



**LA RECEPCIÓN DE NARCOTELNOVELAS POR JÓVENES DE LA CIUDAD DE
BOGOTÁ**

Jenny Moreno Ruiz

Tesis para optar al título de Máster de Gestión Cultural

Director: Dr. Matías I. Zarlenga

Universidad de Barcelona

Programa de Máster Oficial en Gestión Cultural

Facultad de Economía y Empresa

Año 2016

Agradecimientos

A mi director, Matías I Zarlenga, por haberme sabido guiar en la exploración y aprendizaje de nuevos temas, por sus palabras que siempre me motivaron a la reflexión, por su tiempo y su paciencia.

A mi familia, quienes han contribuido con su apoyo incondicional a tener una motivación para realizar este trabajo de investigación. Especialmente a mi hermana Diana, por sus consejos y su enorme cariño.

Y a Alberto José por siempre creer en mí, porque sin su incondicional apoyo no lo hubiera logrado.

Junio, 2016.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
<hr/>	
1. CAPÍTULO I	7
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN	18
2. CAPÍTULO II	24
<hr/>	
2.1 MARCO CONCEPTUAL	25
2.1.1 PRODUCCIÓN Y MENSAJE	26
2.1.2 RECEPCIÓN	30
2.1.3 MEDIACIÓN	32
2.2 DISEÑO METODOLÓGICO	39
2.2.1 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	39
2.2.2 MUESTRA DE ANÁLISIS	40
2.2.3 ESTRATEGIA METODOLÓGICA	44
2.2.4 MODALIDAD DE ANÁLISIS	49
3. CAPÍTULO III	50
<hr/>	
3.1 LAS COMPETENCIAS CULTURALES	54
3.1.1 EL CAPITAL CULTURAL	54
3.1.2 HOMOLOGÍAS DE CLASE	56
3.2 LA COTIDIANIDAD FAMILIAR	58
3.2.1 TOPOLOGÍA SIMBÓLICA DE LA TELEVISIÓN	59
3.2.2 MODOS DE VER EN FAMILIA	61
3.3 ESPACIOS DE CIRCULACIÓN	63
3.3.1 EL COLEGIO	63
3.3.2 EL BARRIO	65
3.4 EVIDENCIAS DEL ANÁLISIS Y LA NECESIDAD DE UNA PROPUESTA EN GESTIÓN CULTURAL	67
4. CAPÍTULO IV	69
<hr/>	
4.1 LECCIONES	70
4.2 REVISIÓN DE POLÍTICAS EDUCATIVAS Y CULTURALES	71
4.2.1 POLÍTICAS EDUCATIVAS	72
4.2.2 POLÍTICAS CULTURALES	74
4.2.3 POLÍTICA DE CONVERGENCIA DE EDUCACIÓN Y CULTURA	76
4.3 PROGRAMA DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	78
4.3.1 FORMACIÓN	79
4.3.2 DISEÑO	80
4.3.3 IMPLEMENTACIÓN	82
4.3.4 EVALUACIÓN	83
CONCLUSIONES	84
<hr/>	
REFERENCIAS	87
<hr/>	
ANEXOS	91
<hr/>	

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación cualitativa es comprender las diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de jóvenes entre los 12 y 15 años de edad, pertenecientes a diferentes sectores socioculturales de la ciudad de Bogotá. Como objetivos específicos se pretende explicar las mediaciones cómo las competencias culturales, la cotidianidad familiar y los espacios de circulación influyen en la recepción.

Colombia ha estado involucrada en el tráfico ilícito de drogas desde la década de los setentas, viviendo su auge en la década de los ochentas y noventas con la conformación de los carteles de la droga. Dichos carteles fueron encabezados por conocidos capos que tenían bajo su mando desde abogados y empresarios hasta mulas, sicarios y prostitutas.

Esta parte de la historia del país, llena de supuestas hazañas criminales, violencia y corrupción, hace parte de una realidad colombiana que es necesario evidenciar para construir una sociedad con memoria, capaz de reconocer y elaborar sobre sus propias problemáticas. Esta realidad ha sido plasmada en publicaciones literarias donde se narra desde la perspectiva de los propios delincuentes como relatos autobiográficos, conocida bajo diferentes denominadores: literatura testimonial del conflicto o el posconflicto, sicaresca, narconovela o narconarrativa.

Debido al éxito en ventas de estas narrativas en la literatura, se ha aprovechado su potencial para su explotación en otras industrias culturales como el cine y la televisión. Esta realidad, convertida en ficción, se ha llevado a la pantalla, contradictoriamente, como el clásico melodrama de la clase pobre que busca la supervivencia y el ascenso social en un país de enormes desigualdades socioeconómicas.

De esta manera, la televisión colombiana se ha visto saturada por un vasto número de narcotelenovelas que se han convertido éxitos de audiencia, exponiendo tantos niños como jóvenes a la problemática del narcotráfico, a través de productos de entretenimiento televisivo. Ante esta temprana exposición es relevante comprender los modos de significación y apropiación de las narcotelenovelas, ya que representan un problemática distante a la realidad en el tiempo de los jóvenes pero cercana a sus imaginarios.

Teniendo en cuenta que hasta el momento este fenómeno ha sido analizado desde la producción y el contenido, un enfoque desde la cultura posibilita entender los medios de comunicación desde las problemáticas y las relaciones sociales. Es decir, profundizar en los comportamientos y los procesos de socialización a través de los cuales las personas se apropian, valoran y reproducen significados televisivos.

De esta manera, adoptando el contexto cultural como mediación de la propia recepción, el trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos. El primer capítulo incluye el planteamiento del problema y la relevancia de esta investigación, teniendo en cuenta el estado de la cuestión de estudios realizados sobre productos culturales basados en el fenómeno del narcotráfico, en el caso específico de las telenovelas y su recepción. En el segundo capítulo se presentan las diferentes orientaciones teóricas sobre los medios masivos de comunicación, con especial énfasis en las mediaciones sociales y culturales como determinantes de la recepción. Adicionalmente, este capítulo expone el diseño metodológico basado en un enfoque de investigación cualitativo, usando como método de recolección los grupos de enfoque y las entrevistas semi-estructuradas, con una muestra compuesta por 8 jóvenes, tanto hombres como mujeres, de diferentes sectores socioeconómicos de la ciudad de Bogotá.

En el tercer capítulo presenta el análisis de los datos empíricos recolectados, partiendo de las hipótesis de investigación. La discusión de los resultados obtenidos busca describir cómo los hábitos sociales, las competencias culturales y los espacios de circulación son mediaciones que influyen en la recepción de narcotelenovelas, según su estrato socioeconómicos y su género.

En el último capítulo, a partir de las evidencias se pretende generar un modelo de gestión cultural que contribuya a empoderar a estos jóvenes, evidenciando los recursos sociales y culturales con los que cuentan y sus modos de consumo, para activar un proceso de recepción más crítico. Siendo así, se considera la gestión cultural como transversal y holística, ya que además de servir como disciplina de análisis, es una herramienta capaz de generar cambios sociales y de llegar a mejorar la vida de los jóvenes.

1. CAPÍTULO I

Este capítulo apunta a definir los fundamentos teóricos y metodológicos para el desarrollo de la investigación, a partir de confirmar la escasez de estudios enfocados en los modos de recepción de narcotelenovelas. El capítulo está compuesto por dos secciones: *1.1. Planteamiento del problema* y *1.2. Estado de la cuestión*. En la sección *1.1. Planteamiento del problema*, se presenta un breve resumen de la historia del narcotráfico en Colombia y como este fenómeno se ha adaptado a un producto de explotación televisivo. Esta sección incluye un análisis sobre el consumo mediático de niños y adolescentes, junto con datos específicos sobre el consumo de narcotelenovelas en el país. Posteriormente se encuentra la sección *1.2 Estado de la cuestión*, donde se relacionan las últimas investigaciones enfocadas en productos culturales que abordan el narcotráfico, y en especial los que tienen que ver con las narcotelenovelas con el propósito de identificar estudios sobre la recepción.

1.1 Planteamiento del problema

El tráfico ilícito de drogas en Estados Unidos tiene sus inicios en la guerra de Vietnam, donde en 1968 el 60% de los soldados americanos llegaron a consumir marihuana y heroína. El enemigo vietnamita se encargó de proveer a las tropas americanas el exceso de droga para desestabilizarlo, incluso usando las bolsas y ataúdes de los cadáveres de soldados muertos para su exportación. (Atehortúa & Rojas, 2008)

La guerra de Vietnam, que fue transmitida en los medios de comunicación, generó el rechazo de la juventud estadounidense que optó por el consumo de drogas como oposición a la guerra. En

1969, los conocidos hippies junto con los miles de soldados repatriados se convirtieron en los consumidores masivos de heroína y marihuana, lo cual requirió de nuevos proveedores para abastecer la alta demanda. A partir de ese momento es cuando Colombia incrementa la producción y procesamiento de drogas psicoactivas, abusando tanto de la hoja de coca, como la de marihuana y de otras plantas que han sido usadas por comunidades indígenas como parte de su cultura, en gran parte del territorio suramericano. (Atehortúa & Rojas, 2008)

Producto de este alto tráfico, impacto y generación de violencia, al día de hoy se han implementado todo tipo de leyes y prohibiciones, tanto en Estados Unidos como en Colombia, para minimizar el efecto negativo de las drogas en la sociedad y castigar a quienes la cultivan, procesan, comercializan o distribuyen (en especial, a los conocidos como narcotraficantes). En el marco de esta guerra declarada contra las drogas se implementó el Plan Colombia, con el objetivo combatir los grupos ilegales armados (paramilitares y guerrilla), quienes desde 1980 empezaron a financiarse con el tráfico ilícito de drogas. (Atehortúa & Rojas, 2008)

Las diferentes medidas en esta época llevaron a que productores y traficantes se unieran y conformarán carteles clandestinos armados, usualmente liderados por uno o más capos, como fue el caso del Cartel de Medellín liderado por el reconocido Pablo Escobar. Estas organizaciones criminales emprendieron una guerra contra el Estado colombiano con el fin de evadir la ley, evitar los tratados de extradición con Estados Unidos, cometiendo actos terroristas contra las instituciones gubernamentales (la participación en la toma del Palacio de Justicia en 1985, por ejemplo) y contra la propia población civil (la bomba que derribó en pleno vuelo un avión comercial en 1989, dejando 110 personas muertas).

Estando en la cárcel, el capo Pablo Escobar vivió con los mayores lujos, en un reclusorio construido por él mismo y con una guardia que dependía de sus órdenes, pero su mayor temor a ser extraditado lo llevó a fugarse, produciendo por una nueva gran ola de violencia en el país. En

una guerra entre el propio Escobar y los conocidos como los “Pepes” (Perseguidos por Pablo Escobar), comandados por el jefe paramilitar Fidel Castaño, ejecutan fuertes amenazas contra la familia del capo, que llevado por el desespero descuida su seguridad y es dado de baja el 2 de diciembre de 1993.

Con la muerte de Escobar y debilitado el Cartel de Medellín, el gobierno se enfoca en la persecución de los capos del Cartel de Cali: los hermanos Rodríguez Orejuela. Estos comenzaron a ser investigados en 1994, al encontrarse presuntas pruebas de haber financiado la campaña del presidente Ernesto Samper. Al salir a la luz estos hechos de corrupción, el gobierno de Estados Unidos descertificó al país en su lucha contra las drogas y canceló la visa del Presidente a este país. Bajo esta presión, el gobierno colombiano aceptó todas las medidas impuestas por Estados Unidos, entre las que se incluyó el Plan Colombia, enfocado en la fumigación de cultivos ilícitos y la eliminación del Cartel de Cali. (Atehortúa & Rojas, 2008)

Con estas acciones terminaría la primera guerra contra el narcotráfico en Colombia en los años noventa, que quizás acabó con las grandes organizaciones criminales y carteles de drogas del país, pero derivó en profundos problemas sociales, fueron el caldo de cultivo para el fortalecimiento de la guerrilla y el nacimiento del paramilitarismo, además nuevos narcotraficantes, con menor relevancia mediática pero igual capacidad de exportar droga.

Y así, durante varios años, la realidad de país se vio envuelto en noticias sobre el narcotráfico y la violencia como su día a día, exponiendo la narcocultura y haciéndola parte arraigada a la cotidianidad de los colombianos. Esta cotidianidad hizo que las dinámicas del narcotráfico se convirtieran en una fuente de explotación de la industria cultural, adaptando las vidas de capos

narcotraficantes y sus actividades ilícitas, como el tráfico de drogas, la prostitución y el sicariato, a la ficción.

A esta clase de narrativas se le conoce como narconarrativa o narconovela. La narconovela según Ordóñez (2012) ha emergido como una tendencia de producción literaria en un país que ha tomado como tema al mundo del narcotráfico, con narraciones de tipo testimonial, donde se retrata con gran crudeza a personajes que viven al límite. En la onda de los *best-sellers*, esta narrativa ha aparecido a veces bajo el título de “literatura sicaresca”, por la naturaleza de los personajes que pone en escena, los “sicarios” o asesinos a sueldo que son parte del mundo del narcotráfico, o también conocida como “traquetesca” ya que así se nombra en ese mundo el hecho de traficar droga (“traquetear”). A partir de este género literario se derivan las adaptaciones televisivas, conocidas como “narcotelenovelas”.

De acuerdo con Cisneros & Muñoz (2014) citado por Vásquez (2015) “la narcotelenovela, como parte de la telenovela moderna, aborda un tema social que promueve una polémica asociada, de manera inexorable, a países en los cuales los carteles de la droga han permeado las instituciones sociales”.

Lo anterior refleja un proceso de construcción de un mensaje que nace de la realidad nacional, se plasma en la literatura y se recrea en un medio masivo de comunicación, la televisión, culminando en un producto reconocido como narcotelenovela. Esta intertextualidad, donde los libros se inspiran en la realidad, la televisión se alimenta de los libros; el cine de la televisión, etc., en un continuo cruce de influencias y referencias entre unos y otros, es reconocida por Fiske & Hartley (1978) como una de las expresiones de la función bardo contemporánea que posee la televisión. El bardo narra la gesta de la comunidad, registra sus eventos y preocupaciones, transforma las historias para ponerlos a disposición de todos. La función bardo de la televisión consiste en convertirse en mediadora de lenguajes, en situarse en el centro de la cultura, en implicar

a cada individuo en el sistema de valores dominantes de dicha cultura, en remitir las situaciones de la vida social a valores y símbolos compartidos por los miembros de la comunidad.

Los canales privados en Colombia (Caracol y RCN) han encontrado en las narcotelenovelas un producto exitoso en cuanto han alcanzado altos índices de audiencia. Una revisión de los programas más vistos en la historia de la televisión privada en Colombia lo demuestra:

En una revisión de los últimos diez años (2006-2016), de un total de 15 telenovelas entre los programas más visto, 6 de ellas son narcotelenovelas. Pero más importante es que, casi sin excepción, estas han sido las producciones más vistas en sus años de emisión (Ibope, 2016) respectivamente:

- Sin tetas no hay paraíso, RCN (2006-2007).
- El cartel, Caracol (2008).
- Las muñecas de la mafia, Caracol (2009).
- El capo, RCN (2009).
- Rosario Tijeras, RCN (2010).
- Escobar: el patrón del mal, Caracol (2012).

Actualmente, en 2016, se están transmitiendo nuevas narcotelenovelas como “el Señor de los Cielos”, una teleserie coproducida por Caracol Televisión y Telemundo que se emite desde el 2013, “La Madame”, también coproducción colombo-mexicana y “Bloque de Búsqueda”, de RCN Televisión. Siendo esta última producción la adaptación de la historia de las fuerzas especiales del Ejército Nacional de Colombia creadas para capturar a Pablo Escobar, trata de reflejar una visión

positiva del papel del Estado en la lucha contra el cartel de Medellín. También, la mayoría de estas narcotelenovelas mencionadas en este Top se han vuelto a transmitir y también han sido comercializadas a nivel internacional con bastante éxito, cautivando a la comunidad hispanohablante, incluida la de Estados Unidos. Tal ha sido la popularidad de este tipo de contenido televisivos que la empresa estadounidense de televisión por suscripción a través de internet Netflix produjo en 2015 la serie “Narcos” y en su primera temporada presenta también la vida del capo Pablo Escobar. La segunda temporada de esta teleserie está siendo filmada en Colombia actualmente, cobijada bajo la nueva Ley de Cine que concede contraprestaciones aprobadas por el gobierno nacional para fomentar la industria cinematográfica.

Respecto al control de contenidos, bajo mandato constitucional, en 1995 se creó la Comisión Nacional de Televisión. Un ente autónomo que tenía como fin: “formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana” bajo los principios de: “imparcialidad en las informaciones, separación entre opiniones e informaciones, respecto al pluralismo político, religioso, social y cultural, respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y a los derechos y libertades constitucionales, protección de la juventud, la infancia y la familia, respeto a los valores de igualdad, preeminencia del interés público sobre el privado, responsabilidad social de los medios de comunicación” (Ley 182, 1995).

A pesar de las buenas intenciones que se pretendían con la creación de esta institución, en el 2012 fue liquidada por no cumplir con sus propósitos de alejarse de las pretensiones políticas y los intereses del gobierno (El País, 2010). Sus funciones fueron repartidas entre varias entidades, entre ellas la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) que tiene como objeto la ejecución de los planes y programas para la prestación del servicio público de televisión, es decir lo relacionado con la implementación tecnológica y las licitaciones para la prestación del servicio.

Durante los años de funcionamiento de la Comisión Nacional de Televisión lo encontrado sobre su posición respecto a las narcotelenovelas fue el pronunciamiento de la funcionaria de María Mercedes Turbay quien aseguró que “hay que trabajar en los programas de formación de públicos, para que puedan seleccionar la información de manera crítica y positiva. Es necesario formar al televidente a fin de que sepa discernir y seleccionar los contenidos para su desarrollo personal (Padilla, 2010)”.

Pero además de esto no se encuentran análisis o comunicados sobre el contenido de las narcotelenovelas o sobre la responsabilidad social de los canales de televisión al programar estos productos. Como cita Martin-Barbero (1985) a Shiach (s.f): “lo único que parece importar decisivamente a los productores y programadores de las tecnologías de vídeos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés”.

Para poder comprender cómo las personas consumen estos productos, es necesario entender su consumo mediático, que se refiere al uso y los hábitos asociados a los diferentes medios de comunicación, tales como: la televisión, el cine; los libros, las revistas y los periódicos, ya sea en medios digitales o impresos; la radio; y en general, la interacción que se realiza con los nuevos medios como el Internet, las aplicaciones multimediáticas y los videojuegos.

De acuerdo con Turner (2013) citado por Cifuentes & Reyes (2014) la literatura de los nuevos medios se encuentran nuevos conceptos sobre consumo mediático: convergencia, entendida como la convivencia entre los medios; y su relación con el ser humano y la cultura; *multiscreen*, entendido como el consumo de un flujo de contenidos a través de diferentes pantallas, y *transmedia* entendido como historias que funcionan como un rompecabezas, en donde cada ficha es una

plataforma diferente, y la parte del universo narrativo que se cuenta por cada plataforma es distinta. Solo viendo todas las “fichas” se puede comprender la historia en su totalidad. El mismo estudio concluye que el control sobre el contenido ha decrecido y se ha concentrado en los nuevos medios, por lo cual los niños de hoy ven la experiencia de ver televisión como algo liberador y que promueve su autonomía, mientras que el uso de Internet, canales de video, video juegos se asocia con una actividad de mayores restricciones.

De acuerdo con la revisión bibliográfica hecha por Rodríguez (2012) “establece que la presencia de la televisión y de otros medios electrónicos es central en la vida cotidiana de los niños y que el número de horas que pasan frente a la pantalla tiende a incrementarse con el tiempo, con la edad y si tienen televisor en su cuarto”. De igual manera, “al parecer existe alguna evidencia empírica en la que se señala que cuando los niños mayores de tres años ven programas televisivos con contenido educativo, tienden a presentar a largo plazo mejor desempeño académico y comportamientos pro sociales, lo que no ocurre cuando ven solo programas de entretenimiento con contenidos violentos”.

En el caso específico de Colombia, Bohórquez (2012) citado por Cifuentes & Reyes (2014) plantea que la televisión es un medio que entretiene, informa y en menor grado integra a la familia y educa. Por algo es el medio favorito por encima de la radio, la prensa y el Internet. Igualmente señala que los tiempos de consumo son altos, especialmente en niños que consumen programas aptos y no aptos para su edad y formación.

En datos específicos, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, en la Encuesta Nacional de Calidad de Vida del año 2012, el 91.1% de los hogares poseen televisor y el 56.2% tiene acceso a televisión por cable; esto frente al 32,1% de hogares con conexión a Internet y el 67% de las personas de cinco años o más tienen teléfono celular. Además, el 95.6%

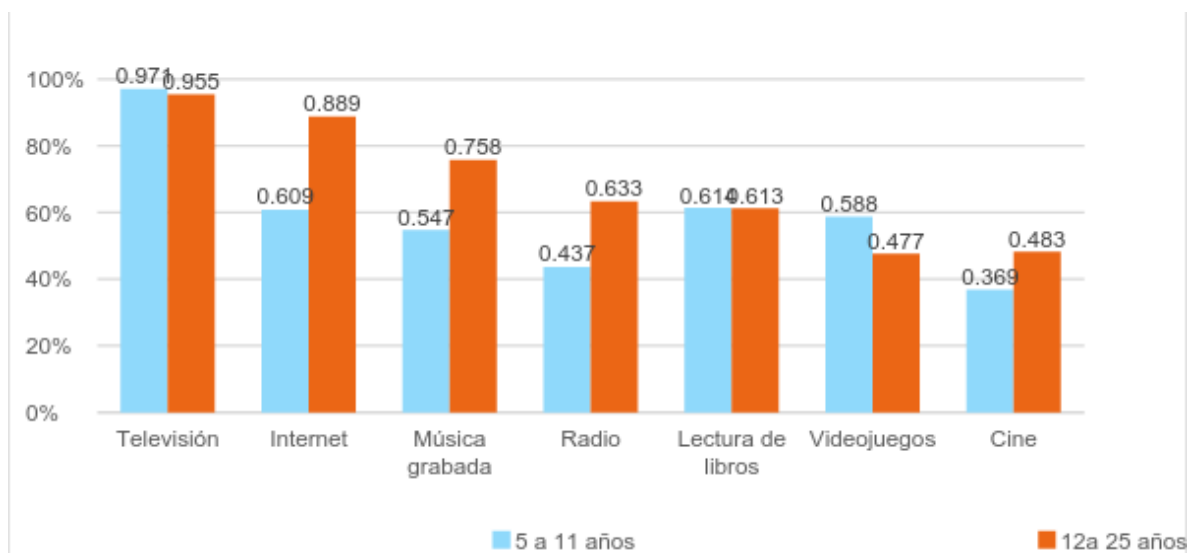
de los colombianos de 12 años o más y el 96.9% de los niños entre cinco y once años vieron televisión en la última semana (Cifuentes & Reyes, 2014).

La televisión es el medio de mayor consumo sin importar la edad, siendo constante tanto en niños como adolescentes, con un promedio general entre el 96% y el 97%. Respecto a internet, como era de esperarse, es el segundo medio de mayor consumo donde los niños de 5 a los 11 años tienen un promedio de consumo del 60.9% y los adolescentes entre los 12 a los 15 años de edad un promedio del 88.9% (DANE, 2012).

Se observa que a medida que aumenta la edad, aumenta el consumo de medios. Como es el caso de la música grabada donde el consumo de los niños es del 54.7%, respecto al 75.8% de los adolescentes, la radio con un consumo de 43.7% por parte de los niños y un 63.3% de los adolescentes, y los videos un 66,6% en niños y adolescentes un 82,1% (DANE, 2012).

En una investigación realizada para el Ministerio de Cultura por Cifuentes & Reyes (2014) se analiza de manera desagregada los resultados de consumo, observando que varían dependiendo la edad, la ubicación geográfica y el estrato socioeconómico. Por ejemplo, el consumo de internet de un niño de estrato socioeconómico bajo es menor, puesto que en su hogar no hay un computador y su primera experiencia con este tipo de tecnología se da desde el colegio. Respecto a la ubicación geográfica, el consumo de cine también varía ya que hay lugares del país donde no existen salas o solo hay una, comparando con la Capital del país, donde el número de salas puede llegar a ser doscientas.

Ilustración 1 Consumo mediático de niños y adolescentes en Colombia



Fuente: DANE. Encuesta de Consumo Cultural 2012. Elaboración propia.

Como las cifras lo demuestran, la televisión es el consumo mediático por excelencia y se puede afirmar que casi todos los hogares poseen un televisor, donde la mayoría de los hogares, incluyendo los de sectores sociales bajos cuenta con televisión por cable (Cifuentes & Reyes, 2014). No obstante, el trabajo etnográfico demostró que los niños de sectores bajos dedican más tiempo a ver televisión, sus jornadas escolares son mucho más cortas y la calidad de la educación es regular. Además, los índices de lectura varían según su estrato socioeconómico, donde un niño perteneciente a un estrato 6, tiene un porcentaje de lectura del 76%, comparado con un 46% de un niño de estrato 2. (Cifuentes & Reyes, 2014).

Teniendo en cuenta que la televisión es el medio de comunicación más consumido por los colombianos, entre la radio, las revistas, la prensa y el internet (DANE, 2012), el debate se ha quedado en la responsabilidad social de revisar la producción y el contenido de este tipo de productos, en especial teniendo en cuenta que el punto narrativo nace desde el punto de vista del delincuente.

Sin importar esta condición, se debe aceptar que la televisión privada es una industria que responde a intereses económicos y que tiene la libertad de desarrollar este tipo de contenidos. Además, es imposible negar el éxito que han tenido las narcotelenovelas, porque además de ser los programas con mayores índices de audiencia en el país, ahora son productos de exportación.

También es pertinente asumir que el narcotráfico, sumado al conflicto armado y como parte del mismo, ha tenido influencia directa en la vida del país, que ha sufrido diferentes manifestaciones de violencia, generando graves consecuencias en el desarrollo social y cultural de su población. Se considera, entonces, que es importante analizar la recepción de las narcotelenovelas con el propósito de determinar la necesidad de formar televidentes críticos, capaces de entender y reconstruir memoria para alcanzar la paz del país.

Independiente de la discusión sobre la responsabilidad social de quien las escribe, las produce o la manera en que se presentan, las preguntas que surgen recaen directamente sobre la audiencia: ¿cómo son recibidas e interpretadas las narcotelenovelas por parte de audiencias juveniles en Colombia?; ¿existen diferencias en la recepción de narcotelenovelas según los hábitos de clase de los jóvenes según su sector socioeconómico?; ¿acaso los espacios de circulación de los jóvenes influyen en la aceptación cultural de las narcotelenovelas?; ¿pueden las competencias culturales repercutir en la recepción las narcotelenovelas como un fenómeno legítimo y cercano a su realidad? , ¿ es necesario un instrumento de gestión cultural que empodere a los jóvenes a construir un recepción crítica sobre este tipo de contenidos audiovisuales?.

La gestión cultural como articuladora de diferentes disciplinas, permite responder a estas preguntas analizando la recepción y asimilación de contenidos desde el contexto sociocultural de los individuos. Se trata de adentrarnos al estudio de la cultura de la comunicación, la cual implica

el conocimiento de los medios de comunicación y de qué manera estos significan y resignifican las prácticas culturales de las personas. Así, la gestión cultural es una disciplina conveniente tanto para analizar el contexto como para proponer una estrategia de intervención social.

1.2 Estado de la cuestión

Es esperable que la mayoría de los estudios sobre la influencia del narcotráfico en la cultura y la sociedad provengan de países afectados por este fenómeno, como lo son Colombia y México. Estos estudios se han realizado desde diferentes enfoques y profundizando en diversos temas como: las artes, la narrativa y los medios de comunicación y la música, este último es quizás uno de los más abordados por los investigadores.

Sobre las narcotelenovelas en Colombia, Cepeda (2014), defensora del televidente, afirma que ha contactado investigadores, educadores y buscado información en la Autoridad Nacional de Televisión, estudios que muestran no sólo cifras, sino un análisis del efecto de estos programas en las audiencias infantiles y juveniles. Pero a pesar del debate que se ha generado, no existe ningún estudio en el país que refleje las consecuencias, después de cumplirse alrededor de 8 años desde la transmisión de la primera narcotelenovela.

Como se observa más adelante, esta afirmación llega a ser cierta ya que las investigaciones encontradas se enfocan en la influencia del narcotráfico en ciertos productos culturales, mas no en cómo son recibidos por el consumidor.

Lara (2003) estudia el origen de narcocorrido, su función y conceptualización, analizado desde sus temáticas -el hombre, la mujer y el soplón-, con el fin de presentar cómo estos son representados en el imaginario colectivo de quienes escuchan, componen e interpretan este género musical. Por su lado, Campbell (2007) reflexiona sobre las perspectivas del funcionamiento

internos de las organizaciones de la droga que se revelan en los narcocorridos y concluye que la mayoría de los trabajadores del narcotráfico no son superhéroes o bandidos ricos retratados en las canciones, sino que por el contrario, son el pueblo del común que se involucra en esta actividad ilícita por supervivencia económica.

En esta misma línea, De La Garza (2008) en una reseña de De Ganges (2012), realiza una lectura ética de los narcocorridos, donde se repiensa el carácter inmoral y subversivo de estas canciones, que no solo enaltecen a unos personajes que al contrario de la mayoría de los mexicanos parecen realizados y felices, sino que además reflexionan sobre el sistema político y social del país.

Por su parte, Corona (2010) basado en la teoría mimética de René Girard, hace uso de los narcocorridos, por considerarse una versión popular de los acontecimientos, para mostrar el desarrollo progresivo de una dinámica de igualamiento entre el Estado y el narco. Desde otro punto de análisis, Héau (2010) no estudia las letras de los narcocorridos sino el espacio de intercomunicación virtual en donde se presentan estas canciones, es decir los comentarios que surgen del video musical expuesto en YouTube. El estudio concluye que la violencia virtual expresada en los comentarios de estas canciones es el reflejo de violencias padecidas a causa de la propia marginación social en la que viven la mayoría de las personas.

Cambiando de materia, sobre la léxica, Henao & Castañeda (2011) revisan en contexto una muestra amplia de palabras formadas con “narco-”, halladas en diferentes periódicos nacionales y extranjeros del ámbito hispanohablante con el fin de mostrar su uso y productividad. De esta manera, demuestra que el auge del narcotráfico ha multiplicado en los medios de comunicación la formación de este fenómeno lingüístico, resultando relevante para la sociedad.

Pasando a la narrativa, Michael (2013) analiza cómo la desconfianza de la sociedad mexicana en sus instituciones es la consecuencia de la emergencia del género literario denominado narcoliteratura. Por su parte Santos (2015) realiza el mismo estudio con una serie de novelas basadas en el contexto de la ciudad de Bogotá e influidas por hechos de violencia perpetrados por el narcotráfico que demuestran una nueva orientación del género neopolicial latinoamericano. Para ambos autores esta nueva narrativa representa la desorganización y carácter anómico de la sociedad actual.

También sobre la narconovela mexicana, Palaversich (2013) afirma que la escalada de violencia, originada por la guerra contra las drogas, produce la propagación de expresiones artísticas y narrativas que bien puede parecer oportunistas y contribuir a la banalización de la violencia y el tráfico de drogas o por el contrario ser crítico y narrar una realidad sin caer en un estilo amarillista. No obstante, revela que la mayoría de los novelistas del tema de las drogas en México, se muestran fascinados no con las víctimas, sino con los asesinos y los autores de la violencia. Palaversich también participó en el foro “Narconovelas: ¿cuánto es demasiado?”, realizado en Colombia 2010 y habló sobre el desarrollo de la narcoliteratura en México y en Colombia. Al comparar estos dos países afirma que en México a diferencia de Colombia, esa realidad no se puede ser transmitida por televisión por temor a la seguridad de los realizadores (Padilla, 2010).

En las artes, Rojas-Sotelo (2014) reflexiona sobre la narcoestética en Colombia, México y Estados Unidos, eligiendo la obra de artistas visuales inspirados en la narcoestética que pretenden cambiar la imagen negativa de estos países a causa del narcotráfico. Su propósito es demostrar que por medio del arte este fenómeno puede ser entendido y reinterpretado para generar conciencia social.

En el ámbito social, Cardona (2004) analiza la figura de los narcotraficantes de la ciudad de Medellín como héroes urbanos, en un proceso que se consolidó gracias a la narración oral y la memoria colectiva de sus hazañas. Aborda además el papel de los medios de comunicación, como representantes de la oficialidad, promueven un discurso que reduce a los narcotraficantes a delincuentes y así deslegitimar su presencia en el imaginario popular.

Respecto a la educación, Wilches (2014) sugiere una discusión sobre las limitaciones de los modelos educativos en Colombia para afrontar las realidades sociales y económicas que sufren los estudiantes en zonas del país donde el narcotráfico representa un modelo de supervivencia y reconocimiento social. También, aborda la repercusión de los medios de comunicación, en el caso específico de las narcotelenovelas, advirtiendo que estas normalizan el imaginario de los jóvenes, incitándolos a buscar una vida fácil sin necesidad de pasar por la escuela y cómo se debe replantear el modelo educativo como un medio de formación de la sociedad y no como un fin de prestigio social y económico.

Directamente relacionado con la televisión, Vázquez (2015) analizó la suplantación de las teleseries policiacas por narcoseries en la programación de la televisión mexicana, argumentando que este cambio demuestra la desconfianza de los ciudadanos en las instituciones gubernamentales, por su corrupción política y nexos con el narcotráfico. Concluye que este tipo de programación revela una sociedad en decadencia donde no existen héroes ni villanos, sino simples ciudadanos que luchan por su supervivencia.

Ordoñez (2012) evalúa el papel ideológico de las narcotelenovelas colombianas y la relevancia de sus construcciones discursivas en relación con las que promueven las autoridades estatales en contra del crimen organizado de tráfico de drogas. A partir de este análisis deduce que existe una

ruptura entre las estrategias de los noticiarios, de los cuales son dueños los grandes empresarios que trabajan de la mano del Estado, y las narcotelenovelas. Además, expone que este género televisivo presenta un mensaje donde los sujetos que se introducen en el narcotráfico lo hacen por necesidades de supervivencia en un contexto de desigualdad social, lo cual sería una responsabilidad estatal y que finalmente el negocio del narcotráfico es tan rentable para todos los actores involucrados que a ninguno le conviene que este se legalice.

De igual manera, Gómez (2012) se vale de las narcotelenovelas para poner en debate la eficacia de las políticas antidrogas en Colombia. Desde el análisis histórico del narcotráfico, pasando por la producción y el mensaje discursivo de estos productos televisivos, concluye que a pesar de que las narcotelenovelas son mensajes condicionados por el poder represivo del Estado, estas son consumidas masivamente lo cual demostraría que el poder del Estado ha fallado en frenar el tráfico de coca, perdiendo el control sobre un problema social, puesto que la representación de la realidad sobre el narcotráfico no depende únicamente de él.

El anterior resumen sobre las variadas investigaciones realizadas en los últimos años demuestra no solo interés, sino preocupación por las repercusiones que puede tener el narcotráfico en la cultura y la sociedad. Observamos que dichos estudios provienen de países perjudicados por el tráfico ilícito de drogas y que cada país se centra en sus propios productos y manifestaciones culturales: México con los narcocorridos y Colombia con las narcotelenovelas.

Estos mencionados estudios se han valido de diferentes disciplinas de las ciencias sociales para entender estas representaciones culturales derivadas del narcotráfico. Es una constancia de la visión holística de la cultura, que demuestra su propia complejidad en cualquier entorno social.

Sobre el tema particular de las narcotelenovelas se advierte que los estudios encontrados están enfocados en la producción y en el contenido, mas no se hallaron investigaciones sobre la recepción. Se podría asumir que estos estudios en su mayoría no consideran las posibles

capacidades de apropiación e interpretación, relegando un rol más activo por parte de los consumidores.

Por lo tanto, este estudio es relevante al enfocarse en la recepción de los jóvenes sobre las narcotelenovelas, considerando que a pesar de la vasta producción y exposición de estos productos, el consumo depende de las condiciones y recursos de interpretación de cada individuo, o grupo social, según su contexto cultural y socioeconómico. En tanto, la gestión cultural además de facilitar este diagnóstico, permite formular una serie de recomendaciones a las políticas públicas actuales, con el propósito de promover la enseñanza de la recepción activa y crítica de los jóvenes en los medios de comunicación.

2. CAPÍTULO II

Este capítulo está conformado por la sección 2.1. *Marco conceptual*, que presenta los diferentes enfoques en los que se han centrado los estudios sobre los medios de comunicación masivos. Para lograr esto la sección se compone por tres subsecciones: 2.1.1 *Producción y Mensaje*; 2.1.2 *Recepción* y 2.1.3 *Mediaciones*. Las dos primeras subsecciones se relacionan con los estudios clásicos de los componentes de la comunicación (emisor, mensaje, receptor). La tercera subsección, la cual es la base de esta investigación, define el concepto de mediación desde una perspectiva sociológica, a partir de los estudios realizados por Martín-Barbero (1987, 1991). Este cambio de enfoque explica la influencia de factores sociales y culturales en la recepción de productos audiovisuales, que incluyen las categorías de análisis de esta tesis: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

Para finalizar el capítulo, se presenta la sección 2.2. *Diseño metodológico*, que incluye tres subsecciones: 2.2.1 *Muestra*; 2.2.2 *Estrategia metodológica* y 2.2.3 *Modalidad de análisis*. En la subsección 2.2.1 se describen los lineamientos para la selección de la muestra teniendo en cuenta factores de socioeconómicos y de género de los jóvenes. En la sección 2.2.2 se presenta la operacionalización de las hipótesis de investigación y los métodos cualitativos usados para la recolección de material empírico: los grupos focales y las entrevistas semi-estructuradas. Por último, en la sección 2.2.3 se explica el procedimiento de análisis de información recolectada a través de una matriz que organiza las categorías de análisis planteadas desde las mediaciones.

2.1 Marco conceptual

La comunicación masiva es tan compleja como lo ha sido su propio estudio y ha sido abordada por diferentes disciplinas como la sociología, la estadística, la lingüística y el marketing, entre otros, con los más variados objetivos. Esto se debe a que sin duda, estos medios masivos tienen impacto en la estructura y los procesos sociales, efectos psicológicos colectivos e individuales y posee relaciones con el poder político y económico.

En relación con los estudios culturales, Urzúa (2008) resume que estos se han centrado en tres objetos de estudio: los emisores del contenido televisivo (la producción), el contenido televisivo (el mensaje) y los receptores del contenido televisivo (el consumo). Así, se reconoce que los objetos de estudio están vinculados con la clásicos componentes de la comunicación entre emisor, contenido/mensaje y receptor.

Esta investigación se fundamenta en los estudios de la recepción, teniendo en cuenta que el objetivo de investigación es comprender los modos de recepción de las narcotelenovelas por jóvenes de la ciudad de Bogotá. Como se manifestó en el estado del arte es pertinente este enfoque al no encontrarse estudios que tengan en cuenta este fenómeno del consumo audiovisual de narcotelenovelas y aún más relevante es que se ha establecido que las teorías orientadas a la producción y el contenido han sido revaluadas por nuevos paradigmas explicativos de la recepción.

2.1.1 Producción y mensaje

Los estudios de la producción/difusión examinan las instituciones y las relaciones sociales que hacen posible la producción del mensaje televisivo, puesto que estas representan circunstancias históricas y disposiciones culturales (Thompson, 1991).

En esta línea se construyeron las primeras teorías sobre los medios masivos de comunicación conocidas como “Mass Communication Research”. Esta escuela afirma que los mensajes son recibidos de igual manera por todo el público sin importar su contexto social, por medio de una recepción inmediata y directa por un receptor pasivo e influenciado.

Esta Escuela enfocada principalmente en el poder de la propaganda [Lasswell, Teoría de la aguja hipodérmica, 1927] sostiene que esta permite conseguir la adhesión de la población a los planes políticos sin hacer uso de la fuerza, por medio de la manipulación. Por su parte, Lazarsfeld [Teoría funcionalista, 1948] afirma que los medios de comunicación son usados por el Gobierno para controlar y vigilar a sus ciudadanos y reforzar las normas sociales.

Estas teorías se fundamentan en la psicología social y funcionalista para medir el impacto o los efectos en la sociedad de medios considerados todopoderosos. Se concibe la masa como un conjunto homogéneo de individuos similares, no diferenciables, así provengan de ambientes y grupos sociales variados con poca posibilidad de interacción entre ellos, desvirtuando así las relaciones sociales y las tradiciones culturales, las cuales son indispensables y relevantes en el momento de la recepción.

En este sentido, en su conceptualización de la industria cultural, Adorno & Horkheimer (1988), pertenecientes a la Escuela de Frankfurt, consideran equivocado creer que la cultura se genera espontáneamente de las masas, puesto que estas son influidas por los procesos de reproducción técnica de los productos culturales, en condiciones forzadas por intereses económicos y comerciales. De esta manera, lo que se produce es una degradación de la cultura en entretenimiento

y del arte como un bien cultural más, ofrecido para el disfrute de cualquiera. Sobre la televisión se refieren a ella como un producto de una industria cultural, con un empobrecimiento de los materiales estéticos donde los detalles fungibles para complacer los gustos hacen posible su éxito sobre la masa de consumo.

Martin-Barbero (1991) critica esta posición al ser un “aristocratismo cultural que se niega a aceptar la existencia de una pluralidad de experiencias estéticas, una pluralidad de hacer y usar socialmente el arte. Estamos ante una teoría de la cultura que no sólo hace del arte su único verdadero paradigma, sino que lo identifica con su concepto: un concepto unitario que relega a simple y alienante diversión cualquier tipo de práctica o uso del arte que no pueda derivarse de aquel concepto, y que termina haciendo del arte el único lugar de acceso a la verdad de la sociedad”.

Si se tuviera en cuenta este concepto sobre un arte único y superior se desvirtúa la capacidad de la televisión como medio de expresión cultural y los usos que le puede otorgar la sociedad a través de expresiones culturales y estéticas variadas, que pueden operar de manera similar así se considere arte o entretenimiento.

Aun así, cabe recalcar que estas primeras teorías de los medios masivos se basan en una percepción de la masa como una audiencia compuesta por una multitud indiferenciada de personas. Estas presuponen que los mensajes son recibidos de igual manera por todo el público, sin importar su contexto social y pluralidad cultural, a través de una recepción inmediata y directa, limitando a priori la capacidad crítica del consumidor.

Y aunque se haga evidente el poder que tienen las empresas de comunicación de producir bienes capaces de influir a la audiencia, es necesario recordar que son conglomerados que se rigen por las

dinámicas del mercado y no están necesariamente interesadas en su uso social, sino regidas por los usos económicos de la oferta y la demanda. Esto puede contrastarse con el objetivo de este estudio, ya que la propia sociedad está compuesta por sujetos capaces, a través de sus propios recursos culturales, de apropiarse de los mensajes e incluso dar luchas invisibles que generan cambios. Es en el análisis de la potencia receptiva de los sujetos donde se puede entender el uso que estos dan a los medios y cómo activar capacidades críticas que generen transformaciones en la demanda de los contenidos.

Continuando con la construcción del mensaje se analiza desde la programación, hasta el contenido específico de un producto audiovisual, considerando la estética, la imagen, el tono, la narrativa, entre otros. Es decir, se estudian los rasgos de cómo fue concebido para ser transmitido y cómo se convierte en una construcción simbólica que hace parte de una interpretación (Thompson, 1991).

Entre los teóricos que han tratado el mensaje se encuentra Barthes (1980), quien desde la idea primordial del habla establece una nueva concepción de mito, que constituye un modo de comprender la forma en la que se estructuran los juegos de lenguaje en la sociedad. El autor concibe que el funcionamiento de la cultura de masas es análogo a la mitología y sostiene que el trabajo cultural, realizado antiguamente por dioses y personajes épicos, de enseñar a los ciudadanos los valores de la sociedad, ahora es una acción realizada por las estrellas de cine y los comerciales de televisión. Estas nuevas acciones contribuyen a la formación de estereotipos, los cuales él considera negativos al ser consumidos por las sociedad como significados innatos.

A pesar de la importancia de sus aportes, se debe tener en cuenta que Barthes enfoca su estudio estrictamente en el valor estético e instrumental del texto, preocupándose más por la producción que por la recepción, empeñándose en revelar la coherencia del mensaje en relación con los intereses ideológicos de quien los produce. En su idea, al centrarse sólo en el mensaje, deja al

sujeto sometido a un espacio sin contexto influido por mitos que contribuyen al reforzamiento de nuevos significados pueden estar alejados de la mera realidad que nombran.

Por su parte, Todorov (1977) establece que todas las películas y programas de televisión tienen la misma narrativa básica: comienzan con un equilibrio, luego una disrupción, que el protagonista trata de remediar, y finalmente se logra un nuevo equilibrio. No obstante, este modelo mitifica el valor de las cosas a favor de una reproducción de valores del orden social que puede ser radical al dar por sentado la realidad.

De esta manera, ambos teóricos afirman que la televisión proyecta, ya sea a través de sus personajes o de su estructura narrativa, una mistificación de la realidad que es digerida y asimilada por un receptor pasivo.

Si a esto se le agrega los postulados de McLuhan (1996) que entregan a los medios, usados por los hombres como herramientas de comunicación, la capacidad de moldear el pensamiento, en el “ (...) hecho de que el medio es el mensaje porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajos humanos” se encuentra ante la televisión como un medio no sólo capaz de inventar realidades a modo de mitología, sino también de moldear la conciencia, los modos de pensamiento, y enseñar valores sociales, por medio de estereotipos que ofrecen arraigo y habitualidad.

De esta forma, se constituye un medio/mensaje masivo que en diferentes actos de consumo construye identidad y moldea al espectador sin hacer evidentes sus condiciones o potencias, ya que, como lo plantea McLuhan (1996) es lo “típico que los contenidos de cualquier medio nos impidan ver su carácter”. En ese orden, es posible encontrarse con un fenómeno de recepción ingenuo o pasivo, enmarcado dentro una familiaridad que no cuestiona las realidades presentadas

como contenido de entretenimiento y que magnifica ensoñaciones e idealizaciones populares. Los contenidos o usos de estos medios son tan variados como incapaces de modelar las formas de asociación humana puesto que “las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con los que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación”

De nuevo, estos estudios se enfocan en cómo operan los medios a través del mensaje en la sociedad, ya sea mitificando realidades y personajes o reforzando estereotipos y clichés. Pese a que en cierta medida esto sea posible, desvaloriza las habilidades receptoras de los sujetos para diferenciar entre una ficción aparentemente impuesta y la realidad. La recepción podrá parecer pasiva pero es quizás relativa a los recursos sociales y culturales de cada individuo.

2.1.2 Recepción

Lo anterior nos lleva abordar directamente las teorías de la recepción, como eje principal de esta investigación. Estas nuevas percepciones permitieron trascender la concepción de la audiencia como un ente pasivo y manipulable, planteando la posibilidad de un sujeto activo que puede dar diferentes lecturas y usos a los mensajes de los medios masivos de comunicación.

Para comenzar, De Certeau (2000) propone una teoría sobre las operaciones de los usuarios partiendo de una relación de producción-consumo, consumo entendido como los usos, apropiaciones y maneras de hacer de todo objeto producido. El autor se interesa por el “arte de hacer” del hombre común, en la producción, no de productos, sino las formas de recepción, apropiación y empleo dichos productos, puesto que las maneras de emplear tienen toda una creatividad cotidiana que resulta del quehacer ordinario:

“A una producción racionalizada, tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular, corresponde otra producción, calificada de "consumo": ésta es astuta, se encuentra dispersa pero

se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante”.

En el análisis del uso de la televisión, De Certeau (2000) afirma que “las imágenes difundidas por la televisión (representaciones) y del tiempo transcurrido en la inmovilidad frente al receptor (un comportamiento) debe completarse con el estudio de lo que el consumidor cultural “fábrica” durante estas horas y con estas imágenes. Por lo tanto, por medio de diferentes “maneras de hacer” en el propio interior del orden sociopolítico, el hombre común se reapropia del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural. Una nueva valoración de la cultura popular y sus formas de creatividad e intercambio de resistencia social.

Por su parte, Hall (2004) pone en debate la cuestión de la asimetría en los procesos de codificación y decodificación en las posiciones de emisores y receptores en la comunicación de masas. Analizó cómo “los significados denotados tienen muy diversas funciones y pueden ocultar unos de otros los aspectos para cada audiencia, y cómo los significados connotativos se extienden en aspectos ideológicos, sociales y culturales que deben entenderse para comprender los mensajes.” Este proceso de codificación/decodificación se basa en la idea que los mensajes además de ser contruidos antes de ser enviados, también se construyen en las interpretaciones propias de los sujetos.

De esta manera, Hall (2004) identifica tres posiciones de la decodificación sobre un mensaje: una lectura dominante: cuando se comulga el punto de vista ideológico del emisor y se reconocen y asumen sus intenciones; una lectura negociada: posición típica de quienes no pertenecen a la misma condición sociocultural del emisor y cuyas intenciones reconocen, más no comparten; y una lectura de oposición: posición de quienes se identifican con una clase sociocultural opuesta al

del emisor y no reconocen sus intenciones, por lo cual configuran significados distorsionados y alternativos del mensaje que finalmente agudiza las diferencias sociales.

Los aportes teóricos, tanto de De Certeau como de Hall, son relevantes al dar una nueva perspectiva al objeto de estudio, donde ya no es la influencia de la producción o el mensaje sobre una masa inerte. Estas nuevas percepciones ubican como centro de estudio al individuo, como un sujeto receptivo capaz de tomar posiciones críticas y conscientes sobre los mensajes.

2.1.3 Mediación

Partiendo de los estudios de la recepción, desde América Latina, Martín-Barbero (1991) da una perspectiva a la recepción activa en un estudio desde lo popular, entendido no como una tradición folclórica, sino como “el punto donde se juntan la diversidad cultural, económica, regional y política de consumo”. Donde señala que lo popular es el eje cultural en el que se da la intersección de la contradicción y la negociación de valores, discursos, prácticas y creencias. De esta manera, analiza los medios tecnológicos, cómo son recibidos y qué usos se les dan, profundizando en lo cultural y popular como mediación.

Esta nueva perspectiva propone un nuevo espacio de estudio de la comunicación que siempre ha estado pensada desde la producción/mensaje/recepción, planteando el análisis desde el campo de la cultura y los modos de apropiación desde la diferencia de las clases sociales como matrices de conocimiento y comportamiento. (Martín-Barbero, 1991)

Esta posición surge del propio contexto histórico latinoamericano, un territorio mestizo de indígenas colonizados por europeos que trajeron negros africanos como esclavos. Una Latinoamérica que configuró su camino a la modernidad en medio de un desarrollo lleno de desigualdades y que actualmente su fusión de culturas se resisten a perder su esencia autóctona en

el mundo contemporáneo, cargado de nuevas dinámicas y avances tecnológicos. Esta esencia que se inclina de lo masivo a lo popular es el eje de los actuales estudios de comunicación.

Para comenzar, Martín-Barbero (1997) define la comunicación como un intercambio de sentidos, como una construcción colectiva de sentidos: “las personas al apropiarse de los medios tiene una capacidad de transformación más fuerte que el puro mecanismo de reproducción. El sentido de una práctica de comunicación no se reduce a la significación del mensaje. La significación es algo que concierne al mensaje, pero el sentido es siempre la relación de un texto con la situación, con un tiempo y un espacio determinados. De ahí que la significación pueda estar cooptada por lo que el emisor puso en el mensaje pero no en el sentido, este se construye entre lo que se pone en medio y lo que con él hace la gente”.

Al mismo tiempo Martín-Barbero describe: “(...) cómo fenómeno de comunicación deja de identificarse únicamente con los medios y empieza a ser el fenómeno de la multiplicidad de los modos y las formas de comunicación de la gente: desde el mundo religioso hasta la plaza de mercado, pasando por los estadios y la esquina del barrio. Pues es desde esos modos cotidianos de comunicar, desde donde la gente mira la televisión u oye la radio”. De esta manera, la comunicación no solo se transmite por los medios sino también por los modos de recepción de cada individuo, lo cual es fundamental para entender sus formas de ver y percibir. Así, plantea la comunicación entendida como mediación, que no debe entenderse desde el simple sentido de la comunicación sino además desde la cultura: “la comunicación se convierte en un proceso activo de lado y lado; porque no es el amo el que seduce al esclavo, el esclavo también seduce al amo; y la gente no recibe pasivamente lo que recibe, la gente actúa, la gente es cómplice”. (Martín-Barbero, 1991)

En específico sobre la televisión, Martín-Barbero (1991) propone que a pesar de los numerosos cambios y avances tecnológicos del medio, en América Latina, ni social, ni culturalmente la televisión parece estar sufriendo modificaciones de fondo. Tanto en el propio modelo de producción como su relación con los televidentes, pues pese a la propaganda de descentralización y pluralización, el acceso a productos audiovisuales depende de las capacidades adquisitivas de las personas, lo que produce un reforzamiento de la desigualdad social.

En el caso de las telenovelas, Martín-Barbero (1986) identifica tres características que de estas se remiten a lo local. La primera de ellas es lo cultural, entendido como la comprensión de las matrices de conocimiento y comportamiento en que los elementos son compartidos por medio de códigos particulares como lo son las vivencias propias. Esto es que en el caso de las narcotelenovelas colombianas se representa un lenguaje e idiosincrasia del país que es más fácil de interpretar por sus propios ciudadanos que por personas de otro país.

La segunda característica que identifica sobre las telenovelas es que se refieren a lo popular, puesto que describen el “modo de existencia de competencias culturales diferentes a la hegemónica”. En este sentido, las narcotelenovelas reflejan una estética de lo popular, donde el narco proveniente de los sectores bajos y a pesar de su poder y dinero, se mantiene arraigado a sus costumbres familiares y su vida de barrio, siempre en contacto con los suyos.

Y por último, Martín-Barbero (1986) incluye la telenovela en la categoría del melodrama, pues esta representa la vida cotidiana como la “expresión de la vigencia de ‘otras’ matrices narrativas”. Las narcotelenovelas están enmarcadas en este género al hacer uso de los mismos elementos, relatos comunes de la vida cotidiana. Joven de bajos recursos, sin oportunidades que busquen como salida a su situación socioeconómica el narcotráfico.

Teniendo en cuenta el objeto de esta investigación de comprender las diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de los jóvenes de los diferentes

sectores socioculturales de la ciudad de Bogotá, se emplean las concepciones de Martín-Barbero porque además de entender la recepción desde un contexto latinoamericano, tiene en cuenta los recursos sociales y culturales como factores (mediaciones) determinantes para la recepción. Así, los sujetos tienen una potestad aún más fuerte que la producción y el mensaje de construir sus propios significados.

Martín-Barbero (1991) sugiere replantear la posición del análisis de la televisión de la relación de producción/recepción y hacerlo desde las mediaciones, entendiéndose como:

“el lugar desde el que es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción y que lo que se reproduce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estratagemas comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver”.

Para ello, Martín-Barbero (1991) propone estudiar los usos y los modos de ver televisión a partir de las siguientes mediaciones: **la competencia cultural, la cotidianidad familiar y los espacios de circulación.**

Para comenzar, Barbero toma el concepto de hábitos de Bourdieu (1979) para explicar **la competencia cultural**. Bourdieu explica el hábito como “un sistema de disposiciones durables que, integrando las experiencias pasadas, funciona como matriz de percepciones y acciones posibilitando tareas infinitamente diferenciadas”.

El hábito se moldea en el espacio social, el cual está conformado de tal manera que los agentes o grupos están distribuidos de acuerdo a dos dimensiones: el capital económico y el capital cultural. Según su posición en el espacio social, los sujetos tienen más en común en estas dos dimensiones en cuanto más próximos estén, o menos en común mientras más lejanos se encuentren. Así, el

espacio social en el que se ubique el sujeto determina su toma de posición a través del hábitus, concebido entonces como el grupo de esquemas asociados a una clase social que hace que las personas compartan formas de obrar, pensar y sentir. Por lo tanto, estilos de vida similares.

Según Bourdieu (1997), estos esquemas son “estructuras estructuradas, principios generadores de prácticas distintas y distintivas” porque son esquemas de percepción a través de los cuales el sujeto piensa, percibe y actúa dependiendo del espacio social al que pertenece. Pero también, son “estructuras estructurantes, esquemas clasificatorios, (...) principios de visión y de división, de gustos diferentes”, esquemas que clasifican, incorporan y definen al sujeto dentro de ese espacio. Por lo tanto, el hábitus, determinado por el capital económico y el capital cultural, posiciona al sujeto en un espacio social que interviene en sus percepciones y posiciones críticas.

En específico, se plantea que los sujetos se distribuyen en el espacio social según el volumen de su capital cultural, el cual Bourdieu (1979) define a través de tres estados: el estado incorporado, el estado objetivado y el estado institucionalizado.

El estado incorporado se refiere a la herencia genética y la capacidad biológica que tiene cada individuo de aprender y cultivarse durante el transcurso de su vida. Esto es las prácticas y disposiciones interiorizadas que tienen los sujetos para adquirir e incorporar la cultura. El estado objetivado, se refiere a la acumulación de bienes culturales (libros, obras de arte, instrumentos musicales, discos) que para su apropiación es necesario el estado incorporado. Por último, el institucionalizado, se refiere a el reconocimiento del capital cultural por parte del Estado, a través de títulos o diplomas. Estos títulos tienen un valor que puede variar según la posición o el prestigio de las instituciones legitimadoras en el mercado.

Si bien Martín Barbero reconoce el capital cultural del hábitus como una condición en la recepción, plantea que existen otros factores (mediaciones) que participan en esta, como lo son la

cotidianidad familiar y los espacios de circulación. Por lo tanto, la recepción trasciende la cuestión de orden social para entenderse además en el contexto social y las dinámicas de socialización.

En la **cotidianidad familiar** como mediación, Martín-Barbero (1991) asume la familia como unidad básica de audiencia, entendiendo que la misma televisión interpela a una cotidianidad familiar primordial para los sectores populares. La recepción de la televisión desde la cotidianidad familiar se “asume y refuerza” por medio de dos dispositivos claves: la simulación del contacto y la retórica de lo directo.

La simulación del contacto trata de la incursión del mundo de la ficción y el espectáculo en la cotidianidad y el uso de intermediarios como el personaje y el tono para simular un permanente diálogo familiar. Se trata por ejemplo de personajes como el presentador de espectáculos populares que hace de interlocutor por medio de un tono coloquial. Sobre la retórica de lo directo, se refiere a la proximidad que existe con los personajes televisivos en comparación con las estrellas del cine. En el cine se presentan personajes fascinantes, estrellas e ídolos inalcanzables en situaciones poéticas o poco realistas. Por el contrario, en la televisión lo cotidiano está representado en personajes cercanos y amigables, lo que permite una mayor proximidad (Martín-Barbero, 1991).

Esta cotidianidad familiar es propiamente reforzada con la programación televisiva, donde se repite lo mismo una y otra vez, día, tras día. Una repetición que representa una estética televisiva, discontinua en el tiempo y continúa en la narración, que se inscribe las rutinas familiares, en la cotidianidad. Como parte de esta cotidianidad, también hacen parte las formas y los modos en que las personas miran la televisión en familia. Se tiene en cuenta desde el lugar que el aparato ocupa en el hogar (central o privado) y su función (de entretenimiento o como acompañante), hasta el espacio de conflicto y poder de los integrantes de la familia en las decisiones de qué ver y cómo

verse, pues estas demuestran los usos y modos de las diferentes clases y por lo tanto, cómo la cotidianidad familiar es un espacio clave de influencia en la recepción televisiva.

Por último, Martín-Barbero (1987) propone **los espacios de circulación** como mediaciones de la recepción, teniendo en cuenta que la telenovela es “un género que más que cualquier otro se vive por fuera de su ámbito propiamente textual, es decir cuyo sentido remite tanto o más al contexto familiar, vecinal, de amistad o de trabajo que al texto mismo”. Así, la telenovela es objeto de reaparición constante en las comunicaciones cotidianas, objeto de transformación, de resemantización dentro y fuera de la casa, entendiendo, la resemantización como las acciones en que los receptores centran su atención, con qué personajes identifican sus propias emociones y cómo se materializan y replican en los diferentes contextos.

De esta forma, es necesaria una aproximación a todo aquello a partir de lo cual el sujeto interpreta la telenovela, es decir por medio de su propio relato, de sus conversaciones y comentarios con otros televidentes, entendiendo las relaciones que se establecen en espacios como la familia, el barrio o el colegio, espacios donde se producen y se reproducen nuevos significados.

Es así que estas mediaciones interfieren en la recepción, permitiendo afirmar que la comunicación va más allá de la mera transmisión de información y constituye los modos que tienen los seres humanos de convivir y crear comunidad. Ante la comunicación de sentidos, no existen individuos activos o pasivos, sino más bien sujetos que de una u otra forma hacen parte del entramado social que constituye y transforma significados que les permiten, más o menos, ordenar experiencias. Entre el grupo de los jóvenes se transmiten creencias influidas por la cultura, los medios masivos, las pautas de crianza en la familia y las instituciones como el colegio, que les permitirán ordenar su experiencia con base en estos significados.

Es desde la capacidad cultural ligada a las condiciones familiares y sociales, definida por la calidad de educación, influida por la cotidianidad y la ritualidad de la familia, y reforzada por los

saberes e imaginarios sociales, donde se debe entender la recepción de los jóvenes sobre las narcotelenovelas.

2.2 Diseño metodológico

En esta sección se da a conocer el diseño metodológico de esta investigación. En primer lugar se plantean las hipótesis, las cuales responden a los objetivos de la propia investigación, relacionados directamente con las mediaciones propuestas por Barbero. En segundo lugar, se presentan las características para la elección de la muestra de análisis, la cual tiene en cuenta las consideraciones que determinan la etapa de juventud, como lo son la posición socioeconómica y el género. En tercer lugar, se sustenta el uso de una estrategia metodológica cualitativa, presentado un cuadro que resume la operacionalización de las hipótesis y las técnicas de recolección de datos utilizadas. Por último, se explica la modalidad empleada para el análisis de material empírico recolectado.

2.2.1 Hipótesis de investigación

Hipótesis general: Existen diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de los jóvenes de los diferentes sectores socioculturales, formas que demuestran sus diferentes recursos sociales y culturales.

Hipótesis específicas:

1. Las competencias culturales de los jóvenes pertenecientes a sectores socioeconómicos bajos generan empatía con las historias de vida de los narcotraficantes reflejadas en la televisión.
2. La cotidianidad familiar de los jóvenes de sectores socioeconómicos altos les permite una percepción más crítica de las narcotelenovelas.
3. Los espacios de circulación de los jóvenes de estratos socioeconómicos altos es más reducido (familia, colegio), que los espacios de circulación de los jóvenes de estratos socioeconómicos bajos (familia, barrio, colegio), lo cual puede influir en la aceptación cultural del mensaje que transmiten las narcotelenovelas.

2.2.2 Muestra de análisis

En relación con el sujeto de estudio, es decir los jóvenes, se han presentado diferentes enfoques sobre la definición de esta etapa de la vida. No obstante, la juventud es un concepto que realmente no tiene un carácter definido en cuanto a los límites de edad que conforman este periodo generacional.

Marguilis & Urresti (2002) plantean que la juventud está determinada en relación al sector social de pertenencia. En los sectores medios y altos existen mejores posibilidades de estudiar y capacitarse, lo que permite postergar responsabilidades como el trabajo, el matrimonio o los hijos, es decir una moratoria social. Caso contrario de los sectores populares, donde es común que este tipo de responsabilidades se adquieran desde temprana edad. Se sugiere entonces la definición de “jóvenes no-juveniles” a los jóvenes de sectores populares que no gozan de moratoria social y no portan los signos que categorizan de manera hegemónica a la juventud; y “no-jóvenes juveniles”

a los pertenecientes a los sectores medios y altos que han disminuido su moratoria vital pero que incorporan estos signos hegemónicos.

Lo anterior es relevante para el trabajo de investigación, en el sentido que las hipótesis plantean una diferencia en los modos de recepción según el sector social de pertenencia. Se tiene en cuenta que el sector social de pertenencia no solo determina la juventud, sino que además esta misma pertenencia social configura los modos de recepción.

Asimismo, Marguilis & Urresti (2002). advierten que la juventud también depende del género, pues esta varía entre hombres y mujeres. La mujer tiene un reloj biológico que marca su maternidad, lo cual implica una moratoria diferente que afecta su condición social como joven. Sin importar el sector social, la juvenalización es radicalmente diferente a la del hombre, así un hombre de clase alta, difiere de una mujer de clase alta, pero aún más de una joven de clase baja. Por lo cual, la muestra poblacional incluye tanto mujeres como hombres con el propósito de identificar diferencias en los modos de significación y apropiación de las narcotelenovelas según el género de los jóvenes teniendo en cuenta las moratorias sociales que los diferencian.

Por otra parte, también es importante considerar que la experiencia social es diferente según la edad y el momento de vida, donde los hábitos generacionales condicionan su estructura social. Es decir que cada generación puede ser considerada una cultura diferente, que coexiste en el interior de un mismo grupo social como lo es la familia. (Marguilis & Urresti, 2002). Por eso es relevante para la muestra tener en cuenta la diferencia entre haber vivido en la década de los noventas, expuesto a medios de comunicación saturados de noticias sobre los crímenes perpetrados en pleno auge del narcotráfico, y que fueron sufridos en todos los niveles y condiciones socioeconómicas. Contrario a lo que sucede en una generación posterior al año 2000, que no ha estado expuesta a

estos mismos actos de violencia de alta magnitud, sino expresiones de violencia social más localizados y a menor escala. De igual manera, es importante considerar la diferencia del consumo de medios en diferentes épocas, puesto que hoy en día los jóvenes suelen tener una mayor independencia en el momento de elegir los programas televisivos y un menor monitoreo por parte de sus padres (Cifuentes & Reyes, 2014)

Por lo tanto, de acuerdo a los anteriores argumentos y al objetivo de investigación, la muestra poblacional está compuesta por 12 jóvenes entre los 12 y los 16 años de edad, tanto hombres como mujeres, pertenecientes a diferentes sectores socioeconómicos, que hayan observado alguna narcotelenovela en los últimos 5 años. Esta es una muestra no probabilística, ya que no es representativa al universo de jóvenes en Colombia.

Para dicho propósito se han elegido dos colegios, uno público y otro privado, para elegir la muestra poblacional. Los colegios públicos tienen como objetivo brindar servicios educativos de forma gratuita a los niños y jóvenes. Para acceder a un cupo académico es indispensable que la familia demuestre que vive en la localidad a en la que se encuentra ubicado el colegio. En el caso de los colegios privado el principal requisito es en general una capacidad monetaria.

El colegio público contactado fue la Institución Educativa Distrital (IED) Tabora de la Localidad de Engativá. Esta es una institución mixta organizada por ciclos desde prejardín hasta grado once, y en el 2002 fue elegida como una de las sedes de la Academia CISCO, programa dirigido a estudiantes de la Educación Media en administración y mantenimiento de redes informáticas (MinEducación, 2012).

Respecto a la localidad, puntualmente sobre la educación, para el 2011 la cobertura escolar de la localidad fue del 99%, con un 54.9% de niños y jóvenes matriculados en colegios oficiales. Para el año 2014, el 69.1% de los habitantes de esta localidad pertenecen a un estrato socioeconómico medio bajo. Sobre la estimación de las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), que tiene en

cuenta las condiciones de la vivienda, el hacinamiento, los servicios públicos, la escolaridad en niños y la dependencia económica, solo el 1,7% estuvo en condición de pobreza.

Respecto a la seguridad, por más de 20 años la localidad ha mantenido los mismo lugares y delitos por modalidades: hurto a personas, residencias, comercios y automóviles (Rodríguez, 2016). A pesar de estos bajos índices, en el 2012 tres niños pertenecientes al IED Tabora fueron violentados por un grupo de pandilleros, donde uno de los niños fue llevado a una clínica en estado crítico (El Tiempo, 2012). Por otro lado, en el 2014, por medio de un video en internet, un grupo de enmascarados amenazó con secuestrar “las niñas más lindas” de colegios públicos entre los que se encontraba el IED Tabora (El Tiempo, 2014). Por lo tanto, la situación tanto socioeconómica como de seguridad que viven los jóvenes pertenecientes a esta localidad y que estudian en el IED Tabora es relevante en los parámetros de elección de la muestra poblacional de esta investigación.

El colegio privado elegido fue el Colegio Emilio Valenzuela, fundación sin ánimo de lucro, de carácter católico, fundado en 1965 por un grupo de sacerdotes. Ofrece educación desde el grado preescolar hasta el bachillerato, en una modalidad académica mixta con formación bilingüe en idiomas inglés, francés, italiano y portugués. El colegio posee reconocimientos como la Certificación ISO 9000, la cual hace parte de la política gubernamental de la certificación de instituciones educativas que garantiza la calidad de sus procesos. En el 2011, el Ministerio de Educación Nacional le otorgó la distinción “Simón Bolívar” por su calidad educativa. Además, cuenta con el Galardón a la excelencia “Santafé de Bogotá” como reconocimiento a la articulación exitosa de sus procesos administrativos y académicos. Académicamente se encuentra entre los mejores colegios de la ciudad Bogotá, pues sus estudiantes han obtenido los más altos puntajes en las pruebas estatales.

El Colegio Emilio Valenzuela se encuentra ubicado a las afueras de Bogotá, en una sede campestre, por lo cual la mayoría de los estudiantes viven en la zona norte de la ciudad, localidades en su mayoría pertenecientes a estratos altos. El proceso de admisión se hace por medio de un comité que se revisa la historia académica de los estudiantes y realiza entrevistas tanto al aspirante como a sus padres. El valor de la mensualidad por estudiante es de aproximadamente \$1'500.000 COP (1EUR=3,400 COP), lo cual es más de dos Salarios Mínimos Mensuales Vigentes en Colombia para el año 2016 (SMMV \$689.455 COP). Se debe tener en cuenta que SMMV es el salario básico de las familias de estratos socioeconómicos bajos.

Por lo tanto, se considera que las características tanto académicas como socioeconómicas de los estudiantes elegidos permiten cumplir con el objetivo de esta investigación de examinar las diferencias que puedan existir en las formas de recepción y apropiación de estos adolescentes.

2.2.3 Estrategia metodológica

Teniendo en cuenta la naturaleza del fenómeno a estudiar, es pertinente situarse en el paradigma de investigación cualitativo, puesto que este tipo de investigación pretende un acercamiento que permite conocer, comprender e interpretar y así describir los significados o vivencias de las personas desde su subjetividad, es decir, desde la vivencia particular de la persona o grupo de personas que la viven y que constituyen el objeto de estudio. La investigación cualitativa tiene como propósito “comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández; Fernández & Baptista, 2014).

A continuación, en la *Tabla No. 1 Operacionalización de las hipótesis* se muestra la manera en que se tomaron los temas de la investigación para plantearlos como preguntas que respondan las

hipótesis y las técnicas de recolección de datos utilizadas: los grupos de enfoque y las entrevistas semiestructuradas, en complemento con una pequeña encuesta.

Tabla 1. Operacionalización de las hipótesis.

Temas de investigación			Preguntas de investigación		Instrumento
Temas de investigación	Subtema de investigación I	Subtema de investigación II	Preguntas centrales de investigación	Preguntas	
Recepción/Mediación	1. Competencias culturales	1.1 Significación del producto	¿Cómo las competencias culturales median una recepción crítica de las narcotelenovelas?	1.1Cuál es el episodio de una narcotelenovela que más les ha llamado la atención de una narcotelenovela?	Grupo de Enfoque
		1.2 Identificación con personajes/discurso		1.2 Se identifica con alguno de los personajes de las narcotelenovelas? Les gustaría ser alguno?	
		1.3 Aceptación de estilo de vida		1.3 A su parecer el modo de vida de los narcotraficantes es envidiable? Les parece un ejemplo de vida a seguir	
		1.4 Imaginarios sociales		1.4 Conocen historias de la vida cotidiana que tengan relación con las historias transmitidas en las narcotelenovelas? Lo que se ve en las narcotelenovelas pasa en la vida real?	
		1.5 Memoria colectiva		1.5 Cree que los narcotráfico aún es un problema presente en la sociedad colombiana?	
		1.6 Postura crítica		1.6 Qué opinión tiene acerca de las narcotelenovelas?	
	2. Cotidianidad familiar	2.1 Tiempo y consumo de otros medios	¿Cómo condicionan los hábitos de clase la recepción de narcotelenovelas?	2.1 Cuánto tiempo dedica a otros medios de comunicación?	Entrevista Semi-Estructurada
		2.2 Tiempo y consumo televisivo		2.2 Cuánto tiempo dedica a ver televisión?	
		2.3 Espacio ubicación del televisor		2.3 Cuenta con televisión propia en su habitación? Si no, dónde está ubicada la televisión?	
		2.4 Forma de ver televisión (solo o en familia)		2.4 Cuándo está en casa ve televisión solo o en familia?	
		2.5 Integración y decisión familiar		2.5 Quién decide que ver en televisión cuando está en familia?	
		2.6 Medio de consumo (internet o televisión)		2.6 Por Qué medio ha visto narcotelenovelas (internet o televisión)?	
		2.7 Grado de exposición		2.7 Cuáles son las narcotelenovelas que ha visto? Nombres?	
3	3.1 La familia	¿Cómo refuerza en los espacio	3.1.1 Ha visto narcotelenovelas en familia?		

				3.1.2 Qué opina tu familia de los personajes de las narcotelenovelas?		
				3.1.3 Comparte en familia lo sucedido en la narcotelenovelas?		
				3.1.4 Cuando están viendo narcotelenovelas en familia, que tipo de comentarios hacen tus familiares?		
				3.1.5 Qué opinión tienen sus padres acerca de las narcotelenovelas?		
		3.2 El barrio		3.2.1 Si sus vecinos miran narcotelenovelas, comentan lo sucedido en los episodios?		
				3.2.2 Cuál es el episodio que más han comentado con sus vecinos?		
				3.2.3 Qué opinan en general sus vecinos de las narcotelenovelas?		
		3.3 El colegio		3.3.1 Si sus compañeros miran narcotelenovelas, comentan lo sucedido en las narcotelenovelas con sus compañeros de colegio?		
				3.3.2 Cuál es el episodio que más ha comentado con sus compañeros de colegio?		
				3.3.1 Qué opinan en general sus compañeros de las narcotelenovelas?		
Datos socioculturales	4. Cultural	4.1 Actividades culturales del colegio	¿Quiénes son los jóvenes que observan narcotelenovelas?	4.1 Qué actividades culturales realiza en el colegio?		
		4.2 Actividades culturales fuera del colegio		4.2 Qué actividades culturales realiza fuera del colegio?		
	5. Social	5.1 Edad & género		5.1 Cuál es su edad y género?		
		5.2 Composición familiar		5.2 Cuántas personas conforman su familia? (familiares directos e indirectos)		
		5.3 Estrato socioeconómico		5.3 Cuál es el estrato socioeconómico de la vivienda y tipo de vivienda?		
		5.4 Nivel de estudios y ocupación de los padres		5.4 Cuál es el nivel de estudios y ocupación de sus padres?		
						Encuesta

El primer tema de investigación (Mediaciones/Recepción), se relaciona directamente con las categorías propuestas por Martín-Barbero (1987, 1991) para estudiar la recepción a través de las mediaciones sociales y culturales de los sujetos. Estas categorías son entonces los subtemas de investigación: 1. Las competencias culturales, 2. La cotidianidad familiar y 3. Los espacios de circulación.

Para indagar en el subtema 1. Las competencias culturales se hizo uso de los grupos de enfoque, considerados como “una especie de entrevista grupal, la cual consiste en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a diez personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno al tema en un ambiente relajado e informal” (Hernández; Fernández & Baptista, 2014). El grupo de enfoque estuvo compuesto por cuatro jóvenes (dos mujeres, dos hombres) y la dinámica consistió en exhibir a los jóvenes estudiantes en un computador parte de un episodio de “Escobar, el patrón del mal”, la cual todos declaraban haber conocido y a partir de allí, realizar una serie de preguntas para entender cómo condicionan los hábitos de clase la recepción de narcotelenovelas.

En tanto a los subtemas 2. La cotidianidad familiar y 3. Los espacios de circulación, el instrumento aplicado fueron las entrevistas semi-estructuradas que “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”. (Hernández; Fernández & Baptista, 2014). Del grupo de 4 estudiantes se eligieron dos de ellos (un hombre, una mujer) para la entrevista semi-estructurada, con el fin de responder a los interrogantes de cómo condicionan los hábitos de clase la recepción de narcotelenovelas y cómo refuerzan los espacios de circulación la aceptación cultural de narcotelenovelas.

El segundo tema de investigación (datos socioeconómicos), como su nombre lo indica, buscó obtener datos sociales y culturales para profundizar en el perfil de los jóvenes y sus familias. Para

esto se aplicó una pequeña encuesta directamente a los padres para obtener datos sobre el estrato socioeconómico, el tipo de vivienda y su nivel académico y profesional. Se consideró pertinente preguntarles directamente a los padres en caso que los jóvenes no tuvieran clara esta información y además evitar cansarlos con este tipo de preguntas. (los instrumentos de recolección de información pueden encontrarse como anexos al final de este documento).

2.2.4 Modalidad de análisis

El análisis del material obtenido a través de los instrumentos anteriormente mencionados, se realizó a través de tres categorías, dadas por las propias mediaciones de la recepción: las competencias culturales, la cotidianidad familiar y los espacios de circulación.

A partir de estas categorías se realizó una matriz que permitió correlacionar las respuestas de los jóvenes según su clase social y visualizar las diferencias entre sus modos de recepción frente a las narcotelenovelas. En principio, se incluyó una tercera categoría, relacionada con el género de los jóvenes, no obstante en el momento del análisis de la información se ha podido evidenciar que, en este caso particular, esta variable no influye de manera relevante en la recepción.

La correlación de estas categorías presentadas en la matriz permitió el análisis de información respecto a las hipótesis de investigación planteadas, para finalmente determinar los modos de recepción, en tanto su nivel de empatía como de identificación de los jóvenes, según la clase social de pertenencia.

3. CAPÍTULO III

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos del material empírico recolectado y analizado a través de las categorías definidas a partir de las mediaciones. Aunque estos resultados no se pueden generalizar dentro de la población, la metodología cualitativa ha permitido hallar resultados significativos. La principal evidencia establece que la recepción de narcotelenovelas varía según la clase social, puesto que los jóvenes pertenecientes a sectores socioeconómicos bajos expresan mayor empatía por las narcotelenovelas. Se resalta que la variable de género no es relevante, siendo la clase social el factor determinante en su recepción

El análisis del material empírico permite establecer que el grado de empatía varía según la clase social, se traduce en el acceso y la calidad que tienen los jóvenes de cultivar sus competencias culturales, la importancia e influencia familiar y las interacciones sociales.

Las competencias culturales explican el grado de empatía de los jóvenes a través de dos variables: el capital cultural y la homología de clases. Existe una desigualdad en la calidad académica entre colegios públicos y privados en Bogotá, reflejada en la capacidad de las instituciones en incrementar el capital cultural . Esto genera que el nivel de empatía de los jóvenes de clases altas sea menor al contar con mayores herramientas cognitivas para tomar posiciones crítica sobre las narcotelenovelas.

Teniendo en cuenta que dentro del fenómeno del narcotráfico han participado personas pertenecientes a todas las clases sociales, particularmente se constata que los jóvenes sienten mayor empatía con los personajes que pertenecen a su misma escala social, es decir que se presenta una homología de clases.

La cotidianidad familiar es otro de los factores que influyen en los grados de empatía por este tipo de contenidos televisivos. Al revisar la topología simbólica del televisor por clase social, se

pudo apreciar que tanto el número de aparatos como su posición en el hogar son determinantes en las formas de interacción familiar.

En las clases bajas la interacción familiar es más fuerte y constante pero en ambos casos los jóvenes ven narcotelenovelas en compañía de sus padres. Sin embargo, las evidencias demuestran que la trascendencia está en la actitud de los padres, activamente crítica en los de clase alta y pasiva en los de clase baja, lo que conduce a reforzar un menor o mayor empatía en sus hijos.

En los espacios de circulación se demuestra que en los jóvenes de clases altas se limita al colegio y la familia, mientras en los jóvenes de clase social baja el barrio es un espacio de interacción social determinante en la recepción de los jóvenes. Se debe a que la resemantización es reforzada por el propio contexto social, pues los jóvenes de clases bajas viven en situaciones de violencia e inseguridad que los conlleva a tener una mayor empatía al ver reflejados en las narcotelenovelas situaciones similares a las de su vida real.

Para respaldar con mayor profundidad estas evidencias, se procede a interpretar y explicar a través de las mediaciones culturales (*3.1 Las competencias culturales; 3.1.1 La cotidianidad familiar y 3.3 Los espacios de circulación*), su relación e influencia en la recepción de las narcotelenovelas por parte de los jóvenes de la ciudad de Bogotá.

A continuación, se presenta en la *Tabla 2 Resumen de evidencias*, que recopila la información más relevante obtenida y organizada en las categorías establecidas a partir de las mediaciones.

Tabla 2 Resumen de evidencias

Mediación	Hipótesis	Sectores socioculturales bajos		Sectores socioculturales altos	
Competencias culturales	Las competencias culturales de los jóvenes pertenecientes a sectores socioeconómicos bajos puede generar empatía con las historias de vida de los narcotraficantes reflejadas en la televisión.	<ul style="list-style-type: none"> Los jóvenes expresan empatía y admiración por los personajes, en especial por el poder y el dinero <ul style="list-style-type: none"> No tienen una posición clara sobre considerar buenos o malos a los narcotraficantes. Las situaciones representadas en las narcotelenovelas son cercanas a su propia realidad con familiares que han hecho parte del narcotráfico. Han sido testigos de actos de criminalidad como el tráfico de drogas y los homicidios. <ul style="list-style-type: none"> Consideran que el narcotráfico podría ser una opción de vida Afirman que las narcotelenovelas representan la realidad del país, al presentar el narcotráfico como un problema actual que demuestra la falta de gobernabilidad y corrupción. En cuanto al colegio, este realiza actividades culturales ocasionales. Los jóvenes expresan que además de los libros que deben leer como parte de las asignaturas, también leen otros libros de su interés pero no es su actividad preferida. 		<ul style="list-style-type: none"> Los jóvenes no sienten empatía por los personajes que representan los narcotraficantes y al contrario expresan que estos son seres malvados y grotescos, por lo cual no se sienten identificados con ellos. No obstante, son conscientes que en la realidad existen tanto políticos como policías corruptos identificándolos como personas malas. Las situaciones representadas en las narcotelenovelas son cercanas a su realidad pero desde la perspectiva de las víctimas. Consideran que bajo ninguna circunstancia el narcotráfico podría ser una opción de vida, Coinciden en que las narcotelenovelas representan una realidad y que pueden ser tomadas como una manera en que los jóvenes entiendan y conozcan la historia del país. Respecto al colegio, este les ofrece actividades culturales como danza y teatro. La mayoría se encuentra en otras actividades extracurriculares que refuerzan sus clases académicas. 	
		Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> Afinidad con los personajes femeninos, en especial por aquellas que tienen posiciones de jerarquía sobre otras mujeres (proxenetas) o "heroínas" (sicarios). 	Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> No expresan de afinidad con las mujeres interpretadas en las narcotelenovelas. Coinciden que el papel que juega la mujer es simplemente de modelo o reina novia y no es de su interés.
		Hombres	<ul style="list-style-type: none"> Se identifican con los capos, más no con los empleados de bajos rangos jerárquicos dentro de la organización criminal (sicarios, choferes). Interés es el dinero y la vida lujosa (autos, submarinos, helicópteros). Expresan alto gusto por las armas 	Hombre	<ul style="list-style-type: none"> Algunos de los jóvenes sienten empatía por los narcotraficantes que se entregaron a la justicia y colaboraron con el gobierno.

<p style="text-align: center;">Cotidianidad familiar</p>	<p>La cotidianidad familiar de los jóvenes de sectores socioeconómicos altos les permite tener una percepción más crítica de las narcotelenovelas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las familias están compuestas por un promedio de 6 personas (padres e hijos) que habitan en apartamentos. • La educación, tanto de las madres como de los padres es media (10o-12o). • Laboralmente, las madres en su mayoría se dedican a los oficios del hogar. • Los padres, la mitad de ellos trabajan como empleados o jornaleros. • Los hogares cuentan con un solo televisor ubicado en una zona común, la cual se encuentra encendida en todo momento acompañando a la familia en los quehaceres del hogar o a los jóvenes en los momentos de hacer sus tareas académicas. • A pesar de su condición económica cuentan con otros dispositivos electrónicos como computadores, tabletas, consolas de video juego y teléfonos móviles. <ul style="list-style-type: none"> • La actividad cultural o de entretenimiento familiar es ir a cine. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las familias de los jóvenes son pequeñas con un promedio de 4 personas que viven en apartamentos. • La educación tanto madres como padres cuentan con estudios universitarios superiores. En ambos casos tanto padres como madres trabajan y ocupan altos rangos. • Los jóvenes cuentan con televisión propia en sus habitaciones y sus padres les han dado la confianza de elegir sus programas. • Cuentan con varios dispositivos electrónicos como tabletas electrónicas, computadores y teléfonos móviles. • Su tiempo libre está comprometido a otras actividades curriculares. • Las actividades culturales familiares son ir a cine, teatro y algunos conciertos musicales.
<p style="text-align: center;">Espacios de circulación</p>	<p>Los espacios de circulación de los jóvenes de estratos socioeconómicos altos es más reducido (familia, colegio), que los espacios de circulación de los jóvenes de estratos socioeconómicos bajos (familia, barrio, colegio), lo cual puede influir en la aceptación cultural del mensaje que transmiten las narcotelenovelas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los jóvenes ven narcotelenovelas en familia, donde los padres no expresan ninguna posición crítica sobre los personajes o aclaraciones sobre las situaciones allí representadas. • Podría considerarse que las narcotelenovelas son un programa "familiar" al ser del gusto de todos. <ul style="list-style-type: none"> • La vida de barrio de los jóvenes es peligrosa y han presenciado hurtos y homicidios, además les han ofrecido drogas y alcohol, • Al igual que en el barrio, en cercanías del colegio y dentro del mismo han estado expuestos a la venta de drogas, consumo de alcohol y hurto. • Afirman que la mayoría de sus compañeros de colegio también les gusta las narcotelenovelas y comparten opiniones. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría del tiempo están solo y ellos mismos controlan sus tiempos para ver televisión y hacer las tareas • Teniendo en cuenta que los padres trabajan y llegan en la noche, este es el tiempo en que ven televisor con sus padres y en este caso las narcotelenovelas. <ul style="list-style-type: none"> • Algunos de sus padres no comparten el gusto por las narcotelenovelas pero prefieren dar la confianza a sus hijos de elegir más no prohibir. • Aunque conocen algunos vecinos reconocen que sus amigos son sus compañeros del colegio con quienes han comentado las narcotelenovelas. • Opinan que sus compañeros les gusta verlas pero creen que ninguno está de acuerdo en que ser narcotraficante sea un ejemplo a seguir.

3.1 Las competencias culturales

Los resultados arrojados permiten establecer que los jóvenes de sectores socioeconómicos bajos sienten mayor empatía por las narcotelenovelas, lo cual se puede explicar a través de dos factores el capital cultural que poseen y el hábitus de clase al que pertenecen.

3.1.1 El capital cultural

Bourdieu (1979) afirma que el aprendizaje genético y familiar tienen mayor influencia en el hábitus de los jóvenes que el propio aprendizaje académico. Es decir, que el aprendizaje familiar emerge de la vivencia del entorno individuo, lo cual hace que de manera instintiva los jóvenes reconozcan como legítima esa cultura, poniéndola por encima de la enseñanza formal que reciben en la escuela.

Para comenzar, el propio capital cultural de los padres influyen en el grado de empatía de los jóvenes sobre las narcotelenovelas. Según los datos recopilados, el nivel de educación de los padres de clases bajas no sobrepasa el bachillerato, mientras los padres de clases altas obtuvieron títulos de estudios universitarios. Esto se ve reflejado en sus actividades laborales, las cuales determinan la condición económica de las familias y por tanto las oportunidades académicas que pueden ofrecer a sus hijos.

Reforzando lo anterior, algunos padres de clases bajas llegaron a la ciudad de Bogotá a causa del conflicto armado, lo cual implica que sin importar que en la escuela se les inculque parámetros éticos y morales, la propias vivencias de los padres y su entorno social no les ofrece vivencias que les ayuden a construir opiniones críticas acerca de las narcotelenovelas.

“mi papá vivía en una vereda en Neiva se metió la guerrilla y por eso se vino para Bogotá” (joven clase baja). Otro joven afirma: “mi papa era de Florencia y se fue de allá por la guerrilla” (joven clase baja).

En cuanto al aprendizaje académico, es demostrable que existen diferencias en la calidad de los colegios públicos y privados. De acuerdo con las pruebas estatales realizadas en el 2015, de 12,754 colegios del país, el colegio privado Emilio Valenzuela se ubicó en el puesto 461, mientras el colegio público IED Tabora se ubicó en el puesto 1,498 en su jornada de la mañana y en el puesto 4,403 en su jornada de la tarde. (Revista Dinero, 2015).

“El ranking está hecho con base en los resultados de las pruebas Saber 11 de los colegios de calendario A y calendario B que lo presentaron durante el 2015. Se calcula tomando los resultados por materia que presenta el Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación-ICFES para cada colegio. Estos datos se toman para sacar un promedio por institución y las cifras obtenidas se ordenan de mayor a menor. No se hacen ponderaciones por número de alumnos evaluados, ni por las materias, pues todas pesan por igual, dado que se realiza un promedio simple”.

El colegio privado ofrece clases enfocadas al desarrollo de habilidades culturales como teatro y música, permitiendo que los jóvenes de clases altas aumenten el volumen de capital cultural al tener acceso a bienes culturales y las capacidades para decodificarlos.

El capital cultural hace posible utilizar mayores referencias y conocimientos para interpretar contenidos televisivos, donde se podría afirmar que los jóvenes de clase alta están en mejores condiciones, gracias a la calidad académica que ofrece más referencias críticas.

De otro lado, en una investigación realizada por Willis (1978) en un barrio obrero inglés, plantea que los jóvenes pertenecientes a esta clase desarrollan una cultura “contra-escolar” basada en su pertenencia de clase y su paso por la institución. Se refiere a que los jóvenes son conscientes del desfase entre lo que la Escuela les promete y su afinidad con la mayoría de trabajos disponibles, en cuanto a sus calificaciones y desarrollo personal. La investigación demuestra que este desfase es potencializado por las proyecciones de las propias clases sociales aceptadas por el sistema social, demostrando que una enseñanza de calidad está pensada para las clases altas.

Por lo tanto, las diferencias de capital cultural, valorado desde la calidad académica, permiten ampliar las referencias, donde los jóvenes de clases bajas tienen menos oportunidad de desarrollar un pensamiento crítico, reflejado en una recepción mediada por la empatía por las narcotelenovelas. Además, la baja calidad académica agudiza las desigualdades sociales, al no ofrecer el mismo desarrollo de capacidades y oportunidades para el futuro de los jóvenes.

Las escuelas tienen como función la inculcación de un hábitus culto, independientemente de la clase social a la que pertenezcan los jóvenes, pero la empatía por las narcotelenovelas es un reflejo del bajo volumen de capital cultural de la escuela pública y puede ser, peligrosamente, la consecuencia de aceptar el narcotráfico como una opción de vida para superar la pobreza.

3.1.2 Homologías de clase

Las competencias culturales influyen en la empatía de los jóvenes por las narcotelenovelas, a través de la homología de la clase social que en ellas se representan. En concreto, el material empírico demuestra que según la clase social, los jóvenes se identifican con los personajes que pertenecen a su misma escala social.

Al respecto, Martín-Barbero (1987) en su estudio sobre las telenovelas en Colombia, analiza su carácter melodramático como un mecanismo que se vale de lo popular para generar una narrativa de reconocimiento a partir de un contenido.

Aunque la mayoría de las narcotelenovelas hace uso la típica fórmula melodramática de la ascensión social de una persona humilde, en el fenómeno del narcotráfico han estado involucradas personas provenientes de distintas clases sociales y es allí donde se puede distinguir la homología de las clases sociales y la empatía de los jóvenes. Por ejemplo, los jóvenes de clases bajas sienten admiración por Pablo Escobar, un muchacho que nació en un barrio humilde de la ciudad de Medellín y que logró ser el narcotraficante más poderoso de su época, pero que a pesar de su vida estrafalaria, mantuvo sus gustos populares y la cercanía con los suyos.

“La verdad me gusta Pablo Escobar Gaviria por el billete y la droga. Además, el regalaba la plata para los pobres. Lo que más me gusta es que pasaron en el helicóptero, como en el Señor de los Cielos y tiraron la plata”. (joven clase baja)

Mientras tanto, los jóvenes de estrato socioeconómico alto expresaron empatía por Andrés López, un ex narcotraficante que colaboró con la DEA y que luego desde la prisión escribió el libro de sus experiencias en el Cartel de Cali. Este libro fue llevado a la televisión bajo el nombre de “ El cartel de los sapos”. Después de 5 años en la cárcel, Andrés López vive en la ciudad de Miami, donde es reconocido como famoso escritor y guionista. Su ascenso no solo económico sino también social, incluye una transformación de su “profesión” y de su estilo de vida, los cuales son los referentes de homología con los jóvenes estrato socioeconómico alto.

“Me gusta mucho cuando “Fresa” [Andrés López] va a la DPA [DEA] y le dicen que le deben un favor por entregarles muchos capos, entonces Fresa sale de la cárcel. Él no es mala persona, él es muy buena persona, muy noble con la gente, pero yo nunca llegaría hacer eso, no es necesario”. (joven clase alta).

De este modo, los jóvenes de clase social baja se identifican con aquellos narcotraficantes que provienen de una vida humilde y barrial, mientras los jóvenes de clase alta con aquellos narcotraficantes de una clase social similar, que suponen otras oportunidades educativas y laborales. Se establece que la empatía de los jóvenes por ciertos personajes, está dada por una homología de clases enmarcada en una similitud de la diferencia. Similitud por la clase social de pertenencia, diferencia pues ninguno de los jóvenes es narcotraficante.

3.2 La cotidianidad familiar

Es importante resaltar que a pesar de las diferencias económicas entre ambas clases sociales, la mayoría de los jóvenes entrevistados cuentan con otros dispositivos electrónicos como: teléfonos móviles, tabletas electrónicas, computadoras y consolas de videojuegos. Sin embargo, a pesar de tener otras opciones de entretenimiento, la televisión sigue siendo el medio de mayor consumo.

La cotidianidad familiar media la recepción televisiva al ser uno de los espacios claves de la interpretación de los jóvenes. Martín-Barbero (1991) afirma que las diferencias varían especialmente en los usos que tiene el televisor en casa, donde en los sectores populares la televisión interpela una cotidianidad familiar. La influencia de esta mediación en la recepción de

los jóvenes es analizada desde dos factores: la topología simbólica de la televisión en el hogar y los modos de ver en familia.

3.2.1 Topología simbólica de la televisión

Martín-Barbero (1989) establece que la lectura de la topografía, es decir la disposición física del aparato de televisión en el hogar (central o marginal), permite establecer una topología simbólica configurada por los usos de clase.

La información recolectada demuestra que las familias de clases bajas cuentan con un solo televisor, el cual está ubicado en una zona común en el hogar, donde se reúnen todos los integrantes de la familia. Esto se debe en parte por la capacidad económica que obliga a estas familias a vivir en espacios reducidos, generando una interacción más constante entre sus miembros.

En las familias de clases altas, el televisor también actúa como un aparato integrador, pero en menor medida ya que las viviendas cuentan con espacios personalizados donde cada integrante cuenta con un televisor propio en su habitación. Además, existe otro aparato ubicado en un estudio o espacio común donde la familia se reúne a verla.

Esto representa una cotidianidad familiar donde la propia programación televisiva determina los horarios de la vida familiar. Por ejemplo, en las clases bajas, las madres observan los matinales mientras realizan los quehaceres del hogar y en la tarde, cuando los hijos regresan del colegio, ven programas de entretenimiento mientras realizan las tareas escolares y en la noche toda la familia se reúne a ver las novelas, o en este caso las narcotelenovelas. Así, el televisor está encendido

prácticamente durante todo el día como un acompañante constante de las diferentes rutinas familiares.

“En la mañana mi mamá a veces se ve Profesión Hogar en RCN, yo veo la televisión cuando llego del colegio, cuando llega mi papa entonces vemos las noticias, después vemos Bloque de Búsqueda[narcotelenovela]” (joven clase baja)

A diferencia de las familias de clase alta donde las rutinas varían. Tanto padre como madre trabajan y es en la tarde, cuando el joven llega del colegio, que se enciende la televisión. Lo destacable es que en ambos casos, tanto en clases bajas y como de clases altas, todos se reúnen en la noche a ver la televisión, siendo el momento del día para compartir en familia.

“yo llego al apartamento y veo televisión mientras almuerzo, la apago y me pongo hacer tareas, después por la noche llegan mis papas y vemos las noticias y después la novela” (joven clase alta)

Esta tipología social de los tiempos, de la televisión encendida todo el día como acompañante, en un espacio central o como aparato que facilita un momento de reunión familiar, permite interpretar el significado social y el tipo de demanda del mismo. Las familias de clases bajas consideran la televisión como un bien valioso, tanto en términos económicos pero también por su trascendencia en el hogar. Este es casi un tótem de adoración, ubicado religiosamente en un lugar central del hogar, al que toda la familia le es devota día y noche. Por el contrario, las familias de clases altas tienden a considerar el televisor como un aparato doméstico común del hogar.

Por lo tanto, la propia centralidad del televisor en el hogar de las familias de clases bajas consecuentemente genera una mayor credibilidad del contenido que trasmite. En parte porque el grado de exposición es más alto al estar encendido todo el día, pero en especial, porque la información proviene de un bien que es considerado indispensable para sus vidas. La televisión es su fuente de información y de contacto con el mundo, lo cual produce una mayor empatía sobre los contenidos que trasmite, como es el caso de las narcotelenovelas.

3.2.2 Modos de ver en familia

En principio, se tiene en cuenta que los jóvenes de clases altas tienen mayor independencia y madurez a la hora de distribuir su tiempo entre las actividades académicas y extracurriculares. En este caso, los padres como las madres son profesionales con jornadas laborales extensas, por lo cual consideran que la prohibición de ciertos programas de televisión no es útil y prefieren establecer relaciones de confianza con sus hijos al comentar los contenidos. Entretanto, las madres de clases bajas permanecen en el hogar y solo hay un televisor, por lo cual los jóvenes están acompañados la mayoría del tiempo en el momento de la observación y bajo la disposición del contenido que ellas eligen.

De esta manera, todos los jóvenes expresan que en la noche, cuando toda la familia está reunida, son los padres los dueños del control remoto, confirmando que la mayoría del tiempo ven las narcotelenovelas acompañados por ellos. En relación a esto, las evidencias demuestran que la diferencia de la recepción de los jóvenes está dada por el tipo de acompañamiento que ofrecen los padres (pasiva en clases bajas, activa en las clases altas), lo cual genera mayor o menor empatía.

“yo duermo con mi mamita a veces y ella se las ve conmigo [las narcotelenovelas], nunca dice nada, entonces ella a veces se queda dormida y yo me quedo viendo” (joven clase baja). Por el contrario otro joven expresa: *“a mi padre no le gusta mucho pero pues nos deja verlas, dice que eso no es nada en comparación con lo que realmente pasó, las torturas, las muertes, que fue muy grave” (joven clase alta)*

Se trata entonces del tipo de acompañamiento, refiriéndonos a la pasividad de los padres cuando no existe una socialización crítica cuando las consume en compañía de sus hijos. La socialización por parte de los padres es importante porque son su primera fuente de enseñanza, ejemplo en la adquisición de conductas, normas y valores. Sin embargo, en algunos casos de los jóvenes de clases bajas, las propias enseñanzas de los padres refuerzan la aceptación del narcotráfico como un estilo de vida a seguir:

“mi mamá tuvo muchos novios narcotraficantes en el Amazonas pero a todos los mataron. Yo le digo a mi mama que ella fue muy estúpida y mi mama me da la razón porque le decían que le iban a comprar casas y ella no dejaba que las colocaran a nombre. Es una estúpida” (joven clase baja) Por el contrario otro joven expresa: *“a mí siempre me han enseñado algo desde pequeño mi padre, que cuando esté en la calle nadie me tiene que señalar por nada, entonces por eso no me gustaría. Puede que tengan mucha plata, toda la del mundo pero pues no, toca ganar plata honestamente” (joven clase alta)*

De esta manera, la actitud pasiva y hasta permisiva de los padres de clases bajas produce una mayor empatía de los jóvenes por las narcotelenovelas. Es a partir de las posiciones y opiniones de los padres que los jóvenes construyen y refuerzan sus propias percepciones, lo que además evidencia las diferentes formas de resemantización entre un grupo familiar y otro.

3.3 Espacios de circulación

Junto a la familia, se consideran espacios de circulación el colegio y el barrio porque median la resemantización de las narcotelenovelas, en la apropiación del mensaje a través de la narración y socialización. Sin embargo, estos espacios difieren según las condiciones socioeconómicas y culturales, ya que el barrio no es un espacio común en la clase alta.

3.3.1 El colegio

En el espacio del colegio, ambas clases convergen en que las opiniones de sus compañeros son relevantes por sus fuertes lazos de amistad y confianza. El reforzamiento en el grado de empatía se genera en la influencia de motivar a sus compañeros a ver los mismo contenidos, con el fin de ser partícipe en el tema común de discusión. Es el hecho de no quedarse por fuera del espacio común, los contenidos de moda en la televisión y de lo que sus compañeros comentan.

“me vi la del Cartel de los Sapos porque era el boom del momento, todos hablaban de ella” (joven clase alta)

El punto diferencial entre ambas clases sociales es el nivel crítico de la resemantización. Como se ha presentado a lo largo del análisis, la capacidad crítica difiere en parte por la competencia cultural de los jóvenes, competencia de la que en parte son responsables las instituciones educativas. Se evidencia que la apropiación del mensaje a través de la socialización en los jóvenes de clases altas es más crítica al narrar las narcotelenovelas desde un reconocimiento de hechos históricos del país, mientras que los otros jóvenes de clases bajas conciben la narcotelenovela como una forma de entretenimiento simple y cercana.

“El Cartel de los Sapos me parece que tiene un marco argumental muy bueno, la manera de contar la historia nos sirve para conocer lo que pasó” (joven clase alta)

Por el contrario un joven de clase baja dice: *“Me gusta mucho por la plomera todo el tiempo [las balas], también por la plata y las drogas”.* (joven clase baja)

Las evidencias también demuestran que la intensidad y actividades académicas de los jóvenes influyen en su vida social y por tanto en sus espacios de socialización. Los jóvenes de clases altas, además de tener un horario académico más amplio están involucrados en otras actividades extracurriculares, que pueden ser culturales o deportivas. En contraste, los jóvenes de clases bajas tienen una jornada académica mucho más corta y no participan de otro tipo de actividades.

“yo veo como dos horas televisión, porque uno sabe controlar su tiempo, no solo todo es ver televisión, tengo francés y ensayos de teatro” (joven clase alta)

El análisis nos lleva a deducir que el colegio juega un papel fundamental en la resemantización de contenidos, tanto por el tipo de socialización que se da entre los propios compañeros de estudio y el acceso a actividades extracurriculares. Además, la disponibilidad de tiempo libre de los jóvenes configura, no solo los tiempos que dedican a ver televisión, sino además su vida social y por tanto el grado de resemantización de las narcotelenovelas, de acuerdo al tipo de exposición.

3.3.2 El barrio

La vida social de los jóvenes de clases bajas es más intensa en el sentido que comparten tiempo libre con sus amigos del barrio. En este sentido, se diferencian de los jóvenes de clases altas, para los cuales su tiempo libre es menor al estar involucrados en actividades extracurriculares, lo que finalmente reduce sus espacios de circulación a la familia y el colegio.

Influye además que en las clases altas no existe la misma interacción barrial, relacionado directamente con los estilos de vida, las formas de vivienda, la vida laboral de los padres y el número de integrantes de la familia. Por ejemplo, los jóvenes de clases altas viven en unidades de apartamentos, localizados en sectores no comerciales, con padres que trabajan, prefiriendo que sus hijos permanezcan en el interior de los hogares, donde pasan la mayor parte del tiempo solos.

“yo conozco niñas del edificio pero mis mejores amigas son del colegio y a mi mama no le gusta que yo salga sola” (joven clase alta) De otro lado, otra la joven expresa: *“del colegio llegó a las seis y media, llegó dejó los cuadernos, me voy para Suba [barrio] donde mi novio y llegó a las ocho de la noche” (joven clase baja)*

La principal diferencia está en los contextos sociales en los que viven, pues los jóvenes de clases bajas participan de una vida barrial donde es común presenciar crímenes y estar expuestos al microtráfico de drogas. Es así, que la propia realidad de los jóvenes de clases bajas, algunas veces, iguala o supera lo mostrado en las narcotelenovelas, por lo tanto la resemantización está acompañada de sucesos cotidianos que refuerzan el contenido de las mismas, generando una mayor empatía con los personajes y con sus propias emociones.

“vea que mi hermano ha estado en barras bravas, pandillas y de todo, y últimamente se hablaba con los yacuis [banda criminal], estuvo en la cárcel pero ya salió. Es que últimamente lo estaban volviendo narcotraficante” (joven clase baja)

A diferencia, un joven de clase alta comenta su experiencia pero desde la posición de las víctimas del narcotráfico:

“un amigo tenía finca en Prado y llegaron los narcos y le dijeron que los dejaran quedar o los mataban a todos. Mi amigo se encerró con su familia en un cuartico por dos días. Se emparrandaron y dejaron la casa vuelta nada” (joven clase alta)

Lo anterior se relaciona por lo expuesto por Martín-Barbero (1987), quien explica que el proceso receptivo también está inscrito en el discurso televisivo por medio de la simulación de contacto (la cercanía de los personajes, el tono, el lenguaje) y la retórica de lo directo (las imágenes, la narrativa) que demuestran las relaciones y la proximidad.

Por lo tanto, la resemantización está dada tanto por el contexto social en que viven los jóvenes y por el reconocimiento que sienten respecto a los personajes siendo tanto realidad y cercanía para los jóvenes de clases bajas y que ocasiona que la postura crítica de estos jóvenes sea confusa, pues lo representado en estos contenidos es un reflejo de la realidad social a la que pertenecen, aceptando códigos de estas con menos resistencia y más empatía.

3.4 Evidencias del análisis y la necesidad de una propuesta en gestión cultural

El análisis de los resultados permiten aceptar la hipótesis general de investigación al existir diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de los jóvenes de las diferentes clases sociales, formas que demuestran sus diferentes recursos sociales y culturales.

La principal evidencia es que los jóvenes pertenecientes a sectores bajos sienten mayor empatía por las narcotelenovelas, debido a sus condiciones de desigualdad económica, la baja calidad académica que reciben y los entornos de violencia y criminalidad en los que viven.

Las desigualdades de acceso a una educación de calidad de los jóvenes de clases bajas, reducen sus posibilidades para un completo desarrollo cognitivo y personal, lo cual amplía la brecha de desigualdad social, al no ofrecer las mismas herramientas para mejorar sus condiciones de vida futuras.

La homologación de clases se entiende como la identificación de los jóvenes con personajes según su clase social de pertenencia. En el caso de los jóvenes de clases bajas, esta homologación

reflejada en una mayor empatía, representa aceptar que es factible lograr el acceso social económico a través del narcotráfico.

La cotidianidad familiar es otro de los factores que influyen en los grados de empatía por este tipo de contenidos televisivos. Las evidencias demuestran que la trascendencia está en la actitud de los padres, activamente crítica en los de clase alta y pasiva en los de clase baja, lo que conduce a reforzar un menor o mayor empatía la condición receptiva de sus hijos.

Los espacios de circulación son más amplios en los jóvenes de clases sociales bajas pero su resemantización es menos crítica y objetiva, puesto que los contextos de desigualdad y violencia en los que viven refuerzan los contenidos de las narcotelenovelas. Se produce un círculo de retroalimentación entre lo representado en la televisión y la realidad, lo cual perpetúa el discurso dentro de las clases sociales bajas.

Se acepta que el narcotráfico, sumado al conflicto armado y como parte del mismo, ha tenido influencia directa en la vida del país, la cual ha sufrido diferentes manifestaciones de violencia, generando graves consecuencias en el desarrollo social y cultural de su población. El peligro se acentúa en que esta recepción negativa, provocada por la crítica situación económica y social que puede inducir y justificar comportamientos futuros de los jóvenes, como participar en actividades ilícitas para mejorar su calidad de vida y obtener un reconocimiento social.

Por estas cuestiones, se justifica una propuesta integral desde la gestión cultural, que contribuya a reducir las brechas en las competencias y de forma más igualitaria, desarrollar una recepción crítica y activa en los jóvenes, con el objeto de formar consumidores capaces de entender y reconstruir memoria para alcanzar la paz y la reconciliación del país.

4. CAPÍTULO IV

La gestión cultural ha estado comprometida en diferentes actividades relacionadas, desde el nivel público, con la administración del patrimonio cultural y el desarrollo de políticas culturales de inclusión social, y desde el nivel privado, con la administración de industrias culturales y proyectos académicos y artísticos.(UNESCO/OEI/Iberformat, 2004). Actualmente, la gestión cultural ha ampliado su campo de acción al converger con otras disciplinas, transformándola en una actividad comprometida en estimular y mejorar la calidad de vida de las personas, teniendo en cuenta sus recursos y prácticas cotidianas. (Ramírez, 2007)

La gestión cultural tiene un compromiso social, al ser una herramienta de intervención que permite la transformación y mejoramiento de la vida de las personas. Esta concepción proviene de la idea de aceptar la cultura como un todo: desde las manifestaciones y producción cultural (populares o clásicas), pasando por el consumo, hasta los variados modos de vida que dependen de sus contextos sociales y económicos (Martín-Barbero 1987).

Por lo tanto, el propósito de este capítulo es justificar la amplitud del campo de acción la gestión cultural a programas educativos de comunicación en medios. Para comenzar, en la primera sección *4.1 Lecciones*, como su nombre lo indica, se presentan las lecciones que dejó esta investigación con el propósito de mostrar la importancia de las instituciones educativas en el desarrollo de habilidades críticas de los jóvenes frente a la televisión. La sección *4.2 Revisión de las políticas públicas educativas y culturales* tiene como fin comprobar la necesidad de una convergencia de ambas políticas. Por último, en la sección *4.3 Programa de educación artística en medios de comunicación*, se presentan los objetivos y estrategias para su implantación.

4.1 Lecciones

Los resultados expuestos en esta investigación concluyen la siguiente serie de lecciones sobre la recepción de la televisión a través de la mediaciones:

- La apropiación de productos televisivos, a partir de la realidad sociocultural, ocurre por una identificación de los individuos frente a situaciones similares del contexto social al que pertenecen.
- La recepción empática supone un proceso de reconocimiento con personajes y situaciones que reflejan una homologación de clases, en cuanto a sus diferencias y similitudes.
- Los contextos socioculturales marcados por la inseguridad y la violencia refuerzan la aceptación, naturalización e insensibilización de situaciones adversas, plasmadas en la televisión.
- Los entornos de desigualdad económica y social influyen en la aceptación de conductas y estilos de vida inapropiados, que son representados en la televisión.
- El aprendizaje familiar genera que los jóvenes reconozcan como legítima su cultura, poniéndola por encima de la enseñanza formal.
- La mejor calidad académica de las instituciones educativas posibilitan el mayor desarrollo de una recepción crítica y activa, a través de la entrega de más recursos y el un mayor capital cultural.

Estas lecciones reflejan que factores como la situación económica, los contextos socioculturales y la familia influyen directamente en la recepción. No obstante, es complejo producir una intervención para modificar estos factores, por lo cual se plantea hacerlo a través del sistema educativo, siendo su función capacitar a los jóvenes a comprender el país en el que viven, un país

que están asumiendo su historia y códigos sociales, sin una verdadera lectura crítica de los medios de comunicación.

Las competencias culturales adquiridas en la escuela pueden producir transformaciones en la recepción, en la medida en que no sean adquiridas en la educación familiar o porque sus contextos socioculturales no contribuyan a dicho propósito.

Reconociendo la importancia de las instituciones escolares en la formación de individuos íntegros y críticos y asumiendo la cultura como estrategia para dicho fin, la gestión cultural es una disciplina que podría articular de forma efectiva las políticas de educación y culturales, para generar un cambio positivo en la vida de los jóvenes.

4.2 Revisión de políticas educativas y culturales

Martín-Barbero (2000) realizó un análisis de la situación que enfrentaban las políticas educativas y culturales afirmando que “en la Colombia de fin de siglo pareciera que las mejores relaciones entre cultura y educación son las que no les permitan encontrarse, y las de ambas con la televisión no pueden ser más anacrónicas e instrumentales: no un medio para hacer/crear cultura sino solo para transmitir, difundir, divulgar”.

En una revisión de la relación actual entre los Ministerios de Cultura y de Educación, dentro de los pocos proyectos conjuntos que se encuentran vigentes se encuentra el Plan Nacional de Lectura y Escritura, que “busca fomentar el desarrollo de competencias en lenguaje y mejorar las habilidades en lectura y escritura de estudiantes de educación preescolar, básica y media, a través

del fortalecimiento de la biblioteca escolar como ambiente educativo fundamental para la formación de lectores y escritores”. (MinEducación, 2015)

El plan consiste en la habilitación de bibliotecas digitales en colegios públicos para facilitar la lectura a los niños y jóvenes del país. Esto demuestra el uso de los medios de comunicación como herramientas didácticas de aprendizaje y una enseñanza de la cultura enfocada en las letras. Lo que presupone que la situación parece no haber cambiado mucho, pues para el Ministerio de Cultura los medios de comunicación no son considerados cultura y para el Ministerio de Educación, los medios de comunicación son considerados herramientas.

Lo anteriores planteamientos se podrán evidenciar de mejor manera con la siguiente revisión de las políticas educativas y culturales. De las políticas educativas se analizaron los lineamientos relacionados con los medios de comunicación y la educación artística. En cuanto a las políticas culturales, se tomaron los lineamientos relacionadas con los medios de comunicación, pues la enseñanza en los colegios pareciese ser parte de sus responsabilidades. De esta manera pareciera que la educación no es cultura, ni la cultura está inmersa en la educación, y los medios de comunicación son irrelevantes, tanto para la cultura como para la educación.

4.2.1 Políticas educativas

El Ministerio de Educación Nacional propone las líneas estratégicas de la política educativa. Entre las relacionadas con los medios y la tecnología, en el 2015 se consolida la Red Nacional de Docentes de Colombia, que tiene como propósito empoderar a los docentes como garantes del derecho a la educación con calidad, a partir de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Para dicho propósito se ha dispuesto el Portal Colombia Aprende, la cual es una plataforma diseñada para que los docentes aprendan a través de didácticas digitales. Respecto a la

cultura no se encontraron líneas estratégicas relacionadas con el tema, aparte del Plan Nacional de Lectura mencionado anteriormente.

En cuanto a los lineamientos curriculares dispuestos como guías para que los profesores impartan sus clases, a la fecha no se encuentra evidencia de una actualización, por lo cual el análisis está basado en los lineamientos de 1997.

En los lineamientos relacionados con la lengua castellana se incluye un eje sobre los procesos de construcción de sistemas de significación a través del uso de medios de comunicación:

“El uso de los medios en la escuela tiene motivaciones sociales y pedagógicas. Desde el punto de vista social, es indudable que los medios son los portadores más claros de los elementos configuradores de la sociedad contemporánea, y por esto a la escuela le corresponde jugar un papel muy importante en lo que respecta a la preparación de los alumnos para la utilización crítica y reflexiva de dichos medios. Ello solo es posible mediante su estudio profundo y sistemático” (MinEducación, 1997)

A pesar que este lineamiento afirma que la escuela debe contribuir al desarrollo de la recepción crítica, generalmente el uso de los medios de comunicación y tecnologías digitales se restringe a asumirlas como herramientas didácticas para la enseñanza. Ejemplo de ello es la implementación de bibliotecas digitales en las escuelas públicas del país.

En cuanto a la serie de lineamientos relacionados con la educación artística, se realiza un diagnóstico de la situación de la enseñanza de esta disciplina, con los siguientes resultados:

- “Con frecuencia, la preparación de grupos para presentaciones artísticas y la realización de proyectos culturales, es el resultado del trabajo extraescolar, del interés de

los alumnos con aptitudes especiales, con el apoyo de los padres de familia y de artistas que se vinculan voluntariamente.”.

- “Para resolver las deficiencias tanto en la planta de personal como en el uso del tiempo, se imparte una sola disciplina que por lo general es Artes Plásticas. Le sigue Música, y en contadas ocasiones Danza o Teatro, o bien, se practican las disciplinas por niveles o en parcelas durante el año escolar. A veces se desarrolla Educación Artística en jornada contraria.” (MinEducación, 1997)

La anterior revisión demuestra que el problema radica en que los enfoques de estas políticas están dados a la introducción de nuevas tecnologías a la enseñanza, tanto para profesores como para alumnos, más no en la enseñanza de los mismos y cómo estos pueden ser entendidas y aprovechados.

Por otro lado, la educación artística no es considerada esencial en el desarrollo cognitivo y personal de los jóvenes, pues la falta de recursos humanos y económicos de las escuelas públicas dan prioridad a otras asignaturas.

4.2.2 Políticas culturales

El Ministerio de Cultura es la institución gubernamental encargada de coordinar, regular y emitir las disposiciones referentes a la preservación y promoción de las diferentes expresiones de la cultura colombiana.

En relación con los medios de comunicación, esta institución ha formulado la Política de Comunicación/Cultura, la cual tiene como propósito la inclusión de la diversidad cultural de la sociedad colombiana. El reto es “diseñar mensajes cada vez más cercanos a la realidad colombiana, coherentes con sus manifestaciones culturales y ligados a un compromiso social, que se traduce en

formatos y lenguajes ricos en debate, diversidad y pluralidad” (MinCultura, 2009). Para alcanzar este reto se propone trabajar bajo los siguientes lineamientos:

- Fortalecimiento de las emisoras comunitarias y ciudadanas
- Fortalecimiento del sistema de tv pública
- Fortalecimiento del sector de comunicación comunitaria
- Gestión ante medios de amplia cobertura para la realización de proyectos culturales.
- Fomento a la cultura digital.

En una revisión de los lineamientos, se advierte que estos no incluyen programas relacionados con la educación de medios. El lineamiento de gestión para la realización de proyectos culturales está enfocado en las comunidades, mientras el fomento a la cultura digital tiene como objetivo la modernización por medio de las TIC de los diferentes entes culturales, así como la creación y producción de contenido digital.

Estas políticas culturales, a pesar de estar dirigidas en la cobertura y la producción de los medios de comunicación desde contextos sociales y culturales que promuevan la inclusión de la diversidad, no toman muy en cuenta la necesidad de educar a la población en un aprovechamiento y recepción crítica los medios de comunicación.

4.2.3 Política de convergencia de educación y cultura

La formulación de una política intersectorial de educación y cultura tiene como fundamento la relevancia de la comunicación y el arte en la formación de los jóvenes. El fin es lograr que los ministerios de Educación y Cultura trabajen de manera conjunta para lograr que los medios de comunicación y la educación artística sean asumidos como esenciales en el sistema educativo.

Hoy en día, la educación va más allá del sistema educativo con sus fórmulas y materiales clásicos de enseñanza (el libro), pues esta ha ido descentralizándose gracias a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación. (Martín-Barbero, 2000). Los medios de comunicación hacen parte de los jóvenes en todos los ámbitos de su vida, por lo cual una enseñanza en medios de comunicación debe ser concebida como un componente esencial de los programas educativos actuales.

En cuanto a la educación artística, “las investigaciones y los estudios recientes reafirman la importancia de la presencia del arte en la educación a través de la educación artística y de la educación por el arte, como fuente para el desarrollo integral y pleno de los niños y de los jóvenes y como eje transversal del aprendizaje que ayuda a la asimilación de las restantes materias objeto de aprendizaje.” (OEI, 2010)

Asumiendo la relevancia de los medios de comunicación y de la educación artística en la vida y desarrollo de los jóvenes, se plantea la formulación de una política intersectorial que cubra las falencias hoy existentes en los planes educativos. A continuación, se presentan una serie de lineamientos a tener en cuenta para elaborar una política pública educativa/cultural para la educación en medios de comunicación para los jóvenes:

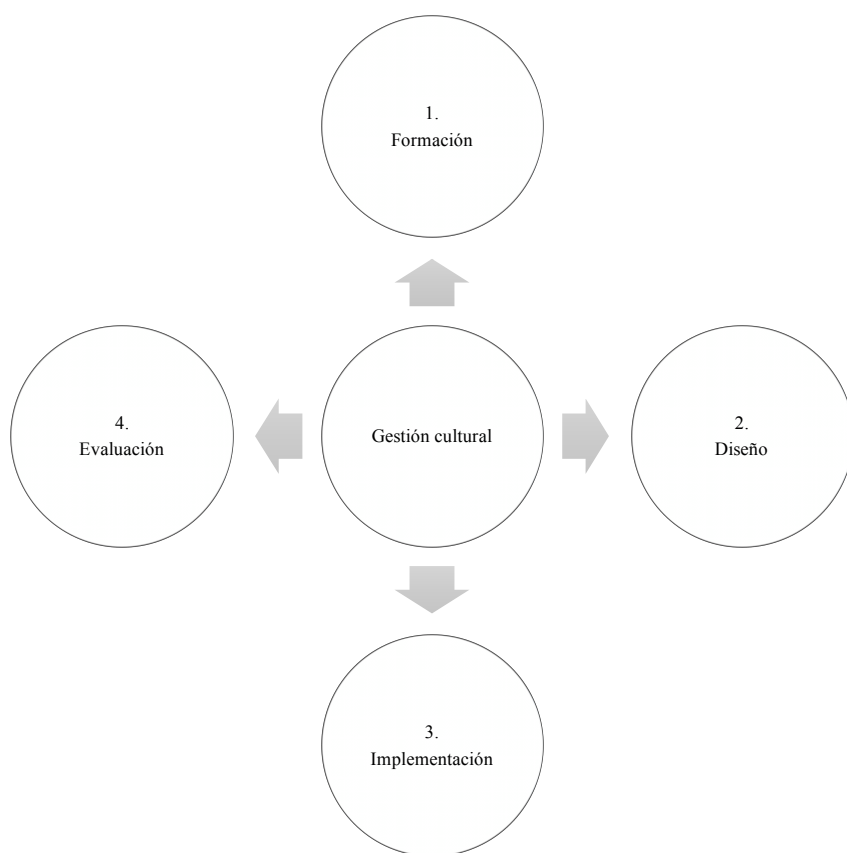
- La educación artística permite desarrollar la sensibilidad y creatividad de los jóvenes, permitiéndoles una mayor disposición para aprender y observar las realidades de la vida diaria desde otras perspectivas.
- Los medios de comunicación inciden en la vida de los jóvenes no solo por su función informadora y de entretenimiento, sino también como medio de reconocimiento social y cultural, de aprendizaje de actitudes y creencias.
- La educación en medios no debe confundirse con la enseñanza usando los medios de comunicación como material didáctico. Se trata de estudiar los medios y la forma en que estos elaboran y transmiten significados.
- La educación en medios debe comenzar desde las perspectivas y experiencias de los propios jóvenes; y como tal, se debe tener en cuenta las necesidades y características de sus comunidades y culturas.
- El contexto determina el modo y los usos de los medios de comunicación pero es desde la propia socialización que es posible generar cambios. Es por ello, que es necesario aplicar un carácter holístico que además de las escuelas, involucre la participación de las familias.

De acuerdo con estos lineamientos se plantea un programa que permite la incursión en el currículo la educación en medios a través de actividades artísticas. Se elige que sea desde el arte porque además de ser una disciplina fundamental para el desarrollo de los jóvenes, permite que la educación en medios sea más entretenida y agradable.

4.3 Programa de educación artística en medios de comunicación

El programa propuesto se compone de tres líneas de acción: 1. Formación, 2. Diseño, 3. Implementación y 4. Evaluación. Es en cada una de estas líneas de acción, la gestión cultural participara como disciplina de mediación entre la educación artística y la educación en medios de comunicación

Ilustración 2 Programa de educación artística en medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia

4.3.1 Formación

Objetivo: Desarrollar las habilidades y los conocimientos de los profesores para la educación artística en medios de comunicación.

Estrategia: Adaptar e impartir el Curriculum AMI de la UNESCO a profesores que estén en formación y en ejercicio.

Los profesores son la clave de la calidad académica, por lo cual deben estar preparados para las transformaciones que sufren la sociedad, en este caso, la influencia y relevancia de los medios de comunicación en todos los ámbitos de la vida de los jóvenes.

Pensado en esta relevancia, la UNESCO ha diseñado el Curriculum de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI), el cual tiene como objetivo “empoderar a las personas en todos los ámbitos de la vida para buscar, evaluar, utilizar y crear la información de una forma eficaz para alcanzar sus metas personales, sociales, ocupacionales y educativas. Esto es un derecho básico en un mundo digital y promueve la inclusión social de todas las naciones”. (UNESCO, 2011)

El Curriculum AMI está diseñado para capacitar a los profesores de niveles de primaria y secundaria que se encuentren en formación o como herramienta de las propias instituciones educativas para capacitar a sus profesores en el tema. “El Curriculum AMI debe permitir que los profesores enseñen a los estudiantes la Alfabetización Mediática e Informativa con el objetivo de proveerles de las herramientas esenciales para que ellos puedan involucrarse en los canales de los medios e información como ciudadanos autónomos, jóvenes y racionales”. (UNESCO, 2011)

El marco de competencias que propone el Curriculum AMI está formulado de manera flexible con el fin que este pueda ser adaptado a los diferentes contextos de cada país. Se propone la gestión cultural como mediadora entre los profesionales de la cultura y de la educación para adaptar el

Curriculum a las necesidades educacionales teniendo en cuenta el contexto de cada región. Esto es de suma importancia, ya que Colombia cuenta con una diversidad cultural amplia, reflejada en una multiplicidad de identidades y expresiones culturales de pueblos y comunidades, sumado a las diferencias de vivir en el campo o la ciudad. La gestión cultural, además, tendrá que analizar el grado de inserción e importancia de los medios de comunicación para cada comunidad, puesto que no se comparan los usos (o no usos) y modos de recepción de un niño de una comunidad indígena con los de un niño que reside en la ciudad.

Por lo tanto, la gestión cultural, desde su transversalidad, tiene la función de ser la mediadora de un proceso participativo que tenga en cuenta las necesidades culturales y sociales de cada comunidad para la adaptación del Curriculum AMI.

En el proceso de impartir este currículo a los profesores se debe hacer a través de las propias instituciones educativas, tanto las formadoras de docentes como las propias instituciones donde trabajan. Para dicho propósito, el Ministerio de Educación debe adoptar bajo sus lineamientos la propuesta. En el terreno, serán tanto los profesionales de la educación como de las artes lo encargados de la enseñanza.

4.3.2 Diseño

Objetivo: Construir una propuesta curricular para impartir la educación en medios de comunicación a través de actividades artísticas.

Estrategia: Revisión y adaptación de los lineamientos educativos para la formulación del currículo.

Anteriormente, se hizo una revisión de los lineamientos de las políticas educativas y culturales donde se evidenció la falta de la inclusión de la educación en medios de comunicación y las

falencias en la educación artística para los jóvenes. Entonces, el primer paso es la revisión de estos lineamientos por parte de los profesionales de la educación y de las artes, a través de la concertación de la gestión cultural.

El segundo paso es la construcción de la propuesta curricular. Como base de trabajo se hará uso del propio Curriculum AMI en su versión adaptada, ya que siendo esta la herramienta para la capacitación de los profesores, deberá ser la guía para la elaboración del currículo para los estudiantes.

El currículo en cada uno de sus módulos cuenta con la sección “Enfoques pedagógicos y actividades de muestra”, las cuales han sido diseñadas como ejemplos base para preparar actividades que sean más locales o que sean culturalmente relevantes según el contexto de los estudiantes. Es importante resaltar que en la revisión de las actividades propuestas como ejemplo ninguna se enfoca en el uso de actividades artísticas para la enseñanza en medios de comunicación.

En esta etapa, la gestión cultural tiene la función de actuar como mediador entre los agentes (profesionales de educación, profesionales del arte, estudiantes) en el proceso de construcción de la propuesta curricular, dándole especial importancia a la participación de los jóvenes, pues son ellos el fundamento y el objeto del programa.

El aporte de los jóvenes es fundamental, ya que desde sus propias perspectivas, vivencias y contextos hacen uso y apropiación de los medios de comunicación. Cada una de las actividades debe crearse desde sus necesidades y expectativas pues son ellos los poseedores del conocimiento y la experiencia. Por lo tanto, la estrategia desde la gestión cultural es contribuir a diseñar las

actividades dirigidas a los jóvenes para que los profesores puedan impartir los conocimientos adquiridos.

4.3.3 Implementación

Objetivo: Proveer a los estudiantes de competencias culturales que les permitan desarrollar una comprensión crítica y una recepción activa de los medios

Estrategia: Implementación del currículo de educación artística en medios de comunicación.

La implementación del currículo a través de las actividades propuestas tiene como fundamento el hacer para aprender competencias culturales. Es desde la propia creación que los jóvenes son capaces de decodificar contenidos y apropiarse de códigos que transmiten los medios de comunicación.

Este es el momento en que el trabajo conjunto entre profesionales de la educación y de las artes, transmiten los conocimientos adquiridos para desarrollar competencias culturales en los jóvenes que les permitan ser individuos críticos frente a las realidades del país. El papel de los gestores culturales será aportar técnicas de intervención cultural para dinamizar las actividades del currículo.

En este proceso es importante que los padres tengan la oportunidad de apreciar las construcciones creativas de sus hijos, lo cual permitirá una multiplicación en la reflexión sobre los medios de comunicación. Por ejemplo, al usar la actuación para crear novelas propias con un fin crítico, los padres al ser espectadores tendrán la oportunidad de hacer parte del proceso desde una recepción crítica.

4.3.4 Evaluación

Objetivo: Evaluar el desarrollo de habilidades receptivas y críticas de los jóvenes frente a los medios de comunicación

Estrategia: Incluir una evaluación y actualización periódica de la propuesta curricular.

El proceso de evaluación está determinado por varios momentos que terminan con la valoración en conjunto de todas las etapas del programa. El fin es retroalimentar continuamente el programa y conocer el alcance del mismo en los jóvenes.

El Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) es el ente gubernamental encargado de realizar las “Pruebas Saber”, las cuales se aplican a todos los estudiantes que se encuentren cursando el 3°, 5°, 7°, 9° y 11°.

Las áreas evaluadas en el núcleo son: lectura crítica, matemáticas, ciencias sociales, biología, y química. Las pruebas también incluyen un área interdisciplinaria que permiten al estudiante profundizar en una área específica fuera de las evaluadas en el núcleo común y actualmente son medio ambiente y violencia y sociedad.

De esta manera, el programa podría ser evaluado dentro de las áreas interdisciplinarias para obtener índices anuales que permitan la evaluación continua del plan curricular para su modificación, rediseño y adaptación. De nuevo la gestión cultural, junto con los agentes del sector educativo y cultural, participaran en el diseño de las pruebas.

CONCLUSIONES

Esta investigación cualitativa se propuso comprender las diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de jóvenes entre los 12 y 15 años de edad, pertenecientes a diferentes sectores socioculturales de la ciudad de Bogotá. La inquietud surgió por la vasta transmisión de narcotelenovelas que se han convertido en éxitos de audiencia, exponiendo a los jóvenes a la problemática del narcotráfico a través de productos de entretenimiento televisivo.

Para lograr el objetivo de esta investigación se realizó una revisión de las diferentes perspectivas teóricas de la comunicación pensadas desde la producción/mensaje/recepción, replanteando la posición del análisis de la televisión para hacerlo desde las mediaciones (la competencia cultural, la cotidianidad familiar y los espacios de circulación) como lo propone Martín-Barbero (1997). Esta perspectiva plantea un nuevo espacio de análisis desde el campo de la cultura y los modos de apropiación desde la diferencia de las clases sociales como matrices de conocimiento y comportamiento.

Para la recolección de información empírica se escogieron dos colegios, uno público y otro privado, que acogieran las diferentes clases sociales y se eligió una muestra poblacional no probabilística de 8 jóvenes entre los 12 y los 15 años de edad, tanto hombres como mujeres, que hayan observado alguna narcotelenovela en los últimos 5 años. La recolección de información empírica se hizo a partir de la realización de grupos focales y la aplicación de entrevistas semiestructuradas y el análisis se realizó a través de las categorías planteadas desde las propias mediaciones de la recepción. La correlación de estas categorías permitieron el análisis de información respecto a las hipótesis de investigación planteadas, para finalmente determinar los

modos de recepción, en tanto su nivel de empatía e identificación de los jóvenes según la clase social de pertenencia.

El análisis de los resultados permitieron aceptar la hipótesis general de investigación al existir diferencias entre las formas de recepción y apropiación de las narcotelenovelas por parte de los jóvenes de las diferentes clases sociales, formas que demuestran sus diferentes recursos sociales y culturales. La principal evidencia encontrada es que los jóvenes pertenecientes a las clases bajas sienten mayor empatía por las narcotelenovelas, debido a sus condiciones de desigualdad económica, la baja calidad académica que reciben y los entornos de violencia y criminalidad en los que viven.

Las desigualdades de acceso a una educación de calidad reducen la posibilidad de adquirir un mayor capital cultural, lo cual repercute en una baja recepción crítica. También se presenta una mayor empatía por la homologación de clases, entendida como la identificación de los personajes de acuerdo a su clase social de pertenencia. Por su parte, la cotidianidad familiar influye en los grados de empatía por la actitud de los padres en el momento de ver las narcotelenovelas, la cual es activamente crítica en los padres de clase alta y pasiva en los padres de clase baja. Respecto a los espacios de circulación, estos son más amplios en los jóvenes de clases sociales bajas, pues además de la familia y el colegio, tienen una vida de barrio. Sin embargo, su resemantización es menos crítica puesto que los contextos de desigualdad y violencia en los que viven refuerzan los contenidos de las narcotelenovelas. El peligro se acentúa en que esta recepción negativa, provocada por la crítica situación económica y social puede inducir y justificar comportamientos futuros de los jóvenes, como participar en actividades ilícitas para mejorar su calidad de vida y obtener un reconocimiento social.

A partir de estas evidencias se plantea una intervención de la gestión cultural a través del sistema educativo, siendo su función capacitar a los jóvenes a comprender el país en el que viven, un país que están asumiendo sin crítica a través de los medios de comunicación. Se plantea que las competencias culturales adquiridas en la escuela, podrían generar transformaciones en la recepción, en la medida en que algunos jóvenes no las puedan adquirir mediante la educación familiar o porque sus contextos socioculturales no contribuyan a dicho propósito.

Reconociendo la importancia de las instituciones escolares en la formación de individuos íntegros y críticos y asumiendo la cultura como estrategia para dicho fin, se propone un programa entre el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación, mediado por la gestión cultural, que permitiría la educación en medios de comunicación a través de actividades artísticas.

Se considera esta investigación como una exploración de un tema complejo, lo cual sugiere limitantes y enseñanzas para futuras investigaciones. La primera es la elección de la muestra, pues a pesar de haber elegido dos colegios que acogieran clases sociales diferentes, se presenta una polarización de información a partir de dos realidades sociales extremas, lo que demuestra la falta de representación de la clase media. Segundo, la evidencia de la trascendencia de la familia en la recepción, sugiere la aplicación de un método etnográfico como la observación participante en núcleos familiares (Lull, 1990), lo cual permitiría profundizar y obtener más precisa sobre los modos y usos de ver televisión en el hogar.

Para finalizar, esta investigación permite demostrar la amplitud y transversalidad de la gestión cultural como disciplina de investigación y su posible aplicación como herramienta de intervención social. en ámbitos poco comunes como lo son los medios de comunicación y las tecnologías de la información.

REFERENCIAS

Adorno, T & Horkheimer, M; (1988). La industria Cultural. El Cuenco de Plata, Cuadernos de Plata. Buenos Aires.

Atehortúa A, Cruz, Rojas D; (2008). El Narcotráfico en Colombia. Pioneros y Capos. Revista Historia y Espacio. Universidad del Valle. Cali. Recuperado de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/1026>

Barthes, R; (1980) Mitologías. Siglo XXI Editores. 12ª edición. México 1999

Bourdieu, P (1979) “Los Tres Estados del Capital Cultural” Tomado de *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 30 de noviembre de 1979. Traducción de Mónica Landesmann. En *Sociológica*, UAM- Azcapotzalco, México, núm 5, pp. 11-17

Campbell, H; (2007). El narco-folklore: narrativas e historias de la droga en la frontera. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 16(0) 46-70. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85903203>

Cardona, P; (2004). Los héroes urbanos: Imaginarios culturales y consumo en Medellín. Coherencia, 1(0) 87-104. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=77410105>

Cepeda, C; (2014). La representación de la violencia en la ficción colombiana. Narcotelenovelas: ¿ruta para una catarsis al dolor o el gran negocio de las televisoras privadas?. El rol de las Defensorías de Audiencias en la profundización de audiencia latinoamericanas. Primer Congreso Latinoamericano de Defensoría de las Audiencias. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/ponencias-del-congreso-latinoamericano-defensorias-audiencias>

Cifuentes, D & Reyes, J; (2014). Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y las niñas en Colombia. Etapa Piloto. Ministerio de Cultura de Colombia, Recuperado de http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-niñez/Documents/APROXIMACIÓN%20A%20LOS%20HÁBITOS%20DE%20CONSUMO%20DE%20CONTENIDOS%20MEDIÁTICOS%20POR%20PARTE%20DE%20LOS%20NIÑOS%20Y%20LAS%20NIÑAS_FINAL.pdf

Corona Cadena, R I; (2010). Los mecanismos miméticos de reproducción de la violencia vistos a través de los narco-corridos. Universitas Philosophica, 27(0) 221-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409534420012>

De Certeau, M; (2000). La invención de lo cotidiano. Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. México.

De Ganges López, F A; (2011). Reseña de "Pero me gusta lo bueno, una lectura ética de los corridos que hablan del narcotráfico y de los narcotraficantes" de María Luisa De La Garza Chávez. Revista Pueblos y Fronteras Digital, 6() 282-284. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90621701012>

DANE, (2012). Encuesta de Consumo Cultural. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/educacion-cultura-gobierno-alias/consumo-cultural>.

El País; (2010). ¿Liquidar la Cntv?. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/elpais/opinion/editorial/liquidar-cntv>

Fiske, J. Y Hartley, J. (1978): Reading Televisión. Routhledge. New York. USA.

Hall, S; (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. Cuadernos de Información y Comunicación. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2142835>

Héau Lambert, C; (2010). Los narcocorridos : ¿incitación a la violencia o despertar de viejos demonios? (Una reflexión acerca de los comentarios de narco-corridos en Youtube). Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre, () 99-110. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423839515007>

Henao Salazar, J I; Castañeda Naranjo, L S; (2011). El elemento compositivo narco- en los medios de comunicación. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, () 1-18. Recovered from <http://148.215.2.11/articulo.oa?id=194218961002>

Lara, E; (2003). Salieron de San Isidro... El corrido, el narcocorrido y tres de sus categorías de análisis: el hombre, la mujer y el soplón. Un acercamiento etnográfico. Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey, () 209-230. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38401509>

Lull, J (1990) Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences. Routledge; New York. USA.

Marguilis, M; Urresti, M. (2002) La palabra juventud es más que una palabra. Sociedad & Cultura. Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Recuperado de : http://perio.unlp.edu.ar/teorias/index_archivos/margulis_la_juventud.pdf

Martín-Barbero, J (1986) La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y <http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos-epoca/pdf/17-04JesusMartin.pdf>

Martín-Barbero, J; (1991). De los medios a las mediaciones. Ediciones G, Gill S.A. Barcelona.

McLuhan, M (1996) Comprender los medios de comunicación. Ediciones Paidós Iberoamericana S.A. Barcelona. España.

Michael, J; (2013). Narco-violencia y literatura en México. Sociologías, 15(1) 44-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86829393004>

Ministerio de Cultura (2009) Política de Comunicación/Cultura. Recuperado de http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-de-comunicacion-cultura/Documents/10_politica_comunicacion_cultura.pdf

Ministerio de Educación Nacional de Colombia; (2015) Colombia la mejor educada, en el 2025. Líneas estratégicas de la política educativa del Ministerio de Educación Nacional. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articulos-355154_foto_portada.pdf

Ministerio de Educación Nacional de Colombia; (1997) Lineamientos Curriculares Lengua Castellana Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-339975_recurso_6.pdf

Ministerio de Educación Nacional de Colombia; (1997) Orientaciones Educación Artística Básica Media Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-340033_archivo_pdf_Orientaciones_Edu_Artistica_Basica_Media.pdf

Muñoz, G; Aguilar-Forero, N; (2015). La condición juvenil en Colombia: entre violencia estructural y acción colectiva. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 13(1) 1021-1035. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=77340728033>

Thompson, J; (1991) La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. Revista Versión. Estudios de comunicación y política, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.

Todorov, T; (1977) Poética Estructuralista. Editorial Losada S.A. Buenos Aires. Argentina.

Organización de Estados Iberoamericanos- OEI- Metas Educativas 2021. La educación que queremos para la generación de los bicentenarios. Recuperado de <http://www.oei.es/metas2021/libro.htm>

Ordóñez, M; (2012). Las "narco telenovelas" colombianas y su papel en la construcción discursiva sobre el narcotráfico en América Latina. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. Área de Estudios Sociales y Globales Maestría en Estudios Latinoamericanos Mención Política y Cultura.() 1098-6596. Recuperado <http://hdl.handle.net/10644/3033>

Padilla, D; (2010). Foro: “Narconovelas: ¿Cuánto es demasiado?”. Universidad Javeriana. Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. Recuperado de: <http://www.andacol.com/index.php/74-revista-anda/revista-anda-42/428-foro-narconovelas-icuantoesdemasiado>

Palaversich, D; (2013). O Panorama das Drogas no México: da margem da sociedade ao centro da cultura. *Sociologias*, 15() 26-43. Recuperado de <http://redalyc.org.www.redalyc.org/articulo.oa?id=86829393003>

Ramírez Mejía, Julieta; (2007). Aproximación conceptual a los estudios de la cultura y a la gestión cultural. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, mayo-agosto, 5-24

Rodríguez, C; (2016) Diagnóstico de Seguridad y Convivencia 2016 Localidad de Engativa. Recuperado de: http://www.observatoriolocaldeengativa.info/images/documentos/Seguridad_y_convivencia/Documentos/DiagnosticoSeguridadEngativ.pdf

Santos López, D; (2015). Una década de novela policial bogotana: una aproximación desde el concepto de la anomia. *Revista de Humanidades*, () 129-160. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321241775006>

Rojas, Sotelo, M; (2014). Narcoaesthetics in Colombia, Mexico, and the United States: Death Narco, Narco Nations, Border States, Narcochingadazo?. *Latin American Perspectives*. Recuperado de: <http://lap.sagepub.com/content/early/2014/01/14/0094582X13518757>

Sampieri, R; Collado, C; Lucio, P. (2014) Metodología de la investigación. Mc Graw Hill. México.

UNESCO (2011) Alfabetización Mediática e Informacional. Curriculum para profesores. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>

UNESCO/OEI/Iberformat (2004) Directorio Iberoamericano de centros de formación en Gestión Cultural y Políticas culturales. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001386/138686s.pdf>

Vásquez Mejías, A; (2015). Cuando los héroes fracasan. De la teleserie policial a las narcoseries. *Punto Cero*. Universidad Católica Boliviana, 20() 99-110. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421842827010>

Wilches Tinjacá, J; (2014). ¿Y educar para qué? Representaciones mediáticas de narcocultura en los modelos del progreso económico y prestigio social. *Desafíos*, 26() 199-234. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=359633175007>

ANEXOS

ANEXO 1. INDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

1.1 Ilustraciones

Ilustración 1 Consumo mediático de niños y adolescentes en Colombia

Ilustración 2 Programa de educación artística en medios de comunicación

1.2 Tablas

Tabla 1 Operacionalización de las hipótesis

Tabla 2 Resumen de evidencias

ANEXO 2. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

2.1 Guía para realización de Grupos focales y entrevistas semiestructuradas

Objetivo de los instrumentos: Estos instrumentos tiene como propósito obtener información en los categorías relacionadas con la cotidianidad familiar, la temporalidad social y las competencias culturales y como estas influyen en la recepción de narcotelenovelas de los jóvenes.

Procedimiento: Se iniciará con los ítems del grupo focal (Categoría A, B) y finalmente a través de la entrevista semi-estructurada se profundizará en las categorías (Categoría C & D)

Parte I. Focus Group

A. Preferencia de narcotelenovelas

1. ¿Qué narcotelenovelas han visto en televisión?
2. ¿Por qué razón han visto estas narcotelenovelas?
3. ¿Cuál ha sido su narcotelenovela favorita? ¿Por qué?

B. Competencias culturales

Dinámica: exhibir a los jóvenes estudiantes en un computador la parte de un episodio de una narcotelenovela.

1. Permitir a los participantes usar su imaginación a dar diferentes opciones que puede tener el fin del episodio.
2. ¿Qué opinión tienen sobre los personajes? ¿Cómo les parece su personalidad?

3. ¿ Se identifican con alguno de los personajes? ¿Cuál? ¿Por qué?
4. ¿Han escuchado historias de la vida real que tengan relación con las historias transmitidas en las narcotelenovelas? ¿Cómo cuáles? ¿Qué opinión tienen de estas historias?
5. ¿Creen que el estilo de vida de los narcotraficantes es chévere o no? ¿Por qué? ¿Qué es lo que más les gusta de su estilo de vida? ¿Que es lo que menos les gusta? ¿Por qué?
6. ¿Creen que el narcotráfico es una actividad laboral como cualquier otra? ¿Les parece que puede ser una opción de vida? ¿Por qué?
7. ¿Creen que lo que se ve en las narcotelenovelas pasa en la vida real? ¿Por qué?
8. ¿Qué opinan en general de las narcotelenovelas? ¿Se deben seguir pasando por la televisión? ¿Por qué?
9. ¿Creen que el narcotráfico aún es un problema en Colombia? ¿Por qué?

Parte II. Entrevista Semi-estructurada

C. Cotidianidad familiar (hábitos de clase)

1. ¿Cuánto tiempo dedica a ver televisión?
2. ¿Qué otras actividades culturales o de entretenimiento realiza en casa? (leer, escuchar música, jugar videojuegos, ver videos)
3. ¿Cuánto tiempo dedica a estas otras actividades?
4. ¿Qué programas de televisión has visto en el último tiempo? ¿Cuál es tu programa preferido? ¿Por qué? [Si no lo menciona] ¿Y las narcotelenovelas ?
5. ¿Qué opinión tienes sobre las narcotelenovelas? ¿Por qué?
6. ¿Cuenta con televisión propia en su habitación? Si no, ¿Dónde está ubicada la televisión?
7. ¿La mayor parte del tiempo ve televisión solo o en familia? ¿Por qué?
8. ¿Quién decide que ver en televisión cuando están en familia? ¿Cuáles son las preferencias?
9. ¿Ha visto narcotelenovelas en otro medio diferente al televisor? (computador, tableta electrónica, celular? ¿Por qué?

D. Temporalidad social (espacios de circulación)

Familia

1. Si ha visto narcotelenovelas en familia, ¿Cuál es el episodio/escena que más han discutido?
2. ¿Qué opina tu familia de los personajes de las narcotelenovelas? (Por ejemplo, Pablo Escobar o Rosario Tijeras) ¿Por qué?
3. ¿Cuándo están viendo la narcotelenovela en familia, qué tipo de comentarios hacen sus familiares?

4. ¿Sus padres hacen comentarios o aclaraciones sobre lo que pasan en las narcotelenovelas?
5. ¿Qué crees que opinan sus padres de las narcotelenovelas? ¿Creen que deben seguir pasándolas por la televisión?

Barrio

1. Si sus vecinos miran narcotelenovelas, comentan lo sucedido/escena en los episodios? (Llegado el caso que la anterior pregunta sea afirmativa, continuar con la siguiente)
2. ¿Qué opinan tus vecinos de los personajes de las narcotelenovelas? ¿Por qué?
3. ¿Cuál es el episodio/escena que más han comentado con sus vecinos?
4. ¿Qué crees que opinan sus padres de las narcotelenovelas? ¿Creen que deben seguir pasándolas por la televisión?

Colegio

1. Si sus compañeros miran narcotelenovelas, ¿comentan lo sucedido en las narcotelenovelas con sus compañeros de colegio? (Llegado el caso que la anterior pregunta sea afirmativa, continuar con la siguiente)
2. ¿Cuál es el episodio/escena que más ha comentado con sus compañeros de colegio?
3. ¿Qué opinan tus compañeros de clase de los personajes de las narcotelenovelas? ¿Por qué?
4. ¿Qué crees que opinan sus compañeros de las narcotelenovelas? ¿Les gusta o no?

2.2 Encuesta a Padres

1. Edad de su hijo/hija
 - a. _____ años
2. Sexo de su hijo/hija (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Mujer
 - b. Hombre
3. Número de personas que conviven en el hogar
 - a. Familiares directos No. _____ personas (incluye padre, madre e hijos)
 - b. Familiares indirectos No. _____ personas (incluye abuelos, tíos, primos, entre otros)
4. Estrato socioeconómico de la vivienda (elija el estrato que le corresponda del 1 al 6)
 - a. _____

5. Tipo de vivienda (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Casa
 - b. Apartamento
 - c. Cuarto en inquilinato

6. Nivel de estudios de la madre (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Ninguno
 - b. Preescolar
 - c. Básica primaria (1°-5°)
 - d. Básica secundaria (6°- 9°)
 - e. Media (10°-12°)
 - f. Superior universitaria

7. Nivel de estudios del padre (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Ninguno
 - b. Preescolar
 - c. Básica primaria (1°-5°)
 - d. Básica secundaria (6°- 9°)
 - e. Media (10°-12°)
 - f. Superior universitaria

8. Ocupación de la madre (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Trabajando (*si marca esta opción, continúe con la pregunta 9*)
 - b. Oficios del hogar
 - c. Estudiando
 - d. Incapacitada

9. En este trabajo usted es: (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Empleado de empresa particular o pública
 - b. Empleado doméstico
 - c. Trabajador por cuenta propia
 - d. Patrón o empleador
 - e. Jornalero

10. Ocupación del padre (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - e. Trabajando (*si marca esta opción, continúe con la pregunta 11*)
 - a. Oficios del hogar
 - b. Estudiando
 - c. Incapacitado

11. En este trabajo usted es: (marcar con una X sobre una de las opciones)
 - a. Empleado de empresa particular o pública
 - b. Empleado doméstico
 - c. Trabajador por cuenta propia
 - d. Patrón o empleador
 - e. Jornalero