoy en día todavía como colombianos nos tienen el estereotipo de narcotraficantes, de drogadictos, porque lamentablemente la mayor producción en Colombia es sobre estos temas, sobre drogas sobre narcotráficos, sobre las guerrillas, y esas producciones que tienden a ser las más populares, son las que se exportan al resto del mundo, son las que están consumiendo el resto del mundo, quien no ha venido a Colombia, no conoce, esa es la imagen que están recibiendo del país

•

Migración del estereotipo	ME	Por eso muchas personas extranjeras cuando vienen al país, y lo viven en carne propia se dan cuenta que es totalmente diferente a lo que les han vendido en las diferentes producciones
---------------------------	----	---

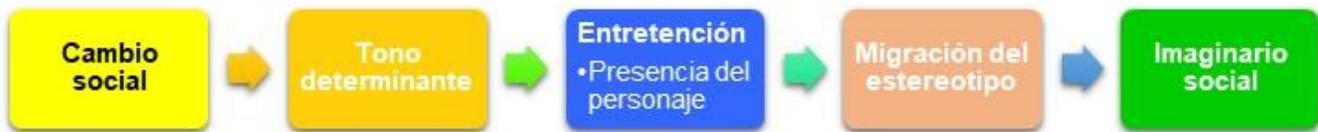
Migración del estereotipo	ME	no sé si has escuchado del <i>canto</i> de Disney que va a ser sobre Colombia, bueno va a ser una película de Colombia, pero hasta ahora lo que hemos visto, lo van a escribir norteamericanos, entonces vamos a ver que resulta, por decir va a ser una película sobre Colombia que, si es una sitcom de Colombia, pero al no vivir en carne propia lo que es Colombia sigue habiendo cierta distancia sobre ese mundo que se ve con ese mundo que realmente es
---------------------------	----	--

•

Imaginario Social	IS	Por más de que todos estemos en el mismo país, en el mismo país muy rico en cultura y pues todos no hemos tenido la oportunidad de estar en todas las culturas y conocerlas de primera impresión, sino lo que conocemos es lo que hemos escuchado, entonces de esta manera es una forma de ellos asegurarse de que se reconozca lo que es este estereotipo,
Imaginario Social	IS	Mira es complicado, el cambio más fácil de tener ese pensamiento es que vayas ese lugar y lo conozcas, lo conozcas en carne propia en cultura que sepas como realmente ellos, como es la cultura como son esas personas más allá de la imagen de la sombra que tenemos en la televisión,

•

## Codificación Abierta - Segunda Parte



## Codificación axial

Categorías	Codificación axial
Cambio Social	Función del Medio
Tono Determinante	Proceso de comunicación
Entretenimiento	Rating
Presencia del Personaje	Igualdad Social
Migración del Estereotipo	Exportación de producciones
Imaginario Social	Representación

- 

## **ENTREVISTA TRABAJADORA SOCIAL**

**Etiqueta: (E5, Yira Montero 2021)**

**Entrevista hecha por: Nicolás Calderón**

**Entrevista a: Yira Miranda Montero**

**14 de marzo 2021**

**Duración: 60 minutos**

**Nicolas Calderón:** ¿Qué opina usted de los estereotipos de género difundidos por los medios de comunicación y en especial en las telenovelas?

**Yira Montero:** mi percepción sobre el concepto al respecto está basada en estos estudios de género que he realizado. Digamos en medio de las investigaciones que hemos hecho tanto en la fundación Lùvo, como en la relación que tenemos en otras organizaciones que investigan o denuncian, digamos estos casos. Los estereotipos son muy típicos porque nuestra cultura está basada en ellos, los estereotipos de género, los roles que le dan una acción determinada tanto a mujeres como a hombres en nuestra sociedad, están basados en nuestra cultura. Lo que hacen los medios de comunicación es seguir reproduciendo esa cultura a través de la masividad que tienen estos espacios y pues las novelas tampoco se quedan atrás, las novelas lo que hacen es seguir replicando y reproduciendo nuestra cultura mundial puede decirse. El machismo, nuestra relación, nuestra educación ha sido basada en ese machismo y pues por eso es que los estereotipos siguen tan vigentes en las novelas, en el cine, en las series, bueno últimamente digamos que se han empezado como una campaña que rompe también con todos estos ideales y todos estos estereotipos de género,

- 

pero digamos que no han tenido tanto impacto como el *mainstreaming* que es lo que se ve popularmente en nuestra televisión. Por ejemplo, en la nacional hablando aquí de Colombia, entonces estos estereotipos se refuerzan todo el tiempo porque pues nosotros nos comportamos así en nuestra cultura y la ficción nos presenta también, como deben seguir comportándose las mujeres, como se deben comportar los hombres y eso va reforzando digamos esta realidad y estos estereotipos. Mi opinión es que estos estereotipos que se ven desde los medios de comunicación solamente refuerzan nuestra cultura, evidentemente si tienen un impacto muy negativo porque niños y niñas siguen viendo esta televisión, siguen consumiendo estos productos y pues es difícil si en los hogares estamos y en los colegios estamos haciendo una tarea pedagógica, de enfoques de género, que sean más igualitarios que sean más respetuosos, que sean más responsables con la promoción de los derechos humanos. Incluyendo los derechos humanos que tiene la mujer. Entonces va ser mucho más difícil, porque los medios nos están bombardeando todo el tiempo con cómo ese *status quo* que debemos tener en cuestión de género, la mujer que es ama de casa que decidió criar a sus hijos, eso está bien. Lo que pasa es que el estereotipo lo que hace es reforzar que eso es lo que tienen que hacer todas las mujeres, no porque lo decidamos sino porque eso es lo que tenemos que hacer.

**Nicolas Calderón:** y digamos en cierto punto hay como una retroalimentación entre la sociedad y los medios de comunicación, ósea porque uno dice de donde salen los estereotipos son los medios los que los crean o es la propia gente la que los adopta, ahí hay un flujo que al final uno termina haciendo lo que dice la televisión, pero también ellos cogen cosas que la gente hacía y al final lo muestran como algo innato.

•

**Yira Montero:** Exacto, exacto y definitivamente esa cuestión que tú tienes la pregunta que te haces, como qué bueno que, y quien están manteniendo a quien, evidentemente es eso es nuestra cultura la que mantiene digamos todo lo que se debe hacer y ser en los medios, no solo en los medios ahora en las plataformas digitales; Instagram, TikTok, Facebook todo esto lo mantenemos nosotros como seres humanos. Porque nosotros somos los que creamos cultura, esa cultura se ve en los medios, ósea las redes sociales y los medios son reflejo de nosotros de nuestra sociedad entonces se dan los estereotipos, los medios tampoco asumen la tarea pedagógica de ir diciendo no podemos seguir haciendo esto no podemos seguir representando esto porque estos estereotipos de género son dañosos para la sociedad, entonces por ejemplo lo vivimos en novelas mostrando al típico hombre galán, mujeriego que una mujer tiene que enamorarlo creyendo que enamorándolo lo va a cambiar para que ella sea la única mujer que él tenga en su vida.

**Nicolas Calderón:** ¿Usted cómo ve la representación que hacen estos medios de comunicación de la mujer costeña y del hombre santandereano?

**Yira Montero:** Bueno los estereotipos no solamente tienen que ver con la cuestión de género sino con la cuestión racial, en este caso es una cuestión muy regionalista. Entonces el estereotipo está basado en un prejuicio que tenemos de algo o de alguien, en este caso de las personas y aquí pasa eso con la mujer costeña en este caso lo que hacemos es erotizarlas todo el tiempo, la exotización hace que uno diga a la mujer costeña es curvilínea, es alegre, es jocosa, baila y sabe bailar, saber cantar. Saber hacer un montón de cosas solo por el hecho que adjudicamos o la metimos en esa categoría de mujer costeña, entonces ella debe ser así, pero la gente omite muchas cosas con estos estereotipos y es

•

que no todas las mujeres costeñas son así, si no todas las mujeres las costeñas tienen esa misma educación, no todas las mujeres son así ¿sí me hago entender?

La que se salga de esos comportamientos de una vez dicen, “esta no es costeña” y de una vez le vamos diciendo a las personas que es lo que para nosotros es a no “tú no eres costeña porque tú no sabes bailar”. Lo mismo pasa con el hombre santandereano en este caso en Santander está metido en la cabeza la concepción que la mujer santandereana es brava, es arrechísima, les pega a los hombres etc. Entonces somos así, ha sido una cosa que se nos ha metido mucho desde que se nos ha inculcado mucho en la cabeza por estas mismas cuestiones de interiorización que hace el individuo. Pero no es así y se tiene que el hombre es mucho más tranquilo, mucho más, que se deja pegar de la mujer santandereana que es violenta y esto lo que hace es seguir reforzando estos estereotipos de género, raciales y en este caso regionalistas que afectan en cuanto a la gente, por eso las mujeres en Santander cuando denuncian la violencia de género, pues no se le cree porque ella es dura, que permea a todos los funcionarios públicos que atienden casos de violencia pues no crean que una mujer es víctima de violencia.

Lo mismo pasa con los hombres, nuestra cultura está basada en que los hombres no se dejan pegar, pero hay violencia hacia los hombres por parte de sus parejas, por parte de sus familiares que no, han tenido el apoyo y el acompañamiento de ir a denunciar porque cuando van a denunciar los funcionarios o las funcionarias públicas se burlan de esa persona o se burlan de ese hecho, entonces sufren una doble victimización aquí, porque nuestra cultura cree que a los hombres no les pegan. Entonces es una expectativa que se tiene de los hombres todo el tiempo, que no pueden mostrar como feminidad no pueden mostrar vulnerabilidad no pueden mostrar como que sus emociones no pueden ser

- 

demostradas en público porque se nos sale ese hombre del estereotipo del don juan, del galán, del macho entonces no sabemos que hacer como sociedad con ese hombre o con esa persona no sabemos qué hacer. No sabemos dónde ubicarla, nuestra sociedad está muy basada en categorizar todo, hemos categorizado desde las cuestiones de género hasta las cuestiones raciales y de clase. Estamos divididos en estratos, estamos divididos por colores de piel, estamos divididos por cuestiones de sexo o género el mundo vive de esa clasificación y lo hemos dejado vivir hasta hoy.

**Nicolas Calderón:** Uno nace y piensa que eso es natural, ya lo ve como legitimado a su alrededor y desde pequeño a uno le dicen no es que usted es niño usted es así y ella es niña entonces ella tiene que ser de esta otra manera, uno crece con eso y lo va naturalizando y todos esos discursos se van interiorizando.

**Yira Montero:** Los discursos se van interiorizando desde nuestra socialización y educación que recibimos primero en casa y luego en la escuela, el colegio la universidad, la sociedad por completo va haciendo caso, va apoyando esa construcción de personalidad de cada uno y va reforzando estas cuestiones de género y cuando en el hogar más bien tus padres son librepensadores y hacen la tarea como de decir no puedes discriminar a nadie en el mundo, entonces tu sales y el mundo te dice que sí, tienes que ir discriminando a la gente en estos estereotipos y claro la educación que recibimos desde niños y niñas, parece esto muy básico y muy tonto pero desde el azul y el rosa desde ahí vamos metiendo esta ideología esta forma de pensar en la cabeza de cada nueva persona que va intentando construir su personalidad también en este mundo, pero la educación es muy fuerte, la educación es ideologizan te. Nosotros de alguna manera si nos terminan adoctrinando en ciertas cosas, nos terminan diciendo que lugar debemos ocupar en la sociedad desde la

•

educación y el rosa y el azul son para iniciar, luego el niño con el balón la niña con la muñeca y así.

Todo el tiempo estamos siendo súper influenciados, ahora muchos más porqués la vida se nos volvió virtual y estamos consumiendo todo el tiempo medio y pues claro ahí están las propagandas la publicidad de un carro, de una moto se hace usan el cuerpo de una mujer estereotipada, el cuerpo de la mujer desnudo para publicidad llama la atención es llamativo, vende, por lo general no se ven usando los cuerpos de los hombres para esto. Incluso hasta con los juguetes de niños y niñas, entonces seguimos reforzando todo el tiempo por los medios en cualquier oportunidad que tenemos seguimos reforzando estos estereotipos.

**Nicolas Calderón:** ¿Usted qué estereotipos de género percibe como los más frecuentes en las telenovelas colombianas?

**Yira Montero:** Mira que actualmente con todo lo de la pandemia volvieron a retransmitir novelas muy viejas y pues fue interesante ver el boom que volvió a tener “Betty la fea” o el boom que volvió a tener “Pedro el escamoso”, todas estas producciones muy viejas, porque considero que al ver cómo fue en su momento y como fue hoy en día, se da una cuenta que no hemos cambiado mucho. Si una producción de hace años tuvo tanta acogida, porque será, okey hay dos opciones o nos sentamos a ver críticamente y a consumir críticamente lo que estamos viendo y no nos quedamos solamente con lo que nos venden, el tipo con plata, galán, mujeriego, la fea lo enamora y ella cambia y se vuelve la cenicienta y lo enamora y se casa y felices para siempre, es la misma historia de los cuentos. Donde dicen que van a vivir felices para siempre, y eso que hace no ayuda que como personas entendamos la violencia de género porque normalizamos esos casos.

•

Lo que tú acabas de decir, el tipo que le presentaron que la trataba bien, que le hablaba clarito, que la respeto. Ella no se quedó con ese porque estaba enamorada del otro y quería era al otro y no nos permite ese amor romántico ver la violencia de género, lo mismo le pasa a “Betty la fea” como a un montón de mujeres en nuestra sociedad, evidentemente estamos muy bien educadas en este sistema, que no nos permite darnos cuenta la cuestión es bastante psicológica y las novelas psicológicamente nos trabajan y refuerzan. Todo eso a que lleva, que al final no reconocemos esa violencia, esa agresión que se está teniendo hacia los cuerpos, algunos estereotipos son aceptados, no son cuestionados y son dados por hecho, son entendidos como que no se pueden cambiar porque así es nuestras culturas y no hemos entendido que la cultura la hacemos nosotros mismos. En muchos espacios me han cuestionado, no esto no se puede cambiar porque esto es tradición, esto es tradicional, es una costumbre de un pueblo.

Yo sí, pero es que las tradiciones y las costumbres las hacemos nosotros y son dañinas para un grupo minoritario o para una comunidad o para cierto grupo de personas, hay que cambiar esa tradición y esas costumbres. Colonialismo

Pensamos que eso fue historia que eso no hizo nada. Ehh y le agradecemos a la madre patria, lo que somos hoy en día, pero resulta que lo que somos hoy en día también fue resultado de ese proceso de colonización y esa imposición y ese suceso que ha venido elaborando como sociedad de allá para acá se llama Colonialismo. Eso también nos impuso una forma de relacionarnos, una forma de categorizarnos, una forma de vida y nos impuso una forma de relacionarnos desde lo heteronormativo desde la heterosexualidad. La belleza ha sido unos de los impactos más fuertes que tuvo el colonialismo porque nos impuso también un estereotipo de belleza, siendo que acá en América Latina quienes eran

- 

los originarios de estas tierras fueron indígenas y nosotros no somos capaces de admirar la belleza indígena como algo bello. Incluso la palabra indio, india, “ese indio” es usado como algo despectivo, como algo para humillarte, algo para decirte que eres menos. Los seguimos usando y son estereotipos de género, son estereotipos de belleza, son estereotipos que vienen heredados y no hemos sido capaces de reconocerlo y en los medios se ve completamente que una persona bella es una persona delgada, alta, blanca, ojiazul o verde, lo que sea, mona o rubia, castaña clarita. Yo por ejemplo no voy a salir nunca en una portada de revista.

Hasta ahora, hasta hace poco se ha venido hablando de inclusión, porque es que a la moda a los medios también le impactan los procesos sociales que se han ido llevando a cabo y es desde todo ese movimiento antirracista, que fue un furor el año pasado por lo que paso en Estados Unidos, la gente empezó a ser más consciente.

Ósea que también las redes sociales y los medios hicieron visible todo eso de alguna manera, aunque por los noticieros no nos hubiéramos enterado mucho si no hubiéramos tenido un celular a la mano, que se volvió viral toda esa cosa. Empiezan a denunciar estas cuestiones y haber movilización social alrededor de esto, entonces hacemos cambiar a la industria cuando nos empezamos a movilizar o a denunciar.

Los estereotipos de belleza o de estos estereotipos de este paquete de herramientas que usan los medios para construirnos. “Betty la fea”, es el ejemplo espectacular para toda la mujer negra de 30 que venía del Choco, no recuerdo de donde era el personaje, hacia parte del cuartel de las feas y la gente divina, hermosa, bella, modelos y tal todas eran altas, flacas, delgadas, blancas.

•

Entonces uno ahí puede hacer un análisis muy fuerte. Mira que recientemente con todo este movimiento Black en Estados Unidos, el que Hollywood también se vio impactado por esa exigencia de los actores y las actrices negras, que Estados Unidos fue fuerte y sigue siendo fuerte la discriminación racial, es así de frente, como la fue la segregación en su momento, Hollywood empezó a hacer películas con protagonistas negros, como ejemplo el Black Panther, tuvo un impacto mundial espectacular porque ¡Oh! El protagonista, el héroe, el salvador, es un negro, es África en un espacio inventando, pero el simbolismo que eso representaba era eso era África como continente, como la madre de los demás culturas y continentes en el mundo.

No entendemos como el poder mediático cambia algo en la sociedad y muchos niños y niñas negro se sintieron representados por primera vez en una figura tan grande a nivel internacional en cuanto a superhéroes, entonces parece tonto, parece que no, que solo es una película, pero si no hay representación en la película, si no hay representación en la novela, si no hay representación en los noticieros, en una cosa que ves todos los días, en un programa de esos de “Día a Día”, pues tú dices yo no puedo llegar a ser eso, no puedo llegar a ser presentadora, no puedo ser actriz porque no veo representación.

Esta cuestión de estereotipos es muy amplia, como se ve a las mujeres en la novela y como se ve a los hombres en las novelas, pues resulta que en estas novelas los protagonistas no son ni negros ni negras y ese es un estereotipo bastante fuerte, que aún tenemos en nuestra sociedad, en Colombia tenemos este discurso pluriétnico, multicultural gracias a la constitución del 91, que reconocimos muy tarde de hecho, porque la abolición de la esclavitud se dio muy tarde en Colombia y aquí el mestizaje fue una tarea de blanquear todo lo negro y todo lo indígena que hubo en estas tierras y gracias a ese mestizaje es que

•

ahora cuando hablamos de discriminación, todo el mundo se siente mal porque dicen no, es que todos somos negros y negras todos somos indígenas porque nos mezclaron, nos mezclaron para eso para borrar esa herencia que teníamos, pero igual es imposible, sin embargo nuestra sociedad siguió dividida así y es lo que seguimos hablando, los estereotipos nos han marcado tanto que en la novelas en Colombia es muy raro ver un protagonista negro o negra en Colombia y si lo hay, está reproduciendo el mismo papel, que tenemos colectivamente, ese rol ese estereotipo que tenemos colectivamente, porque tú ves un negro o una negra en una novela y es el típico papel del hombre o la mujer wapachosa, recochera, por lo general costeño ya sea del caribe o del pacifico, por lo general jocoso, que echa chiste , es borrachón o que toma o que ya es sí. La mujer es exótica, todo el tiempo exotizando lo negro, eso son estereotipos fuertes que tenemos en nuestras producciones a nivel nacional.

**Nicolas Calderón:** ¿Qué recomienda usted o qué propondría para mitigar y romper estos estigmas sociales?

**Yira Montero:** Capacitación y actualización en temas de derechos humanos, ni siquiera es que se quede todo en cuestión de género, porque la gente sigue pensando que si se habla de género es una cosa solo de mujeres y no es así, la cuestión de género involucra a todo el mundo a todas las personas y a los hombres también impacta porque seguimos criando y socializando como hombre de una manera muy específica y sigue sin cambiar y se cubre mediáticamente la violencia. Seguimos cubriendo estas cosas de cierta manera y en los medios siento que no estamos capacitándonos para informar de una manera ética, no estamos capacitándonos en ética profesional que es como tú debes mantener unos mínimos

- unos principios básicos, para ejercer, para comunicar, para intervenir, dependiendo de toda esta violencia es muy amarillista, es muy morboso y sigue culpando a las víctimas.

Entonces lo que yo digo e insisto es que necesitamos actualización necesitamos formación y es constantes es un ejercicio de todos los días, así uno haya salido graduado de la carrera, de maestría, del doctorado, el posdoctorado. Lo que sea, uno todos los días necesita formarse porque yo tengo ya casi 30 años y esto fue una formación de hace 10 años para que he venido auto cuestionándome, auto educándome, y también hay muchas cosas que hay que desaprender para llegar a estas críticas duras a lo que vemos en nuestra sociedad, pero si ya comprendimos nuestros medios, nuestras producciones, nuestras novelas, todo lo que creamos es muy machista y tiene muchos estereotipos no permite ampliar esta mirada desde lo cultural, desde lo social desde lo político, ya sabemos que es dañino que impacta pues porque no empezamos a cambiarlo.

Si nacimos en unas familias que son extremadamente religiosas que son homofóbicas, si ya nos reconocimos porque no pretendemos cambiarlo, ya no es excusa decir es que a mí me criaron así. El compromiso de respetar los deberes y los derechos a nivel mundial. Los estereotipos parecen algo pequeño, muy mínimo que no le importa a nadie, pero sigue reforzando esta cultura que si es violenta hay que cambiar eso.

•

## CODIFICACIÓN ENTREVISTA TRABAJADORA SOCIAL

Categorías	Codificación axial
Estereotipos Sociales	Imágenes fijas
Representación social	Proyecciones de la sociedad
Hábitos sociales	Comportamientos



Categorías	Códigos	Palabras claves
Estereotipos sociales	ES	Los estereotipos son muy típicos porque nuestra cultura está basada en ellos, los estereotipos de género, los roles que le dan una acción determinada tanto a mujeres como a hombres en nuestra sociedad
		los medios tampoco asumen la tarea pedagógica de ir diciendo no podemos seguir haciendo esto no podemos seguir representando esto porque estos estereotipos de género son dañosos para la sociedad, entonces por ejemplo lo vivimos en novelas mostrando al típico hombre galán.
		Bueno los estereotipos no solamente tienen que ver con la cuestión de género sino con la cuestión racial, en este caso es una cuestión muy regionalista. Entonces el estereotipo está basado en un prejuicio que tenemos de algo o de alguien, en este caso de las personas y aquí pasa eso con la mujer costeña en este caso lo que hacemos es erotizarlas todo el tiempo, la exotización hace que uno diga a la mujer costeña es curvilínea, es alegre, es jocosa, baila y sabe bailar, saber cantar
		se tiene que el hombre es mucho más tranquilo, mucho más, que se deja pegar de la mujer santandereana que es violenta y esto lo que hace es

		seguir reforzando estos estereotipos de género, raciales y en este caso regionalistas que afectan en cuanto a la gente.
		no pueden mostrar como feminidad no pueden mostrar vulnerabilidad no pueden mostrar sus emociones no pueden ser demostradas en público porque se nos sale ese hombre del estereotipo del don juan, del galán, del macho entonces no sabemos qué hacer como sociedad con ese hombre o con esa persona no sabemos qué hacer.
		hay dos opciones ver críticamente y a consumir críticamente lo que estamos viendo y no nos quedamos solamente con lo que nos venden, el tipo con plata, galán, mujeriego, la fea lo enamora y ella cambia y se vuelve la cenicienta y lo enamora y se casa y felices para siempre, es la misma historia de los cuentos.
		vienen heredados y no hemos sido capaces de reconocerlo y en los medios se ve que una persona bella es una persona delgada, alta, blanca, ojiazul o verde, lo que sea, mona o rubia, castaña clarita. es el típico papel del hombre o la mujer wapachosa, recochera, por lo general costeño ya sea del caribe o del pacifico, por lo general jocosos, que echa chiste, es borrachón o que

		toma o que ya es sí. La mujer es exótica, todo el tiempo erotizando lo negro, eso son estereotipos fuertes que tenemos en nuestras producciones a nivel nacional.
<b>Representación social</b>	<b>RS</b>	Lo que hacen los medios de comunicación es seguir reproduciendo esa cultura a través de la masividad que tienen estos espacios y pues las novelas tampoco se quedan atrás, las novelas lo que hacen es seguir replicando y reproduciendo nuestra cultura mundial puede decirse
		Mi opinión es que estos estereotipos que se ven desde los medios de comunicación solamente refuerzan nuestra cultura, evidentemente si tienen un impacto muy negativo porque niños y niñas siguen viendo esta televisión
		los medios son reflejo de nosotros de nuestra sociedad entonces se dan los estereotipos
		Todo el tiempo estamos siendo súper influenciados, ahora muchos más porqués la vida se nos volvió virtual y estamos consumiendo todo el tiempo medio y pues
		claro ahí están las propagandas la publicidad de un carro, de una moto se hace usan el cuerpo de una mujer estereotipada, el cuerpo de la mujer desnudo para publicidad llama la atención es llamativo,

		vende, por lo general no se ven usando los cuerpos de los hombres para esto.
		Ósea que también las redes sociales y los medios hicieron visible todo eso de alguna manera, aunque por los noticieros no nos hubiéramos enterado mucho si no hubiéramos tenido un celular a la mano, que se volvió viral toda esa cosa
		porque ¡Oh! El protagonista, el héroe, el salvador, es un negro, es África en un espacio inventando, pero el simbolismo que eso representaba era eso era África como continente, como la madre de los demás culturas y continentes en el mundo
		muchos niños y niñas negro se sintieron representados por primera vez en una figura tan grande a nivel internacional en cuanto a superhéroes
		entonces parece tonto, parece que no, que solo es una película, pero si no hay representación en la película, si no hay representación en la novela, si no hay representación en los noticieros, en una cosa que ves todos los días, en un programa de esos de “Día a Día”, pues tú dices yo no puedo llegar a ser eso, no puedo llegar a ser presentadora, no puedo ser actriz porque no veo representación.

		Seguimos cubriendo estas cosas de cierta manera y en los medios
Hábitos culturales	<b>HC</b>	El machismo, nuestra relación, nuestra educación ha sido basada en ese machismo
		entonces estos estereotipos se refuerzan todo el tiempo porque pues nosotros nos comportamos así en nuestra cultura y la ficción nos presenta también, como deben seguir comportándose las mujeres, como se deben comportar los hombres y eso va reforzando digamos esta realidad y estos estereotipos
		Entonces va ser mucho más difícil, porque los medios nos están bombardeando todo el tiempo con cómo ese status quo que debemos tener en cuestión de género
		evidentemente es eso es nuestra cultura la que mantiene digamos todo lo que se debe hacer y ser en los medios, no solo en los medios ahora en las plataformas digitales; Instagram, TikTok, Facebook todo esto lo mantenemos nosotros como seres humanos. Porque nosotros somos los que creamos cultura, esa cultura se ve en los medios, ósea las redes sociales
		por eso las mujeres en Santander cuando denuncian la violencia de género, pues no se le cree porque ella es dura, que permea a todos los

		funcionarios públicos que atienden casos de violencia pues no crean que una mujer es víctima de violencia.
		Lo mismo pasa con los hombres, nuestra cultura está basada en que los hombres no se dejan pegar, pero hay violencia hacia los hombres por parte de sus parejas, porque nuestra cultura cree que a los hombres no les pegan
		Estamos divididos en estratos, estamos divididos por colores de piel, estamos divididos por cuestiones de sexo o genero el mundo vive de esa clasificación y lo hemos dejado vivir hasta hoy.
		Los discursos se van interiorizando desde nuestra socialización y educación que recibimos primero en casa y luego en la escuela, el colegio la universidad, la sociedad por completo va haciendo caso, va apoyando esa construcción de personalidad de cada uno y va reforzando estas cuestiones de género
		claro la educación que recibimos desde niños y niñas, parece esto muy básico y muy tonto, pero desde el azul y el rosa desde ahí vamos metiendo esta ideología esta forma de pensar en la cabeza de cada nueva persona que va intentando construir su personalidad también en este mundo

•

		<p>nos terminan diciendo que lugar debemos ocupar en la sociedad desde la educación y el rosa y el azul son para iniciar, luego el niño con el balón la niña con la muñeca y así.</p>
		<p>no esto no se puede cambiar porque esto es tradición, esto es tradicional, es una costumbre de un pueblo. Yo sí, pero es que las tradiciones y las costumbres las hacemos nosotros y son dañinas para un grupo minoritario o para una comunidad o para cierto grupo de personas, hay que cambiar esa tradición y esas costumbres.</p>

- 

## **GRUPOS FOCALES**

### **GRUPO FOCAL AMAS DE CASA**

**Etiqueta: (GF1, 2021)**

**Entrevista hecha por:** Daniela Navarro

**Entrevista a:** María Rosalba Vargas, Yelitza Ramírez, Lucila Sandoval, Lina Marcela Villa, Lisbeth Catherine Diaz y Rubiela Márquez.

**Fecha: 29 de marzo 2021**

**Daniela:** Buenos días para todas, mi nombre es Daniela Navarro, pertenezco al programa de comunicación social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. En esta mañana hablaremos de medios de comunicación y telenovelas. Para iniciar quiero conocer sus nombres, edad, ocupación y localidad.

**Rosalba:** Mi nombre es María Rosalba Vargas, tengo 56 años, soy ama de casa y vivo en Bucaramanga.

**Yelitza:** Mi nombre es Yelitza Ramírez, tengo 35 años, soy ama de casa y vivo en Villanueva La Guajira.

**Lucila:** Mi nombre es Lucila Sandoval, tengo 67 años, soy ama de casa y vivo en Floridablanca.

**Lina:** Mi nombre es Lina Marcela Villa Illidge, soy ama de casa, tengo 45 años y vivo en

•

Villanueva- La guajira.

**Lisbeth:** Mi nombre es Lisbeth Catherine Díaz Frías, soy ama de casa, tengo 46 años y vivo en Maicao- La Guajira

**Rubiela:** Buenos días, mi nombre es Rubiela Márquez Sandoval, tengo 44 años, actualmente soy ama de casa y vivo en Bucaramanga.

**Daniela:** Ahora bien, empezamos las preguntas. Primera pregunta, ¿Cuáles eran los roles sociales que cumplía cada persona en su hogar?

**Lina:** ¿Eran o son?

**Daniela:** Eran

**Rosalba:** La mujer tenía muy poca posibilidad de trabajar el rol era con sus hijos y en el hogar no tenía la posibilidad de trabajar el hombre era el que llevaba el sustento a la casa.

**Lucila:** Siempre he aportado económicamente al sustento del hogar, quehaceres de las tareas domésticas del hogar organizando todo antes de ir a laboral, y crianza de mis hijos.

**Lisbeth:** Bueno mi madre y padre trabajaban y nos quedamos al cuidado de mi abuela, mi rol siempre ha sido ser ama de casa.

**Rosalba:** Mi rol era trabajar desde muy joven, primero para ayudar a mis padres y familiares y después para mantener mi hogar ya que mi esposo es discapacitado, también desempeñe el rol de campesina. He notado que el rol de la mujer cambió un poco ahora la

•

mujer trabaja sigue pendiente de sus hijos es pocas palabras la mujer es actualmente multifacética.

**Lina:** Uno como ama de casa nunca deja de trabajar, me quedé con mis hijos constantemente mientras que el esposo laboraba, me salía trabajo tenía que dejarlos para atender a mis hijos, vivíamos en un corregimiento muy lejos de la ciudad, yo no tenía con quien dejar a los tres.

**Rubiela:** Mi rol era estudiar para superarme, luego fui madre, empecé a trabajar y terminé en la crianza de mis hijos.

**Alejandra:** Segunda pregunta: ¿Cuál era el medio de comunicación más frecuentado durante su crecimiento como persona?

**Lisbeth:** Desde muy temprana edad contaba con televisión blanco y negro con tres canales, como vivía en una frontera siempre llegaban los canales venezolanos, también use telegrama, ya después llegó el teléfono fijo ya uno se empieza a comunicar con las personas y la televisión sigue siendo la prioridad y las redes sociales.

**Rosalba:** Hoy en día se utiliza mucho el celular, pero anteriormente era la radio y el envío de cartas.

**Lucila:** Durante la época era la radio y el teléfono fijo, tiempo después la televisión a blanco y negro porque era costoso tener un televisor.

**Lina:** El medio de comunicación en el pueblo era un Telecomm. Nos colocaban citas para recibir las llamadas.

**Rubiela:** Se utilizaba la radio, ya estaba la televisión inicialmente estaba en blanco y negro y ya después a color y más adelante pudimos contar con línea telefónica y ahora

•

actualmente las redes sociales para informarme, el internet es muy importante para estar informado de lo que pasa a nivel nacional y mundial.

**Yuriana:** Tercera pregunta. ¿Qué simbolizaba ese medio de comunicación e interacción en sus hogares?

**Lina:** Una bendición, gracias a Telecomm podíamos comunicarnos con nuestros familiares.

**Rosalba:** La radio es muy importante ya que es un medio de aprendizaje educativo también emiten las noticias y las radionovelas.

**Lisbeth:** La tv era el momento en que estábamos reunidos en familia ya que eran pocos los horarios en que se transmitían los programas.

**Lucila:** Por medio de la radio en ese tiempo era medio de enseñanza e información sobre los hechos y acontecimientos en el país. Recuerdo el teléfono monedero, había que hacer cola o turno para poder llamar a nuestros familiares y amigos, en las fechas de cumpleaños utilizaba y me llegaban mensajes por telegrama.

**Yuriana:** Cuarta pregunta. En qué momento de sus vidas, se integró la televisión y qué efecto tuvo está en su vida/casa.

**Lina:** Al año de estar viviendo en el pueblo obtuve mi primer televisor pequeño, lo prendía y le subía el volumen para escuchar los programas mientras hacía los quehaceres y alistaba a los niños. Me entretenía mucho.

•

**Rosalba:** Hace cuarenta años se integró en mi hogar y era muy entretenido ya que transmitían programas musicales recuerdo que todo era en vivo y en directo la televisión era a blanco y negro.

**Lisbeth:** Desde pequeña tuve la fortuna de tener televisión y para mí era una forma de divertirme y de conocer otras cosas por medio de este medio, nos reunimos en familia para vernos en programa ya que se daba a una hora exacta eran pocos programas y se transmitían a una hora exacta.

**Lucila:** Tuve la oportunidad de ver la televisión cuando tenía diez años, mis vecinos nos daban permiso de ver la televisión, ya que en mi casa no había los recursos para comprar uno. A la edad de 19 años obtuve un mejor trabajo y junto con mi compañero pudimos ahorrar y comprar un televisor para el hogar, para que mis hijos disfrutaran de este medio.

**Alejandra:** Quinta pregunta ¿Qué imagen tiene de los costeños a partir de las producciones televisivas conocidas? ¿Qué imagen tiene de las personas del interior a partir de las producciones televisivas conocidas?

**Daniela:** La primera es para las personas residentes del interior del país. La segunda, para las personas que residen en la costa.

**Lucila:** Los costeños son personas muy extrovertidas, amigables, sociables, les gusta mucho la parranda, un porcentaje de ellos la prioridad es tener en su casa un potente equipo de música.

**Lisbeth:** Yo tuve la oportunidad de vivir en Bogotá por eso ya conocía la cultura de ellos y no le cambian el estereotipo de ellos sus gustos su comportamiento, pero no me gustaban

•

como estigmatizan a los costeños siempre con los colores para vestir el dialecto me parece exagerado ya que todos los costeños no hablamos así.

**Lina:** La cultura de cada región cambia; los costeños son muy des complicados en casi todo. Las personas del interior son más respetuosas y cultas.

**Yuriana:** Sexta pregunta: ¿se siente identificado con la imagen que las telenovelas muestran de su región?

**Lisbeth:** Para nada me siento identificada, porque ni hablamos así, nuestro comportamiento no es el que muestran ahí, ni somos flojos, no somos fiestero, no somos bebedores eso hay de todo en todas las culturas.

**Rosalba:** En algunos aspectos me siento identificada pero no en todos debido a que en las telenovelas vemos aspectos no representativos de nuestra cultura distorsionando un poco la realidad.

**Lucila:** Hay producciones que sí muestran cómo somos, en otras exageran, hay aspectos que me identifican como organizados, trabajadores etc.

**Yuriana:** Séptima pregunta. ¿Cuáles telenovelas sienten que han marcado un estereotipo de su región?

**Lina:** Doña Bárbara.

**Lucila:** Lola calamidades.

**Lisbeth:** La playita.

**Rubiela:** El man es Germán.

•

**Yuriana:** Listo mujeres, muchas gracias a todas por su participación.

**Alejandra:** Muchas gracias, su participación es de mucha ayuda.

**Daniela:** Feliz día.

### **Codificación axial**

<b>Categorías</b>	<b>Codificación axial</b>
Rol de la mujer	Mujer multifacética
Machismo	Desigualdad de género
Medios de comunicación	Quinto poder
Simbolización de medios	Importancia de los medios
Percepción de las personas costeñas y del interior	Imagen distorsionada
Identificación del interior	Realidad comprendida
Identificación de los costeños	Realidad trastocada

•

### Codificación de segundo plano

Categorías	Códigos	Palabras claves
Rol de la mujer	RM	<ul style="list-style-type: none"><li>- Siempre he aportado económicamente al sustento del hogar, quehaceres de las tareas domésticas del hogar organizando todo antes de ir a laboral, y crianza de mis hijos.</li><li>- Mi rol siempre ha sido ser ama de casa.</li><li>- Mi rol era trabajar desde muy joven, primero para ayudar a mis padres y</li></ul>

•

		familiares y después para mantener mi hogar. - Mi rol era estudiar para superarme, luego fui madre, empecé a trabajar y terminé en la crianza de mis hijos.
Machismo	M	- La mujer tenía muy poca posibilidad de trabajar el rol era con sus hijos y en el hogar no tenía la posibilidad de trabajar el hombre era el que llevaba el sustento a la casa.
Medios de comunicación	MC	- Televisión - Telegrama - Teléfono fijo - Redes sociales - Radio

•

Simbolización de medios	SM	-La radio es muy importante ya que es un medio de aprendizaje educativo también emiten las noticias y las radionovelas.
-------------------------	----	---

•

<p>Percepción de las personas costeñas y del interior</p>	<p>PCI</p>	<p>- Los costeños son personas muy extrovertidas, amigables, sociables, les gusta mucho la parranda, un porcentaje de ellos la prioridad es tener en su casa un potente equipo de música.</p> <p>- Yo tuve la oportunidad de vivir en Bogotá por eso ya conocía la cultura de ellos y no le cambian el estereotipo de ellos sus gustos su comportamiento, pero no me gustaban como estigmatizan a los costeños siempre con los colores para vestir el dialecto me parece exagerado ya que todos los costeños no hablamos así.</p>
---	------------	---

•

		<p>- La cultura de cada región cambia; los costeños son muy descomplicados en casi todo. Las personas del interior son más respetuosas y cultas.</p>
--	--	--

•

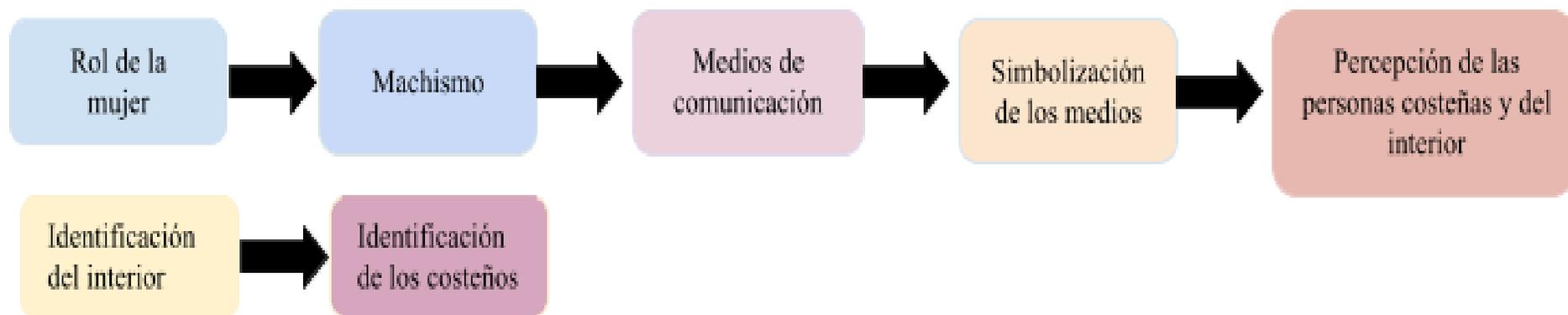
Identificación del interior	II	<ul style="list-style-type: none"><li>- En algunos aspectos me siento identificada pero no en todos debido a que en las telenovelas vemos aspectos no representativos de nuestra cultura distorsionando un poco la realidad.</li><li>- Hay producciones que sí muestran cómo somos, en otras exageran, hay aspectos que me identifican como organizados, trabajadores etc.</li></ul>
-----------------------------	----	--

•

Identificación de los costeros	IC	-Para nada me siento identificada, porque ni hablamos así, nuestro comportamiento no es el que muestran ahí, ni somos flojos, no somos fiesteros, no somos bebedores eso hay de todo en todas las culturas.
--------------------------------	----	---

•

**SEGUNDA PARTE - CODIFICACIÓN ABIERTA**



•

## **GRUPO FOCAL ESTUDIANTES DE ARTES AUDIOVISUALES**

**Etiqueta: (GF2, 2021)**

**Entrevista realizada por: Nicolas Calderón y Alejandra Moya**

**Entrevista a: Kiara Castro, Daniel Álvarez, Adrián Mulford, Juan Pablo Borrero, Cristian Pedraza, Andrés Meneces y Camila Idrovo**

**Fecha: 9 de abril 2021**

**1) ¿Han tenido compañeros que vengan de la costa o el interior del país, cuál es el choque entre lo que se muestra en la televisión a lo que realmente son?**

**Kiara Castro - Sujeto 1:** Soy de la Guajira y estudio en Barranquilla, y me da un poco de risa por qué los estereotipos que se ven de la costa en la televisión no solamente afectan a las que ven en otra parte del país que no sea la costa, sino que también afecta a los mismos costeños. Muchas personas piensan que la costa es solamente Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, de hecho, muchos costeños piensan eso, y cuando yo llegue a la ciudad por primera vez a la universidad, algunos compañeros me preguntaron de donde y yo respondía que era de la Guajira y decían ah tu eres de la Guajira, es verdad que allá los venden por chivos, es verdad que allá hablan raro siempre era ese tipo de cosas. En cuanto a los estereotipos de televisión creo que tiene que ver mucho con eso, porque eso es lo que ha mostrado la televisión en cuanto en las noticias y en las telenovelas. No sé si me afecte,

- 

a mí eso no me ofende, ni me hace sentir mal ni nada, pero creo que afecta a las personas en general porque es como falta de conocimiento, pero el choque es como que te pregunten si es cierto lo que se ve en la televisión Uds. se comportan de esta forma o hablan de esta manera o hacen cierto tipo de cosas.

**Daniel Álvarez - Sujeto 2:** Estudio con una compañera que es paisa, el único choque con las series o telenovelas muestran al paisa que solamente dice gonorrea, gonorrea, de que es un poco nea, malhablado, pero el choque de uno es que al conocerla se da cuenta que es una persona muy respetuosa, eso sí que los paisas hablan paisa en donde sea.

**Adrián Mulford - Sujeto 3:** No soy fiel consumidor de las producciones colombianas, pero embarcándome un poco más sobre los estereotipos, de cierta forma siento que nos están limitando a todos de manera muy grave, porque se nos enmarca en esa visión de que todos los costeños podemos ser flojos, entonces un costeño que no sea flojo es algo muy raro, todo eso es culpa de los estereotipos, tengo un compañero que es paisa y estudia medicina y él se enfascaba en que nuestro vocabulario era solo eche no joda, lo podía entender porque me decía que en las novelas cuando caracterizaban a un personaje costeño solo decían eche no joda, de cierta forma sí le hacen daño a la imagen de cada región.

**Cristian Pedraza - Sujeto 4:** Soy de Bucaramanga nunca he estado en otro lugar, tengo un compañero que es de Valledupar, nunca he sido afín a la tv colombiana y he visto poco de las novelas que han producido en el país, pero mi mayor diferencia en cuanto a los costeños es “Chepe Fortuna” la única que he visto y nunca sentí que alguno de los personajes de ahí se pareciera a mi compañero, ni nunca entendía como los chistes, esos chistes de humor pesado sobre los costeños, de hecho él fue el que me explico de donde venía el chiste de la burra porque nunca había entendido.

•

**Juan Pablo Borrero - Sujeto 5:** Por mi parte también he compartido con gente de la costa, los estereotipos también se utilizan mucho más por marketing y por la venta y el consumo del público, creo que es como las películas de “el paseo” entre más estereotipos sea no solo la región costeña, sino de todas las regiones de Colombia es lo que se consume y lo que más se va consumir por eso se crea como es tipo chistes, de personajes, que muchas veces hay personas que creen que verdad los costeños son flojos o son solo mamadores de gallo, todo nace como de esa construcción casi que estereotipada de la región.

**Andrés Meneces - Sujeto 6:** Yo vengo de la costa y uno si nota que la gente cuando se va a referenciar sobre los costeños utiliza los estereotipos, como de “eh mamaburra” y siempre los tildan a uno de ah ese costeño ese es perezoso, ese es mujeriego, lo único que escucha es vallenato y uno se da cuenta que eso viene del tipo de contenido que la gente consume no solo por la tv, sino también el contenido de las redes sociales, el contenido de comedia y la gente tiene un imaginario de lo que es un costeño, a partir de la percepción que le han creado los medios.

**Camila Idrovo - Sujeto 7:** He tenido compañeros costeños, y siempre se ha creado ese estereotipo de que son personas mal habladas y que también son flojos y corronchos, pero por lo menos con los que yo he tenido contacto son muy buena gente, muy centradas, trabajan súper bien y se visten como se visten en la costa que llegan a clase en short, en sandalia, pero no puedo decir que se vistan mal se visten como ellos están acostumbrados. Incluso acá en Bucaramanga aplicaría la forma de vestirse en short y en sandalias si sigue siendo un clima caluroso.

•

**2) ¿Si usted fuera un productor de televisión qué errores evitará al momento de hacer una producción y no caer en los estereotipos?**

**Sujeto 4:** quisiera hacer una diferencia entre estereotipos y arquetipos, los estereotipos son todos los que ya se han dicho de cómo la comunidad ve a otra comunidad, los arquetipos es tomamos esa idea que como se ven esas personas y la vamos desarrollando, lo que pasa con la mayoría de las telenovelas colombianas como son en su mayoría comedia y no tan dramática se quedan en los estereotipos y no van hacia los arquetipos que es partir de ese estereotipo e ir evolucionando, irlo desarrollando como personaje humano dejaría a un lado los estereotipos y usaría los arquetipos.

**Sujeto 3:** Mi respuesta se puede parecer a la de él, evitar en error de no profundizar a la hora de representar a los personajes es maso menos lo que había pensado, pero él lo dice con las palabras que es, no sé qué más qué decir.

**Sujeto 2:** Teniendo en cuenta el género que se vaya a representar si es solo drama o el que sea pues teniendo en cuenta eso, hacer la representación bien, sin necesidad de utilizar los estereotipos y que se marquen tanto a menos que pueda ser algo de comedia y se pueda mostrar por ejemplo un costeño corroncho, o mostrar como en “El man es German” que se mostraba a esta muchacha que hablaba mucho y gritaba, dependiendo de lo que se quiera mostrar teniendo en cuenta la cultura sin mostrar ni marcar los estereotipos tanto.

**Sujeto 1:** Yo creo que uno de los errores que yo evitaría y que son de los más comunes en las producciones que representan a otras regiones es que las mismas personas que pertenece a esa región se ofenden o son los que representan esos personajes, muchas veces

•

usan a persona de otras regiones para representar a un costeño, sino que buscan a alguien que es de otra parte o no buscan a una persona paisa sino a alguien de otro lado. Buscaría a alguien que de verdad haga parte de ese ambiente y que creció y conoce y sabe cuáles son las verdaderas características de un costeño de un paisa para que sea el que lo represente y no tener que ir a otra persona que no tiene conocimiento de la cultura y de otras cosas para que luego se vuelva una exageración y una burla y algo que no tenga sentido eso sí teniendo en cuenta el género que se vaya a realizar en ese momento.

**3) ¿Ustedes consideran que las personas encargadas de producir una pieza audiovisual tienen en cuenta a la gente de la región o las personas que van a representar o que simplemente lo hacen según lo que ellos creen?**

**Sujeto 1:** Evidentemente cuando se hace una producción tan grande como la que hay en Rcn, Caracol, Telecaribe, canal Tro ,lo que sea, ellos realizan una investigación ellos no trabajan al aire ni se hace una producción al aire, se estudia la cultura se estudia todo eso y se arma un perfil psicológico de los personajes y los actores como quieren que ellos interpreten eso, pero el problema es que no buscan a la persona que está apropiada de esa cultura sino que buscan a otro, creo que es más difícil interpretar a alguien que tú no eres, de pronto lo puede lograr porque ese es el trabajo del actor obviamente, pero no está apropiado no es algo que de verdad siente esa pasión de haber nacido en ese lugar.

**Sujeto 4:** Si yo creo que lo que dice Kiara está bien, hace una relación de investigación-creación se investiga a fondo el menor detalle de toda la parte de preproducción, todo lo que sea acerca de la región que se vaya a mostrar y respecto a lo que ella habla de que a veces no usan a los actores que vengan de allá. Como en la serie de Netflix de Colmenares que no usaron un actor de allá de la costa sino un actor de Bogotá.

•

**Sujeto 6:** Pasa otra cosa que acá hay una cultura muy diferenciada en cada región a diferencia de otros países que no hay mucha diferencia, no se han dado cuenta de lo importante que es para nosotros los colombianos la identidad como región, con lo de Colmenares por ejemplo que para ellos se le hace fácil coger a un actor de otro lado, pero para nosotros si es importante nuestra identidad como región.

**4) ¿Desde las universidades considera que se trata de superar estos estereotipos o por el contrario los perpetúan?**

**Sujeto 3:** voy en 2 semestre y hay un profesor Julio Caballero es un buen profesor y dice que no les gusta y que está cansado de las novelas se centran en el estereotipo de que el colombiano es narcotraficante, en modo respuesta diría que no existen esos estereotipos por parte de nuestros profesores.

**Sujeto 2:** yo voy en 8 el último semestre y los profesores siempre están en la lucha de que uno evitará los estereotipos y siempre nos ponían varios ejemplos para que evitáramos esos errores, un ejemplo que nos pusieron fue “La playita” de RCN, era muy exagerada todo lo del costeño, nunca he visto esa parte de estereotipos ahí en la universidad por parte de los profesores

**Sujeto 1:** Comparto lo que dicen mis compañeros Adrián y Daniel creo que compartimos varios profesores y tampoco por mi parte he visto que ellos perpetúan esos estereotipos al contrario siempre están como diciéndonos que los superemos y también todas las ventajas que tenemos es que nosotros tenemos profesores de distintas partes y nos dicen que hay que cambiar esos estereotipos no se enfocan que nos quedemos estancados.

**Sujeto 5:** En el caso de la Unab lo que se trabaja desde esos estereotipos es empezar a crear el mismo personaje y una investigación más a profundidad, a pesar de que no se

•

enseña a fondo eso en nuestra universidad se parte de lo que hablaba Cristian de los arquetipos eso ayuda a darle significado a esa investigación y se rescatan estereotipos, que son significativos para el personaje la región, la cultura entonces pues se tienen que tener en cuenta porque pues también es una representación de ello no caer en lo vago en lo que siempre vemos sino tener ese punto diferente de lo que se está mostrando.

**Sujeto 6:** En mi caso que soy un costeño que vive en el interior tuve buenas experiencias con los profesores uno piensa que los santandereanos son muy regionalistas solo piensan en ellos, pero yo he tenido una buena experiencia una vez en una asesoría de un guion, quise escribir una historia y mostrar la cultura costeña desde una perspectiva diferente. El apoyo que recibí por parte del profesor en el seminario creativo fue eso de la intención de la mostrar los costeños, la cultura de unos costeños de la ribera del río Magdalena no los de las grande ciudades costeras, siento que el problema no está en la academia sino en el mercado, la generación de nuestros padres estaba acostumbrado a los estereotipos tengamos en cuenta sábados felices ellos están acostumbrados a los chistes súper estereotipados, nunca he conocido a algún pastuso en mi vida pero tengo el estereotipo que son muy ingenuos y lo mismo puede pasar con alguien del interior que cuando se encuentre a un costeño lo primero que hace es decir eche mamaburra, pero el problema está en el mercado no en la academia, creo que hay que educar al público. Y un buen ejemplo de esto de educar al público sería esto de las películas como Pájaros de verano, que es una película que tuvo cierto éxito, y ya que hay una muchacha que comenta que es de allá de La guajira, y pues no sé qué experiencia tiene ella con la película, si se la ha visto. Si yo fuera de la Guajira y estuviera viviendo en otra región y mis amigos me comentan que esa es su referencia de la cultura, que parte de la cultura guajira es así, pues

- 

me sentiría bien, se sentiría chévere. Yo pienso que hay una necesidad del mercado, que apunta más a este tipo de estereotipos porque la gente ya está acostumbrada, por eso las películas del paseo tienen tanto éxito, año tras año, porque ya tienen el público educado hacia ese tipo de contenido. Bueno esa es mi opinión.

##### **5) ¿Consideran que hay un cambio de mentalidad en las nuevas generaciones?**

**Sujeto 1:** Yo creo que es muy difícil no caer en estereotipos, sin embargo, respondiendo a lo que tú dices, pues es evidente que la generación de ahora evita caer en esos estereotipos, no que no cae, sino que evita y procura, no caer en el mismo tema y se vuelva cliché, entonces es como... Yo creo que personalmente es difícil no caer en estereotipos y como tú lo estabas diciendo, por más de que uno salga de los estereotipos comunes y caiga en otros que tal vez no son tan comunes, ¿si me entiendes? Entonces los estereotipos siempre van a estar ahí, la cuestión es que uno busca la manera de no caer siempre en lo mismo, pero no sé si sea posible acabar con los estereotipos dentro de la televisión o de la radio o cualquier medio.

**Sujeto 7:** Yo creo que los estereotipos son bastantes complejos, porque a final de cuentas eso es lo que vende, digamos en el paseo, eso vende, pero si lo cambiáramos y pusiéramos a alguien más tranquilo, a la gente no le gustaría, y a final de cuentas, nosotros estamos vendiendo ese trabajo, entonces también hay que atraer a ese público, claro que nosotros como artistas, este... Pues si tratamos de luchar con esos estereotipos, pero a final de cuentas que en un punto si vamos a tener que volver a los estereotipos porque la gente va intentar relacionar ese personaje con algo que ellos conozcan y no con algo desconocido, porque eso es lo que atrae.

•

**Sujeto 1:** Bueno intervengo nuevamente ya que nadie habló, estoy de acuerdo con lo que dice Camila y también creo que lo que dijo anteriormente Andrés, también creo que es cierto, es que... Quitar los estereotipos en este tema es más complicado, porque por más que uno quiera, bueno si tú vas a hacer un proyecto personal, de pronto que no estés esperando nada a cambio, simplemente, que lo quieres hacer para reflejar, algo que de verdad quieres reflejar, pues entonces de pronto no te importe, pero si tú vas a hacer algo comercial, que tú quieres que te genere, pues tú tiendes a caer en esos estereotipos porque como decía la compañera eso es lo que está generando, lastimosamente así es que nos movemos nosotros.

#### 6) ¿Creen que es importante buscar educar a través del entretenimiento?

**Sujeto 4:** Pues si... No es como... No es como si no se intente ahorita o por lo menos están canales como señal Colombia que pues... Todo lo que pasan ahí más o menos en plan de conectar regionalmente al país, trata de ir más allá de los estereotipos de cada región. Ehh... Yo creo que sí se puede, pero no es como lo que a la gente más le mueve, le llama la atención, es decir, la mayoría de la gente conoce ahora a Colombia es más por netflix y narcos que por otra cosa... Por Ciro Guerra y sus películas.

**Sujeto 7:** Yo creo que aquí volvemos a lo que estábamos mencionando anteriormente, o sea si se puede educar y todo, pero pues la gente va a buscar siempre en la televisión ese entretenimiento, en el cual él se sienta identificado, y si ponemos a una persona moralmente correcta que sea... Bueno, diferente a nosotros, quizás el espectador no se va a sentir atraído y no le va a llamar la atención, que nosotros quisiéramos hacer, yo creo que muchos lo hemos pensado en nuestros guiones y hemos dicho bien, chévere, podríamos hacer algo así, y así enseñarle a las personas como ser correctas, pero pues si ya

- 

nos vamos a vender o algo es muy probable que no venda, porque tenemos que identificarnos con la gente, y eso es lo que pasa con los programas locales, no, hay programas locales que la gente casi no los ve, pero si recurre a Caracol y RCN porque con eso es lo que se sienten identificados con eso de la identidad del colombiano.

**Sujeto 6:** Yo creo que eso quizás pueda cambiar un poco, bueno, al punto que lo estamos explotando a nivel internacional por narcos y eso, digamos... Hay producciones que están intentando sacar, nuevas perspectivas por ejemplo, el proyecto este de netflix de la serie de Cien años de soledad, está la película del Olvido que seremos, pero yo siento que no, bueno que cada vez más no todo el público ve ese tipo de producciones, la gran mayoría de personas sigue viendo, caracol, rcn, si hay propuestas, de canales regionales pero la cuestión con eso es que la gente no está interesada en verla, como si esta interesa en ver por cuarta vez Betty la fea o por tercera o cuarta vez Diomedes y así... entonces hay como realizadores, la responsabilidad está hacer el cambio desde la industria, pero siento que no es tanto nuestra responsabilidad porque ya cuando, hablamos de la industria, la industria responde a un mercado, y el mercado tiene unas necesidades y nosotros no dictaminamos lo que la gente quiere consumir, la gente quiere ver, lo que quiere ver, y si la gente quiere ver personajes estereotipados, ehh... pues que podemos hacer nosotros si eso es lo que ellos quieren.

**Sujeto 1:** Bueno respondiendo a la pregunta, bueno yo creo que sí, es posible educar a través del entretenimiento, o sea si la pregunta es, es posible educar a través del entretenimiento por medio de telenovelas y eso, es posible, de hecho, lo que pasa es que hay un peligro de educar a través de telenovelas, y es que por ejemplo se puede caer en información errónea, por ejemplo yo creo que de pronto, una novela que uno aprende

•

puede ser la pola, por ejemplo, porque ahí habla sobre la historia de Policarpa Salavarrieta o cómo ocurrió todo esto de la independencia del país, o de cómo esta mujer luchó y ‘tatata’, pero al mismo tiempo hay que tener en cuenta que es una novela y tiene cosas que son mentira, que son inventadas porque necesitan extender la novela y necesitan ponerle más entretenimiento y más contenido a la vaina, entonces te pueden enseñar? sí, pero es peligroso hacerlo por medio de una telenovela, eso es lo que yo pienso.

**Sujeto 2:** Bueno yo también quería comentar, pues... casi lo mismo que Kiara, pues en el sentido de que... de que se puede, se puede lograr este... educar a través del entretenimiento, las novelas, pues si es posible, por lo menos, también hay que ver, que se quiere... en qué sentido se quiere educar, porque si nos vamos para un ejemplo, eso es lo que hace la Rosa de Guadalupe, hace educar, por decirlo así, en la moral que ellos manejan, si me entiendes, pero puede llegar a pasar eso de lo que dice Kiara, que puede llegar un momento, puede llegar hacer exagerado o que por buscar más rating o algo, pues este pongan cosas que es mentira, pero de que se puede lograr, yo pensaría que sí, obviamente, haciendo como te digo, una investigación buena y planteando algo muy interesante.

## 7) ¿Qué proceso o criterios se tienen en cuenta a la hora de realizar un producto audiovisual regional?

**Sujeto 2:** Bueno yo diría que para llevar a cabo específicamente un producto audiovisual regional lo más importante sería tener en cuenta la cultura, hacer una investigación importante acerca de la cultura y direccionar a que parte de la cultura va. Este... un ejemplo si se quiere hacer un producto audiovisual de Valledupar, hay que ver la cultura

•

de Valledupar, ¿cuál es la cultura de Valledupar? El vallenato, y se investiga, cómo llegó el vallenato a esta región y todo eso.

**Sujeto 4:** Bueno yo ahorita mismo estoy en un proyecto de animación, que va dirigido a un grupo indígena de la costa, en el cual pues no nos hemos... Pues basado en un grupo indígena de Colombia, sino que, en varios, entonces lo que hicimos principalmente fue la parte de investigación, el chico que está dirigiendo esto, es de Valledupar, lo que hemos hecho sobre todo es investigar desde varios puntos de vistas, hemos intentando ser como... Lo que más nos importaba era el mensaje, que el mensaje se entendiera, entonces lo que hemos hecho es buscar a estas culturas como referentes, más no como intentos de representaciones visuales, si, ehh... buscar que sea algo verosímil, pero sin la necesidad que sea algo real, algo que esté ahí, sobre todo porque es un género de fantasía y por eso más que otra cosa.

**Sujeto 1:** Bueno yo creo que lo más importante cuando uno va a llevar un proyecto audiovisual de una región en específico, como decían los dos compañeros, la investigación es la base de todo, y pues de ahí se saca todo lo demás.

**8) ¿Qué cambios realizaría en el plan de estudio de su carrera para erradicar los estereotipos?**

**Sujeto 7:** Bueno yo creo que es importante enseñar la parte de etnografía, ya que a través de la etnografía conocemos a los pueblos y a sus culturas, y pues si no queremos caer en estos estereotipos es importante conocer las culturas o el pueblo al que vamos a dirigirnos o vamos a representar.

**Sujeto 3:** Bueno yo si bien reconozco que lo que la compañera menciona es importante, de hecho considero que es un problema que no se soluciona directamente en la universidad,

•

a que me refiero con eso, siento que es algo que se tiene que trabajar desde la primaria, o sea yo siento que dejarnos llevar por los estereotipos de cierta forma es una falta de criterio de nosotros como población y generado más por la falta de una buena educación, entonces como tal considero que no hay una materia que se deba impartir en la universidad, sino más bien es un proceso que se debe tener desde mucho antes en la estructura educativa de cada uno de nosotros.

**Sujeto 7:** Si Adrián, tienes toda la razón, yo asumí la pregunta como si fuera, como si fuera algo que se puede asumir desde la universidad, pero definitivamente si, eso viene desde el colegio, desde las casas también.

**Sujeto 6:** Yo creo que una cosa que hay que tener en cuenta, por ejemplo, es esta novela, chepe fortuna, que me la volví a ver hace poco, y es el hecho de que los personajes no tienen unos matices claros, de pronto por la facilidad y accesibilidad que tenga una novela para la televisión, el personaje no puede ser tan complejo, pero creo que cuando los personajes no tienen matices, la gente tiende a pensar más rápido, ‘no es que así son los costeños’, por ejemplo, no sé si se la vieron todos, el personaje del bellaco, el personaje del bellaco fue el mismo durante toda la serie, nunca cambió, entonces es más fácil que la gente diga, ‘no es que el costeño es perro todo el tiempo’, ‘que el costeño es flojo, es flojo todo el tiempo’, ‘gritón’, ‘burlón’, es así todo el tiempo. Yo no siento que el estereotipo sea del todo malo, o sea es una parte muy visible de la idiosincrasia como cultura, es cierto que hay costeños que son así, si no fuera así, no existiera el estereotipo, pero cuando se centra la identidad de un personaje, en un estereotipo, se reafirma tanto, que la gente lo toma como una verdad , o sea no se si me hago entender, pero el personaje sea un

•

estereotipo y ya, que no tenga más matices, que no tenga otras identidades, otras cosas que lo representen y mucho menos a su cultura, ahí yo creo que es donde caemos en el error y pues creo que ese es el punto, con respecto a los estereotipos.

**Sujeto 6:** Me gustaría complementar otra cosa sobre esto. La pregunta era, que se debería enseñar en las facultades, y yo creería que el punto sería eso, de no dejar un personaje, solo en el estereotipo sino darle más matices, y yo como decía mi compañero al comienzo, que a partir de los estereotipos se construya el arquetipo, que se utilice el estereotipo para darle, una identidad, pero a partir de eso desarrollar aún más el personaje para que sea interesante, pero no solo porque es el costeño corroncho, la mujer escandalosa y así.

**9) ¿En conclusión piensan que las telenovelas efectivamente recrean estereotipos de estas dos regiones del país?**

**Sujeto 2:** Yo creería que sí, porque siento que normalmente exageran la cultura y pues por la búsqueda del rating y de que más gente los vea, caen en ese error.

**Sujeto 1:** Si, yo también pienso lo mismo, y también por lo que dijo Andrés, porque se quedan en ese estereotipo, basan al personaje en los estereotipos, pero sí estoy de acuerdo con lo que dice Daniel.

**Sujeto 7:** Si, también estoy de acuerdo.

•

## CODIFICACIÓN ABIERTA

Categorías	Códigos	Palabras claves
<p><b>PRODUCCIONES</b></p> <p><b>COMERCIALES</b></p>	<p>PC</p>	<p>- Quitar los estereotipos en este tema es más complicado, porque por más que uno quiera, bueno si tú vas a hacer un proyecto personal, de pronto que no estés esperando nada a cambio, simplemente, que lo quieres hacer para reflejar, algo que de verdad quieres reflejar, pues entonces de pronto no te importe, pero si tú vas a hacer algo comercial, que tú quieres que te genere, pues tú tiendes a caer en esos estereotipos porque como decía la compañera eso es lo que está generando, lastimosamente así es que nos movemos nosotros.</p> <p>- O sea, si se puede educar y todo, pero pues la gente va a buscar siempre en la televisión ese entretenimiento, en el cual él se sienta identificado, y si ponemos a una persona moralmente correcta que sea... Bueno, diferente a</p>

•

		<p>nosotros, quizás el espectador no se va a sentir atraído y no le va a llamar la atención.</p> <p>- Hay producciones que están intentando sacar, nuevas perspectivas, por ejemplo, el proyecto este de netflix de la serie de Cien años de soledad, está la película del Olvido que seremos, pero yo siento que no, bueno que cada vez más no todo el público ve ese tipo de producciones</p>
--	--	---

•

<b>ENTRETENIMIENTO</b>  <b>EDUCATIVO</b>	EE	<p>-No es como si no se intente ahorita o por lo menos están canales como señal Colombia que pues... Todo lo que pasan ahí más o menos en plan de conectar regionalmente al país, trata de ir más allá de los estereotipos de cada región.</p> <p>-la gran mayoría de personas sigue viendo, caracol, rcn, si hay propuestas, de canales regionales pero la cuestión con eso es que la gente no está interesada en verla, como si está interesado en ver por cuarta vez Betty la fea o por tercera o cuarta vez Diomedes y así.</p> <p>-porque si nos vamos para un ejemplo, eso es lo que hace la Rosa de Guadalupe, hace educar, por decirlo así, en la moral que ellos manejan, si me entiendes, pero puede llegar a pasar eso de lo que dice Kiara, que puede llegar un momento, puede llegar hacer exagerado o que por buscar más rating o algo.</p>
--	----	---

<p>Representación Social</p>	<p>RS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En cuanto a los estereotipos de televisión creo que tiene que ver mucho con eso, porque eso es lo que ha mostrado la televisión en cuanto en las noticias y en las telenovelas.</li>   <li>- Es que muestran al paisa que solamente dice gonorrea, gonorrea, de que es un poco nea, malhablado.</li>   <li>- Porque me decía que en las novelas cuando caracterizaban a un personaje costeño solo decían eche no joda, de cierta forma si le hacen daño a la imagen de cada región.</li>   <li>- “Chepe Fortuna” la única que he visto y nunca sentí que alguno de los personajes de ahí se pareciera a mi compañero.</li>   <li>- Todo nace como de esa construcción casi que estereotipada de la región.</li>   <li>- En “El man es German” que se mostraba a esta muchacha que hablaba mucho y</li> </ul>
------------------------------	-----------	---

•

		<p>gritaba.</p> <p>- Rescatan estereotipos, que son significativos para el personaje la región, la cultura entonces pues se tienen que tener en cuenta porque pues también es una representación de ello.</p>
--	--	---

Estereotipos sociales	ES	<p>- Soy de la Guajira y estudio en Barranquilla, y me da un poco de risa porque los estereotipos que se ven de la costa en la televisión no solamente afecta a las que vienen otra parte del país que no sea la costa, sino que también afecta a los mismos costeños.</p> <p>- ni nunca entendía como los chistes, esos chistes de</p>
-----------------------	----	---

•

		<p>humor pesado sobre los costeños, de hecho, él fue el que me explico de donde venia el chiste de la burra porque nunca había entendido.</p> <p>- muchas veces hay personas que creen que verdad los costeños son flojos o son solo mamadores de gallo,</p> <p>- uno si nota que la gente cuando se va a referenciar sobre los costeños utiliza los estereotipos, como de “eh mamaburra” y siempre los tildan a uno de ah ese costeño ese es perezoso, ese es mujeriego, lo único que escucha es vallenato</p> <p>- He tenido compañeros costeños, y siempre se ha creado ese estereotipo de que son personas malhabladas y que también son flojos y corronchos, Los estereotipos son todos los que ya se han dicho de como la comunidad ve a otra comunidad, Hacer la representación bien, sin necesidad de utilizar los estereotipos y que se marquen tanto a menos que pueda ser algo de comedia y se pueda mostrar por ejemplo un costeño corroncho,</p>
--	--	---

•

		<p>- Las novelas se centran en el estereotipo de que el colombiano es narcotraficante, en modo respuesta diría que no existen esos estereotipos por parte de nuestros profesores.</p>
--	--	---

Imaginario Social	IS	<p>- Muchas personas piensan que la costa es solamente Barranquilla, Santa Marta y Cartagena, de hecho, muchos costeños piensan eso, y cuando yo llegue a la ciudad por primera vez a la universidad, algunos compañeros me preguntaron de donde era y yo respondía que era de la Guajira y decían ah tu eres de la Guajira, es verdad que allá los venden por chivos, es verdad que allá hablan raro.</p> <p>- Pero el choque es como que te pregunten es cierto lo que se ve en la televisión Uds. se comportan de esta forma o hablan de esta manera o hacen cierto tipo de cosas.</p> <p>- Tengo un compañero que es paisa y estudia medicina y él se enfrascaba en que nuestro vocabulario</p>
----------------------	----	---

•

		<p>era solo eche no joda,</p> <p>- Y uno se da cuenta que eso viene del tipo de contenido que la gente consume no solo por la tv, sino también el contenido de las redes sociales, el contenido de comedia y la</p>
--	--	---

•

		<ul style="list-style-type: none"><li>- gente tiene un imaginario de lo que es un costeño, a partir de la percepción que le han creado los medios.</li> <li>- Soy un costeño que vive en el interior tuve buenas experiencias con los profesores uno piensa que los santandereanos son muy regionalistas solo piensan en ellos.</li> <li>- Nunca he conocido a algún pastuso en mi vida, pero tengo el estereotipo que son muy ingenuos y lo mismo puede pasar con alguien del interior que cuando se encuentre a un costeño lo primero que hace es decir eche mamaburra,</li></ul>
--	--	---

Arquetipos	AR	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quisiera hacer una diferencia entre estereotipos y arquetipos, los estereotipos son todos los que ya se han dicho de como la comunidad ve a otra comunidad, los arquetipos es tomamos esa idea que como se ven esas personas y la vamos desarrollando, lo que pasa con la mayoría de las telenovelas colombianas como son en su mayoría comedia y no tan dramática se quedan en los estereotipos y no van hacia los arquetipos que es partir de ese estereotipo e irlo evolucionando, irlo desarrollando como personaje humano dejaría a un lado los estereotipos y usaría los arquetipos.</li> <li>- En el caso de la Unab lo que se trabaja desde esos estereotipos es empezar a crear el mismo personaje y una investigación más a profundidad, a pesar de que no se enseña a fondo eso en nuestra universidad se parte de lo que hablaba Cristian de los arquetipos eso ayuda a darle significado a esa investigación.</li></ul>
------------	----	--

•

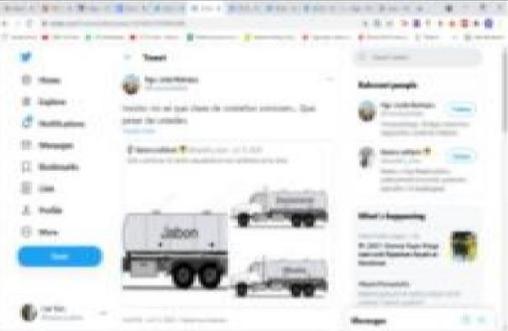
## SEGUNDA PARTE - CODIFICACIÓN ABIERTA



## CODIFICACIÓN AXIAL

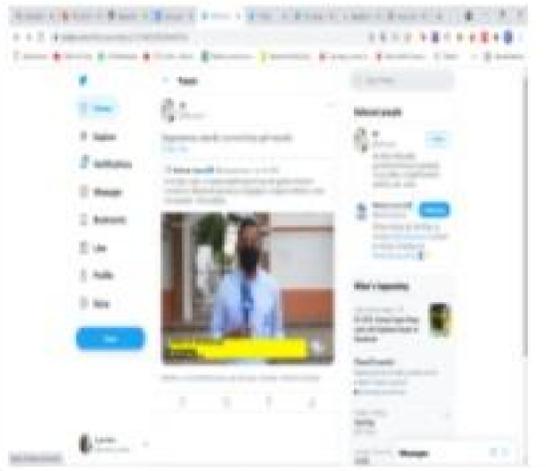
CATEGORÍAS	CODIFICACIÓN AXIAL
<b>Producciones comerciales</b>	Industria del entretenimiento
<b>Entretenimiento educativo</b>	Aprendizaje audiovisual
<b>Representación social</b>	Imaginario social
<b>Arquetipo</b>	Forma de vida

**ANEXO B: Matriz de seguimiento de medios** <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dxqunzyg-quNxJJ0Pj9Q3QdghUi4GP9h/edit?usp=sharing&oid=113300356500678157702&rtpof=true&sd=true>

1	Red	Número	Tipos de usuarios	Origen	Sesgo	Fotografía	Imagen, Imagen + texto
2			Ciudadanos del común, medios de comunicación e influenciadores	Ciudadano del común, medios de comunicación e influenciadores	Positivo Negativo Neutro	Texto con Imagen/ Solo texto	
3	Twitter	1	Tweet	Ciudadano del común	Neutro	Texto con imagen	
4	Twitter	2	RT con Reply	Influencer	Positivo	Texto	

	A	B	C	D	E	F	G
5	Twitter	3	Reply	Influencer	Positivo	Texto	
6	Twitter	4	Tweet	Ciudadano del común	Neutro	Texto con imágenes	
							

	A	B	C	D	E	F	G
14	Twitter	12	Tweet	Ciudadano del común	Negativo	Texto con imagen	
15	Twitter	13	Tweet	Ciudadano del común	Negativo	Texto con imagen	
16	Twitter	14	Tweet	Ciudadano del común	Negativo	Texto con imagen	
17	Twitter	15	Tweet	Medio de comunicación	Negativo	Texto con imagen	

	A	B	C	D	E	F	G
7	Twitter	5	Tweet	Medio de comunicación	Neutro	Texto con imagen	
8	Twitter	6	RT con Reply	Ciudadano del común	Negativo	Texto	
							

11	Twitter	9	Tweet	Ciudadano del común	Positivo	Texto con imagen	
12	Twitter	10	Tweet	Ciudadano del común	Neutro	Texto	
13	Twitter	11	Tweet	Influencer	Neutro	Texto	
							

## ANEXO C: Capítulos analizados por medio de rejilla Fontanille

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p>Lámpara de gas de mano: <b>índice</b></p> <p>La cruz y el Jesucristo en metal cargado: <b>Símbolo religioso utilizado en las misas y llevado a estar presente en los diferentes entierros.</b></p> <p>Las velas cubiertas en botellas: <b>Índice</b></p> <p>Antorchas de madera: <b>Índice</b></p>
<p>Textos:</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio:</b> Los Umaña llegan al pueblo “La Oportunidad” encontrándose con Tiburcio, el dueño de un local en el pueblo, quien los confunde con la familia de un difunto en el pueblo “Don Nepo”.</p> <p><b>Nudo:</b> Luego de que el velorio llegó a su casa, los Umaña se dan cuenta de que la situación en que se encuentran, se ha complicado mucho más y ha llegado el momento de adaptarse como nuevos vecinos en el pueblo, además de tener</p>

	<p>que averiguar el nombre de la familia a la que han suplantado.</p> <p><b>Desenlace:</b> Se encuentran en el entierro de Don Nepo, donde ocurren varios sucesos que desenlazarán intereses o problemas más adelante: Daniela Umaña se encuentra con el Cabo Payares en el cementerio, La Suegra de Umaña empieza a ser cortejada por Don Fidel y Pipe se encuentra con la Srta. Úrsula, quien lo “consuela” por la muerte de su presunto abuelo.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela</p> <p><b>País:</b> Colombia</p> <p><b>Año:</b> 2012 -2013</p> <p><b>Productora:</b> Caracol</p> <p><b>Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo</p> <p>Luis Orjuela</p> <p><b>Duración:</b> 140</p>

	<p><b>Capítulo: 2</b></p> <p><b>Duración del capítulo:42 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>4. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>5. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Umaña necesitan prepararse para imitar a los costeños, y nombran las características que ellos como cachacos resaltan de los costeños: Rascarse “allá abajo” lo definió Pipe, y en otras palabras Patricio “Agarrarse las chacaras para celebrar y dar un grito”; también el comerse las palabras como, por ejemplo: patacón pisao’ o ajá pelao’ o expresiones como eche y erda. Otra característica que resalta Umaña es el andar costeño, los compara con los cachacos que caminan entumidos y con los hombros para adelante, a diferencia del costeño que camina abierto y con “tumbao”.</li> </ul>

- En un momento

Tiburcio le menciona a Pipe que, a su parecer, está muy amarillo y le falta “Coger buena burra” esta práctica en la costa norte Colombia se conoce más que todo en el campo. Las personas de antes inducían a los más jóvenes a perder la virginidad con una burra porque de esta manera consolidaban su virilidad y pierden el miedo a las relaciones sexuales. Según el periódico de Cartagena, El Universal, Hernando Pinzón, director Científico del Hospital Infantil Napoleón Franco Pareja, casos en consecuencia de estos actos se presentan hace más de 60 años. En un reportaje del Pílon en Valledupar, el Veterinario Marino Zuleta, cuenta que esta práctica se realizaba mayormente en las zonas rurales “porque estaban rodeados todo el tiempo de los asnos en terrenos que generalmente eran solitarios, pero el sostenimiento de relaciones sexuales con estos animales de herradura no era

solamente en la región Caribe, también en el interior del país hubo casos de personas que realizaban estos actos”.

En otro diálogo con uno de los campesinos en el Santander, “aseguró que cuando era niño los adultos del pueblo donde residía practicaban estos actos con los asnos que utilizaban para llevar los tarros de leche. Comenta que en repetidas ocasiones sus amigos y él fueron al sitio donde comían hierba las burras para tener relaciones con ellas”.

- Una de las prácticas que se muestran en el principio de la novela es el velorio de noche que recorre las calles y la acción de beber en medio del velatorio y tocar música. Según una investigación realizada por la Universidad del Magdalena, en La paz, Cesar, “La muerte es considerada un nuevo nacimiento y paso a otra vida. se acompaña al difunto hacia la nueva vida con prácticas

	<p>musicales en contextos particulares, además “mientras se encuentra el cadáver presente y durante los días y noches siguientes se hacen oraciones, cantos, se ríe, se come, se bebe y juega durante toda la noche hasta el amanecer.”</p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>A lo largo del video</b></p> <p><b>manejan los siguientes planos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></li> <li><b>2. Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></li> <li><b>3. Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></li> </ol> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>§ El color: se muestra cambio de color</b></p>

	<p><b>cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiesfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta.</p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p><b>Signos:</b></p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cizalla oxidada: Índice</b></p> <p><b>Velo Mantilla: Símbolo, representa sumisión y respeto a Dios</b></p>
<p><b>Textos:</b></p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio:</b> Patricio Umaña le cuenta a Angela que Daniela se ha desaparecido. Daniela tomó rumbo hasta un pueblo cercano a la Oportunidad, no tiene dinero y no tiene como pagar la comida que comió en un restaurante del pueblo. Lorenza ha llegado a Santa Marta a pedir ayuda a su círculo social en la ciudad, estos la rechazan y la avergüenzan por el problema que ha formado su yerno. Sagrario se enfrentan a las amigas de Lorenza amenazándolas con la chancleta</p> <p><b>Nudo:</b> La familia necesita conseguir dinero y comida, cada miembro busca una forma de aportar al sustento de la familia: Angela empieza a formar su negocio de producción de hielo inspirada en el viejo trabajo del viejo Nepo, quien vivía de esto; sagrario le roba la gallina al</p>

	<p>vecino y algunos huevos para poder sobrevivir un día más, Daniela busca trabajo en la policía y pipe busca empeñar los objetos de valor que traían de Bogotá</p> <p><b>Desenlace:</b> la Srta. Úrsula busca convencer a pipe para que le siga cuidando el hijo, prometiéndole recompensarlo físicamente, luego él cumple, pero Pipe desconfía debido a que no es la primera vez que ella le promete cosas.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol</b></p> <p><b>Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo</b> <b>'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 5</b></p>

	<b>Duración del capítulo:43 minutos</b>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>6. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>7. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<p>- Criar gallinas en el patio de la casa. Las casas en los pueblos se les conoce por tener patios amplios, según el Grupo de Investigación Recursos Zoos genéticos. Facultad de Ciencias Agropecuarias. Universidad Nacional de Colombia. El sistema de producción tradicional de las gallinas criollas del Pacífico colombiano se fundamenta en el fortalecimiento de la seguridad alimentaria, mediante el autoconsumo de los productos obtenidos entre ellos están; carne, huevos, vísceras, aunque en ocasiones se vende pollos y huevos como pie de cría en mercados regionales. (Revelo et al., 2019)</p> <p>- Rezar por el muerto. En los pueblos de la costa existen grupos de mujeres encargadas de rezar por el muerto antes del entierro y después de este, “El levantamiento de la tumba o altar es realizado por la rezandera que ha dirigido el ritual durante los nueve días; en ocasiones es realizado por un grupo de mujeres llamado Pequeñas Comunidades que se solidarizan con las familias dándoles un mensaje de</p>

	<p>esperanza, consuelo y fortaleza para afrontar la pérdida.” (Saravia, 2016)</p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>4. Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>5. Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano es contrapicado.</b></p> <p><b>6. Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>§ El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando</b></p>

	<p><b>está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>La escoba: Simbólico “se vaya de la casa”</b></p> <p><b>Cartel “llamada a 100”: índice</b></p> <p><b>Cuadro “Viejo Nepo”: índice</b></p>
<p>Textos:</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio:</b> Sagrario y Pipe se encuentran en el patio de la casa investigando por que ha desaparecido un hombre de la Oportunidad y creen que fue el carnicero, el marido de la Srta. Úrsula. En otra escena Lorenza se encuentra con las viejas camanduleras en su casa a quienes termina sacando a escoba.</p> <p><b>Nudo:</b> Patricio Umaña, le promete al alcalde traer a Silvestre Dangond al cumpleaños de su hija, diciendo que conoce al representante del cantante. Estando en Bogotá, Umaña no sabe cómo escaparse del alcalde sin que descubra su mentira, porque necesita ver a Villanueva. Sagrario y Pipe encuentran un esqueleto en el patio.</p> <p><b>Desenlace:</b> Umaña se encuentra con Villanueva, donde le expresa sus deseos de ir a Bogotá para de esa manera probar su inocencia. Umaña es embaucado por</p>

	<p>Villanueva, quien le roba la plata del alcalde y llama la policía para que se lo lleven. Umaña empieza su fuga... otra vez.</p>
<p><b>Objeto:</b></p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol</b>  <b>Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo</b>  <b>'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 10</b></p> <p><b>Duración del capítulo:42: 58 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>8. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>9. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<p>Piropear a la mujer en la calle, el alcalde es uno de los personajes de la telenovela que se conoce por ser bebedor y aunque tiene esposa, le gusta piropear a las otras mujeres, aunque en todos los capítulos que aparece se le ve practicando uno de estos, en este capítulo se realiza más por la llegada de Umaña y él a Santamarta. Se puede</p>

	<p>connotar el estereotipo que se tiene del costeño que es vulgar y mujeriego. “el piropo es una práctica sociocultural que en nuestros días sigue vigente. El problema actual es la transformación que ha sufrido hacia frases simples y vulgares, que rayan casi siempre en la agresión hacia el sector femenino, aunque no se descarta que los hombres también puedan verse afectados. Esta transformación no sólo demuestra el ambiente de violencia y el sometimiento de los sectores considerados inferiores, en donde la mujer y los niños son siempre los más expuestos; sino también la escasez y falta de vocabulario, debido a la cada vez menor práctica lectora” (Ortiz, 2008)</p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> <li><b>7. Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></li> <li><b>8. Primer plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del</b></li> </ul>

	<p><b>rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>- Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>§ El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a santamarta. Al mostrar santa marta se ve un poco más frio, pero sin perder la calidez del ambiente, y al momento de mostrar la oportunidad vuelve a un tono más cálido.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Sombrero vueltiao: Símbolo representa felicidad y hace llenar de alegría</b></p> <p><b>Logo agua y sol: Símbolo representa a la policía de la Oportunidad.</b></p>
<p>Textos:</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Sagrario y Lorena están en la cocina, Sagrario le echa la culpa de que su patrón se fue de la casa, le dice que es una mala leche. Lorena no quiere a Umaña y se alegra de que Ángela entra y le dice que no volverá, Lorena se ríe y le dice que les está viendo la cara de zurumbático. Juank le escribe a Daniela por la presión del coronel para lograr la ubicación de Patricio Umaña y poder capturarlo.</b></p> <p><b>Nudo: Sagrario llega a la casa en la Oportunidad y ve a Patricio Umaña sentado en la sala de su casa, le pregunta cómo sigue del tuste (la cabeza), lo abraza de emoción. Umaña se encuentra con el alcalde de la Oportunidad y le pide el pago de la fiesta de su hija.</b></p> <p><b>Desenlace: Umaña le cuenta a Ángela</b></p>

	<p>que tiene trabajo en la alcaldía como secretario de la cultura en la oportunidad. El alcalde le muestra a Umaña su oficina, donde está desorganizado y lleno de papeles, pero Umaña se pone contento, a Angela le está funcionando la venta de los bolis, finalmente Daniela le dice a Ángela que viaja a Bogotá.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela  <b>País:</b> Colombia  <b>Año:</b> 2012 -2013  <b>Productora:</b> Caracol Televisión  <b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo  Luis Orjuela  <b>Duración:</b> 140  <b>Capítulo:</b> 21  <b>Duración del capítulo:</b>43 minutos</p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>10. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>11. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Angela y Sagrario empiezan en la búsqueda de un trabajo que les permita ingresos para ayudar a sostener el hogar de los Umaña. En la cultura costeña empiezan por lo cultural, la venta de bolis que es un alimento representativo de la costa.</b></li> <li>- <b>Umaña le ayudó al alcalde con la</b></li> </ul>

	<p><b>fiesta de su hija, por eso se presenta en su oficina pidiendo un trabajo y recordando lo que había hecho por él en la fiesta para su hija y haciendo referencia que favor se paga con favor. Para la cultura costeña los favores son intercambios. Se relaciona con el intercambio de favores que es una costumbre arraigada en algunas sociedades (zapal, 2014)</b></p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color</b></p>

	<p><b>cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Hamaca: Símbolo de descanso.</b></p> <p><b>Colgandejos con Tutuma: Ícono en la costa como uso artesanal y decorativo en los hogares.</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Daniela sale del hotel donde se hospedaba en Bogotá, llega Payares y pregunta en recepción por ella y le dicen que salió, Daniela llega al edificio donde vive Juank, Juank llama al coronel para informarle que Daniela está en su apartamento.</b></p> <p><b>Nudo: Daniela descubre que Juank le había sido infiel y logra escaparse de la trampa que le había tendido llamando al coronel. Sagrario está preocupada porque le dañó una camisa a Lorena, Angela le dice que se calme que la sinvergüencería se iba a acabar.</b></p> <p><b>Desenlace: Patricio hace un canje con Jimeno para que le ayude a organizar la visita del gobernador al pueblo, finalmente Lorena acusa a Sagrario por haber cerrado la llave del agua, y le aseguro que va a trabajar.</b></p>
<p>Objeto:</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p>

<p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>País: Colombia</b>  <b>Año: 2012 -2013</b>  <b>Productora: Caracol Televisión</b>  <b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b>  <b>Luis Orjuela</b>  <b>Duración: 140</b>  <b>Capítulo: 25</b>  <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</li> <li>2. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombra a los abuelos como padres, es decir, mama Lorena</li> <li>- La familia Umaña siempre está vestida con ropa muy suave y fresca con llamativos colores.</li> <li>- Patricio y Angela son multifacéticos y en general todos los habitantes de la oportunidad, vemos como las mujeres desempeñan comida típica y ropa típica artesanal.</li> <li>- A Pesar de las dificultades de la familia Umaña, siempre ante las dificultades tratan de ser alegres soledes que se burlan de sí mismos, felices ante las dificultades, a pesar del de las dificultades buscan salir adelante con positivismo y esto es una característica de esta región.</li> </ul>
<p>Estrategias:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los</b></li> </ul>

<p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
-----------------------------	-----------

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Virgen: Símbolo religioso</b></p> <p><b>Cortinas en palos de bambú: ícono</b></p> <p><b>Logo de mentira: Símbolo de la capacidad para generar chistes como una virtud.</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: El profesor Carabaño y Felipe Umaña tienen una discusión porque Felipe no le fue bien en la prueba de admisión para entrar al colegio. Patricio habla con Don Fidel pues es un finquero con varias fincas con un gran número de empleados y puede ayudarlo a reunir a la mayoría de habitantes en la plaza del pueblo, pero don Fidel se niega debido a que no quiere ni ver al gobernador.</b></p> <p><b>Nudo: Daniela se encuentra enferma, Payares le lleva a un médico para que la revise porque no es normal. Patricio sigue tocando puertas, fue a hablar con el padre del pueblo, pero él también se negó a ayudarlo a reunir personas para la llegada del gobernador, pues dice el padre que él solo viene a prometer cosas que nunca cumple y a llenarle de cucarachas la cabeza a todos los del pueblo.</b></p> <p><b>Desenlace: Patricio logra reunir a los</b></p>

	<p><b>habitantes del pueblo para darle el recibimiento al gobernador. Felipe sufre las consecuencias por tratar de evitar que el profesor Carabaño fuera víctima de una trampa.</b></p>
<p><b>Objeto:</b></p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b>  <b>País: Colombia</b>  <b>Año: 2012 -2013</b>  <b>Productora: Caracol Televisión</b>  <b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b>  <b>Luis Orjuela</b>  <b>Duración: 140</b>  <b>Capítulo: 28</b>  <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p>	

<p>3. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>4. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A Lorena la pretende Fidel, cada vez que la visita siempre tiene atenciones representativas de esta región como llévale rosas y mostrar su interés, cuando ella le dice que no puede darle clases porque no cumple con la cantidad de alumnos él le dice que no importa que el los paga, pero siempre con el respeto.</b></li> <li>- <b>Patricio siempre se arrodilla ante las imágenes religiosas, como Jesús, La virgen y el ángel y les habló pidiéndole su bendición.</b></li> <li>- <b>Los policías se sientan en el escritorio de la policía a jugar dominó y en la costa es una actividad y costumbre típica de los hombres en una mesa sencilla apostando dinero.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano</b></p>

	<p>en contrapicado.</p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>El rosario: Ícono religioso</b></p> <p><b>Faldas largas: Símbolo de las mujeres de la iglesia.</b></p> <p><b>Bolis a 100: Índice</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: El padre habla con Felipe y le dice que, si tiene alguna razón para él enviada de su padre, a lo que Felipe responde que no. Angela habla con su madre y le dice que está muy feliz por las ganancias de las ventas debido a la feria realizada por la llegada del gobernador, Lorena le dice que eso no durará mucho. Fidel llega a visitar a Lorena y le entrega una flor y le dice que quiere una clase de etiqueta y Lorena le dice que no, que cuando estén 10 cupos completos, don Fidel le muestra el dinero para pagar esos diez, y le dice que no la ofenda y le cierra la puerta.</b></p> <p><b>Nudo: Patricio empieza a promover los servicios de curso de glamour a todas las personas del pueblo para que Lorena empiece su academia.</b></p> <p><b>Desenlace: El padre Venacio hecha del</b></p>

	<p>colegio a Carabayo, asimismo Felipe es promovido al grado décimo, Felipe y Lataman se pelean por robar la atención de Belinda, su profesora. Patricio logra convencer a diez personas del pueblo para que inicien las clases de glamour con Lorena.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela <b>País:</b> Colombia <b>Año:</b> 2012 -2013 <b>Productora:</b> Caracol Televisión <b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo Luis Orjuela <b>Duración:</b> 140 <b>Capítulo:</b> 30 <b>Duración del capítulo:</b>43 minutos</p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>5. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>6. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<p>- <b>Al mostrar al padre y todo el alrededor del colegio se pueden observar las imágenes religiosas que tienen sus respectivas veladoras, además la celebración los espacios son terrenos de fe donde están la cena del señor, la procesión de los judíos y el centro honor a nuestra señora de los dolores.</b></p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p>

<p>finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Sombrero vueltiao: Símbolo</b></p> <p><b>Cerveza: Ícono de festival</b></p> <p><b>Cocodrilo: Ícono</b></p> <p><b>Bancas en madera: Símbolo</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Molina llega al restaurante y habla con Sagrario para que almuercen, pero sagrario le dice que no porque es la encargada del restaurante. Molina insistente y Sagrario lo pone a repartir los almuerzos, se encuentra al cabo y lo regaña porque estaba atendiendo con el uniforme institucional.</b></p> <p><b>Nudo: Payares junto a tu esposa invita a Daniela a un almuerzo, Daniela como siente cosas por el coronel decide no ir y le miente diciéndole que ya estaba comprometida con su mamá Lorena (Abuela) para almorzar. Payares al terminar el almuerzo le reclama porque vio a su abuela en el restaurante y le dijo mentirosa</b></p>

	<p><b>Desenlace:</b> Angela y Susy se asocian para inaugurar una frutería, el alcalde y el padre venancio se pelean para que patricio sea el promotor de su campaña. Patricio es despedido de su puesto de trabajo, Felipe le pide a Dinaluz que le enseñe a bailar.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela <b>País:</b> Colombia <b>Año:</b> 2012 -2013 <b>Productora:</b> Caracol Televisión <b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo Luis Orjuela <b>Duración:</b> 140 <b>Capítulo:</b> 35 <b>Duración del capítulo:</b>43 minutos</p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>7. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>8. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>La religión católica es la predominante, por ende, realizan la fiesta patronal.</b></li> <li>- <b>La familia Umaña es caracterizada por el baile y se muestra como Angela Umaña lo hace muy bien y todos quedan asombrados, el baile es una costumbre en el Caribe por sus diferentes ritmos y el uso de instrumentos significativos como es el acordeón, la caja y la guacharaca.</b></li> </ul>

<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una</b></p>

	<b>comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b>
--	---

Nivel de análisis semiótico	contenido
-----------------------------	-----------

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Carroza: Símbolo, diseñadas de figuras humanas con ciertas características y rasgos que requieren habilidad y conocimientos.</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Belinda y Patricio están hablando de Felipe porque no sabe bailar, pero Patricio le dice que ya está en clases, y que es el único de la familia que no hace bien. Daniela enojada con Belinda porque Payares se dio cuenta que habían salido las dos, le dijo que no la acompañaba más. Patricio le muestra la carroza que hizo a Daniela, pero se le cayó la última estructura. Angela y Sagrario lograron las ventas y estaban felices porque habían cumplido con el aumento del 35% para seguir con el local.</b></p> <p><b>Nudo: Toda la familia empieza a trabajar para decorar la carroza. Susy no cumple lo pactado con Angela porque el compromiso no estaba escrito por ende no era válido, queda anulado.</b></p> <p><b>Desenlace: Finalmente se reúnen todos en la mesa para organizar la decoración</b></p>

	<p>y dar ideas para la carroza, empiezan a trabajar juntos. Angela prepara comida para todos.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b>  <b>País: Colombia</b>  <b>Año: 2012 -2013</b>  <b>Productora: Caracol Televisión</b>  <b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b>  <b>Luis Orjuela</b>  <b>Duración: 140</b>  <b>Capítulo: 40</b>  <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>9. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>10. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>La fiesta patronal fue un evento con aires folclóricos de la región caribe y festivales, basadas en diseños representativos y figuras.</b></li> <li>- <b>Angela y Sagrario empiezan a trabajar en su restaurante ofreciendo variedad gastronómica característica de la costa, como arepas de huevo, mojarras entre otros.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p>

	<p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>
<p>Nivel de análisis semiótico</p>	<p>contenido</p>

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Acordeón: Símbolo</b></p> <p><b>Disfraces: íconos hacen referencia a animales, seres de la mitología, muñecos gigantes, superhéroes y otros elementos.</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Daniela está haciendo sancocho, pero no tiene ni idea, Belinda entra y le pregunta que en donde están las llaves y huele a quemado le dice a Daniela, pero ella responde como si no estuviera pasando nada. Lorena sale a montar caballo con Don Fidel, pero no les gustó, estuvo a punto de caerse. El padre practica con las monjas las canciones que se expondrán en la misa, Felipe está limpiando la iglesia y se le entra jabón en los ojos.</b></p> <p><b>Nudo: Belinda prueba el sancocho de Daniela y le gusta, además, le pide el pavor a Daniela de que lleve a Fernando a su casa. Lorena habla con Fidel en su casa, se ríen, pero Lorena no quiere estar más con él y busca la manera de que se vaya.</b></p> <p><b>Desenlace: El evento estaba a punto de dar inicio y la agrupación de los cinco</b></p>

	<p><b>del combo no estaban. El sancocho que hizo Daniela salió muy bien, delicioso. Lorenza le pasa su cargo como maestra de ceremonias a Angela</b></p>
<p><b>Objeto:</b></p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b>  <b>País: Colombia</b>  <b>Año: 2012 -2013</b>  <b>Productora: Caracol Televisión</b>  <b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b>  <b>Luis Orjuela</b>  <b>Duración: 140</b>  <b>Capítulo: 46</b>  <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p><b>Escenas prácticas o predicativas:</b></p> <p>11. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>12. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>En la fiesta patronal que es un festival, los habitantes de la oportunidad usan distintos disfraces. Tienen relación con elementos de carácter político y social, y a su vez son hechos con creatividad y picardía.</b></li> <li>- <b>Las cumbias son lo más sonado en los eventos culturales, por eso en la oportunidad en la fiesta patronal se escuchaban, es así como en el caribe se ha convertido en la música y el baile nacional. Este ritmo mezcla elementos africanos, indígenas. Además, fue consecuencia del</b></li> </ul>

	<b>gran mestizaje.</b>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco</b></p>

	<b>o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b>
--	---

nivel de análisis semiótico	contenido
-----------------------------	-----------

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Mapamundi: ícono</b></p> <p><b>Ventilador de madera: ícono</b></p> <p><b>Cruz: Símbolo</b></p> <p><b>Virgen con un rosario en la mano: Símbolo</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Los policías Arango y Molina tienen una discusión debido a la disputa por el poder del pueblo de la oportunidad. El cabo Payares los lleva a la oficina de la policía y les dice que son el ejemplo y que deben dejar de pelear, de lo contrario los llevara a la celda. Los habitantes del pueblo están haciendo huelgas porque perdieron dinero y están culpando al alcalde Sabas.</b></p> <p><b>Nudo: El cabo Payares llega a hablar con Belinda, preguntando si sabía por qué los Umaña se habían ido del pueblo, adicionalmente, Belinda le pregunta qué va a pasar con ellos, pero el cabo le dice que aún no es tiempo y se va. En la casa de los Umaña el policía Arango y Molina encontraron una carta donde aparece la dirección de la casa donde vivían antes.</b></p> <p><b>Desenlace: El gobernador pasó por la Oportunidad, mientras que el alcalde</b></p>

	<p>hablaba con el obispo. Sabas llega a la oficina del padre y empiezan a discutir, posterior al padre le da un infarto, Sabas lo lleva al hospital y le habla diciéndole que no se vaya, que él lo necesita. Finalmente, Sabas envía un comunicado al pueblo mediante la radio informando que renunciará a su cargo como alcalde.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela</p> <p><b>País:</b> Colombia</p> <p><b>Año:</b> 2012 -2013</p> <p><b>Productora:</b> Caracol Televisión</p> <p><b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo Luis Orjuela</p> <p><b>Duración:</b> 140</p> <p><b>Capítulo:</b> 49</p> <p><b>Duración del capítulo:</b>43 minutos</p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p>	

<p>13. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>14. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El pueblo cansado se une con el padre de la oportunidad y arman protestas hacia el alcalde Sabas por la falta de compromiso ante el pueblo, es así como en algunos lugares de la región caribe los creyentes obedecen al padre y no al alcalde, es su máxima autoridad.</b></li> <li>- <b>La señora Clemen y sus amigas se acercan al padre siempre usando un velo que cubre cabeza y hombros. En la costa esto es un símbolo religioso que transmite respeto.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul>

	<p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Gorra del Junior: Símbolo</b></p> <p><b>Canasta de mimbre: Ícono</b></p> <p><b>Mochila: Ícono</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Belinda habla con Daniela en el hospital ya que Payares se encuentra hospitalizado, Belinda le expresa todo el amor que siente por Fernando y le dice que una de las cosas por las cuales ella no quería que Payares ejerciera su carrera era porque temía verlo como estaba. Por otra parte, Tomás Tamaño periodista llama al alcalde y quien contesta es la esposa, el periodista quiere hablar con la familia de la oportunidad que vio extraterrestres.</b></p> <p><b>Nudo: Sagrario habla con Tiburcio y le cuenta que se siente muy mal con la familia Umaña por haber perdido el dinero de las fiestas, Tiburcio le dice que le pida disculpas y que le explique que</b></p>

	<p>por pasarse de tragos boto la plata. Belinda habla con el padre para que hable con Payares, mientras tanto Payares habla con Daniela y le confiesa que está enamorado de ella, Belinda escuchaba lo que hablan, entrar y les dice que el padre quiere hablar con él y Belinda sale a hablar con Daniela y actúa como si no hubiera escuchado nada.</p> <p>Desenlace: El padre habla con pipe y le dice que hay que regar agua bendita por toda la casa por la misteriosa luz que vieron, además le dice que él fue boxeador y Pipe le pregunto todo, estaba contento porque había sido boxeador. Lorenza le dice al padre que él lo que debería es orar no hacer de exorcista, adicionalmente le reclama porque el padre le ayuda a fidel en el amorío con Cecilia, un poco celosa. Sagrario finalmente encuentra el dinero que había votado en las fiestas.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela</p> <p><b>País:</b> Colombia</p> <p><b>Año:</b> 2012 -2013</p> <p><b>Productora:</b> Caracol Televisión</p> <p><b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo Luis Orjuela</p> <p><b>Duración:</b> 140</p>

	<p><b>Capítulo: 53</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>15. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>16. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El padre le dice a don Fidel que como se le ocurre meterse con “tremenda cabra”, en la costa así les llaman a las mujeres raras, es decir, con comportamientos extraños ajenos a la cultura costeña. Asimismo, hace alusión a una frase que dice “Dios no propicia experimento” que para la región caribe quiere decir que no hay tanta maldad en un ser de Dios.</b></li> <li>- <b>Sagrario habla con Tiburcio y le dice que no sabe cómo pedirle disculpas a la familia Umaña por el mal entendido, pues piensan que ella se quedó con el dinero de las fiestas, pues Sagrario boto el dinero y huyó sin dar explicación, por eso le dice a Tiburcio “cría fama y échate a la cama” un refrán muy conocido en el Caribe que quiere decir que una vez lo reconozcan por algo es muy difícil quitarlo.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los</b></li> </ul>

<p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte</b></p>

	<b>de Colombia.</b>
--	---------------------

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel con una gallina: Índice venta de huevos.</b></p> <p><b>Veladora: Símbolo</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Daniela, Sagrario y Ángela hablan en la cocina sobre el nuevo patrocinador que quiera darse a conocer en oportunidad, pero es mentira, Daniela le está ayudando a su padre (patricio) para darle una sorpresa a Angela, Daniela habla con Sagrario para que no dañe la sorpresa, mientras tanto patricio cotiza una habitación para tener una luna de miel con Angela. Pipe todo golpeado le dice al padre que es un mal entrenador. Daniela le prepara una sorpresa de bienvenida a Payares.</b></p> <p><b>Nudo: Lorenza hace un rosario porque dice que está pecando por estar enamorada de don fidel, Patricio espera a Angela en san Benito y muy enamorados empiezan a caminar por la playa, llegan a un lugar donde Patricio le tenía preparado una cena romántica. Lorenza alucina que Fidel entra y le confiesa que, si estaba enamorada de él,</b></p>

	<p>pero quien estaba con Lorenza era <b>Sagrario. A Angela y a Patricio les roban su ropa y quedan en el mar desnudos, Patricio sale a buscar cómo vestirse. El padre entrena a Pipe como boxeador para ser campeón.</b></p> <p><b>Desenlace: Patricio logra coger a los ladrones, pero con mala suerte que le pegan un palazo por detrás, mientras tanto Angela sale del mar y se pone unas prendas que no son de ella, el dueño la ve y la persigue. Finalmente, Daniela y Payares buscan unos papeles, pero quien los tiene es Belinda con el fin de que no puedan viajar.</b></p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b> <b>País: Colombia</b> <b>Año: 2012 -2013</b> <b>Productora: Caracol Televisión</b> <b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo Luis Orjuela</b> <b>Duración: 140</b> <b>Capítulo: 57</b> <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>17. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>18. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del</p>	<p>- <b>Pipe le dice al padre que el entrenamiento de boxeo que le está dando no sirve para nada, le dice “ Padre déjeme decirle que</b></p>

<p>público y el impacto en el contexto.</p>	<p>su entrenamiento es esclavo pictórico monatillesco no sirve para naa” este dialecto es utilizado hacia los padres para decirle de forma indirecta que no sirve para nada. El “ ñerdaa oyee”, frases muy particulares de los costeños cuando algo no les gusta.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- En la alucinación que hizo Lorenza, se veía entrar a Fidel quien expresa “a punto de ser corona” que en la costa quiere decir, a punto de ser enamorada. Asimismo, Lorenza que dice “Usted hace que se me revuelva el estómago” en la costa eso quiere decir que siente cosquillas en el estómago en otras palabras que está enamorada.</li><li>- Daniela extrañada porque no encuentran la carpeta que ella se acuerda perfectamente que la dejó en el cajón de confidencialidad y al no encontrarla por ningún lado se refiera a ella diciendo: “Joda esto está más raro que media velada con cremallera”, en la costa tienen expresiones mediante ejemplos.</li></ul>
---	--

<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una</b></p>

	<b>comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b>
--	---

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “Bienvenidos III congreso fondos para la financiación del proyecto”:</b>  <b>Índice</b>  <b>Palo de madera: Símbolo</b>  <b>Cartel “Pregunte por lo que no vea”:</b>  <b>Índice</b></p>
<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Patricio logra obtener una habitación en el evento del congreso gracias a la ausencia de Carlos Ruiz. Angela reúne a los habitantes de la oportunidad para informar el proyecto que ella tiene en la creación de un periódico quincenal con un enfoque de servicio social, pero Susy no estaba de acuerdo y Lorenza la saca de la casa por haber saboteado la conferencia que estaba haciendo Angela.</b></p> <p><b>Nudo: Sagrario realizó para todo un ajiaco santaferño a todos les gusto. Don Fidel le pido más ajiaco a Lorenza y ella se puso nerviosa. Daniela está con Payares, él le da de cena un atún y a ella no le gustó mucho, Daniela preocupada porque le da miedo que no se pueda recopilar la información del archivo perdido. El ajiaco que hizo Sagrario le cayó mal a todos, el médico de la</b></p>

	<p>oportunidad llegó auxiliarlos a todos. Lorenza le preguntó a Sagrario porque había hecho eso y la asustó porque la van a llevar a la cárcel.</p> <p><b>Desenlace:</b> Sagrario se siente culpable de los problemas que le ha causado a la familia Umaña. A Daniela le aparece un bicho y le pide auxilio a Payares, posteriormente le pregunta si puede dormir en la sala con él a lo que él responde que sí. El padre levanta a Pipe temprano para entrenar, pero Pipe se queda dormido en el baño, posteriormente se mete a bañar por la presión del padre, pero cuando se está enjabonando se queda sin agua. Finalmente, Sagrario se va para Bogotá porque no quiere darle más problemas a la familia Umaña.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela  <b>País:</b> Colombia  <b>Año:</b> 2012 -2013  <b>Productora:</b> Caracol Televisión  <b>Dirigida por:</b> Anselmo 'Chemo' Calvo  Luis Orjuela  <b>Duración:</b> 140  <b>Capítulo:</b> 61  <b>Duración del capítulo:</b>43 minutos</p>

<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>19. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>20. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sagrario invita a todo a comer ajiaco, y les dice que no le vayan a dejar nada y que espera les gusta, posteriormente les dice: “a la uno a las dos y a las tres a meter cuchara y a jartar como deschavetados” con lo que quiso decir, uno, dos, tres a comer, pero en su cultura así se refieren.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de</b></p>

	<b>color puede representar la temperatura de cada lugar.</b>
Forma de vida:  Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.	<b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p><b>Signos:</b></p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “LITOGRAFIA SAN BENITO”:</b></p> <p><b>Índice.</b></p> <p><b>Cruz en vidrios verdes: Símbolo</b></p>
<p><b>Textos :</b></p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p><b>Inicio: Todos los compañeros del colegio llegaron a la casa de la familia Umaña alzando a Pipe porque había sido campeón, el padre orgulloso y Patricio también porque había ganado. Pero Pipe quedó muy golpeado, entró al baño de su casa en medio de la celebración y se vio los morados que tenía después de la pelea. El padre habla con Patricio y le dice que Pipe puede llegar muy lejos en el boxeo y que puede ganar el pamble. Belinda llega a la estación de policía donde trabaja Daniela y le cuenta lo de la pelea, posteriormente entra a la oficina de Payares y le dice que lo invita a su casa, Daniela intenta escuchar, pero Araujo se da cuenta y la molesta.</b></p> <p><b>Nudo: Sagrario le pide prestado a don Fidel una plástica y don Fidel le dice que no, Sagrario busca a Lorenza y le dice que hable con Don Fidel para que les</b></p>

	<p>preste la plata. Angela viaja a San Benito a buscar una litografía para poder imprimir su primer periódico Belinda logró que Payares fuera a cenar a su casa, y le dice a Daniela que lo logró que ella va a dejar bien claras las cosas de la relación, a Daniela no le gusto y miro mal a Payares. El padre Venancio y Marcial se quieren unir para entrenar a Pipe y que participe profesionalmente, pero Pipe no está de acuerdo y le suplica que no, que él no quiere volver a boxear en la vida.</p> <p><b>Desenlace:</b> Patricio defendió a Pipe con el padre Venacio y Marcial, Pipe le dice que es el mejor papá del mundo. Angela encuentra una litografía, pero como no tiene dinero no puede imprimir el periódico. Angela no pierde la esperanza de poder lograr su periódico, entra a otra litografía y se encuentra con una señora que quiere publicar los poemas de su esposa de inmediato se le ocurre la idea de leerlos y poder publicarlo en su periódico.</p>
<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo:</b> telenovela</p> <p><b>País:</b> Colombia</p> <p><b>Año:</b> 2012 -2013</p> <p><b>Productora:</b> Caracol Televisión</p>

	<p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b>  <b>Luis Orjuela</b>  <b>Duración: 140</b>  <b>Capítulo: 66</b>  <b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>21. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>22. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>En la discusión de Lataman y Marcial debido a la derrota que tuvo con Pipe, Marcial “sipote de ron mamonudo”, es decir, que en el round le pegaron muy fuerte.</b></li> <li>- <b>Sagrario habla con Lorenza para que don Fidel les preste la plata, Lorenza le dice que no, que por que ella, que eso puede ser un compromiso para que Fidel le pida otra cosa, a lo que Sagrario responde “ mejor porque a usted sale con la plata y con machucante”. Machucante es un término costeño que significa a tener relaciones sexuales.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan</b></p>

	<p><b>para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>
<p>Nivel de análisis semiótico</p>	<p>contenido</p>

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p>Cartel “CORTE aviso Fotocopia Edición”: Índice</p> <p>Cartel “MINUTOS”: Índice</p>
--	---

<p>Textos:</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p>Inicio: Araujo y Daniela hablan sobre Belinda y Payares, Daniela muy triste porque Belinda le dijo que estaban mejor que nunca y le pide el favor a Araujo que le cuide el puesto. Payares llama a la estación y le contesta Araujo y le dice que Daniela no está que acabo de salir. Daniela coge un carro para ir a San Benito. Pipe y Lataman obtienen el examen, pero pierden la última oportunidad de irse a San Benito. Angela va con su madre a la litografía a imprimir su periódico, pero no lo pudo hacer porque había más hojas que imprimir y costaban más.</p> <p>Nudo: Lorenza y Ángela llegan a su casa en la oportunidad, Patricio se encuentra en la sala con Lequerica, Angela se molesta y pide perdón si interrumpe y Patricio le dice que no. Lequerica al ver el comportamiento extraño que tuvo Patricio en el congreso fondos para la financiación del proyecto empezó a notar que algo no estaba bien y Patricio al darse cuenta le miente diciéndole que venían de pasto, al enterarse Angela se enoja. A Daniela se le varó el carro en el que se dirigía a San Benito durante horas esperando a ver si lo pueden desbarrar.</p> <p>Desenlace: Belinda le dice a Daniela que</p>
---	--

está feliz, que el viaje a San Benito le sirvió a ella y a Payares para comprobar lo que sentían. Payares intenta saludar a Daniela y ella lo mira muy mal, Payares le pregunta qué pasa y ella le dice que no sabe en qué momento se dejó enredar de un cínico como él. Finalmente, quien termina organizando el club social del caribe es Lorenza.

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 74</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>23. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>24. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belinda le dice a Daniela que el viaje a San Benito le sirvió para darse cuenta que aún había amor entre ella y Payares, que ya no lo deja, a lo que responde Daniela “al que le van a dar le guardan y al que no se lo calientan”, una frase usual en la costa, haciendo referencia que lo que es para alguien siempre va a estar ahí.</li> <li>- Lorenza y Angela al llegar a su casa se dan cuenta que Patricio está con Lequerica, Angela pide disculpas por interrumpir y Lorenza dice “dahlh ira, cuando la gata no está los ratones hacen fiesta”, estas son frases muy comunes en la costa cuando quien dirige un lugar no esta los demás</li> </ul>

	<p>aprovechan para hacer lo que quieren.</p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además</b></p>

**de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.**

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Reloj de espinas: Símbolo</b></p> <p><b>Totumos: Símbolo</b></p> <p><b>Cartel “Angels”: Revista índice</b></p> <p><b>Cartel “ESPERE SU TURNO”: Índice</b></p>

<p>Textos :</p> <p>Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)</p>	<p>Inicio: El padre Venacio no quiere casar a Payares con Belinda, porque el padre sabe que Payares tiene muchas dudas y no está completamente enamorado de Belinda. Sagrario le ayuda a Lorenza con las nuevas integrantes del Club, a lo que Sagrario le pide que le dé las gracias. Por otra parte, Patricio le entrega a Lequerica el cargo de la Alcaldía, ya que Sabas le dio el puesto a ella. Lequerica le propone a Patricio que ella habla con sabas para que lo reintegre a la alcaldía, ya que patricio aún no consigue trabajo en la oportunidad, pero patricio le pide que no lo haga.</p> <p>Nudo: Susy no le ve mucho futuro al Club de Lorenza. El padre Venancio llega a la casa de los Umaña, Angela lo recibe y le entrega los artículos que Cecilia, Beatriz y las demás quieren que publique en su periódico. Angela no los recibe, al salir el padre lo estaba esperando y el padre les dice que mejor no escriban bobadas y se pongan a vender galletas. Sabas invita a Lequerica a comer a su casa, Susy no le gusta mucho y pretenden que Lequerica haga todo, a lo que Sabas le dice que no, que Lequerica es la invitada.</p> <p>Desenlace: Lequerica le pide a Sabas que ayude a Patricio, y dice que sí. Sabas llama</p>
--	--

a Patricio y le dice que lo espera en la oficina. Daniela va a hablar con Payares, pero él se encontraba con Belinda y ella le cuenta que se van a casar por lo civil. Sabas aparte una habitación para viajar a Barranquilla junto a Lequerica. Sabas le dice a Patricio que quiere que el regrese a reemplazarlo y que lo cubra con su esposa, a lo que Patricio se niega.

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 82</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>25. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>26. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Patricio le cuenta a Angela lo que el hablo con Lequerica, le dice que ella se ofreció a hablar con el alcalde para que le de trabajo, y le dice que él se negó, que él quiere se lo den por mérito propio no por “palanca”, ese es un término tradicional costeño referente a que por medio de alguien adquieras algo.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro</b></p>

	<p><b>de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p><b>- Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “pierre”:</b> Índice nombre de una cafetería</p> <p><b>Sombrero volteado:</b> Símbolo</p> <p><b>Cartel “ SE BUSCA hombre soltero”:</b> Índice</p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Patricio se encuentra en la oficina con Reina, ella muy cariñosa y él un poco incomodo, Reina le pregunta cómo siguen las cosas con su esposa y él le dice que muy bien. Lataman y Pipe quieren caerle a las niñas de noveno, Daniela decide estudiar derecho, Patricio no estaba de acuerdo porque eso no era lo que ella quería. Angela se ofrece a ayudarlo con lo del reinado de corozo, pero él le dice que la Reina ya lo está haciendo. El padre Venancio llama a Sagrario y le regaña por no presentarse a realizar los exámenes para terminar su bachillerato.

**Nudo:** Don Fidel se encuentra en Bogotá con Lorenza, Lorenza le pide disculpas por haber sido grosera, Fidel le confiesa que él está enamorado de ella y que por eso le había propuesto matrimonio, le dice que él quiere pasar el resto de la vida al lado de ella, pero Lorenza le dice que no, que ella no puede. Daniela llega a la casa en Bogotá y se encuentra con Lorenza, le cuenta que ya recorrió todas las universidades ahora lo que tiene que hacer es elegir la mejor, Lorenza le pregunta si está segura que la carrera que quiere estudiar es derecho y ella dice que si, que quiere ayudarlos a

**todos. Lorenza logra vender el apartamento que había arreglado junto a Daniela y se ponen felices.**

**Desenlace: Susy busca el respaldo de Patricio para que su hija sea quien gane el reinado. Pipe sale con las niñas de noveno y Vladimir le dice que ojo va a quedar mal, a lo que pipe responde que él no puede seguir faltando a clases. Daniela busca a Belinda en Bogotá, hablan y Belinda decide volver a la oportunidad y clara el mal entendido.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 96</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>27. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>28. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Don Fidel mientras habla por teléfono y pide que recojan la camioneta del alcalde en Bogotá, pero la persona con la que está hablando no le escucha y le dice “aja aja me oyes yerda esta vaina la señal” este tipo de expresiones son muy conocidas en la costa cuando no hay señal y no los escuchan “yerda” es una expresión de sorpresa.</b></li> <li>- <b>Angela mientras discute con el periodista porque estaba haciendo entrevistas con el programa que ella hacía parte le pide una explicación y le dice que se la ver porque “más rápido cae un mentiroso que un cojo”, en la costa cuando mienten suelen</b></li> </ul>

	<p>decir ese dicho que significa que todo se descubre pronto y con facilidad porque incurre en contradicciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pipe habla con las niñas de noveno y ellas le dicen que esta “chirriadicimo” un expresión usual en la costa que significa loco e impresionante, es decir que impacta y es chistoso.</li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de</b></p>

	<p>color puede representar la temperatura de cada lugar.</p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="267 258 365 289">Signos:</p> <p data-bbox="267 363 799 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="267 583 792 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="852 363 1302 394"><b>Imagen de san Antonio: Símbolo</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Lorenza sigue muy pensativa por la propuesta de matrimonio de Fidel, mira y mira el anillo. Daniela felicita a Lorenza por su nuevo trabajo. Por otro lado, Don Fidel no deja de ver la foto de Lorenza en su celular, Sabas llama a Fidel y lo invita a la casa de los Umaña para ver el programa en el que va a salir la oportunidad, pero Fidel le dice que no, está muy ocupado. Tiburcio y Cecilia están viendo el programa juntos, Cecilia muy cariñosa con Tiburcio.

**Nudo:** A Dinaluz la preparan para el reinado como representante del colegio. Araujo y Molina intentan arreglar un televisor viejo para poder ver el programa, Araujo duda en que se pueda arreglar y poder verlo ya que están en horas laborales. Daniela y Lorenza están viendo el programa, Lorenza muy sonriente por ver a Fidel en el programa, Daniela la molesta porque ella se ve muy enamorada de don Fidel y Lorenza se enoja y se va a dormir a su cuarto.

**Desenlace:** En la casa de los Umaña todos muy felices por el programa, celebran. Tiburcio quiere irse de la casa

de Cecilia, pero ella se le sienta encima y le dice que la noche es joven, él le dice que tiene que madrugar y sale corriendo. Patricio y Angela bailan, Patricio le hace saber que se siente muy orgulloso de ella por el programa. Sabas aprovechando que estaban gran parte de los habitantes de la oportunidad dice que Reina va hacer la próxima candidata para la alcaldía de la oportunidad. Finalmente, Daniela llama a Umaña y le dice que tiene que irse ya que Cajiao va para la oportunidad por él.

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 102</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>29. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>30. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Patricio llevo a Sabas a la casa borracho y empezó a decir cosas que le podía traer problemas con Susy y le dijo “Erda, cierra la pluma”, esta expresión costeña quiere decir que por favor no hable más, y la dicen los costeños cuando están muy enojados.</b></li> <li>- <b>Angela cuando habla con Reina, Reina le explica que Patricio solo tiene ojos para ella utilizando el “Aja”, en la costa el aja es utilizado para mostrar aprobación de algo, para contestar y en algunas ocasiones este término lo utilizan para todo</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul>

<p>finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="186 258 289 289"><b>Signos:</b></p> <p data-bbox="186 363 719 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="186 583 719 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="776 363 1279 447"><b>Cartel “PRESENTA Daniel Santos”: Índice</b></p> <p data-bbox="776 531 1182 562"><b>Cartel “DENUNCIE”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Sabas habla con Susy y le dice que no quiere que Magaly no debería ser reina, Susy le dice que Magaly es la reina del corozo y que necesita que el cubra con los gastos, Sabas él dice que es reinado o es universidad pero que todo al tiempo no. Patricio llama a Daniela a decirle que no encuentran unos papeles de la policía, Payares hace eso para que Daniela vuelva a la oportunidad. Belinda regresa al colegio, habla con Cecilia y le dice que se tape un poco más para que los muchachos no se desconcentren y adicionalmente le regala un rosario para que rece.

**Nudo:** Sagrario está haciendo parte de un programa radial llamado la doctora corazón. Cecilia busca a Tiburcio y Sagrario a regañarlos porque contaron una historia relatando parte de su vida sentimental en anonimato, y les dice Cecilia que no los quiere volver a ver en su vida. Pomeya huye de la casa de los Umaña y dejó muchos estragos. Lorenza llega al pueblo y Fidel le ayuda a bajar sus maletas.

**Desenlace:** Pipe quiere ser empresario, pero sin estudiar, a lo que Patricio se niega y le dice que primero sus estudios.

**La familia Umaña recibe a Lorenza muy felices. Belinda va a visitar a Payares y lo invita a hablar, Payares dice que no pero después sale a hablar. Lorenza le confiesa a Ángela que está de novia con Fidel. Finalmente, Daniela viaja a la oportunidad.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 107</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>31. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>32. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Juank le dice a Daniela que, si la acompaña a lo que ella responde que sí, posteriormente Nicolas quiere quitarse los zapatos y Daniela le dice “no sea liso”, que en la costa significa atrevido y confianzudo.</b></li> <li>- <b>Sagrario le cuenta a Angela que Cecilia se había enojado por lo que había dicho en el programa y le dice que Cecilia la busco y se armó “tronco de bochinche” este término representativo de la costa que significa ruido, alboroto.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar</b></p>

<p>(color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>
<p>Nivel de análisis semiótico</p>	<p>contenido</p>

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “La gloria constante en el cumplimiento del deber”:</b> Símbolo, fragmento de la policía de la <b>Oportunidad.</b></p> <p><b>Tapa de olla:</b> Ícono</p>
--	---

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio: Angela le pregunta a Sagrario que paso con Pompeya ya que se fue y adicionalmente dejo la cocina con fogón perdido. Araujo era el poeta solitario que esperaba a Cecilia**

**Daniela le entrega a Payares los papeles que necesitaba y le da las gracias, además le pide el favor que le enseñe a Araujo y a Molina a organizar los documentos de la policía.**

**Nudo: Lorenza decide volver a Bogotá porque sabe que no pudo tener nada con Fidel. Lorenza llama a Daniela pensando que estaba en Bogotá y ve que estaba en la oportunidad. Fidel se da cuenta que Lorenza se fue, se pone muy triste y deprimido porque él está muy enamorado y no sabe cómo vivir sin ella, Patricio le dice que tal vez no le convenía casarse con Lorenza.**

**Desenlace: En la casa Umaña reciben a Daniela, la abrazan muy felices. Finalmente, Lorenza no se va, visita a Fidel en su casa. Daniela se quedará unos días en la oportunidad, Angela y Patricia le pregunta que paso con Payares y ella responde que nada. Cecilia habla con Sagrario y le da las gracias porque el amor volvió a su vida.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 109</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>33. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>34. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b> Cuando el papa de Pompeya llega a la casa de los Umaña y no ve a su hija se pone furioso y les dice “me das cola joda”, esta expresión es muy común en la costa cuando alguien está molesto, tiene mucha ira.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b> A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena</b></p>

	<p>entran dos o más personajes.</p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="267 258 365 289"><b>Signos:</b></p> <p data-bbox="267 367 799 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="267 583 792 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="852 310 1328 394"><b>Cartel “Bienvenidos al reinado del corozo”: Índice</b></p> <p data-bbox="852 420 1318 504"><b>Cartel “1ra feria departamental”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio: Daniela y Juank salen a buscar a Pompeya, en vista que no la encontraron a Daniela se le ocurre entrar a la emisora de la oportunidad e informar que Pompeya está desaparecida. El papa de Pompeya furioso llega a la casa de los Umaña y los amenaza que donde no encuentren a Pompeya estarán en problemas. Angela logra calmar al papa de Pompeya, pero él les da una hora para encontrarla. Toda la familia Umaña empieza a buscarla.**

**Nudo: Umaña y Angela están muy preocupados, mientras que Pompeya esta con el negrito y le dice que se escapen. Pompeya aparece y su padre se pone feliz, abraza a Patricio. Belinda llega al festival con Payares al ver a Daniela abrazo a Payares y le da un beso en la mejilla. El gobernador muy furioso con Sabas porque fue quien asumió todos los créditos del festival, mintiendo.**

**Desenlace: La familia Umaña empieza hacer carteles para apoyar a Pompeya, Lorenza se niega. Fidel llega con serenata para Lorenza, Lorenza incomoda porque no le gusta. Finalmente, Magaly decide darle su corona a Pompeya, Daniela le reclama a**

**Patricio porque puso a Belinda y  
Payares a presentar el evento y no a ella.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 114</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>35. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>36. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Pipe cuándo llega al festival le dice a Lataman “aja tú que cule perdido” porque Lataman estaba en la sed de las reinas, en la costa esa frase es muy usual común para salud, para dar aprobación, para llamar o para decir que está desubicada una persona.</b></li> <li>- <b>En el festival Sabas le dice a Susy “Prende el abanico y pásame una fría” en la costa cuando al abanico se refieren al ventilador, y fría le dicen a la cerveza.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la</b></p>

<p>mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>
<p>Nivel de análisis semiótico</p>	<p>contenido</p>

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Sillas de mimbre: Ícono</b></p> <p><b>Canasto de bambú: Ícono</b></p>
--	---

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Patricio le cuenta a Angela que don Fidel no aparece, preocupados porque está a pocas horas de casarse con Lorenza. Angela desesperada dice que llama a la policía, pero Patricio le dice que ya lo hizo, toda la oportunidad lo está buscando. Payares lo llama y le informa que calaveras no se han encontrado y es un indicio de que está vivo. Lorenza se levanta muy feliz porque es el día de su matrimonio. Sagrario le dice a Pipe que Lorenza cuando sepa que Fidel se ha perdido va a echarle la culpa a patricio.

**Nudo:** Patricio le suplica a Ángela que no le diga nada a Lorenza para darle más tiempo para buscar a Fidel. Lorenza le dice a Ángela que está muy feliz porque se va a casar con el hombre de su vida. Payares le dice a Patricio que no pueden buscar a Fidel pues lo han visto por fuera del perímetro que les corresponde a ellos, por ende, a las autoridades de los otros pueblos se tienen que hacer cargo de la búsqueda.

**Desenlace:** Aparece don Fidel a darle serenata a Lorenza en violín, todos desconcertados pero tranquilos porque ya había aparecido Fidel para el

**matrimonio. Daniela llega a la oportunidad, Patricio la recibe con mucha felicidad. En la casa Umaña ya todos están listos y se dirigen a la ceremonia. Finalmente, Lorenza habla con Fidel antes de entrar a la iglesia porque siente que debe contarle su verdadera identidad. La familia Umaña está preocupada porque no saben si Fidel guarde el secreto o no.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 118</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>37. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>38. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Lorenza después de su despedida de soltera se acuesta un poco ebria, está cansada y Sagrario empieza a hablarle del matrimonio, Lorenza le dice “Apaga el foco no joda” es una expresión utilizada por los costeños que foco significa bombillo o lámpara, no joda es una expresión de molestia usualmente.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan</b></p>

	<p><b>para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “Despacho”: Índice</b></p> <p><b>Cartel “mucho más que un jugo”: Índice</b></p> <p><b>Cartel “ Gran rifa de televisor led de 32’”: Índice</b></p> <p><b>Cartel “ hielo a 100’”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio: Daniela viaja a San Benito, Payares la llama y le dice que fue una noche muy especial y que quisiera volverla a ver, Daniela le dice que no puede porque está de viaje. Debido a que Sabas no está, quedó encargado de la alcaldía en la oportunidad Patricio por 48 horas. Cecilia fue a la alcaldía hablar con Patricio y pedirle que se cumplan todas las propuestas hechas por Sabas, a lo que Patricio responde que iba hacer lo posible pero que había cosas que se les salía de las manos por el poco tiempo a cargo.**

**Nudo: Tiburcio prepara el campeonato de dominó en su tienda, varios habitantes de la oportunidad están ahí. Pipe y Lataman están preocupados porque varios juegan bastante y le temen a perder. Tiburcio muestra el premio al campeón del campeonato, es una moto, todos se emocionan. Patricio le pide a Payares que libere a Sabas porque él es el encargado de la Oportunidad y todos están bravos por su mala administración. Sabas y el padre Venacio discuten en la estación de policía porque el padre lo acusa de corrupto.**

**Desenlace: Daniela llega a Bogotá y la recibe Juank, Daniela llega tarde a su examen de derecho. Belinda se pone brava con Payares porque él estuvo con Daniela en la casa de ella, y le reclama por todo lo que ha hecho. Finalmente, Sagrario pasó el examen de bachiller y se va a graduar, por otro lado, Pipe tuvo el mejor puntaje en el examen de validación de bachiller.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo:</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>39. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>40. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sagrario le ayuda a sacar las cervezas de la tienda de Tiburcio para el campeonato de dominó y la celebración por el ganador, Tiburcio le dice que deje todo bien organizado porque va a ser “una noche bombi” en la costa eso significa que van a pasar un momento agradable.</b></li> <li>- <b>Una práctica muy particular de los costeños es el juego de dominó, es una práctica muy común en las cuadras más populares de la costa y por lo general se juegan campeonatos cada dos meses.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul>

<p>finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="186 258 289 289"><b>Signos:</b></p> <p data-bbox="186 363 719 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="186 583 719 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="776 363 1203 394"><b>Cruz en la habitación: Símbolo</b></p> <p data-bbox="776 468 1260 499"><b>Cartel “Frutas y Verduras”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Belinda se despierta porque Payares estaba arreglando unas materas que estaban caídas, además le prepara desayuno. Sabas le propone a Ángela si quiere lanzarse como alcalde de la oportunidad ya que Patricio se negó. Sagrario y Tiburcio siguen su amorío, Tiburcio le cuenta a Sagrario que su hermana llegó a la tienda y empezó hacerle preguntas de la familia Umaña. Pipe se da cuenta que la hermana de Sagrario estaba en el cuarto de Angela Patricio y le pregunta que hacía, y ella no sabe qué responder. JuanK le ayuda a Daniela para sacar un préstamo estudiantil y poder estudiar este semestre.

**Nudo:** Daniela habla con Payares y le pregunta hasta cuándo va a cuidar de Belinda, pues a ella no le gusta mucho la idea. Molina está durmiendo en la celda, Payares al llegar a la estación escucha un ronquido y se da cuenta, lo llama y Molina se despierta asustado y desubicado. La hermana de Sagrario arregla la casa de los Umaña, les prepara desayuno y pipe se pone muy contento y le dice que debería quedarse para siempre a vivir con ellos. Lorenza visita a Angela en la alcaldía y le dice

**que Fidel tiene comportamientos extraños, Angela le dice que deben hablar.**

**Desenlace: Sagrario le pregunta a su hermana que es lo que está esculcando en la casa, a lo que responde que ella solo llevo a visitar a su hermana que es la única que tiene. Finalmente Payares le pide a Gavilán que se quede con Belinda mientras ella se mejora, Daniela niega la ayuda de Juank para el crédito estudiantil porque tiene que falsificar unos papeles.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 126</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>41. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>42. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<p>- <b>“Tronco” esta palabra es muy utilizada por la familia Umaña y en general por todos los costeños, y se refieren de esta manera para decir que algo es grande, impresionante. En la escena que Sabas habla con Patricio y le cuenta el evento que quiere hacer, Sabas le responde “Tronco vaina bacana”.</b></p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro</b></p>

	<p><b>de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p><b>- Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="267 258 365 289"><b>Signos:</b></p> <p data-bbox="267 363 799 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="267 583 792 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="852 363 1302 447"><b>Cartel “nuestra deliciosa comida costeña”: Índice</b></p> <p data-bbox="852 531 1328 562"><b>Bolsa que dice “Donación”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Himenio habló con Patricio, y dice que va a olvidar que la hermana de Sagrario se había escapado, pero que iba a pasar por la deuda y si no se iba a la cárcel. Magaly se reúne con las niñas del colegio y les dice que Pipe como trabaja la invitó a San Benito a pasear y le dará muchos gustos. Lorenza sigue investigando qué esconde la madre de Lataman, va al colegio y habla con su hijo, pero de inmediato le informan al padre Venecio que Lorenza entró al colegio a escondidas para hablar con Lataman. Daniela y Payares siguen con su romance a escondidas, pero Patricio los ve dándose un beso y se altera.

**Nudo:** Daniela habla con Patricio y le explica que no sabe cómo se enamoró de Payares pero que es un amor verdadero, Patricio no está muy de acuerdo porque ellos tienen un secreto que deben guardar, pero entiende que en el amor nadie manda y lo acepta, le pide a Daniela que no quiere nietos todavía. La hermana de Sagrario se siente muy arrepentida por todo lo que le hizo a Sagrario y le pide a Pipe que no pelee con su hermana que la entienda. Sabas desesperado con Susy le pide a Angela le ayude a sacarla del trabajo de la

**alcaldía. Fidel llega al colegio para ver qué era lo que pasaba con Lorenza y la mamá de Lataman.**

**Desenlace: Fidel se enoja con Lorenza porque hizo sentir mal a Yamile la mamá de Lataman, el padre se disculpa con Yamile y ella se desmaya. Patricia y Ángela están preocupados porque lo que han recaudado no alcanza a cubrir la deuda de Isabelina la hermana de Sagrario. Lorenza se va de la casa de Fidel y lo deja con Yamile. Los Umaña despiden a Isabelina**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 130</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>43. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>44. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Isabelina antes de irse de la casa Umaña se despidió y dijo que no la culparan de la “Tronera” que estaba en el cuarto de Angela y Patricio. Tronera le dicen en la costa a una abertura o agujero.</b></li> <li>- <b>En la comida para la donación a la deuda de Isabelina los habitantes de la oportunidad fueron y expresaron que quería comer “cayeye” que es un plato típico de la costa, un patacón y un ahogado de cebolla y tomate, además le añaden queso costeño.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la</b></p>

<p>mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>
<p>Nivel de análisis semiótico</p>	<p>contenido</p>

<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “Emisora 103 La oportunidad”: Índice</b></p> <p><b>Cartel “Espere su turno”: Índice</b></p>
--	--

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Sabas le lleva el discurso de su campaña a Ángela para que lo revise. En el pueblo se empieza a rumorar que **Patricio tiene un gemelo. Daniela consigue trabajo en la radio de la oportunidad porque Belinda le ofreció trabajar en el colegio, pero se negó. Fidel se recupera, al despertar solo quería ver a Lorenza y se quería regresar a su casa. Lorenza preocupada porque le había dicho a Lataman que Fidel era su padre, Fidel le dice que lo hizo muy bien y le da un beso.**

**Nudo:** Isabelina llama a Sagrario y le pregunta por Tiburcio, Sagrario le cuenta y Tiburcio le pregunta que paso con la propuesta de que se vayan a vivir juntos, Sagrario intenta evadir. Pipe busca a Pompeya por todos lados y no la encuentra, Pompeya se da cuenta que el hijo que está esperando no es de Pipe. Fidel se escapa de la clínica, pero él dice que no, que quiere ver a Lorenza, se para en la puerta de los Umaña y espera a Lorenza, Angela regaña a Lorenza porque no quiere salir.

**Desenlace:** Molina le dice a Payares que, porque no le pide a Daniela que vuelva a la estación a trabajar con ellos, a lo que

**Payares se enoja y dice que no, el que se va se va. Daniela le propone a Sagrario que vuelva hacer el programa de la Doctora corazones, a Sagrario le suena la idea. Finalmente, Pompeya se escapa al darse cuenta que Pipe no era el papá de su hijo y no se casa. Pipe decide volverse cura.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 134</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>45. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>46. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sagrario habla con Daniela y le cuenta que a Pompeya le pasa algo porque “anda más espelucá que gallina matá a escobazos”. Esta expresión es muy utilizada en la costeña y hace referencia a una mujer que anda despeinada.</b></li> <li>- <b>Sabas llega a la casa de los Umaña le dice a Ángela que lea el nombre y el discurso de su nueva campaña política, Angela le dice que mañana lo lee y que el nombre esta chévere, pero Sabas le dice que lo lea ya, a lo que Patricio le dice “ay chuchi, ¿qué más quieres?” Angela te dijo que mañana y mañana lo hará. Es expresión de ay chuchi... en la costa quiere decir se usa cuando</b></li> </ul>

	<p><b>se negocia desde un permiso hasta una compra.</b></p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además</b></p>

**de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.**

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p data-bbox="186 258 289 289"><b>Signos:</b></p> <p data-bbox="186 363 719 562">Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p data-bbox="186 583 719 615">Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p data-bbox="776 310 1084 342"><b>Cartel “audio”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Angela y Susy se oponen a trabajar juntas, Sabas intenta solucionar la relación de las dos para que trabajen juntas en la campaña. Sagrario habla con Tiburcio y le dice que ella no quiere tener hijos, que piense en lo que ella quiere y no sea egoísta. Pipe quiere ser cura, le pide a Dios que le quite el pecado Dinaluz y Magaly buscan a Pipe y lo incitan al pecado. Molina y Payares terminan de grabar las canciones.

**Nudo:** Pipe está asustado porque no quiere pegar y ve ese camino muy difícil, Patricio se preocupa por él. Fidel reúne a todos los habitantes del pueblo para decirles que se va a lanzar como alcalde, pero no fue capaz de hablar, por lo tanto, Lorenza es la candidata. Angela y Susy hacen las paces y empiezan a trabajar juntas. Angela le da el lema de su campaña a Susy le encanta. Sabas le dice a Susy que su madre llegó, Susy le dice que la tiene que sacar porque ella no se la aguanta. La mamá de Sabas echa a Angela de su puesto y se hace cargo de la campaña de Susy.

**Desenlace:** Tiburcio le tiene una cena con pétalos en la cama a Sagrario, una

**noche romántica, Tiburcio le pide perdón a Sagrario por ser egoísta y pensar solo en él. La tienda se incendia, y Tiburcio piensa en irse, pero finalmente decide quedarse con Sagrario en la oportunidad. Payares y Daniela tienen una noche romántica, Juank llama a Daniela y la amenaza con denunciar a su familia.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica:  tipo (video musical, propaganda, corto)  país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 137</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>47. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>48. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Todos desesperados por apagar el fuego de la tienda de Tiburcio salen para allá, Sagrario triste se mete entre el fuego y el padre Venacio le dice “aguanta el burro” esta frase la utilizan en la costa cuando quieren decir espere un momento.</b></li> <li>- <b>Lorenza discute con Fidel porque él no quiere postularse como alcalde de la oportunidad, Lorenza le dice que entonces ella lo hará y Fidel le responde “Joda tienes duró el achote” que lo quiso decir es que es muy terca o cabeciduro.</b></li> </ul>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></li> </ul>

<p>finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <p>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></p> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

Nivel de análisis semiótico	contenido
<p>Signos:</p> <p>Identificar el central para el relato y 4 o 5 vinculados y relevantes. Tener en cuenta las Categorías de Pierce (índice, ícono, símbolo)</p> <p>Explicar por qué es importante cada uno.</p>	<p><b>Cartel “Se busca Patricio Umaña”:</b>  <b>Índice</b></p> <p><b>Velo blanco: Símbolo matrimonio</b></p> <p><b>Cartel “Nuevo día”: Índice</b></p>

Textos :

Establecer el inicio, nudo y desenlace del relato y dentro de cada uno los estados de transformación importantes y los modos de relato (lineal, flashback, inicio al final, circular, intermitente)

**Inicio:** Angela termina detalles en el velo de Daniela, ya que es el día del matrimonio, Angela le queda dar la bendición, pero Daniela tiene una cara de tragedia por los nervios. Pipe le dice a Daniela que la va a extrañar mucho y que es la novia más hermana, se abrazan y la familia Umaña se dirigen a la iglesia. Payares no irá a la iglesia, pues él sigue enamorado de Daniela. Belinda se da cuenta por medio de una noticia que Patricio está prófugo de la justicia. Tiburcio le dice a Juank que Daniela tiene cara de un amigo que se estaba cansando, pero con un revólver en la cabeza.

**Nudo:** Patricio entrega a Daniela y le dice que es bienvenido a la familia, Juank le dice que va hacer a Daniela la esposa más feliz del mundo. Payares llama a su general y le pide un traslado. Belinda intenta llamar a Patricio para contarle el aviso que había visto pero él no contesta y apaga su teléfono, Belinda al ver que Patricio no le contestó llegó a la iglesia. Patricio interrumpe la boda e impide que Daniela se case con Juank porque se enteró que Juank la estaba chantajeando y decido contarle a todos los de la oportunidad, Lorenza discute

**con la familia y Angela de dice que es una egoísta, Sagrario le dice que por todo lo que han tenido que pasar definitivamente no ha cambiado.**

**Desenlace: Lataman habla con Fidel su padre y le dice que perdone a Lorenza, que ella les hizo un bien y que no importa como se llame lo que importa es lo que ella es como mujer. Finalmente, Patricio va a la cárcel, pero a los pocos días logra demostrar su inocencia y queda en libertad. La familia Umaña cumple todos sus sueños y se quedan viviendo en la oportunidad, Lorenza sigue con Fidel y finalmente Daniela se casa con Payares.**

<p>Objeto:</p> <p>Datos sobre la imagen dinámica: tipo (video musical, propaganda, corto) país, año, duración, finalidad, director.</p>	<p><b>Tipo: telenovela</b></p> <p><b>País: Colombia</b></p> <p><b>Año: 2012 -2013</b></p> <p><b>Productora: Caracol Televisión</b></p> <p><b>Dirigida por: Anselmo 'Chemo' Calvo</b></p> <p><b>Luis Orjuela</b></p> <p><b>Duración: 140</b></p> <p><b>Capítulo: 140</b></p> <p><b>Duración del capítulo:43 minutos</b></p>
<p>Escenas prácticas o predicativas:</p> <p>49. Acciones, costumbres, tradiciones referidas dentro del relato.</p> <p>50. Datos relacionados con la producción de la imagen dinámica, la recepción del público y el impacto en el contexto.</p>	<p>- <b>Mientras Lorenza discutía con la familia Umaña, Sabas dice que los Umaña son unos mentirosos y pasado, pero lo dice de la siguiente manera: “ Es que de verdad se pasan de piña oye” este término en la costa es muy utilizado y es para referirse sobre una acción o comportamiento terrible de alguien.</b></p>
<p>Estrategias:</p> <p>Figuras retóricas, manejo de planos y su finalidad. Paso del signo plástico al icónico (color, forma, textura. Espacialidad) mensajes lingüísticos, mensaje denotativo y connotativo.</p>	<p>- <b>A lo largo del video manejan los siguientes planos:</b></p> <p><b>Planos generales: para mostrar el lugar donde se encuentra el sujeto o la espacialidad de la telenovela</b></p> <p><b>Primer primerísimo plano: lo utilizan para mostrar las expresiones del rostro</b></p>

	<p><b>de los personajes, usualmente este plano en contrapicado.</b></p> <p><b>Plano medio, se usa cuando en escena entran dos o más personajes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Del signo plástico al icónico:</b></li> </ul> <p><b>El color: se muestra cambio de color cuando se pasa de la comunidad de La Oportunidad a Bogotá. También, se puede diferenciar la limpieza, cuando está la escena en Bogotá. Este cambio de color puede representar la temperatura de cada lugar.</b></p>
<p>Forma de vida:</p> <p>Tema tratado, vinculación de la imagen con la semiosfera (centro periferia), qué representa, cómo y por qué.</p>	<p><b>Esta novela transcurre en el pueblo La Oportunidad, Magdalena, en Colombia realmente no existe, pero lo que la novela da a entender, es que es un pueblo cercano a Santamarta. Además de mostrar la adaptación de un Cachaco o Rolo a la costa, su clima y gente, muestra la vida e idiosincrasia de una comunidad campesina en la costa norte de Colombia.</b></p>

## Referencias Bibliográficas

- ABREU, Jose. Hipótesis, método y diseño de investigación. Daena International Journal of Good Conscience, 2012, vol. 7, no. 2, 191 p.
- Adorno, Theodor. y Horkheimer, Max. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. Buenos Aires: Sudamericana..
- Aignerren, M. (2006). La técnica de recolección de información mediante los grupos focales. Tomado el 14 de octubre de 2008, de [http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos\\_focales.htm](http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).
- Alvarez, Abelardo.. (2016). Cultura e identidad frente a la globalización. En Available La cultura en función del trabajo comunitario. Barcelona (España): Editorial Académica Española.
- Ambrosini, Antonio. (2008). La cultura del entretenimiento. Buenos Aires: Universidad de Palermo-Nobuko, p. 18.
- Amurrio Marín, A. B., Fernández Jiménez, M. T., García Gómez, L., & González Nevado, E. (2011, enero 14). LOS DIBUJOS ANIMADOS. Las mujeres en Disney. Retrieved from <https://loquenosevedisney.wordpress.com/>
- Arancibia, V. Herrera, P. y Starsser, K. (1999). Psicología de la educación. Mexico: Alfaomega, 2da. Edición.
- Bandura, AB y Bussey, K. (1999). Teoría social cognitiva del desarrollo y la diferenciación de género. Psychological Review, 106, 676-713.

- Bañales, A. A. (2014, enero 31). El comportamiento negativo de los niños por influencia de la televisión . Retrieved from <https://es.calameo.com/books/0031860245b0ebf7c6dbd>
- Barbero, M. (1987). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. Diálogos de la Comunicación
- Barbero, M. (2002). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura, Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Barbero, M. (2003). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello: Bogotá.
- Barbero, M. (2012). La telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana. Recuperado de: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/olduploads/2012/01/17-revista-dialogos-la-telenovela-en-colombia.pdf>
- Barrera, A.: (2015) La imagen de la mujer en los medios es la misma desde los 187 setentas. Recuperado 22 de junio de 2016, Lado B: <http://ladobe.com.mx/2015/06/laimagen-de-la-mujer-en-los-medios-es-la-misma-desde-los-70s/>
- Beck, M., Bryman, A. y Futing, L. (2004). The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods. New Delhi: SAGE Publications
- Benavides, J. (2012). Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953- 1958 ). Universidad Nacional de Colombia, 1–302. <http://www.bdigital.unal.edu.co/8152/1/469023.2012.pdf>

- Benítez, L. (2010). La representación de la mujer en la telenovela colombiana. Universidad EAFIT. Recuperado de web: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2801/benitezvargas\\_1auramaria\\_2010.pdf?sequence=1](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2801/benitezvargas_1auramaria_2010.pdf?sequence=1)
- BLANCO, Mercedes. Investigación narrativa: una forma de generación de conocimientos. [En línea]. México: Argumentos, 2011, vol. 24, n. 67, pp. 135-156. (Recuperado el 25 de agosto del 2019). Disponible en <<https://n9.cl/w15f>>. ISSN 0187-5795
- Bosch, E. (2008). La violencia de género como fenómeno social. En E. Bosch, V. Ferrer, y A. Alzamora, Violencia de género. Algunas cuestiones básicas (pp. 19-59). Alcalá la Real, Jaen: Formación Alcalá
- Buendía, L. Colás, P. y Hernández, F. (1998). Métodos de investigación en psicopedagogía. España: McGraw-Hill / Interamerica de España S.A.U.
- Cabot, M. (2016). Estereotipos de la representación del cuerpo en la televisión . Aspectos de la crítica de la cultura de masas de Th . W . Adorno Stereotypes of the body representation on television . Aspects of the critique of mass culture Theodor Adorno. 5, 621–631.
- Calonge Cole S. (Agosto de 2006). La representación mediática: teoría y método. Psic. da Ed., São Paulo, pp. 75-102.
- Canclini, N. G. (1984). Gramsci con Bourdieu. Hegemon{í}a, consumo y nuevas formas de organizaci{ó}n popular. Nueva Sociedad, 71, 69–78.
- Canclini, N. G. (1995). Consumidores y Ciudadanos. In Diálogos de la Comunicación (Vol. 30).

- Carretero Pasín, A. Enrique (2001) *Imaginarios sociales y crítica ideológica. Una perspectiva para la comprensión de la legitimación del orden social.* Tesis de doctoramiento. Universidad de Santiago de Compostela.
- Carretero Pasín, A. Enrique (2005) “La religiosidad futbolística desde el imaginario social. Un enfoque antropológico”. *A parte rei. Revista de filosofía.* 41. Septiembre.
- Carretero, E. (2004). *La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual.* *Nómadas,* 9, 1-9.
- CASTELLS, M.: *Globalización e identidad.* Barcelona. Comunicar
- Cervantes, Ana Cecilia (2005). “La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas” En: *Revista Investigación y Desarrollo,* Volumen 13.
- COLPRENSA. (2012). *El hombre y la burra: historias de Colombia rural - El Pilón | Noticias de Valledupar, El Vallenato y el Caribe Colombiano.* LA PATRIA. <https://elpilon.com.co/el-hombre-y-la-burra-historias-de-colombia-rural/>
- Cornejo, M. (n.d.). *El hipertexto: el medio frío . Retrieved from Razón y palabra : <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n68/varia/mcornejo.html>*
- Cortés, E. (2014). *La Hegemonía Cultural.* *Filosofía, Artes y Letras,* 14(22), 13–28.
- *Cultura y globalización.* Ed. Jesús Martín Barbero, Fabio López de la Roche, Jaime Eduardo Jaramillo. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 1999. 141-67

- Cunha G., et al., (2010). “Autopercepción de las competencias profesionales de los entrenadores de fútbol en función de la experiencia personal y de la formación académica”. Cuadernos de Psicología del Deporte, 10 (1), 23-36.
- D’Argemir, D. C. (2008). Construyendo imaginarios, identidades, comunidades: El papel de los medios de comunicación . En C. D. Margaret Bullen, Retos teóricos y nuevas prácticas (págs. 179-208). San Sebastián : Ankulegi Antropologia Elkartea.
- Díaz Barriga, F. y Hernández, G. (19989. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Dorsch, F. Diccionario de Psicología (1985). Barcelona: Herder.
- Durkheim, Emile (1895) Las reglas del método sociológico. México: Fondo de Cultura Económica, 1986.
- DURKHEIM, Émile. Las reglas del método sociológico. Madrid: España, 2001. p. 14
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. In P. A. M. Van Lange, A. W.
- Eagly, AH y Steffen, VJ (1984). Los estereotipos de género se derivan de la distribución de mujeres y hombres en roles sociales. Revista de personalidad y psicología social, 46 (4), 735–754. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.4.735>

- Entel, R.: (2004) *Mujeres En Situación De Violencia Familiar*. Buenos Aires: Espacio Print.
- Espinal Pérez, Cruz Elena (2008). *La(s) Cultura(s) Popular(es) Los términos de un debate histórico-conceptual*, *universitas humanística* no.67 enero-junio de 2009 pp: 223-243.
- Falletti, V. (2006). *Los problemas de la construcción del conocimiento en las ciencias sociales. Una mirada crítica sobre las nociones clásicas, el tipo ideal y la representación*. *Universitas Humanística*, 62(62), 71-89.  
Recuperado de:  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2205>. 189
- Fontanille, J. (2013). *Medios, regímenes de creencia y formas de vida*. *Contratexto*, 0(21), 62–82.  
<https://doi.org/10.26439/contratexto2013.n021.33>
- Galán Fajardo, Elena. (2007). "Televisión Iberoamericana: Mujer, realidad social y ficción". *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Edición 105.
- GALÁN FAJARDO, ELENA. *Personajes, estereotipos y representaciones sociales* Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva: *ECO-PÓS-* v 9, n 1, janeiro-julho 2006. PP 58-81

- García-Rodríguez, G. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, 19(37), 31-42. doi: 10.22518/usergioa/ jour/ccsh/2019.2/a08.
- Gestoso, J. I. C. (2016). Tesis Doctoral: Los estereotipos sociales; el proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva. In *La tesis doctoral en teorico y empirico*.
- Gibb, A. (1997). Focus group. *Social Research Update*, 5 (2), 1-8. Tomado el 10 de Septiembre del 2008, de [sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html](http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html) - 23k
- GIRADO SIERRA, Jesús David. Editorial. *Gianni vattimo. Filósofo del jardín y de la ciudad*. Perseitas, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 10 - 12, july 2013. ISSN 2346-1780. Disponible en: <<https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/perseitas/article/view/901/852>>. Fecha de acceso: 06 sep. 2021 doi:<https://doi.org/10.21501/23461780.901>.
- González Gavaldón, Blanca (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12), [fecha de Consulta 6 de septiembre de 2021]. ISSN: 1134-3478. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>
- González, G. (2010). La transición entre teoría y campo de investigación en la didáctica de las ciencias sociales. En Ávila, R., Rivero, P., Domínguez, P. (eds.). *Metodología de investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*.
- GRAMSCI, A., 1968: *Prison Notebooks*. Lawrence and Wishart. Citado en: Hall S. *La Cultura, Los Medios de Comunicación y El «efecto Ideológico»*.
  - Serrano MM. Las funciones sociales que cumplen los medios de

comunicación de masas" Documents. 1984;1(9):199-208.

<http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/41276/88301>

- Hall S. La Cultura, Los Medios de Comunicación y El «efecto Ideológico».
- Henderson, D. Harcourt, G C. Owen, G.: Antiliberalism 2000: the rise of new millennium collectivism
- Henri Tajfel. 1984, Grupos humanos y categorías sociales. Herder, Barcelona, 409 pp.
- Hernaiz Blázquez, Juan Ignacio (2009). "La mediática". Vivat Academia.
- HÉRNANDEZ SAMPIERI, Roberto. COLLADO FERNANDEZ, Carlos. BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. México: McGraw Hill. 2010. p 493.
- Herrero, A.: (2013). La representación de la mujer en la televisión mexicana. Recuperado el 19 de octubre de 2016.
- Hopenhayn, Martín. (1999). La aldea global entre la utopía transcultural y el ratio mercantil: paradojas de la globalización cultural. En Carlos Ivan Degregori y Gonzalo Portocarrero. Cultura y globalización Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, Lima.
- Horta J. (2013). Representaciones mediáticas. Tres notas sobre los procesos semióticos en los medios masivos. Universidad de Chile.
- Huertas, J. (s.f). Origen de los grupos focales. Tomado el 10 Enero del 2009, de [academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo\\_Focal.pdf](http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo_Focal.pdf)

- Hurtado D. 2004. Reflexiones sobre la Teoría de Imaginarios. Cinta moebio 21: 169-174
- Hurtado D. 2004. Reflexiones sobre la Teoría de Imaginarios. Cinta moebio 21: 169-174
- HUSSERL, Edmund, La idea de la fenomenología. Cinco Lecciones, trad. de Manuel GARCÍA-BARÓ, Fondo de Cultura Económica, México; Madrid; Buenos Aires 1982.
- Ibáñez, Tomás (1988), Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales, España: Sendai. 190
- Islas-carmona, J. O., Arribas, A. A., Postman, N., Meyrowitz, J., Carey, J. W., David, J., & Strate, L. (2008). Jalabra Clave El prosumidor . El actor comunicativo The Prosumer : The Communicative Agent of the Ubiquitous Society. 29–40.
- Jimenez, J. Q. (2015). Estereotipos de Género y usos del lenguaje. In All rights reserved. IJES (Vol. 281, Issue <http://nadir.uc3m.es/alejandro/phd/thesisFinal.pdf%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Universidad+de+murcia#0>)
- Kitzinger, J. (1995). Education and debate Qualitative Research: Introducing focus groups. Sociology of Health, 311,299-302. Tomado el 15 de Enero del 2009, de [www.bmj.com/cgi/content/full/311/7000/299](http://www.bmj.com/cgi/content/full/311/7000/299)
- Krueger, R. (2006b). Is it a focus group? tips on how to tell. Spotlight On Research, 33 (4), 363-366. Tomado el 25 de Enero del 2009, de

www.jwocnonline.com/pt/re/jwocn/fulltext.00152192-200607000-00003.htm

- Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), Handbook of theories of social psychology (p. 458– 476).
- Lamas, M. (2002). *Cuerpo: Diferencia sexual y género*. México: Taurus.
- LeVine, RA y Campbell, DT (1972). *Etnocentrismo: teorías del conflicto, actitudes étnicas y comportamiento grupal*. John Wiley e hijos
- Lomas, C. (2005). ¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. *Cuadernos De Trabajo Social*, 18, 259 - 278. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0505110259A>
- Luhmann, Niklas y Karl Eberhard Schorr. *El sistema educativo (Problemas de reflexión)*, Guadalajara, UdeG, UI e ITESO, 1993.
- Luhmann, Niklas y Rafaelle De Georgi. *El sistema de la sociedad*, s/l, s/e, s/f., 2007.
- Magally, S. (2011). Cerca de 5 millones de hogares mexicanos están jefaturados por una mujer: Conapo/Cimacnoticias (México, D. F.). En *Los Roles de Género de los Hombres y la Mujeres en el México Contemporáneo*.
- Maric Palenque, María Lily. (2015). Los estereotipos en la construcción de la Integración Latinoamericana. *Revista de Investigacion Psicologica*, (14),

9-17. Recuperado en 24 de mayo de 2021, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2223-30322015000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-30322015000200003&lng=es&tlng=es).

- Marín Gracia, M. Á. (2010). La construcción de la identidad en la época de la mundialización. En M. Bartolomé Pina (Ed.), *Identidad y Ciudadanía: un reto a la educación intercultural* (pp. 27-49). Madrid: Narcea Ediciones.
- Martín B., J., & Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia* / por J. Martín-Barbero, Sonia Muñoz, coordinadores. (1. ed.). Tercer Mundo Editores.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
- Martín-Barbero, J., & Rey, G. (2000). Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva: hegemonía audiovisual y ficción televisiva. In *Signo y pensamiento* (Vol. 19, Issue 36).
- Martínez, H. (2009). "Autopercepción social y atribuciones cognoscitivas en estudiantes de bajo rendimiento académico". *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 7 (3), 1175-1216.
- Mauss, M., & Mauss, M. (2002). *Les techniques du corps. Les Techniques Du Corps*. <https://doi.org/10.1522/cla.mam.tec>
- MCLUHAN, M.: *El medio es el mensaje*. Barcelona, Paidó
- Medina Cano, Federico (2011). *La telenovela: un género en transformación*. *Revista comunicación*, No. 28 p. 81 - 101Medellín-Colombia

- Mernissi, F. (2001). *El harén en occidente*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.
- Molina y Vedia, Silvia Responsabilidad social de la televisión y opciones educativas *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* (México), vol. XXVIII, núm. 4, trimestre, 1998, pp. 47- 79
- MOLLÀ, Ricard Marí; BONET, Rosa M. Bo; CLIMENT, Cristina I. Propuesta de análisis fenomenológico de los datos obtenidos en la entrevista. *Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació*, 2010, vol. 1, no 1, p. 115 11 HERNÁNDEZ SAMPIERI, COLLADO Y BAPTISTA LUCIO, Op. Cit., p. 363
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 1(2), 1–25. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n2.55>
- Moraes, D. (2007). Hegemonía cultural y comunicación en el imaginario social contemporáneo. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 35, 3.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire. En D. Jodelet (ed). *Les Représentations Sociales*. París. Francia: PUF.
- Moscovici, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

- Moscovici, Serge. (1961). El psicoanálisis, su imagen y su público. Buenos Aires: Huemul, 1979.
- Muñoz, S. (2004). Cómo es posible hablar de la historia de los medios de comunicación en Colombia. *Sociedad y Economía*, (6), 235+.
- Myers, G. (1998) Displaying opinions: topics and disagreement in focus groups. *Language in Society*, 27 (1), 85-111. Tomado el 15 de Octubre del 2008, de Base de datos Celsiu
- Negritto, carolina (2016). Los estereotipos socioculturales en tres comedias cinematográficas italianas, Córdoba, marzo de 2016.
- Ngozi, Chimamanda. (Julio 2009). El peligro de la historia única. Conferencia Oficial de TED.
- Noaks, L. y Wincup, E. (2004). *Criminological research*. New Delhi: London
- Orduna, G. (2003) “Desarrollo local, educación e identidad cultural”ESE, No. 4, 67-80.
- Ortiz, E. (2008). El Arte de piropear: ¿halago u ofensa? *Tinkuy*, 10, 51–59.  
<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3303669.pdf>
- PALACIO, J. M. Historia de la televisión en España, Barcelona: Gedisa. *En GALÁN FAJARDO, ELENA. Personajes, estereotipos y representaciones sociales Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva: ECO-PÓS- v 9, n 1, janeiro-julho 2006*

- Pintos, J. L. (2001a), “Construyendo realidad(es): los Imaginarios Sociales”, Realidad. Revista del Cono Sur de Psicología Social y Política, 1: 7-24.
- Powell, R. y Single, H. (1996). Focus groups. International Journal for Quality in Health Care, 8(5), 499-509. Tomado el 15 de febrero del 2009, de Base de datos Celsius
- Ramón Xirau (2000), Introducción a la historia de la filosofía, Editorial Porrúa, México.
- RAMOS, C.: Los medios de comunicación, agentes constructores de lo real.

#### Comunicar

- REDACCIÓN CARTAGENA. (2013). “La ignorancia es atrevida”: consecuencias de sostener relaciones con burras | EL UNIVERSAL - Cartagena. El Universal. <https://www.eluniversal.com.co/cartagena/la-ignorancia-es-atrevida-consecuenciasde-sostener-relaciones-con-burras-107863-BYEU194140>
- Revelo, H., Valenzuela, M., & Álvarez, A. (2019). El entorno social, cultural y productivo de la gallina criolla del pacífico colombiano en comunidades afro , indígenas y campesinas. 14(2019), 107–116.
- Rigler, E. (1987). Focus on focus groups. ABA Baking journal, 79 (4), 97-100
- RISO GARCÍA, Marta. “Construcción de la realidad, Comunicación y vida cotidiana – Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann”. tomado de Internet: (<http://www.scielo.br/pdf/interc/v38n2/1809-5844-interc-38-02-0019.pdf>)

- Rouquette, M. L. (1994). Sur la connaissance des masses. Essai de psychologie politique. Grenoble, PUG. y Guimelli, Ch. (1994). « Sur la cognition sociale, l'histoire et le temp ». In : Cuimelli, Ch. (ed.). Structures et transformations des représentations sociales. Neuchâtel/Paris, Delachaux et Niestlé.
- Ruiz Román, C., Calderón Almendros, I., y Torres Moya, F. J. (2011). Construir la identidad en los márgenes de la globalización: educación, participación y aprendizaje. *Cultura y educación: Culture and Education*, 23(4), 589-599.
- Sánchez Álvarez-Insúa, A. (2007). Freud y Bergson. El chiste y la risa y su relación con lo social. *Arbor*, CLXXXIII(723). <https://doi.org/10.3989/arbor.2007.i723.84>
- Saravia, N. S. P. (2016). Antropología de la muerte: Ritos donde se llora, canta y ríe con la muerte. *Boletín Antropológico*, Vol. 34, Núm. 92. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/712/71249541006/html/index.html> 194
- SARTORI, GIOVANNI. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 1998
- Seni Medina, G. (2006). *Análisis Integral de la Imagen Audiovisual*. Universidad Autónoma Del Caribe. 192
- Serrano, M. M. (1981). Niveles de influencia (I). *La Influencia Social de La Televisión*, 39–55.

- Sewell, Jr., Willam H., 1999. "The Concept(s) of Cultura. En Victoria E. Bonnell and Lynn Hunt, (eds). Beyond the Cultural Turn. Berkeley – Los Angeles – London: University of California Press, pp. 35-61.
- TAYLOR. Stephen. BOGDAN. Robert. Introducción Métodos Cualitativos de investigación. New York, 1984. 306 p.
- Toffler, A. (2000). La tercera Ola. Barcelona: Plaza y Janés.
- Torres, D. M. (s.f.). El impacto económico de las industrias culturales en Colombia Ministerio de Cultura de Colombia Convenio Andrés Bello Equipo Economía y Cultura.
- Una era que termina un recorrido historiográfico. Historia Crítica, 28(22), 105–119. <https://doi.org/10.7440/histcrit28.2004.04> 193
- Valderrama, Carlos Eduardo (2009). LA INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA (1980-2009). Nómadas (Col), (31), 262-276. [Fecha de Consulta 22 de Febrero de 2021]. ISSN: 0121-7550. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1051/105112061018>
- Valdez-Medina, J.L., Díaz-Loving, R. y Pérez, B. (2005). Los hombres y las mujeres en México: dos mundos distantes y complementarios. Toluca (México): UAEM.
- Vázquez Toledo, S. (2005). La televisión persuasiva. Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, 25, 187. <https://doi.org/10.3916/25894>

- Vergara, C. (2017, mayo 04). Piaget y las cuatro etapas del desarrollo cognitivo. Retrieved from Actualidad en psicología : <https://www.actualidadenpsicologia.com/piaget-cuatro-etapasdesarrollo-cognitivo/>
- Zapata, M. I., & De Fernández, C. O. (2005). Cincuenta años de la televisión en Colombia.
- Andrea, P., & Colorado, M. (2015). La novela colombiana ante la historia y la crítica literarias (1934-1975). *Estudios de Literatura Colombiana*, 0(36), 13–35.
- Mansilla Torres, S. (2006). Literatura e identidad cultural. *Estudios Filológicos*, 41, 131–143. <https://doi.org/10.4067/S0071-17132006000100010>

## Autorización de Uso

Yo, NICOLAS CALDERON AMARIS, mayor de edad, vecino de ICA5840776 identificado(a) con cédula de ciudadanía número ICA5840776 de Bucaramanga, actuando en nombre propio, en mi calidad de autor(a) del trabajo denominado Los Estereotipos sexuales Presente en la Telenovela Colimbaná, el cual consiste en un trabajo explorado de investigación, a través del presente escrito hago entrega del texto respectivo en forma digital o electrónica (CD-ROM), una copia en medio físico y sus anexos, de ser el caso, y autorizo a la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA, UNAB**, institución de educación superior identificada con NIT N° 890200499-9, para que en los términos establecidos en la ley 23 de 1982, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento. La autorización realizada se condiciona a usos relacionados con la actividad académica, de investigación, docencia y publicación.

PARAGRAFO: La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico (online, offline), digital, óptico, etc., y en general cualquier formato conocido o por conocer.

Esta autorización tendrá una duración equivalente al término máximo de protección previsto por la legislación nacional para los autores, Ley 23 de 1982, respecto de sus derechos patrimoniales.

EL(LA) AUTOR(A) manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y por lo tanto es titular de los derechos que surgen de la misma. PARAGRAFO: En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL(LA) AUTOR(A), asumirá toda la responsabilidad, respondiendo por cualquier reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir, y saldrá en defensa de la autorización aquí otorgada; para todos los efectos la Universidad, actúan como terceros de buena fe.

Para constancia se firma el presente documento en (2) ejemplares del mismo valor y tenor, en Bucaramanga a los 6 ( ) días del mes de 11 del año 2021.

El autor

Firma 

Nombre NICOLAS CALDERON AMARIS

C.C. No. ICA5840776 de Bucaramanga

## Autorización de Uso

Yo, Alejandra Valeria Moya Díaz, mayor de edad, vecino de esta ciudad identificado(a) con cédula de ciudadanía número 1192.811.169 de Maicao, La Guajira, actuando en nombre propio, en mi calidad de autor(a) del trabajo denominado Los estereotipos sociales presentes en la telenovela Colombiana el cual consiste en un trabajo exploratorio de investigación través del presente escrito hago entrega del texto respectivo en forma digital o electrónica (CD-ROM), una copia en medio físico y sus anexo, de ser el caso, y autorizo a la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA, UNAB**, institución de educación superior identificada con NIT N° 890200499-9, para que en los términos establecidos en la ley 23 de 1982, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento. La autorización realizada se condiciona a usos relacionados con la actividad académica, de investigación, docencia y publicación.

PARAGRAFO: La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico (online, offline), digital, óptico, etc., y en general cualquier formato conocido o por conocer.

Esta autorización tendrá una duración equivalente al término máximo de protección previsto por la legislación nacional para los autores, Ley 23 de 1982, respecto de sus derechos patrimoniales.

EL(LA) AUTOR(A) manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y por lo tanto es titular de los derechos que surgen de la misma. PARAGRAFO: En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL(LA) AUTOR(A), asumirá toda la responsabilidad, respondiendo por cualquier reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir, y saldrá en defensa de la autorización aquí otorgada; para todos los efectos la Universidad, actúan como terceros de buena fe.

Para constancia se firma el presente documento en (2) ejemplares del mismo valor y tenor, en Bucaramanga, a los 8 ( ) días del mes de Noviembre del año 2021.

El autor

Firma Alejandra Moya

Nombre Alejandra Valeria Moya Díaz

C.C. No. 1192811169 de Maicao, La Guajira

## Autorización de Uso

Yo, Daniela Novatio Márquez, mayor de edad, vecino de Bucaramanga identificado(a) con cédula de ciudadanía número 1098815927 de Bucaramanga, actuando en nombre propio, en mi calidad de autor(a) del trabajo denominado Los estereotipos sociales presentes en la tecnología el cual consiste en un trabajo exploratorio de investigación a través del presente escrito hago entrega del texto respectivo en forma digital o electrónica (CD-ROM), una copia en medio físico y sus anexos, de ser el caso, y autorizo a la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA, UNAB**, institución de educación superior identificada con NIT N° 890200499-9, para que en los términos establecidos en la ley 23 de 1982, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento. La autorización realizada se condiciona a usos relacionados con la actividad académica, de investigación, docencia y publicación.

PARAGRAFO: La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico (online, offline), digital, óptico, etc., y en general cualquier formato conocido o por conocer.

Esta autorización tendrá una duración equivalente al término máximo de protección previsto por la legislación nacional para los autores, Ley 23 de 1982, respecto de sus derechos patrimoniales.

EL(LA) AUTOR(A) manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y por lo tanto es titular de los derechos que surgen de la misma. PARAGRAFO: En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL(LA) AUTOR(A), asumirá toda la responsabilidad, respondiendo por cualquier reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir, y saldrá en defensa de la autorización aquí otorgada; para todos los efectos la Universidad, actúan como terceros de buena fe.

Para constancia se firma el presente documento en (2) ejemplares del mismo valor y tenor, en Bucaramanga, a los 7 ( ) días del mes de Nov del año 2021.

El autor

Firma Daniela Novatio

Nombre Daniela Novatio Márquez

c.c. No. 109881592 de Bucaramanga

## Autorización de Uso

Yo, Yuriana V. Suarez Castro, mayor de edad, vecino de Bucaramanga identificado(a) con cédula de ciudadanía número 1.006790.146 de Bucaramanga, actuando en nombre propio, en mi calidad de autor(a) del trabajo denominado Los estereotipos Sociales presentes en la telenovela C. el cual consiste en Un trabajo exploratorio de investigación, a través del presente escrito hago entrega del texto respectivo en forma digital electrónica (CD-ROM), una copia en medio físico y sus anexos, de ser el caso, y autorizo a la **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA, UNAB**, institución de educación superior identificada con NIT N° 890200499-9, para que en los términos establecidos en la ley 23 de 1982, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento. La autorización realizada se condiciona a usos relacionados con la actividad académica, de investigación, docencia y publicación.

PARAGRAFO: La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico (online, offline), digital, óptico, etc., y en general cualquier formato conocido o por conocer.

Esta autorización tendrá una duración equivalente al término máximo de protección previsto por la legislación nacional para los autores, Ley 23 de 1982, respecto de sus derechos patrimoniales.

EL(LA) AUTOR(A) manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y por lo tanto es titular de los derechos que surgen de la misma. PARAGRAFO: En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL(LA) AUTOR(A), asumirá toda la responsabilidad, respondiendo por cualquier reivindicación, plagio u otra clase de reclamación que al respecto pudiera sobrevenir, y saldrá en defensa de la autorización aquí otorgada; para todos los efectos la Universidad, actúan como terceros de buena fe.

Para constancia se firma el presente documento en (2) ejemplares del mismo valor y tenor, en

Bucaramanga, a los 6 ( ) días del mes de Noviembre del año 2021.

El autor

Firma

Nombre

C.C. No.

Y. Suarez  
Yuriana V. Suarez C.  
1006790146 de Bucaramanga