
VIII Congreso
Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026
X Encuentro de Semilleros de Investigación
La comunicación en la encrucijada digital:
inteligencia artificial, autenticidad y discursos diversos
https://umcentral.com/afacom-2026/
Manizales 09 al 13 de marzo de 2026
AFACOM
UNIVERSIDAD DE MANIZALES

COMUNICACIÓN INTELIGENCIA ARTIFICIAL DESAFIOS DISCURSOS





Contenido

> Los desafíos y las oportunidades que surgen en el actual ecosistema comunicativo, han sido marcadas por la tecnología, la creatividad y la diversidad de discursos.

Editorial 10

Mesa 1
Cultura digital, narrativas y redes sociales 02

Mesa 2
Desinformación, verificación y ética periodística 03

Mesa 3
Comunicación estratégica, organizacional y cambio social 03

Mesa 4
Discursos, retóricas y lenguaje en la comunicación 03

Mesa 5
Inteligencia artificial, tecnologías emergentes y comunicación 03

Mesa 6
Diversidad, inclusión y representación en los medios 03

Mesa 7
Ciencia, educación e investigación en comunicación 03

Mesa 8
Comunicación, sostenibilidad y territorio 03

Mesa 9
Desafíos y futuro de la comunicación y el periodismo 03

Mesa 10
Arte, creación y estética 03



VIII Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026 / Carlos Urrego, Misael Peralta, Luis Miguel López, Carlos Fernando Alvarado, coordinadores académicos y editoriales. – Manizales: Fondo Editorial Universidad de Manizales, Escuela de Comunicación Social, Grupo de Investigación de la Comunicación, 2026.

764 páginas.
DOI: https://doi.org/10.30554/memorias-viii-congreso-afacom

1. Comunicación y transformación digital. 2. Investigación en comunicación. 3. Comunicación y redes sostenibles. 4. Comunicación e impacto social. 5. Comunicación organizacional. I. Título. II. Urrego, Carlos, coord. académico III. Peralta, Misael, coord. académico. IV. López, Luis Miguel, editor. V. Alvarado, Carlos Fernando, editor.

Dewey 302.231 cdd 23
Norma de descripción bibliográfica, RDA
Descriptores recuperados de Normas LEMB
Universidad de Manizales. Biblioteca

VIII Congreso nacional e internacional de comunicación Afacom 2026

Comité organizador

Director Congreso
Richard Armando Millán Torres

Asistencia Dirección
Maryori Ossa

Coordinadoras logística y comercial
Alejandra Eugenia Pineda
Juliana Dávila

Asistentes de logística
Laura Michel Rodríguez
Manuela Vera

Coordinadores editoriales
Luis Miguel López
Carlos Fernando Alvarado

Coordinadores Encuentro de Semilleros
Diana Reyes
Alejandro Jiménez

Coordinadores académicos
Carlos Urrego
Misael Peralta

Diseño y Diagramación
Alejandro Jiménez

Coordinadores de mesa

Mesa 1
Wilson Escobar-Universidad De Manizales
Jhon Jairo Herrera-Universidad De Manizales
Santiago Pérez–Universidad De Manizales
Luís Miguel López-Universidad De Manizales

Mesa 2
Alejandro Samper–Universidad De Manizales
Jorge Urrea-Uniquindío

Mesa 3
Carlos Eduardo García-Universidad De Manizales

Mesa 4
Luís Miguel López–Universidad De Manizales
Adriana Villegas-Universidad De Manizales

Mesa 5
Jorge Urrea–Uniquindío
Santiago Rubio-Universidad De Manizales
Carlos F. Alvarado–Universidad De Manizales
Alejandro Samper-Universidad De Manizales

Mesa 6
Adriana Villegas –Universidad De Manizales
Julián Burgos-Universidad De Manizales
Laura García-Graduada Universidad De Manizales

Mesa 7
Franklin Molano–Areandina
Wilson Escobar-Universidad De Manizales

Mesa 8
Luz Dary Espitia–Unibague
Orlando Barón-Unibague
Jhonny Lozano-Unibague
Santiago Pérez-Graduado Universidad De Manizales

Mesa 9
Julián Burgos-Universidad De Manizales
Franklin Molano-Areandina
Carlos Urrego-Universidad De Manizales

Mesa 10
Luís Felipe Valencia-Universidad De Manizales
Jhonny Lozano-Unibague

Memorias

Escuela de Comunicación Social
Grupo de Investigación de la Comunicación

Rector
Duvan Emilio Ramírez Ospina

Vicerrectora
Yamileth Andrade Arango

Decano de la facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Diego Enrique Ocampo Loaiza

Director Escuela de comunicación
Richard Armando Millán Torres

Universidad organizadora
Universidad de Manizales

Manizales-Caldas
2026

Consejo dierctivo Afacom 2024-2026

Presidente periodo marzo 2024-diciembre 2025
Manuel Ignacio González Bernal
Universidad La Sabana

Presidenta periodo diciembre 2025 marzo 2026
Catalina Jiménez Correa
Universidad Autónoma de Occidente - Cali

Vicepresidente marzo 2024-diciembre 2025
Catalina Jiménez Correa
Universidad Autónoma de Occidente - Cali

Secretaria Consejo Directivo
Nancy Regina Gómez Arrieta
Universidad del Norte

Vocal Regional Antioquia
Lina María Rendón
Universidad Católica Luis Amigó

Vocal Regional Centro
Janneth Arley Palacios Chavarro
Universdiad Nacional Abierta y a Distancia

Vocal Regional Suroccidente
Angela Karina Gómez Ortega
Universidad Mariana

Vocales Regional Oriente
Margarita Peñaloza Duran
Universidad Francisco de Paula Santander
Erika Alejandra Maldonado
Universidad Francisco de Paula Santander

Vocal Regional Caribe
Maria Daniela Romero López
Corporación Universitaria Antonio José de Sucre

Vocal Regional Eje Cafetero
Alejandro Rios Campiño
Fundación Universitaria del Área Andina

Contador Reinaldo
Villarreal Buneahora
AFACOM

Comunicador
Juan Pablo Mejía
AFACOM

Secretaria Ejecutiva
Fanny Torres
AFACOM

Revisora Fiscal
Monica Marulanda
AFACOM

Horizontes y Desafíos de la Comunicación en la Era Digital

El Congreso AFACOM 2026, acogido con calidez y excelencia académica por la Universidad de Manizales, ha representado un hito fundamental para la reflexión profunda sobre el estado actual y el porvenir de la comunicación y el periodismo en Colombia y América Latina. Este encuentro no solo congregó a destacadas voces de la investigación y la docencia, sino que consolidó un espacio indispensable para el debate crítico en torno a la transformación digital, los nuevos ecosistemas mediáticos y la responsabilidad social del comunicador contemporáneo.

Las memorias que hoy presentamos con orgullo recogen el fruto riguroso de numerosas ponencias, proyectos de investigación y experiencias pedagógicas innovadoras compartidas durante las jornadas. Cada texto compilado en este volumen constituye un testimonio fiel del compromiso de nuestras instituciones por repensar la formación universitaria frente a los vertiginosos cambios tecnológicos y a la apremiante necesidad de fortalecer el pensamiento crítico y la democracia en nuestras sociedades.

Desde AFACOM, celebramos este esfuerzo colectivo, gestado en el corazón del Eje Cafetero. Estas páginas no constituyen un simple archivo documental, sino un mapa de ruta vivo y necesario para investigadores, docentes y profesionales comprometidos con la transformación de sus entornos. Invitamos a toda la comunidad académica a sumergirse en este legado de conocimiento, convencidos de que el futuro de nuestra disciplina se edifica sobre el diálogo riguroso, la cooperación en red y la inquebrantable pasión por dignificar la palabra y la verdad.

Catalina Jiménez
Presidenta de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación
AFACOM

Editorial

Las memorias que hoy entregamos a la comunidad académica constituyen más que el registro de un congreso, es la evidencia de una conversación amplia, diversa y profundamente necesaria sobre los retos que enfrenta la comunicación en un tiempo marcado por la aceleración tecnológica, las transformaciones culturales y las disputas por el sentido en los territorios.

Los textos aquí reunidos son el resultado del Congreso Internacional de Comunicación AFACOM 2026, realizado en la Universidad de Manizales, escenario que acogió a investigadores, docentes, estudiantes y profesionales provenientes de numerosas instituciones de educación superior de Colombia y de otros contextos latinoamericanos.

La riqueza de este volumen radica en la diversidad de los enfoques que lo integran. A lo largo de sus páginas convergen reflexiones sobre comunicación digital, periodismo, narrativas transmedia, comunicación organizacional, procesos comunitarios, memoria, género, educomunicación, sostenibilidad ambiental e investigación-creación.

De manera especial, emerge con fuerza una preocupación compartida por el impacto de la inteligencia artificial en las prácticas comunicativas contemporáneas, así como por los desafíos éticos, políticos y pedagógicos que acompañan su expansión.

Las ponencias evidencian que la comunicación continúa siendo un campo estratégico para comprender y transformar las realidades sociales. Desde los estudios sobre desinformación, polarización política y capitalismo de vigilancia, hasta las experiencias de comunicación comunitaria, memoria territorial y apropiación social del conocimiento, los autores coinciden en reconocer que comunicar implica asumir una responsabilidad frente a la construcción de ciudadanía, la convivencia democrática y el fortalecimiento de los vínculos colectivos.

Las universidades participantes aportan una mirada plural que enriquece el debate académico, hacen visible una comunidad investigativa activa, comprometida con la generación de conocimiento pertinente para los desafíos de nuestro tiempo. Fueron más de 300 ponencias presentadas en 14 mesas temáticas, más de 630 asistentes provenientes de 7 países de Iberoamérica, lo que genera un amplio espacio de reflexión académica de la comunicación en todos sus abordajes disciplinares.

Estas memorias son también una invitación a continuar el diálogo. Cada artículo representa una pregunta abierta, un hallazgo provisional, una posibilidad de encuentro. En un contexto donde las tecnologías reconfiguran constantemente las formas de producir, circular y apropiar información, la investigación en comunicación adquiere una relevancia renovada para comprender los cambios sociales y contribuir a la construcción de futuros más democráticos, inclusivos y sostenibles.

Agradecemos a quienes hicieron posible este encuentro académico, en especial a cada afiliado a Afacom, a sus profesores y estudiantes; ellos hicieron posible que estas nuevas discusiones empezaran a circular entre la comunidad académica. Celebramos el compromiso de los autores que comparten aquí sus reflexiones y espero que estas páginas sirvan para ampliar conversaciones, inspirar nuevas investigaciones y fortalecer la red de saberes que da sentido a la comunicación como campo de conocimiento y como práctica de transformación social.

Richard Armando Millán Torres
Director Congreso Internacional de Comunicación AFACOM 2026
Vicepresidente Afacom 2026 - 2028
Director Escuela de Comunicación de la Universidad de Manizales.

Contenido

Mesa 1
Cultura digital, narrativas y redes sociales

ACCESO A LA INFORMACIÓN: COMPARATIVO ENTRE JÓVENES BACHILLERES RURALES Y URBANOS DE RISARALDA. PÁG18

DE LA IDEA A LA CONSOLIDACIÓN: CAJA DE HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES INDEPENDIENTES. PÁG23

EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA PERCEPCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE CIENCIA POLÍTICA DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA EN TIKTOK. PÁG27

MICRO PIXEL: NARRATIVAS DIGITALES Y CONVERGENCIA MEDIÁTICA EN EL MICROFÚTBOL BARRIAL DE MANIZALES. PÁG30

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL CAPITALISMO DE VIGILANCIA EN LAS PREFERENCIAS Y LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO, DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA. PÁG33

INTERPRETACIÓN DE LOS STICKERS EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL . PÁG45

RELATOS DEL TERRITORIO. DISEÑO DE UN REPORTAJE TRANSMEDIA SOBRE LA VIDA RURAL EN BOJACÁ. PÁG59

SERIADO DE PODCAST SOBRE LA EXPERIENCIA LABORAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER ENTRE 2011 A 2024 A PARTIR DE SUS EXPERIENCIAS EN LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN, LENGUAJE, DISCURSO Y PODER. PÁG66

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y USO ESTRATÉGICO DE LAS TIC EN LAS COMUNICACIONES CORPORATIVAS DE AGENCIAS DE VIAJE EN LAS PROVINCIAS CENTRO Y SUGAMUXI. PÁG70

Mesa 2
Desinformación, verificación y ética periodística

EL ÁNGEL QUE CAMBIÓ LA HISTORIA DEL MALTRATO ANIMAL EN COLOMBIA. PÁG82

LA GRAMÁTICA DE LA DESINFORMACIÓN-LOS MEDIOS HEGEMÓNICOS DE COMUNICACIÓN FRENTE AL GOBIERNO DEL CAMBIO. PÁG85

LA MEMORIA COMO DERECHO: EL CUIDADO DE LA INFORMACIÓN EN PROCESOS CON VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO COLOMBIANO. PÁG90

TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DEL FEMINICIDIO EN LOS PORTALES WEB DE LA OPINIÓN, EL ESPECTADOR Y SEMANA DURANTE EL AÑO 2025. PÁG94

Mesa 3
Comunicación estratégica, organizacional y cambio social

LA RSE COMO EPICENTRO DE IMAGEN CORPORATIVA PARA EL CC EL GRANSAN Y SUS COMUNIDADES ALEDAÑAS. PÁG102

COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL: DIÁLOGOS PARA LA TRANSFORMACIÓN TERRITORIAL. PÁG108

COMUNICACIÓN DESDE LA PERIFERIA: ESTUDIO DE CASO DE 3 COLECTIVOS DE COMUNICACIÓN Y SUS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE RESISTENCIA. PÁG118

EL REFLEJO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA UPB SEDE MEDELLÍN EN LA KINESIS Y LA PROXEMIA DE LOS EMPLEADOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y LA ESCUELA DE INGENIERÍAS. PÁG123

EVENTOS COMO POSICIONAMIENTO ORGANIZACIONAL: EL CASO DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE EVENTOS PARA EL SECTOR PÚBLICO. PÁG138

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONAL COMO FACTORES QUE IMPULSAN EL CAMBIO SOCIAL EN MÉXICO. PÁG143

TRABAJO EN RED PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS. PÁG150

OPTIMIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD FÍSICA EN EL INSTITUTO DE DEPORTE Y RECREACIÓN DEL META. PÁG153

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN OPTIMIZADO EN DINÁMICAS DEL SERVICIO PARA LA SECRETARÍA DE CULTURA DE MOSQUERA, CUNDINAMARCA. PÁG157

IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE COMUNICACIÓN: UN ESTUDIO EN MUJERES CAMPESINAS CAFETERAS DEL QUINDÍO. PÁG165

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MUNDOS POSIBLES. PÁG171

Mesa 4
Discursos, retóricas y lenguaje en la comunicación

EMPRESAS Y CONFLICTO EN EL DISCURSO DIGITAL: UN ANÁLISIS DE TÓPICOS SOBRE LA GUERRA DE GAZA (2023–2025) EN X. PÁG180

LENGUAJE DE INCIVILIDAD Y POLARIZACIÓN EN X: UN ANÁLISIS DE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL DE COLOMBIA (2022). PÁG187

MÁS QUE PALABRAS: "DISCURSOS DESDE LOS TERRITORIOS, RETÓRICAS INCLUSIVAS Y LENGUAJES EN RESISTENCIA". PÁG193

ANÁLISIS DE LA POLARIZACIÓN POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA, EN EL MARCO DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2026. PÁG196

CARACTERIZACIÓN DE LA NOTICIA SOBRE LA VIOLENCIA FÍSICA EN LOS DISCURSOS DE NOTICIEROS AUDIOVISUALES NACIONALES COLOMBIANOS. PÁG200

SUBJETIVIDADES POLÍTICAS EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: FACTORES PSICOSOCIALES EN LA ELECCIÓN DE CANDIDATOS EN AMÉRICA LATINA, EL CASO DE TUNJA (2023). PÁG205

EL MUSEO DEL RÍO MAGDALENA: UNA PANTALLA QUE OCULTA CUANDO EL RÍO SUENA. PÁG209

ENTRE EL DEBER Y LA DISTANCIA: LA NARRATIVA DE LA PATRIA DE MANIZALES SOBRE LA GUERRA DE COREA (1950–1953). PÁG214

REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LAS PRÁCTICAS DISCURSIVAS EN LOS CUENTOS INFANTILES COLOMBIANOS. PÁG220

NARRATIVAS EMOCIONALES Y NIÑAS MIGRANTES VENEZOLANAS EN CONTEXTOS ESCOLARES COLOMBIANOS: REVISIÓN SOBRE SU CONTRIBUCIÓN A LAS PEDAGOGÍAS DE LA PAZ. PÁG225

Mesa 5
Inteligencia artificial, tecnologías emergentes y comunicación

COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA E IAG: TRAYECTOS DEL ECOSISTEMA DIGITAL A LA INNOVACIÓN SOCIAL COMUNICATIVA. PÁG232

COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA Y ESCENARIOS DE SIMULACIÓN: UNA APUESTA PEDAGÓGICA PARA EL APRENDIZAJE PRÁCTICO EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNAD. PÁG239

DIAGNÓSTICO PRELIMINAR DE ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS IES DEL G8 DE MEDELLÍN FRENTE A LA IAGEN EN PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. PÁG243

EL CUERPO Y LA VIDA ÍNTIMA COMO MERCANCÍA EN EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA: APPS DE SALUD, RELOJES INTELIGENTES Y DATOS BIOMÉTRICOS. PÁG251

EL PERIODISMO ARTIFICIAL: DEL CONTRATO ALGORÍTMICO A LA ECOLOGÍA EPISTÉMICA DE LA VERDAD. PÁG254

EL PÓDCAST COMO DISPOSITIVO DE COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO. PÁG261

IMPLEMENTACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN ESTUDIO COMPARATIVO DESDE LAS DINÁMICAS TÉCNICAS, ESTÉTICAS, Y NARRATIVAS EN LA RADIO UNIVERSITARIA. PÁG268

LA IMAGEN ALGORÍTMICA Y EL CONTROL CREATIVO, DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON IA GENERATIVA A PARTIR DEL PENSAMIENTO METAFÓRICO. RELATO DE UNA EXPERIENCIA DOCENTE: LA IA COMO HERRAMIENTA Y EL DESAFÍO DE LA SOBERANÍA CREATIVA. PÁG275

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HÁBITO SOCIAL EN NATIVOS DIGITALES. PÁG284

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN DIGITAL: LA REMANUFACTURA DEL CONSENSO SOCIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA. PÁG289

LABORATORIO AUDIOVISUAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REIMAGINANDO LA COLABORACIÓN Y LA NARRATIVA EN EL CINE GENERATIVO. PÁG300

VISIÓN ARTIFICIAL Y COLONIALIDAD ALGORÍTMICA DEL PODER.REGÍMENES DE VISIBILIDAD, CLASIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE SENTIDO. PÁG306

DE LA AUTOMATIZACIÓN A LA CO-AGENCIA: IMPACTO ESTRUCTURAL DE LA IA GENERATIVA EN LA AGENDA BUILDING Y LA RECEPCIÓN INFORMATIVA. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA ECOLOGÍA DE MEDIOS Y LA ÉTICA PROFESIONAL. PÁG311

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL "MEELA" ¿UN COMPAÑERO PARA LOS AÑOS DORADOS?. PÁG314

INFLUENCIA DE LA IA EN LOS PROCESOS COGNITIVOS DE LOS Y LAS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, CAMPUS YARUMAL. PÁG317

Mesa 6
Diversidad, inclusión y representación en los medios

COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA E INCLUSIVA: PRÁCTICA EDUCATIVA EN EL CURSO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS UNAD. Pág320

COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS. CREACIÓN DE UN EXPERIMENTO SOCIAL AUDIOVISUAL BASADO EN EL EDADISMO. Pág323

CARTOGRAFÍAS DEL DAÑO: VIOLENCIAS SUTILES E INSTITUCIONES QUE HIEREN EN EL CINE ASIÁTICO (2000–2022). Pág336

EECOS: EXPERIENCIAS COMUNICATIVAS QUE INSPIRAN Y GENERAN TRANSFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD. Pág342

LA MIRADA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESDE LAS GEOPOÉTICAS EN LA FRONTERA COLOMBIA – ECUADOR. Pág351

REGISTRO DIGITAL DE AGRESORES SEXUALES CON ETS COMO MEDIDA JUDICIAL ACCESORIA. Pág364

RELATOS DE VIDA CON ENFOQUE INTERSECCIONAL: MUJERES VÍCTIMAS DE DESPLAZAMIENTO FORZADO DURANTE LA EMERGENCIA HUMANITARIA DE 2025, EN EL CATATUMBO. Pág368

VOCES Y MEMORIAS DE LA REGIÓN SURCOLOMBIANA A TRAVÉS DEL PROGRAMA RADIAL SINTONÍA CON LA HISTORIA. Pág373

TEJIENDO IDENTIDADES: UN ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO DE SEIS EDICIONES DE LA REVISTA DE MODA LIKAN. Pág379

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: UNA MIRADA HOLÍSTICA PARA ANALIZAR LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO Y EL MEDIÁTICO. Pág390

LOS ALABAOS DE LA CIUDAD: ORALITURA EN LAS GENERACIONES KENNEDIANAS. Pág395

MINI SERIADO DE PODCAST PARA VISIBILIZAR LAS HISTORIAS DE VIDA DE LAS MUJERES TRANS QUE PRACTICAN ACTIVIDADES SEXUALES PAGAS EN CÚCUTA AÑO 2025. Pág405

Mesa 7
Diversidad, inclusión y representación en los medios

USO Y APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE COMUNICACIÓN DIGITAL. Pág412

CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA DONACIÓN DE ÓRGANOS Y TEJIDOS DIRIGIDA A JÓVENES DE LA UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ. Pág424

PROYECTO EDUCOMUNICATIVO PARA FORTALECER LA INTELIGENCIA LÓGICO VERBAL ESCRITA EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO GIMNASIO GALILEO GALILEI DE TUNJA. Pág428

TRIPULANTES: ESCENARIOS DE HISTORIAS, CO CREACIÓN, ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE. Pág434

BARRERAS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN DE ÁBREGO, NORTE DE SANTANDER. Pág449

CIENCIA, EDUCACIÓN Y BIOÉTICA EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: HACIA UNA COMUNICACIÓN ÉTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. Pág455

COMUNICAR LA CIENCIA DESDE EL TERRITORIO: UNA APUESTA DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN DINÁMICAS REGIONALES DESDE URABÁ. Pág460

EXPERIENCIA DE LA UNIDAD DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA RELACIÓN ENTRE COMUNIDAD, CIENCIA, ARTE, COMUNICACIÓN Y PERIODISMO. Pág464

AULA-LABORATORIO: FORMACIÓN TEMPRANA EN INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS. Pág469

GAMIFICACIÓN Y EDUCOMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN PRIMARIA: ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS. Pág474

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA FORTALECER LA COMPETENCIA MEDIÁTICA AUDIOVISUAL EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO GIMNASIO GALILEO GALILEI DE TUNJA. Pág483

POLITALLERES: CO-CREACIÓN INVESTIGATIVA ORIENTADA A LA PUBLICACIÓN ACADÉMICA. Pág489

Mesa 8
Ciencia, Educación e Investigación en Comunicación

CARTOGRAFÍAS DE LA MEMORIA PARA EL CUIDADO DEL AGUA: COMUNICACIÓN, TERRITORIO Y PEDAGOGÍA AMBIENTAL EN LA QUEBRADA EL AMOLADERO. PÁG500

DIÁLOGO, IDENTIDAD Y TERRITORIO: APORTES DE LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA A LA REVITALIZACIÓN URBANA EN POPAYÁN. PÁG515

INNOVACIÓN COMUNITARIA Y ETNOTURISMO EN LA SIERRA NORTE DE PUEBLA: DESARROLLO ENDÓGENO DESDE LA EXPERIENCIA INTERCULTURAL 524. PÁG524

AIRES VALLENATOS: COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA PARA LA PRESERVACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA CULTURA VALLENATA COMO PATRIMONIO VIVO. PÁG530

RIO DE HISTORIAS (TNM). PÁG534

UN REFUGIO PARA LA VIDA, EL CONOCIMIENTO Y LA CIENCIA. PÁG538

COMUNICACIÓN E INTERDISCIPLINARIEDAD EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA: NARRATIVAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y TURISMO SOSTENIBLE EN EL PARQUE NACIONAL NATURAL LOS NEVADOS. PÁG542

CULTURA ECOFRIENDLY EN EVENTOS: ESTRATEGIAS PARA SU APROPIACIÓN SOCIAL EN MEDELLÍN Y BUCARAMANGA. PÁG553

DEL RIO A LA SIERRA POR LA PROVINCIA COMUNERA: EXPEDICIÓN CIENTÍFICA PARA ENFRENTAR DÉFICITS EN EL CONOCIMIENTO DE LA BIODIVERSIDAD, PROMOVIENDO LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TRANSMEDIA DE DIVULGACIÓN Y LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN LA SERRANÍA DE LOS YARIGUÍES. PÁG556

NARRATIVAS DEL CONFLICTO ARMADO EN PASCA: UNA MIRADA PARA LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA Y SU VISIBILIZARÍAN. PÁG559

FESTIVAL RADIO VIVA: ESTRATEGIA CULTURAL, COMUNICATIVA, PEDAGÓGICA Y SOCIAL QUE CONECTA TERRITORIOS, SABERES, SENTIRES Y PENSARES ALREDEDOR DE LA RADIO Y LO SONORO. PÁG565

PENSAR BONITO: ESTRATEGIA AUDIOVISUAL DE RESTAURACIÓN BIOCULTURAL. PÁG577

GUAJIRA: LA POBRE NIÑA RICA. COMUNICACIÓN COMUNITARIA, INTERTEXTUALIDAD Y JUSTICIA SOCIAL DESDE EL PROYECTO "HABLA GUAJIRA". PÁG578

ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL. PÁG581

NECESIDAD DE LA MATERIALIZACIÓN DE PENAS SEVERAS FRENTE A LA INSTRUMENTALIZACIÓN DE LOS ANIMALES EN EL CONFLICTO ARMADO. NECESIDAD DE LA MATERIALIZACIÓN DE PENAS SEVERAS FRENTE A LA INSTRUMENTALIZACIÓN DE LOS ANIMALES EN EL CONFLICTO ARMADO. PÁG588

PERIODISMO Y COMUNICACIÓN PARA LA COMPRENSIÓN DE PROBLEMAS GLOBALES. UNA PROPUESTA EN DISCUSIÓN. PÁG593

SABERES QUE PERVIVEN: EXPLORACIÓN DE LA RELACIÓN DE CINCO COMUNIDADES ÉTNICAS DE CALDAS Y RISARALDA CON SU CONOCIMIENTO TRADICIONAL Y PRÁCTICAS CULTURALES. PÁG599

VOCES DEL TERRITORIO: PERCEPCIONES COMUNITARIAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y COMUNICACIÓN EN EL PARQUE NACIONAL NATURAL LOS NEVADOS. PÁG603

Mesa 9
Desafíos y futuro de la comunicación y el periodismo

ADOPCIÓN DE LA CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES COMO OFERTA ACADÉMICA EN COLOMBIA. PÁG616

DESAFÍOS ÉTICOS Y PROFESIONALES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA IA EN PERIODISTAS DE MANIZALES. PÁG622

LA TRANSICIÓN DIGITAL DE LOS MEDIOS TRADICIONALES EN VALLEDUPAR: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN DESDE EL OBSERVATORIO DE MEDIOS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA. PÁG629

SERIADO DE PODCAST SOBRE LA EXPERIENCIA LABORAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER ENTRE 2011 A 2024 A PARTIR DE SUS EXPERIENCIAS EN LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y CAMBIO SOCIAL. PÁG631

J U L S PROTOTIPO CONCEPTUAL PARA EL ANÁLISIS AUTOMATIZADO DE TEXTOS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS DIGITALES. PÁG636

VICTIMIZACIÓN Y CRIMINALIZACIÓN DE PERIODISTAS ASESINADOS EN GAZA. PÁG644

Mesa 10
Arte, creación y estética

PAISAJES SONOROS DE LAS ANTIGUAS ESTACIONES DEL FERROCARRIL EN EL QUINDÍO: RECUPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE MEMORIA COLECTIVA. PÁG656

DOCUMENTAL Y PAISAJE SONORO, SOBRE LA EXPERIENCIA DE OBSERVAR CON LOS OÍDOS Y ESCUCHAR CON LOS OJOS DESDE UNO MISMO. PAISAJES SONOROS DOCUMENTALES COMO CRONOTOPOFONÍAS. PÁG660

EL INACABADO ARTE DE COMPLETAR LO INCOMPLETO. PÁG669

EXPERIMENTACIÓN DEL INJERTO SOUVENIR: ALTERNATIVAS PARA LA CREACIÓN NARRATIVA. PÁG684

IMAGEN, TERRITORIO Y CREACIÓN: LA INVESTIGACIÓN-CREACIÓN COMO METODOLOGÍA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA. PÁG688

IMÁGENES QUE CAUTIVAN, ACERCAMIENTOS ENTRE ARTE, CIENCIA Y COMUNICACIÓN. PÁG700

LA INSCRIPCIÓN DEL YO EN LAS IMÁGENES POSTFOTOGRÁFICAS SELFIE. PÁG706

FORMAS COTIDIANAS DE NORMALIZACIÓN DE LA NARCOCULTURA EN JÓVENES DE PEREIRA, A TRAVÉS DEL GUSTO Y LA ESTÉTICA. PÁG717

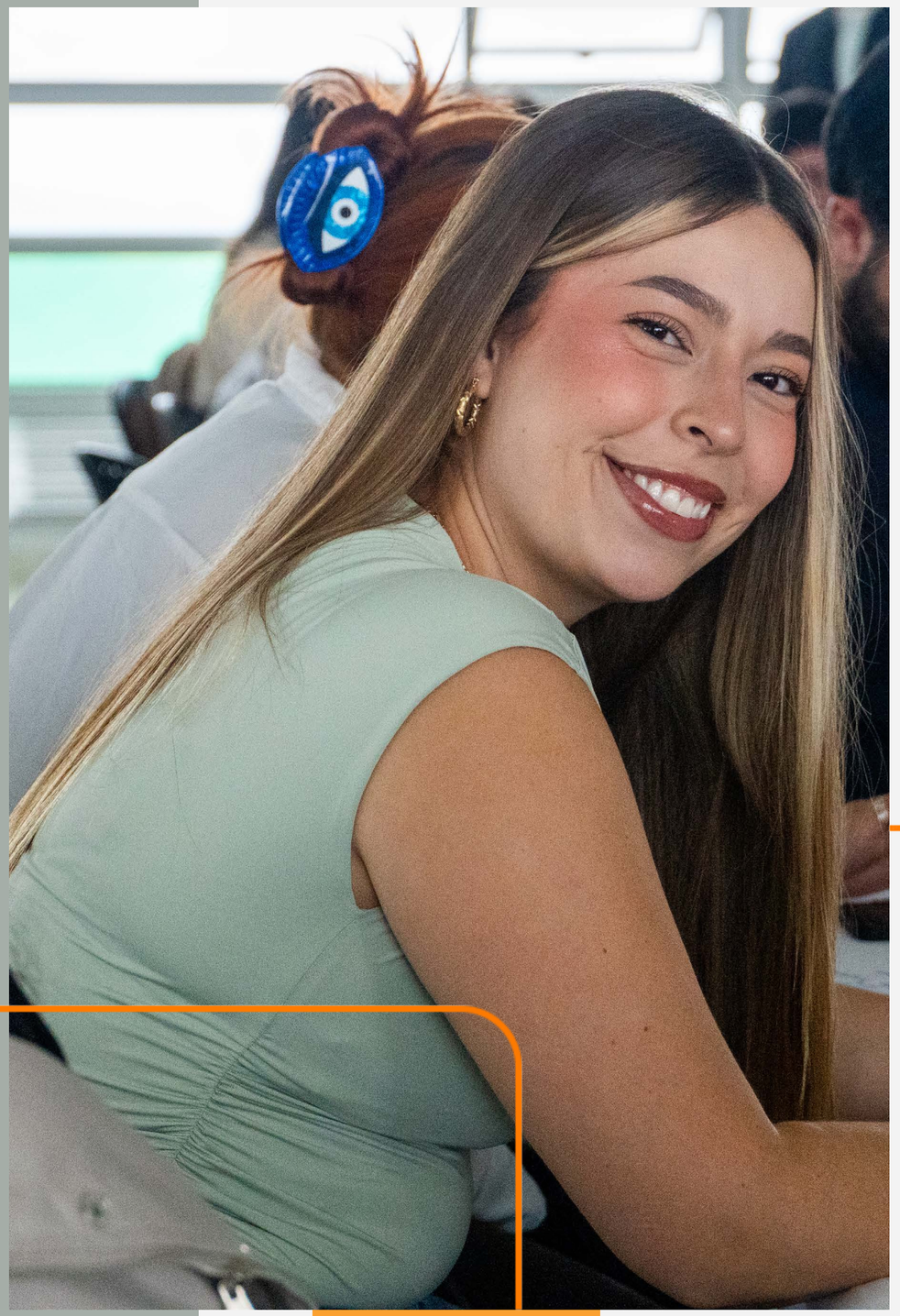
NARRAR LA CIUDAD: PERIODISMO, ARTE Y CULTURA EN POPAYÁN. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA INVESTIGACIÓN-CREACIÓN. PÁG725

CAMINAR PALABRAS, ESCRIBIR CALLES: MEMORIA BARRIAL, TERRITORIO Y AUTENTICIDAD NARRATIVA EN PARCHE DEL SUR. PÁG735

LA DANZA COMO ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA Y NO VERBAL, BALUARTE DEL DESARROLLO SOCIAL EN LA NIÑEZ. PÁG744

CHATYIPITI. BULOS RECIENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU NECESIDAD DE CONTENIDOS. PÁG750

EL INACABADO ARTE DE COMPLETAR LO INCOMPLETO. PÁG758





Mesa 1

Cultura digital, narrativas y redes sociales

ACCESO A LA INFORMACIÓN: COMPARATIVO ENTRE JÓVENES BACHILLERES RURALES Y URBANOS DE RISARALDA.

ACCESS TO INFORMATION: COMPARISON BETWEEN RURAL AND URBAN HIGH SCHOOL GRADUATES IN RISARALDA .

Jacobo Cardona Valencia
jacobo.cardona@ucp.edu.co
Universidad Católica de Pereira
Alejandro García Arbeláez alejandro
garcia@ucp.edu.co
Universidad Católica de Pereira
Lina María Marín Álvarez
lina1.marin@ucp.edu.co
Universidad Católica de Pereira

Resumen

El objetivo de este estudio fue comparar las diferencias en el acceso y consumo de información mediática entre estudiantes de secundaria de instituciones rurales y urbanas. Se utilizó un enfoque cualitativo y exploratorio para comprender las experiencias y percepciones de los estudiantes.

Los datos se recopilaron mediante una entrevista estructurada de 15 preguntas sobre el acceso a las TIC, su integración académica y las prácticas relacionadas con la información mediática.

Los resultados indican que, independientemente del contexto, los estudiantes se relacionan con la información mediática principalmente por hábito y entretenimiento, más que como una herramienta para la comprensión social, lo que evidencia un pensamiento crítico mediático limitado.

Palabras clave

tecnologías de la información, brecha digital, alfabetización mediática

Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación, denominadas "TIC", se han convertido en un recurso fundamental en la educación. Su integración facilita el acceso al conocimiento y dinamiza las prácticas académicas. Más que un recurso complementario, constituyen una condición necesaria para garantizar el derecho a la educación. Como señala el Ministerio de Educación de Colombia (2017, citado por Ávila y Woolcott, 2025)

La interacción con las TIC permite superar las limitaciones físicas de la enseñanza tradicional, cambiando la forma como los estudiantes se relacionan con la enseñanza, desde su propio punto de partida, ya que el alumno no necesita desplazarse al lugar de enseñanza, sino que la enseñanza lo alcanza sin importar donde se encuentre (p. 187).

Esto evidencia que las TIC no solo facilitan contenidos educativos, sino que amplían el acceso en condiciones más equitativas.

En Risaralda, los jóvenes acceden a gran parte de la información a través de medios digitales, sin embargo, este acceso no ocurre en condiciones iguales. Factores como ubicación geográfica, infraestructura tecnológica y contexto socioeconómico marcan diferencias entre zonas urbanas y rurales. Ávila y Woolcott (2025) observaron que, un alto grado de desigualdad en el acceso a las TIC por parte de las poblaciones rurales frente a las urbanas, donde las cifras de acceso en zonas urbanas es de 72%, mientras que en las zonas rurales es apenas un 35% (p. 188).

Esta brecha se traduce en desigualdad informativa.

La información mediática cumple un papel central en la formación juvenil. No obstante, como señalan Kops et al. (2025), "aunque los jóvenes a menudo expresaban una gran confianza en sus juicios, luchaban por detectar información falsa y responder pasivamente, a menudo ignorando en lugar de contrarrestar activamente la información falsa" (p. 1). Esta dificultad frente a la desinformación adquiere relevancia en un contexto de conectividad desigual.

El problema radica en que no se conocen con claridad las diferencias específicas en el acceso y consumo de información mediática entre bachilleres rurales y urbanos, lo que dificulta la creación de estrategias educativas más equitativas.

A nivel internacional, investigaciones han abordado temáticas similares. En España, Ramírez, et al. (2016) encontraron que la competencia mediática aparece en el currículo de educación primaria, pero de manera fragmentada y con mayor énfasis técnico que crítico. Esto demuestra que incluso en contextos con mayores recursos, la preparación para analizar los medios sigue siendo limitada.

También en España, Lasheras-Lalana, et al. (2024) evidenciaron que "el profesorado de estas escuelas, ubicadas en ámbitos rurales y urbanos, incorpora las voces del alumnado a través de las prácticas de enseñanza creativa con medios digitales" (p.1), lo que confirma la influencia del entorno escolar en la participación estudiantil.

En Alemania, Kops, et al. (2025), tras analizar 151 estudios sobre personas entre 5 y 25 años, señalaron que factores sociodemográficos y cognitivos influyen en la dificultad para detectar información falsa. Por su parte, en Ecuador, Alvarado, et al. (2025) señalaron que solo el 27 % de los hogares rurales cuenta con acceso a internet, lo que limita el desarrollo de competencias digitales.

A nivel nacional, la CEPAL (2021) identificó que el acceso a internet alcanza el 72% en zonas urbanas, mientras que en las rurales apenas llega al 35%, y que en estrato 1 solo el 21,7% tiene acceso a TIC frente al 98% en estrato 6. Estos datos reflejan cómo las brechas digitales profundizan desigualdades educativas.

De esta manera surge la pregunta: ¿Cuáles son las diferencias en el acceso y consumo de la información mediática entre jóvenes bachilleres de una institución educativa pública en zona rural y una en zona urbana del departamento de Risaralda?

Metodología

La presente investigación se enmarcó en el paradigma interpretativo, centrado en comprender la realidad social desde la perspectiva de los individuos y sus significados (Beltrán & Ortiz, 2020). Se adoptó una metodología cualitativa, ya que, como sostienen Sampieri y Mendoza (2018), "la ruta cualitativa resulta conveniente para comprender fenómenos desde la perspectiva de quienes lo viven y cuando buscamos patrones y diferencias en estas experiencias y su significado" (p. 9). Asimismo, se empleó un enfoque exploratorio, puesto que "se llevan a cabo cuando el propósito es examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, sobre el cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes" (Sampieri & Mendoza, 2018, p. 106).

Como instrumento de recolección de datos se utilizaron entrevistas, dado que "La entrevista cualitativa se caracteriza por ser más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa" (Savin-Baden & Major, 2013; King & Horrocks, 2010, como se citó en Sampieri & Mendoza, 2018, p. 449). Estas fueron estructuradas, con preguntas iguales para todos los participantes, garantizando comparabilidad en las respuestas.

La población estuvo conformada por estudiantes de bachillerato de dos colegios públicos de Risaralda: la Institución Educativa Héctor Ángel Arcila (HAA), de zona rural, y la Institución Educativa Carlota Sánchez (IECS), de zona urbana. El muestreo fue intencional. Se entrevistaron 30 estudiantes de la IECS y 25 del HAA, entre 12 y 18 años, de ambos géneros y grados sexto a once.

Las entrevistas incluyeron 15 preguntas divididas en tres secciones: cinco sobre contexto y acceso a las TIC en la vida diaria; tres sobre uso y enseñanza de las TIC en el entorno académico; y siete sobre enfoque, consumo y comprensión de la información mediática.

Resultados y discusión

En coherencia con los objetivos planteados, este apartado presenta los resultados obtenidos en los colegios urbano (IECS) y rural (HAA), organizados en tres dimensiones: contexto y uso de las TIC, uso y enseñanza en el entorno académico, y consumo de información mediática. Los estudiantes rurales se identifican como ER y los urbanos como EU.

Contexto y uso de las TIC

En el IECS, todos los estudiantes afirmaron tener acceso a internet en casa, con conectividad estable que facilita su uso frecuente tanto educativo como recreativo. En contraste, aunque todos los estudiantes del HAA señalaron tener acceso, este presenta fallas de velocidad y estabilidad. ER2 indicó que "a veces se va o es muy lento", ER5 que "la señal no llega o se cae" y ER7 que "es muy mala la conexión". Esto evidencia una diferencia en calidad más que en existencia del servicio.

El celular es el dispositivo principal en ambos contextos. En el entorno rural predomina casi exclusivamente, muchas veces compartido. ER3 afirmó: "uso mi celular para todo, no tengo computador", y ER6: "solo tengo televisor y el celular de mi mamá". En el contexto urbano el computador es más frecuente, lo que amplía posibilidades académicas.

Sobre los usos, en el IECS las TIC se emplean para tareas, comunicación y entretenimiento. En el HAA también cumplen estas funciones, pero predomina el ocio digital. Aunque ambos grupos combinan fines académicos y recreativos, en lo rural el uso pedagógico es menos constante.

Respecto a su importancia, los estudiantes urbanos las consideran indispensables para el aprendizaje, aunque reconocen riesgos como distracción o dependencia. En el HAA también se valoran como útiles para comunicarse e informarse, pero con menor centralidad en la vida cotidiana.

En cuanto a la equidad, los estudiantes urbanos reconocen desigualdades por factores económicos y geográficos. Los rurales señalan además la calidad del servicio y la distancia a centros urbanos. No obstante, en Risaralda la brecha no es tan marcada como en otras regiones, pues incluso zonas rurales cuentan con acceso básico.

Las diferencias más significativas no radican únicamente en la infraestructura, sino en los estilos de vida. Los jóvenes urbanos presentan una vida más digitalizada, mientras que los rurales mantienen mayor interacción presencial y una relación más funcional con la tecnología. Como señalan Ávila y Woolcott (2025), la inclusión digital depende no solo de la infraestructura sino de su integración significativa. De igual forma, Tomaylla-Quispe et al. (2026) sostienen que el valor de las TIC reside en su uso con sentido. Así, los urbanos muestran mayor dependencia tecnológica, mientras los rurales mantienen un uso más moderado.

Uso y enseñanza de las TIC en el entorno académico

En el IECS, 27 de 30 estudiantes usan internet para tareas escolares, evidenciando una integración casi total de las TIC al aprendizaje. Las actividades incluyen investigación, lectura en PDF, redacción, búsqueda de conceptos y uso de herramientas como Google y ChatGPT, lo que refleja mayor alfabetización digital.

En el HAA, la mayoría también usa TIC para tareas, pero de forma irregular. ER1 señaló que las utiliza "mucho, siempre", mientras ER3 indicó que solo "a veces". Las actividades se centran en investigaciones, talleres y presentaciones básicas en Word o PowerPoint. No se evidencian menciones a inteligencia artificial o procesos avanzados de análisis.

Sobre la enseñanza institucional, en el IECS se promueve el uso de TIC mediante clases de informática, actividades digitales y evaluaciones en línea. En el HAA, algunos estudiantes reconocen formación básica en el

aula de informática. ER4 indicó que "se podría decir que sí, en el aula de informática", y ER17 mencionó aprendizaje en Word y PowerPoint. Sin embargo, otros como ER1 señalaron que el colegio "no enseña nada" sobre dispositivos.

La diferencia no es solo de acceso sino de profundidad formativa. En el entorno urbano, las TIC están más integradas al proceso pedagógico. En el rural, la enseñanza es básica y técnica, sin fomentar creatividad o pensamiento crítico digital. Esto coincide con Ávila y Woolcott (2025) y Zuñe et al. (2024), quienes afirman que la brecha digital también se manifiesta en las oportunidades de apropiación significativa.

Enfoque y consumo de información mediática

En ambos contextos, la frecuencia de consumo informativo es baja. La mayoría de estudiantes urbanos se informa "rara vez" o "nunca", y solo algunos lo hacen diariamente. En el entorno rural ocurre lo mismo, siendo el acercamiento a noticias ocasional y no habitual.

En el IECS, las redes sociales son la principal fuente informativa, seguidas por conversaciones familiares; pocos consultan portales especializados. En el HAA predomina la televisión y luego redes sociales usadas principalmente para entretenimiento.

Respecto a contenidos, en el entorno urbano predomina el entretenimiento digital, seguido por intereses ocasionales en ciencia o temas sociales. En el rural destaca el entretenimiento deportivo, especialmente fútbol, junto con noticias locales sobre sucesos o crímenes. El interés crítico o académico es limitado en ambos grupos.

En la verificación de información, los estudiantes urbanos mencionan comparar fuentes o revisar medios reconocidos, aunque no siempre aplican estos criterios. En el entorno rural la verificación es mínima; algunos confían en la televisión o en la opinión social.

Sobre la influencia de la información, los estudiantes reconocen efectos positivos como ampliar la visión del mundo, pero también riesgos como dependencia o desinformación. En el HAA varios consideran que las noticias no influyen significativamente en su pensamiento.

Frente a mejoras, los urbanos proponen mayor educación digital y verificación de fuentes, además de acceso gratuito. Los rurales priorizan mejorar conectividad y recuperar espacios informativos como el periódico escolar.

Al definir "estar informado", los urbanos lo asocian con estar actualizados y conocer diversas opiniones, mientras que los rurales lo vinculan con saber lo que ocurre en su entorno cercano. En pocos casos se menciona análisis crítico; algunos rurales admiten no saber qué significa.

En conjunto, los resultados evidencian bajo interés y limitada alfabetización mediática en ambos contextos. Aunque existe exposición constante a información, no se traduce en reflexión crítica. Como señala Ramírez et al. (2016), predomina un enfoque instrumental de la competencia mediática: se aprende a usar tecnologías, pero no a analizar mensajes.

Además, no se identificaron iniciativas escolares claras orientadas a la educación mediática crítica en ninguno de los dos colegios. La formación se limita al uso técnico de las TIC, dejando de lado la interpretación y el análisis social de la información. En consecuencia, los jóvenes mantienen una relación mayoritariamente pasiva con los medios, donde el consumo responde al entretenimiento más que a la comprensión social.

Referencias bibliográficas

• Ávila, F. M. & Woolcott, O.D. (2025), El derecho a la educación, las nuevas tecnologías y la inclusión digital en Colombia. Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pen-

samiento Crítico. https://doi.org/10.5281/zenodo.14268537

• Alvarado, R., Alvarado, S., Govea, D., & Jaime, D. (2025). Impact of digital education in rural areas of Ecuador: Challenges and opportunities. Seminars in Medical Writing and Education, 4 (468).

• https://doi.org/10.56294/mw2025468

• Zuñe, L., Capuñay-Uceda, U., Idrogo, E., & Capuñay-Uceda, C. E. (2024). Inequalities in learning performance caused by the digital divide during the health emergency. Proceedings of the 22nd LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology.

• https://doi.org/10.18687/LACCEI2024.1.1.1042

• - Kops, M., Schittenhelm, C., & Wachs, S. (2025). Young people and false information: A scoping review of responses, influencing factors and consequences. Computers in Human Behavior, 169, 108650.

• https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108650

• Lasheras-Lalalana, P., Vigo-Arrazola, B., & Torres-Sales, L. (2024). Percepciones del profesorado sobre prácticas inclusivas con medios digitales en escuelas de especial dificultad un estudio mixto. Aula Abierta, 53(4).

• https://doi.org/10.17811/rifie.21396

• Ramírez, A., Renés, P. & Aguaded, I. (2016). La competencia mediática en los criterios de evaluación del currículo de Educación Primaria. Aula abierta, 44(2). http://dx.doi.org/10.1016/j.aula.2015.08.002

• Tomaylla-Quispe, Y., Gutiérrez, O., & Chicaña, S. (2025). Evaluación y Validación de una Escala para medir Competencias Digitales en Estudiantes de Secundaria. European Public & Social Innovation Review, 11, 1-19

• https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2030

• Gómez, D. A., Alvarado, R. A., Martínez, M., & Díaz de León, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento, 6(16). https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611

• Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. P. (2018)Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGrawHill Education

• Miranda, S., & Ortiz, J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo, 11(21). https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717

• Castaño, J.(2023) Canales: Más allá del dato, hacia una televisión digital soñada. Universidad Católica de Pereira

DE LA IDEA A LA CONSOLIDACIÓN: CAJA DE HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE MEDIOS DEPORTIVOS DIGITALES INDEPENDIENTES

Juan Felipe Cañón Arias
Universidad Icesi
Daniel Guevara Henao
Universidad Icesi
Facultad de Ciencias Humanas
Programa de Comunicación con Enfoque Digital

Resumen

Este estudio presenta una investigación-creación que analiza los factores clave para la creación y sostenibilidad de un medio deportivo digital independiente en el contexto del ecosistema mediático contemporáneo. A partir del caso de El Vestuar10, proyecto desarrollado por los autores, se identifican los elementos organizativos, narrativos y estratégicos que permiten consolidar una iniciativa periodística deportiva dentro de plataformas digitales.

La investigación adopta un enfoque cualitativo exploratorio-descriptivo y se desarrolló en cuatro fases: diagnóstico del ecosistema digital deportivo, análisis comparativo de medios mediante una matriz estructurada, entrevistas en profundidad con fundadores de proyectos independientes y sistematización de hallazgos para la construcción de una caja de herramientas orientada a comunicadores y emprendedores digitales.

Los resultados evidencian que la sostenibilidad depende de la articulación entre estructura organizativa, estrategias narrativas multiplataforma basadas en la convergencia mediática e identidad de marca capaz de construir comunidad activa. El producto final constituye un modelo replicable que integra teoría y práctica para la profesionalización del periodismo deportivo digital independiente.

Palabras clave

periodismo deportivo digital, medios independientes, convergencia mediática, sostenibilidad, caja de herramientas, identidad de marca, prosumidores.

Introducción

El ecosistema mediático contemporáneo se caracteriza por una transformación profunda en los hábitos de consumo informativo, especialmente entre audiencias jóvenes que privilegian plataformas digitales y formatos audiovisuales breves. En Colombia, mientras los medios tradicionales pierden terreno, las redes sociales se han convertido en espacios neurálgicos de consumo informativo, dando lugar al surgimiento de medios digitales independientes y creadores de contenido que compiten directamente con estructuras consolidadas.

Sin embargo, aunque las barreras de entrada al entorno digital son bajas, la permanencia en el tiempo constituye un desafío significativo. La alta competencia por la atención, la dependencia de algoritmos y la necesidad de monetización sostenible hacen que la mayoría de las iniciativas independientes desaparezcan en sus primeras etapas, ante la ausencia de modelos organizativos claros y estrategias de sostenibilidad eficaces.

Esta investigación nace de la vivencia real de los autores al crear El Vestuar10, un medio deportivo digital enfocado exclusivamente en fútbol que combina análisis, entretenimiento y formatos audiovisuales dinámicos en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube. Más allá de describir esa experiencia, el objetivo fue sistematizar aprendizajes y contrastarlos con referentes teóricos y casos exitosos para construir un modelo re-

plicable. La pregunta central que guio el proceso fue: ¿cómo se puede crear un medio deportivo digital independiente que sea sostenible, considerando su modelo organizativo, sus estrategias de producción y difusión de contenido y el desarrollo de una identidad que lo consolide dentro del ecosistema digital actual?

Para abordarla, se definieron tres ejes temáticos: (1) estructura, modelo organizativo y gestión; (2) estrategias de contenido, narrativas y formatos en la era digital; y (3) desarrollo de identidad, construcción de comunidad y fidelización de audiencia. Estos ejes permitieron comprender el medio no solo como productor de contenido, sino como organización estratégica dentro de un ecosistema convergente.

Metodología

La investigación adoptó un enfoque cualitativo con carácter exploratorio-descriptivo, estructurado en cuatro fases articuladas entre sí.

En la primera fase se realizó un diagnóstico del ecosistema digital deportivo mediante un análisis comparativo de cinco referentes: La Media Inglesa, Clank!, Los Futbolitos, Iker Ruiz (Elefutbol) y Goles en Directo. Durante seis meses se sistematizó información en una matriz que contempló formato predominante, frecuencia de publicación, categorías narrativas, uso de publicidad, colaboraciones e insights estratégicos.

La segunda fase consistió en entrevistas semiestructuradas en profundidad con fundadores de medios digitales deportivos independientes, como Carlos Santofimio (SportsFans) y Juan Camilo Duarte (Fútbol al Instante), explorando dinámicas internas de gestión, modelos de monetización, decisiones editoriales y estrategias de identidad. Esta fase permitió acceder a información no visible en el análisis superficial de contenidos.

En la tercera fase se realizó la sistematización y cruce de hallazgos: se identificaron patrones, diferencias editoriales y estrategias recurrentes entre los casos analizados, organizándolos según los tres ejes temáticos definidos.

La cuarta fase correspondió a la construcción del producto comunicativo: con base en los hallazgos, se diseñó una caja de herramientas digital interactiva que sintetiza aprendizajes prácticos y conceptuales para la creación de medios deportivos digitales independientes.

Resultados

La investigación permitió identificar cuatro pilares fundamentales para la consolidación de un medio deportivo digital: constancia, autenticidad, coherencia y adaptabilidad.

En cuanto a estructura organizativa y sostenibilidad, uno de los principales hallazgos fue que la sostenibilidad no depende exclusivamente de la producción de contenido, sino de la claridad estructural del proyecto. Los medios analizados que lograron consolidarse comparten características comunes: división clara de roles, planificación editorial definida y diversificación de ingresos. La monetización se articula mediante publicidad, alianzas estratégicas, gestión de redes para terceros y producción de contenidos patrocinados, procurando mantener coherencia con la identidad del medio. La independencia editorial emerge como activo estratégico, pues fortalece la credibilidad frente a la audiencia.

Respecto a las estrategias de contenido y convergencia mediática, el análisis reveló el predominio de formatos audiovisuales cortos y verticales como principal herramienta de alcance. Estos funcionan como puerta de entrada hacia contenidos más extensos y profundos, en línea con los conceptos de spreadability (difusión) y drillability (profundización) desarrollados por Jenkins (2010). Los medios exitosos no replican contenido idéntico en todas las plataformas, sino que adaptan narrativas según las lógicas específicas de cada canal. La estrategia multiplataforma no consiste en presencia simultánea, sino en articulación estratégica. Asimismo, se identificó un vacío en el tratamiento analítico profundo dentro del periodismo deportivo digital colombiano, donde predomina la inmediatez y el sensacionalismo, lo cual representa una oportunidad diferenciadora.

En torno a identidad y construcción de comunidad, la identidad visual y narrativa se consolida como elemento diferenciador clave. Los casos analizados evidencian coherencia en tono, diseño y estilo comunicativo. Más allá del contenido, la forma de comunicar construye posicionamiento. En línea con lo planteado por Rincón (2012), las audiencias no se comportan como receptores pasivos, sino como prosumidores activos que participan, comentan y recirculan contenidos. Los medios digitales exitosos diseñan estrategias que incentivan esta interacción, pues el vínculo emocional con la audiencia fortalece la fidelización y aumenta la sostenibilidad a largo plazo.

Como producto tangible, se desarrolló una Caja de Herramientas presentada en un PDF interactivo inspirado estéticamente en la guía de periodismo de Al Jazeera (2022). Esta herramienta incluye capítulos sobre estrategias narrativas, modelos organizativos e identidad visual, integrando recursos multimedia para servir de hoja de ruta a nuevos emprendedores del sector.

Discusión

Los hallazgos evidencian que la creación de un medio deportivo digital independiente requiere comprender la convergencia mediática no solo como fenómeno tecnológico, sino cultural. La integración de múltiples plataformas implica una narrativa transmedia estratégica que combine difusión masiva con profundidad analítica. El caso de El Vestuar10 demuestra que pensar digital no es simplemente publicar en redes sociales, sino diseñar un ecosistema articulado de producción, gestión e identidad.

La sostenibilidad debe entenderse como equilibrio entre estructura organizativa, propuesta editorial diferenciada e identidad sólida. La monetización no puede desligarse de la coherencia de marca, pues la credibilidad constituye capital simbólico fundamental. El problema central no reside en cómo generar viralidad, sino en cómo mantener calidad periodística mientras se construye audiencia de manera sostenida.

El estudio aporta una articulación entre teoría y práctica, demostrando que conceptos como convergencia, spreadability, drillability y prosumidores no son abstracciones académicas, sino herramientas aplicables al diseño estratégico de medios digitales. En el contexto colombiano, donde los medios tradicionales aún dominan la escena deportiva, el surgimiento de proyectos independientes representa una oportunidad para diversificar voces, innovar narrativas y construir comunidades participativas.

Finalmente, se concluye que el futuro de estos medios depende de su capacidad para equilibrar el entretenimiento con el análisis serio, creando un ecosistema interconectado donde cada plataforma cumpla un propósito narrativo específico. Los cuatro pilares identificados —constancia, autenticidad, coherencia y adaptabilidad— constituyen un marco orientador replicable para cualquier emprendedor del periodismo deportivo digital independiente.

Referencias bibliográficas

- Al Jazeera Media Institute. (2022). Sports Journalism Guidebook. https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2022/Sports%20Journalism%20Guidebook.pdf
- Ayala, A. C. (2024). Nuevos rumbos en la práctica del periodismo deportivo. Deleted Journal, 2(1). https://doi.org/10.20511/lem.2024.v2n1.2025
- Calisaya, L. S., & Quinteros Navarro, S. (2023). El periodismo deportivo en la era digital. Análisis de casos durante el mundial de fútbol 2022. https://bibliote-

cas.ucasal.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmspage&pageid=24&id_notice=74433

• Díaz Triviño, A., & Riveros Galeano, V. (2018, 22 de noviembre). Producción de géneros periodísticos alternativos en el periodismo deportivo: análisis de medios y creación de uno nuevo. Pontificia Universidad Javeriana. https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44001

• Franky Bedoya, J., & Miranda Jaramillo, S. (2014). Futbolcolex tv: innovación digital en el periodismo deportivo colombiano [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Javeriana. https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18463

• Jenkins, H. (2010, 21 de junio). Transmedia education: The 7 principles revisited. Henry Jenkins. https://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html

• Jenkins, H. (2001, 1 de junio). Convergence? I diverge. MIT Technology Review. https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge

• Martínez Molina, M. A. (2023). Los desafíos del periodismo deportivo en la era digital [Trabajo Fin de Grado inédito]. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/items/cea77a64-46ac-4058-a962-f5777e965bc4

• Martín Reyes, J. (2018). El periodismo deportivo digital en Tenerife: el caso de El Dorsal (2008-2018). Universidad de la Laguna. https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/12282

• Revelo, S. (2016). Talento deportivo. Universidad de los Andes. https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/d02a47ea-f8f1-48c6-9b59-d21d71ba62a7

• Rincón, O. (2012). ¿A dónde van las audiencias? En De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia (Introducción).

• Rodríguez Gudiño, I. (2017). El periodismo deportivo en la era digital [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio UNAM. https://repositorio.unam.mx/contenidos/353068

• -SembraMedia. (s.f.). Quiénes somos. SembraMedia. https://sembramedia.org/quienes-somos/

• -TEDx Talks. (2024, 17 de julio). Emprender en plataformas digitales: Transformación de un sueño en realidad | Iker Ruiz | TEDxUDeusto [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=kLHUT4xraJU

EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA PERCEPCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE CIENCIA POLÍTICA DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA EN TIKTOK

María José Marín Herrera
mjmarinh@ut.edu.co
María Vanessa Méndez Vallejo
mvmendezv@ut.edu.co
Nicolle Dayhanne Montealegre Suarez
ndmontealegres@ut.edu.co
Laura Sofía Pabón Leyva
lspabonl@ut.edu.co
Estudiantes de Comunicación Social

Resumen

Esta investigación analiza cómo los algoritmos de TikTok, operando bajo capitalismo de vigilancia, generan polarización ideológica en estudiantes de Ciencia Política de la Universidad del Tolima. Utiliza un enfoque mixto con grupos focales (3-7 participantes) y encuestas cuantitativas (100-150 estudiantes) para evaluar el consumo personalizado, pensamiento crítico y participación ciudadana. Se espera identificar cámaras de eco

algorítmicas que limitan la diversidad informativa, proponiendo la alfabetización digital como estrategia para fortalecer la autonomía política en la sociedad del conocimiento.

Palabras clave

Capitalismo de vigilancia, TikTok, percepción política, polarización, alfabetización digital.

Introducción

En la era digital actual, plataformas como TikTok han moldeado la construcción de percepciones políticas entre estudiantes universitarios, particularmente los del programa de Ciencia Política de la Universidad del Tolima en Ibagué, Colombia, bajo el influjo del capitalismo de vigilancia. Este modelo, donde empresas tecnológicas extraen datos personales masivamente para predecir y manipular comportamientos en beneficio

comercial, genera burbujas informativas y polarización ideológica que afectan el pensamiento crítico y la participación ciudadana en contextos locales.

El capitalismo de vigilancia, teorizado por Shoshana Zuboff en su obra seminal La era del capitalismo de vigilancia (2019), describe un paradigma económico en el que las experiencias humanas se convierten en "materia prima conductual", recolectada por plataformas digitales para generar modelos predictivos de comportamiento. En TikTok, esto se materializa a través del algoritmo del "For You Page" (FYP), que utiliza inteligencia artificial para personalizar feeds basados en interacciones previas, maximizando el tiempo de engagement y amplificando contenidos virales polarizados mediante refuerzo de sesgos de confirmación.

Este marco teórico se entrelaza con la sociedad del conocimiento, donde la alfabetización digital es esencial para contrarrestar la asimetría informativa, pero se ve socavada por la opacidad algorítmica y la economía de la atención, exacerbando desigualdades en regiones como América Latina con brechas digitales persistentes.

En el contexto específico de los estudiantes de Ciencia Política de la Universidad del Tolima, el consumo intensivo de TikTok —plataforma dominante hoy entre jóvenes colombianos por su formato efímero y viral— fragmenta sus percepciones políticas, fomentando polarizaciones extremas sobre temas cruciales como el Acuerdo de Paz de 2016, el conflicto armado o elecciones recientes, en lugar de promover análisis matizados. Esta distorsión algorítmica, potenciada por el capitalismo de vigilancia, no solo debilita su autonomía informativa y pensamiento crítico, sino que también, limita su participación ciudadana efectiva en

un país con alta polarización política, regulación digital incipiente y ausencia de leyes robustas contra la manipulación de datos en redes sociales. El problema central radica en cómo estos algoritmos personalizados convierten a futuros líderes políticos en consumidores pasivos de narrativas sesgadas, perpetuando ciclos de desinformación local y erosionando la democracia deliberativa.

Metodología

La investigación adoptó un enfoque cualitativo con carácter exploratorio-descriptivo, estructurado en cuatro fases articuladas entre sí.

En la primera fase se realizó un diagnóstico del ecosistema digital deportivo mediante un análisis comparativo de cinco referentes: La Media Inglesa, Clank!, Los Futbolitos, Iker Ruiz (Elefutbol) y Goles en Directo. Durante seis meses se sistematizó información en una matriz que contempló formato predominante, frecuencia de publicación, categorías narrativas, uso de publicidad, colaboraciones e insights estratégicos.

La segunda fase consistió en entrevistas semiestructuradas en profundidad con fundadores de medios digitales deportivos independientes, como Carlos Santofimio (SportsFans) y Juan Camilo Duarte (Fútbol al Instante), explorando dinámicas internas de gestión, modelos de monetización, decisiones editoriales y estrategias de identidad. Esta fase permitió acceder a información no visible en el análisis superficial de contenidos.

En la tercera fase se realizó la sistematización y cruce de hallazgos: se identificaron patrones, diferencias editoriales y estrategias recurrentes entre los casos analizados, organizándolos según los tres ejes temáticos definidos.

La cuarta fase correspondió a la construcción del producto comunicativo: con base en los hallazgos, se diseñó una caja de herramientas digital interactiva que sintetiza aprendizajes prácticos y conceptuales para la creación de medios deportivos digitales independientes.

Referencias bibliográficas

• Zuboff, S. (2019). La era del capitalismo de vigilancia: La lucha por un futuro humano en la nueva frontera del poder. Paidós.[periodicos.ufba +1]

• Sampaio, J. A. L. (2025). Capitalismo de vigilancia y modulación del comportamiento humano: El ambiente digital como espacio favorable a la manipulación del eleitor. Revista Opinião Jurídica, 23(2), 1-20. https://revistas.udem.edu.co/index.php/opinion/article/view/4542[revistas.udem]

• Cerdeiriña, A. S. (2022). Zuboff, Shoshana: La era del capitalismo de la vigilancia. Agora: Papeles de Filosofía, 41, 233-236. https://revistas.usc.gal/index.php/agora/article/view/8339[revistas.usc]

• Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). Designing and conducting mixed methods research (3rd ed.). SAGE Publications.

• Krueger, R. A. (1994). Focus groups: A practical guide for applied research (2nd ed.). SAGE Publications.

• López Romo, H. (1992). La metodología de encuesta. En Arte y oficio de la investigación científica: Cuestiones epistemológicas y metodológicas.

• -Yin, R. K. (2009). Case study research: Design and methods (4th ed.). SAGE Publications.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

MICRO PIXEL: NARRATIVAS DIGITALES Y CONVERGENCIA MEDIÁTICA EN EL MICROFÚTBOL BARRIAL DE MANIZALES

Kevin Andrés Marín Delgado
Sebastián Cárdenas Zuluaga
Escuela de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de Manizales

Resumen

El proyecto “Micropixel” surge como una respuesta innovadora a la necesidad de integración social y recreación deportiva en los barrios de Manizales, Colombia. Tras un año de ejecución, el proyecto ha logrado transformar el microfútbol tradicional mediante la implementación de transmisiones multiplataforma (Twitch, Kick, YouTube y TikTok), democratizando el acceso a la competición deportiva sin requerir pertenencia a clubes profesionales. Esta ponencia analiza cómo la mediación tecnológica, apoyada por la infraestructura académica de la Universidad de Manizales, potencia el sentido de pertenencia comunitaria y ofrece una alternativa de ocio saludable para la juventud.

Palabras clave

Microfútbol, Convergencia Digital, Manizales, Integración Social, Deporte Barrial.

Introducción

El microfútbol en Colombia no es solo un deporte; es un tejido social que sostiene la identidad de los barrios. En la ciudad de Manizales, esta disciplina ha servido históricamente como un punto de encuentro, pero a menudo se ha visto limitada por la falta de visibilidad y el acceso restringido a torneos organizados por equipos de élite. Micropixel nace hace un año con el objetivo de romper estas barreras, utilizando la tecnología como puente de comunicación.

El problema central que aborda Micropixel es la desconexión entre el talento joven barrial y las plataformas de difusión moderna. Mientras que el fútbol profesional goza de coberturas mediáticas masivas, el “picadito” de barrio queda relegado al anonimato. Micropixel interviene en este escenario al trasladar la emoción de las canchas a las pantallas globales. El valor agregado del proyecto radica en su carácter inclusivo: somos los pioneros en implementar un modelo donde los jóvenes no requieren pertenecer a un equipo reconocido para participar, fomentando la integración de cualquier persona interesada en el deporte competitivo y la sana distracción.

Metodología

Para el desarrollo de este proyecto y la presente ponencia, se utilizó un enfoque mixto que combina la acción participativa comunitaria con el análisis de métricas digitales.

2.1. Infraestructura Técnica y Apoyo Institucional

Un componente crítico en la ejecución de Micropixel ha sido la alianza estratégica con la Escuela de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales. La institución ha facilitado, bajo un modelo de préstamo y apoyo académico, los equipos de streaming de alta gama necesarios para alcanzar estándares

profesionales de transmisión. Esto incluye cámaras de alta definición, interfaces de audio y sistemas de microfonía.

2.2. Implementación del Torneo

- Escenario: El proyecto centró su fase inicial en el Parque Faneón de Manizales, un espacio emblemático para el deporte local.
- Transmisión Multiplataforma: Se diseñó un flujo de trabajo para transmisiones simultáneas en Kick, Twitch, YouTube y TikTok, adaptando el lenguaje narrativo a cada plataforma para captar tanto a la audiencia joven como a los espectadores tradicionales.
- Criterios de Participación: Se eliminaron las barreras burocráticas de inscripción, permitiendo que grupos de jóvenes independientes pudieran competir en igualdad de condiciones.

Discusión

La discusión de este proyecto se centra en la democratización del deporte a través de la comunicación digital. Micropixel no es simplemente un torneo; es un experimento de convergencia mediática. Al utilizar plataformas de streaming, el proyecto se inserta en la “cultura de la participación”, donde el espectador no es un sujeto pasivo, sino que interactúa en tiempo real a través del chat, influyendo en la narrativa del juego.

El apoyo de la Universidad de Manizales no solo aporta recursos técnicos, sino que valida el ejercicio periodístico y comunicativo detrás del deporte barrial. Existe una tensión constructiva entre el deporte “informal” de barrio y la formalidad de la producción audiovisual universitaria. Esta hibridación genera una “profesionalización simbólica”: el joven que juega en las canchas, al verse narrado y producido por estudiantes y profesionales de comunicación, adquiere una nueva percepción de su rol en la sociedad, fortaleciendo su autoestima y su compromiso con la convivencia ciudadana.

Resultados

Tras un año de gestión, los resultados de Micropixel demuestran el poder transformador de la comunicación aplicada al deporte comunitario.

- Impacto en la Convivencia: En el Parque Faneón, el torneo se convirtió en un refugio de paz y distracción sana, alejando a los jóvenes de dinámicas de riesgo y fomentando la integración entre vecinos de diferentes sectores.
- Visibilidad Digital: El uso de múltiples plataformas permitió que personas alejadas geográficamente se conectaran con la realidad barrial de Manizales, generando una comunidad digital activa que supera los 1.000 espectadores concurrentes en momentos clave.
- Formación Académica y Social: El proyecto sirvió como laboratorio práctico para los estudiantes de la Escuela de Comunicación, quienes aplicaron sus conocimientos en un entorno real, mientras que la comunidad recibió un producto comunicativo de alta calidad que dignifica su práctica deportiva.
- Inclusión Real: Se confirmó que la eliminación de requisitos de “equipos reconocidos” atrajo a una población diversa que anteriormente se sentía excluida de los circuitos deportivos organizados.

4.1. Reflexión sobre la replicabilidad y proyección nacional

Los resultados obtenidos en el Parque Faneón de Manizales no deben entenderse como un fenómeno aislado, sino como un modelo de comunicación y deporte replicable en diversos contextos urbanos de Colombia. La experiencia de Micropixel demuestra que el microfútbol barrial, cuando se potencia con herramientas de comunicación social y perio-

dismo, actúa como un catalizador de identidad local que puede ser exportado a otras ciudades bajo las siguientes premisas:

• Adaptabilidad al contexto regional: Ciudades con una fuerte cultura de barrio y tradición en el microfútbol, como Medellín, Cali o Barranquilla, presentan escenarios ideales para la expansión de Micropixel. La clave de la replicabilidad reside en identificar los "epicentros" deportivos (parques emblemáticos similares al Faneón) donde la comunidad ya tiene un sentido de pertenencia.

• Convergencia con la academia local: El éxito de esta iniciativa estuvo ligado al soporte técnico de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Manizales. Para replicar el modelo en otras ciudades, se propone un esquema de cooperación entre facultades de comunicación y juntas de acción comunal, permitiendo que estudiantes realicen prácticas en escenarios de impacto social real mientras dotan de calidad profesional a la difusión del deporte barrial.

• Escalabilidad tecnológica: Dado que el núcleo del proyecto es la transmisión multiplataforma (Twitch, Kick, TikTok), la infraestructura física requerida es mínima en comparación con el alcance digital obtenido. Esto permite que colectivos de jóvenes en otras ciudades puedan iniciar sus propias versiones de Micropixel con equipos básicos, democratizando no solo el deporte sino el acceso a la producción de contenidos digitales.

• Fomento de una Red Nacional de Microfútbol Barrial Digital: La visión a largo plazo sugiere la creación de una red que interconecte los torneos de diferentes ciudades. Esto permitiría no solo la competencia deportiva, sino el intercambio cultural y narrativo entre jóvenes de distintas regiones, utilizando las plataformas digitales para romper estigmas territoriales y construir una narrativa de nación desde la cancha de barrio.

4.2. Impacto en la "Profesionalización Simbólica"

Uno de los resultados más potentes para reflexionar es cómo el joven de barrio, al verse en una transmisión con la calidad que ofrece la Escuela de Comunicación Social y Periodismo, cambia su autopercepción. En Manizales, observamos que los jugadores comenzaron a adoptar conductas de mayor disciplina y respeto por el adversario, conscientes de que su imagen estaba siendo proyectada a una audiencia global.

Este fenómeno de "espejo digital" es el valor agregado que Micropixel propone para otras ciudades: utilizar la comunicación no solo como una herramienta de difusión, sino como un instrumento de pedagogía social. Al ser "vistos" y "narrados", los jóvenes que habitualmente son invisibles para los grandes medios se convierten en referentes positivos dentro de su propia comunidad.

Referencias bibliográficas

• https://www.instagram.com/micropixel.triodelgol/

• https://kick.com/micropixel-mzl

• https://www.tiktok.com/@micropixel.triodelgol

• https://www.youtube.com/@KevinProductions_of

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL CAPITALISMO DE VIGILANCIA EN LAS PREFERENCIAS Y LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO, DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA

Nikool Yaritza Plazas Arias
Programa de Comunicación Social-Periodismo
Universidad del Tolima.
Juana Valeria Pedroza Mora
Programa de Comunicación Social-Periodismo
Universidad del Tolima.
Laura Cardona Méndez
Programa de Comunicación Social-Periodismo
Universidad del Tolima.
Juan Andrés Romero Prada
Programa de Comunicación Social-Periodismo
Universidad del Tolima.

Resumen

Esta investigación busca analizar la influencia del capitalismo de vigilancia en las preferencias y comportamientos de los estudiantes del programa Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Tolima. Los fundamentos de tipo teórico que hacen posible la realización de este proyecto se basan en la teoría de La Ecología de los Medios y las categorías de capitalismo de vigilancia, preferencias, comportamientos y educación superior. Y los fundamentos de tipo metodológico que hacen posible la realización de este estudio son el enfoque mixto, el alcance exploratorio-descriptivo, el diseño estudio de caso, único, la técnica cualitativa del grupo focal y la técnica cuantitativa de la encuesta, aplicadas a un grupo de estudiantes que participaron de forma voluntaria, para conocer a fondo sus comportamientos digitales en Instagram. Este proyecto, encontró bases sólidas que demuestran la existencia de un gran porcentaje de coincidencia entre los gustos proporcionados a la red social por los usuarios y la publicidad ofrecida por los algoritmos a ellos. Por último, este estudio abre paso a la creación de nuevos temas de investigación sobre la comunicación digital, las mediaciones tecnológicas y la cibercultura debido al alto nivel de digitalización en el que se encuentra la sociedad.

Abstrac

This research seeks to analyze the influence of surveillance capitalism on the preferences and behaviors of students in the Social Communication-Journalism program at the University of Tolima. The theoretical foundations of this project are based on Media Ecology theory and the categories of surveillance capitalism, preferences, behaviors, and higher education. The methodological foundations of this study are a mixed-methods approach, an exploratory-descriptive scope, a single case study design, the qualitative technique of focus groups, and the quantitative technique of surveys, applied to a group of students who participated voluntarily to gain an in-depth understanding of their digital behaviors on Instagram. This project found solid evidence demonstrating a high percentage of correlation between the likes users provide to the social network and the advertising offered to them by algorithms. Finally, this study opens the door to new research topics on digital communication, technological mediations, and cyberculture due to the high level of digitization in society.

Palabras clave
Ecología de los Medios, capitalismo de vigilancia, preferencias, comportamientos y educación superior.

Introducción

La importancia de esta investigación radica en su contribución a la producción de conocimiento desde la Universidad del Tolima, específicamente, desde el programa de Comunicación Social-Periodismo. Al indagar sobre el grado de coincidencia entre las preferencias y los comportamientos de consumo de los estudiantes y la publicidad presentada en Instagram, se abre la posibilidad de comprender cómo las dinámicas digitales influyen en los comportamientos de una audiencia específica, en este caso, de los estudiantes de dicho programa. Lo que puede orientar las estrategias educativas, formativas y comunicativas del programa, para mejor su adaptación a las realidades digitales contemporáneas.

A nivel nacional, el proyecto responde a una necesidad creciente de comprender el impacto del capitalismo de vigilancia en la esfera digital. Colombia, al igual que muchas otras naciones se encuentra inmersa en un contexto de digitalización, donde las redes sociales desempeñan un papel central en la vida cotidiana de muchos de sus habitantes. Por lo tanto, investigar cómo Instagram, una de las plataformas más influyentes de la actualidad, utiliza algoritmos para influir en las decisiones de consumo de las personas es crucial para comprender y abordar los desafíos socioeconómicos y culturales asociados a este fenómeno.

A nivel mundial, el proyecto se inserta en un contexto más amplio de preocupación por la privacidad, la ética y el poder de las grandes empresas tecnológicas. El concepto de capitalismo de vigilancia, introducido por la investigadora Shoshana Zuboff, ha generado debate y preocupación en todo el mundo ahondando en temas como la explotación de los datos personales con fines comerciales. Investigaciones como esta, contribuyen al corpus de conocimiento global sobre estas prácticas y pueden influir en políticas regulatorias y prácticas éticas tanto en el ámbito empresarial, comunicativo y gubernamental.

Además, el estudio propuesto tiene el potencial de aportar a estados del arte sobre comunicación digital y aportar a la formulación de nuevas categorías de análisis, iniciativa pertinente para el contexto académico actual donde las mediaciones y las ciberculturas se vuelven cada vez más cruciales en una sociedad altamente digitalizada, donde las interacciones en línea moldean significativamente las preferencias y los comportamientos del mundo.

La dinámica de Instagram mediante sus algoritmos avanzados favorece la tendencia de adquirir bienes y servicios de manera excesiva, es decir que, busca tomar el control del comportamiento de los usuarios, la plataforma personaliza la publicidad a partir de datos y muestra anuncios adaptados a los intereses de cada usuario. Las plataformas sociales se han transformado en espacios para expresar sentimientos, por lo que, en muchas ocasiones, la decisión de compra deja de ser racional y se vuelve más sentimental, por ello, las empresas interactúan virtualmente con los clientes, dando como resultado la promoción y venta de productos y servicios (Palacios, Peña, Arias e Intriago, 2020).

Instagram es una aplicación que tiene un lugar especial en nuestro día a día y es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, para conectar a personas y empresas (Aguiar, 2022). Permite crear anuncios visuales que humanizan las marcas y llegan a nuevas audiencias. Gracias a esto las empresas aseguran las visitas al perfil y los objetivos de la estrategia que hayan establecido, segmentando el público al que quieren llegar (Genanian, 2022). El algoritmo de Instagram analiza cada contenido publicado en la plataforma. Tiene en cuenta los metadatos (incluidos los pies de foto y el texto alternativo de las imágenes), los hashtags y las métricas de participación. Basándose en esta información, distribuye el contenido de forma que los usuarios vean lo que más les interesa (Hirose, 2023).

Aunque algunas veces se usa esta información para mejorar la experiencia en las redes sociales, también

es usada para personalizar anuncios para dirigirse a los usuarios de manera más efectiva, sin su consentimiento. A este modelo se le atribuye el nombre de Capitalismo de vigilancia, un término acuñado por Shoshana Zuboff para describir el nuevo orden económico impulsado por la tecnología digital, donde se le deriva un valor monetario a la información sobre el comportamiento humano, recopilada a través de la vigilancia digital. Instagram como otras redes digitales acumulan nuevos conocimientos extraídos de los usuarios, pero no para los usuarios. Además, predicen el futuro comercial para el beneficio de los verdaderos clientes capitalistas de la vigilancia, que son las empresas que comercian datos en los mercados (Shoshana Zuboff, 2020).

El resultado de estas predicciones de comportamiento son un activo que se vende a anunciantes, como una forma de mejorar sus sistemas de marketing, desarrollando publicidad totalmente personalizada (Barros, 2021). Esto se debe al algoritmo de Instagram que hace una referencia cruzada entre la información del contenido (publicaciones, historias, Reels) y la información sobre los usuarios (preferencias y comportamientos en la plataforma), para presentarle el contenido correcto a las personas correctas. En este sentido, esta investigación tiene como propósito determinar ¿Cómo influye el capitalismo de vigilancia en las preferencias y los comportamientos de los estudiantes del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Tolima?

En suma, esta investigación no solo profundiza en un fenómeno específico, sino que también contribuye en general a la construcción de un conocimiento crítico y reflexivo, que es fundamental para enfrentar los desafíos de la sociedad digital del siglo XXI. Instagram es una aplicación que tiene un lugar especial en nuestro día a día y es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, para conectar a personas y empresas (Aguiar, 2022). Permite crear anuncios visuales que humanizan las marcas y llegan a nuevas audiencias. Gracias a esto las empresas aseguran las visitas al perfil y los objetivos de la estrategia que hayan establecido, segmentando el público al que quieren llegar (Genanian, 2022). El algoritmo de Instagram analiza cada contenido publicado en la plataforma. Tiene en cuenta los metadatos (incluidos los pies de foto y el texto alternativo de las imágenes), los hashtags y las métricas de participación. Basándose en esta información, distribuye el contenido de forma que los usuarios vean lo que más les interesa (Hirose, 2023).

Aunque algunas veces se usa esta información para mejorar la experiencia en las redes sociales, también es usada para personalizar anuncios y dirigirse a los usuarios de manera más efectiva, sin su consentimiento. A este modelo se le atribuye el nombre de Capitalismo de vigilancia, un término acuñado por Shoshana Zuboff para describir el nuevo orden económico impulsado por la tecnología digital, donde se le da un valor monetario a la información sobre el comportamiento humano, recopilada a través de la vigilancia digital. Instagram como otras redes digitales acumulan nuevos conocimientos extraídos de los usuarios, pero no para los usuarios. Además, predicen el futuro comercial para el beneficio de los verdaderos clientes capitalistas de la vigilancia, que son las empresas que comercian datos en los mercados (Shoshana Zuboff, 2020).

El resultado de estas predicciones de comportamiento son un activo que se vende a anunciantes, como una forma de mejorar sus sistemas de marketing, desarrollando publicidad totalmente personalizada (Barros, 2021). Esto se debe al algoritmo de Instagram que hace una referencia cruzada entre la información del contenido (publicaciones, historias, Reels) y la información sobre los usuarios (preferencia y comportamientos en la plataforma), para presentarle el contenido correcto a las personas correctas. En este sentido, esta investigación tiene como propósito determinar ¿Cómo influye el capitalismo de vigilancia en las preferencias y los comportamientos de los estudiantes del programa de

Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Tolima?

Metodología

El objetivo general de: Analizar la influencia del capitalismo de vigilancia en las preferencias los y comportamientos de los estudiantes del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad del Tolima, requiere de una propuesta metodológica basada en la siguiente estructura: un enfoque mixto, un alcance descriptivo, un diseño estudio de caso, la técnica cualitativa del grupo focal, y la técnica cuantitativa de la encuesta, aplicadas a una muestra de casos importantes y otra muestra de casos por oportunidad, respetando las orientaciones bioéticas del caso. A continuación, se presentan cada uno de los elementos que componen dicha estructura.

1.1 Enfoque

Esta investigación se aborda desde un enfoque mixto que para Creswell (2003) es un procedimiento que se desarrolla "en respuesta a la necesidad de clarificar el intento de combinar datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio" (p. 187), y se realiza para "ayudar a los investigadores a crear diseños comprensibles que incluyeran datos y análisis complejos", (p. 187). La elección de este enfoque se fundamenta en la necesidad de explorar, primero, datos cuantitativos que revelen tendencias generales sobre las preferencias y comportamientos de los estudiantes frente al capitalismo de vigilancia, para luego complementar y profundizar dicha información con insumos cualitativos que permitan interpretar el sentido y las motivaciones detrás de esas tendencias.

1.2 Alcance

Se seleccionó el alcance descriptivo que para Toro y Jaramillo (2010) busca "especificar las propiedades/características importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar" (p. 246). Bajo este argumento, se trabaja este tipo de estudio debido a que se busca medir cómo influyen las categorías de capitalismo de vigilancia, preferencias, comportamientos, algoritmos, redes sociales y publicidad, para determinar el grado de coincidencia que existe entre la publicidad que les ofrece el algoritmo de Instagram y las preferencias y los comportamientos que asumen los estudiantes.

1.3 Diseño

En este marco, el diseño de investigación seleccionado es el de estudio de caso que se podría definir como "un estudio de lo singular, lo particular, lo exclusivo (…) Sus antecedentes están en las disciplinas de la sociología, la antropología, la historia y la psicología" (Simons, 2011, p. 19). Siguiendo esta premisa, se utiliza el estudio de caso para analizar a profundidad varios elementos utilizando la estructura de embudo, que nos permite rastrear en diferentes niveles: un discurso teórico, el capitalismo de vigilancia, en una institución educativa, la Universidad del Tolima, en un programa académico, el de Comunicación Social-Periodismo, y en un estamento universitario, el de los estudiantes.

1.4 Grupo focal

En esta línea, la técnica cuantitativa seleccionada es la encuesta que permite dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como en relación de variables, mediante la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida (Tamayo y Tamayo, 2008). El desarrollo de la encuesta se dio a través de un cuestionario en línea, aplicado a una muestra de casos por oportunidad de cincuenta estudiantes, 5 por cada uno de los diez semestres del programa de Comunicación Social-Periodismo, para cumplir con el objetivo

específico de: Identificar los productos publicitarios que la configuración algorítmica de Instagram presenta a los estudiantes.

1.5 Encuesta

En este sentido, la técnica cualitativa utilizada es el grupo focal, que permite recolectar datos a través de la interrogación simultánea de varios individuos en contextos formales o informales, combinando aspectos de entrevistas individuales y grupales (Denzin & Lincoln, 2015). El desarrollo del grupo focal se dio a través de una reunión presencial, aplicada a la misma muestra de casos por oportunidad de cincuenta estudiantes, 5 por cada uno de los diez semestres del programa de Comunicación Social-Periodismo, para cumplir con el objetivo específico de: Identificar la influencia de Instagram en las preferencias y comportamientos de consumo de los estudiantes.

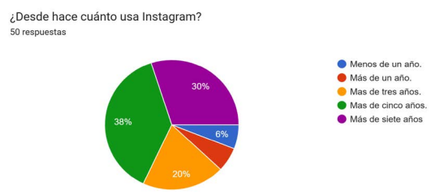
Resultados

A continuación, se muestran los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta y los datos cualitativos obtenidos a través del grupo focal aplicado a la muestra por oportunidad de cincuenta (50) estudiantes, cinco (5) por cada semestre de primero a décimo semestre.

Encuesta

Ahora, se exponen los resultados de la encuesta aplicada a los 50 estudiantes.

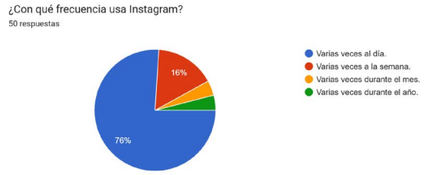
Figura 1



Fuente: Google Forms.

En primer lugar, la encuesta mostró que el 38% de los estudiantes usa la red social Instagram desde hace más de cinco años y el 30% más de siete años, lo que refleja una larga permanencia de esta red social en sus vidas. Esto podría sugerir que Instagram se ha consolidado como una plataforma estable y preferida entre los jóvenes, al menos dentro del grupo encuestado. Y a pesar, de que un 3% manifiesta que la usa hace más de un año y otro 3% menos de un año, la mayoría de los estudiantes ya estaban en Instagram desde etapas anteriores, quizás desde la secundaria o incluso antes. Esto puede indicar que la plataforma alcanzó su pico de adopción hace años y que ahora mantiene una base de usuarios antiguos.

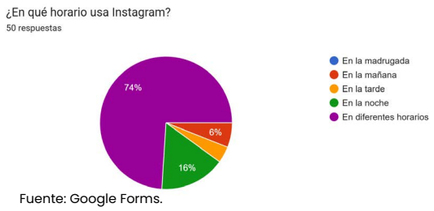
Figura 2



Fuente: Google Forms.

El 76% de los encuestados aseveró que la frecuencia con la que usa Instagram corresponde a varias veces al día, patrón que, puede reflejar que la herramienta está integrada plenamente en los hábitos diarios de los estudiantes, pero al mismo tiempo refleja una necesidad constante de conexión, validación social y/o exposición al contenido, situación podría tener implicaciones en la salud mental, el manejo del tiempo y las decisiones de compra y consumo. En cambio, un bajo número de personas la usan pocas veces al mes (4%) o al año (4%), lo que confirma que la mayoría de los estudiantes mantienen una relación activa con la plataforma.

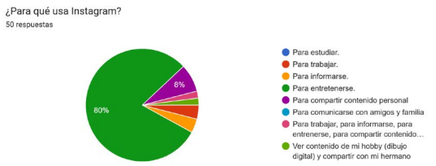
Figura 3



Fuente: Google Forms.

En esta pregunta una mayoría significativa de los encuestados (74%) utiliza Instagram en distintos momentos del día, lo que sugiere que el uso de esta red social está profundamente integrado en la rutina diaria de los mismos. Esta afirmación puede estar relacionada con la facilidad de acceso a la red social desde dispositivos móviles y la naturaleza adictiva del contenido breve y visual de la plataforma, que incita a usarla de forma constante, bien sea en momentos de ocio, descanso o incluso durante actividades cotidianas. En contraste, se encuentra que solo el 4% de los encuestados utiliza Instagram principalmente en la tarde, lo que podría indicar una preferencia de este pequeño grupo por desarrollar otras actividades durante ese periodo del día.

Figura 4



Fuente: Google Forms.

Por otro lado, los resultados reflejan una clara tendencia en el uso de Instagram: el 80% de los encuestados lo utiliza principalmente con fines de entretenimiento. Esto demuestra que la red social se percibe más como una plataforma de ocio y no como una herramienta funcional o informativa. Este patrón refuerza la idea de que Instagram se ha consolidado como un lugar para consumir contenido ligero y seguir tendencias. En contraste, un pequeño porcentaje del 2% de los usuarios encuestados reportó usar Instagram con fines más variados como trabajar, informarse, entretenerse y compartir contenido, lo que podría sugerir que también existen usos más productivos o multifuncionales en esta plataforma. De la misma forma otro 2% lo usa como herramienta para consumir contenidos relacionados con su hobby y compartir con familiares, lo que indica que existe una conexión personal entre los usuarios, aunque este sea minoritario.

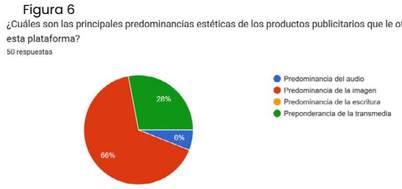
Figura 5



Fuente: Google Forms.

Al indagar por los principales temas de los contenidos publicitarios que le ofrece Instagram, según la experiencia individual, el 40% contestó que son relacionados con el ocio y el entretenimiento, lo que confirma la lógica del algoritmo de la plataforma, que adapta su publicidad a los intereses y comportamientos del usuario, para reforzar el rol de Instagram como un espacio basado en el entretenimiento. En contraste, los temas que aparecen con menos frecuencia son Hogar y Decoración (1%) y Viajes y Turismo (1%). Esto podría deberse a que el sistema de publicidad personalizada de Instagram prioriza temáticas de alto consumo e interés general, dejando en segundo plano aquellos nichos menos explorados por el público.

Figura 6

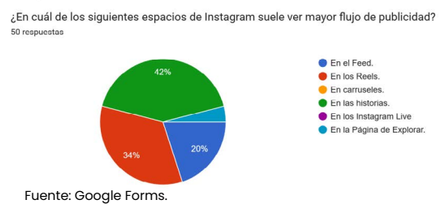




Fuente: Google Forms.

Respecto a las principales predominancias estéticas de los productos publicitarios que ofrece Instagram, un 66% de los encuestados señaló que predomina la imagen, mientras que ningún participante indicó la lectura como elemento principal (0%). Este dato refuerza la naturaleza visual de la plataforma, donde el contenido gráfico supera ampliamente al contenido textual. Por ende, se puede confirmar que la publicidad en Instagram se construye principalmente a partir de imágenes llamativas, videos y elementos visuales que captan la atención en los primeros 5 segundos, lo que se alinea con los hábitos de consumo acelerado de contenido propios de la red social. Es por ellos, que la publicidad está desarrollada bajo un modelo de consumo rápido y sensorial, donde la imagen se convierte en el principal vehículo de persuasión y conexión con los usuarios.

Figura 7



Fuente: Google Forms.

El 42% de los encuestados indican que las historias son el lugar donde suelen ver mayor flujo de publicidad en Instagram. Esta preferencia del algoritmo por mostrar anuncios en las historias puede explicarse por la alta frecuencia con la que los usuarios interactúan con este formato, por su brevedad y facilidad de consumo. Las historias ofrecen un contexto ideal para insertar publicidad visual ya que su contenido es efímero y se ve de forma continua, además, sin interrumpir bruscamente la experiencia de los usuarios. Mientras que para un 4%, de los encuestados, la Página de Explorar es el espacio frecuente donde ven los anuncios publicitarios, lo que sugiere que esta parte de la plataforma está más orientada a descubrir contenido de forma orgánica.

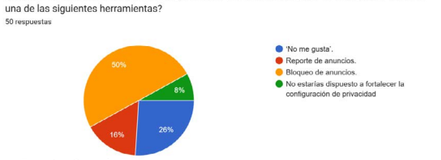
Figura 8



Fuente: Google Forms.

En cuanto a la invasividad de la publicidad que Instagram muestra a sus usuarios, el 42% de los usuarios la considera algo invasiva, el 32% que la califica como muy invasiva, y un 20% que la percibe como poco invasiva, debido a que satura sus rutas de navegación con anuncios, sin embargo, solo el 6% de los encuestados la percibe como nada invasiva, lo que indica que una minoría considera que los anuncios no interfieren en su experiencia dentro de la plataforma y no determina para ellos el uso constante de la misma.

Figura 9



Fuente: Google Forms.

En cuanto a la disposición de los usuarios para fortalecer la configuración de privacidad en sus perfiles de Instagram, un 50% de los encuestados manifestó la intención de establecer el bloqueo de anuncios. Esto refleja una conciencia sobre el control de la información personal y una actitud crítica frente al uso de los datos con fines publicitarios. Así mismo, se podría inferir que el usuario se ha acostumbrado a la presencia constante de publicidad, pero no siempre la recibe de forma positiva. En contraste, un 8% de los encuesta-

dos indicó no estar dispuesto a realizar ningún ajuste en su configuración de privacidad, este pequeño grupo podría representar a usuarios que aceptan las condiciones actuales de la plataforma por desconocimientos de la dinámica publicitaria dentro de Instagram o no consideran prioritario ejercer un mayor control sobre los anuncios y el uso de sus datos.

Por último, se omite el registro de los resultados, cualitativos, del grupo focal porque su extensión de más de 6.000 palabras excede el límite orientado.

Conclusiones

El presente estudio permitió analizar la influencia del capitalismo de vigilancia en las preferencias y comportamientos de los estudiantes del programa de Comunicación Social–Periodismo de la Universidad del Tolima, a través del uso que le dan a la red social Instagram. Respondiendo a los planteamientos formulados al inicio de la investigación, se evidenció que: esta plataforma no es un simple espacio de interacción social, sino un escenario complejo donde convergen dinámicas de entretenimiento, consumo, información, aprendizaje y construcción de identidad digital, atravesadas constantemente por lógicas de control y segmentación algorítmica.

En este sentido, Instagram se ha consolidado como un espacio multifuncional que incide directamente en la vida cotidiana, académica y profesional de los jóvenes en formación. Su influencia no se limita únicamente al entretenimiento, pues, también interviene en la construcción de hábitos de consumo, en la configuración de la identidad, en la adquisición de conocimientos y en la manera como los estudiantes se relacionan con personas, empresas y productos propios del sistema económico digital.

La mayoría de los estudiantes reconoce que la red social hace parte de sus rutinas diarias, al punto de afectar la gestión del tiempo, ya que el consumo prolongado de contenido genera una sensación de "pérdida", lo cual, refleja un poder de atracción que puede derivar en prácticas adictivas. Ahora bien, el uso de la plataforma varía según el nivel académico. En los primeros semestres predomina un consumo asociado principalmente al ocio, la socialización y las tendencias, con una fuerte presencia de contenidos recreativos. Conforme avanzan en la carrera los estudiantes comienzan a integrar un consumo más diversificado, en el que cobran relevancia la información, los intereses académicos y la autopromoción.

Finalmente, en los últimos semestres, Instagram se convierte en una herramienta de carácter académico, formativo y profesional, empleada para fortalecer emprendimientos, adquirir conocimientos especializados y proyectar una identidad vinculada al campo de la comunicación y las nuevas narrativas. Esto demuestra que el nivel de formación académica incide en la forma de relacionarse con la red social, evidenciando un tránsito desde un consumo esencialmente recreativo hacia un uso más crítico y estratégico.

La publicidad constituye, además, un factor de gran incidencia. A lo largo de los semestres, los estudiantes reconocieron haber modificado sus hábitos de consumo a raíz de los anuncios recibidos en Instagram, tanto en la adquisición de productos (ropa, comida, maquillaje) como en la inscripción en cursos y actividades académicas. Este hallazgo resulta significativo, pues confirma la eficacia de la segmentación publicitaria y su capacidad no solo de reforzar intereses previos, sino también, de generar nuevas necesidades, convirtiéndose en un mecanismo persuasivo de alto impacto en la vida universitaria.

De igual forma, otro hallazgo transversal es la percepción sobre el algoritmo. Aunque los estudiantes no dominan sus aspectos técnicos, comprenden que las interacciones, el tiempo de permanencia y las búsquedas determinan el contenido que se les muestra. Si bien la mayoría afirmó conocer estas dinámicas, no mostraron mayor interés en profundizar en ellas, limitándose a relacionarlas con los likes, las búsquedas o las cuentas que siguen. Esto indica que, más allá del funcionamiento técnico, lo que realmente les importa es el efecto que el uso de la aplicación tiene en su vida diaria. Incluso, algunos, siendo conscientes de que la plataforma recopila sus datos y los utiliza con fines publicitarios, expresaron no sentir preocupación por ello.

En cuanto a las recomendaciones de los estudiantes, se centraron en aspectos prácticos como limitar el tiempo de uso, dejar de seguir cuentas poco útiles y no dejarse influir por la publicidad. No obstante, tales reflexiones quedan en un nivel superficial, pues, aunque reconocen la necesidad de regular el consumo, no profundizan en cuestionamientos sobre el manejo de datos, la segmentación publicitaria o la lógica algorítmica, lo que revela una aceptación tácita del sistema bajo el cual interactúan cotidianamente.

En síntesis, los datos recolectados muestran que Instagram se ha consolidado principalmente como una herramienta de ocio y consumo rápido de información, con un fuerte predominio de contenidos visuales. Esta situación refleja un patrón sociocultural más amplio, en el que la red social ha pasado de ser un simple espacio de interacción digital a convertirse en un entorno cotidiano donde los estudiantes reciben entretenimiento, publicidad, formación y reafirman su identidad.

El uso intenso y cotidiano de la plataforma, sumado a la omnipresencia de estímulos visuales y comerciales, estrecha cada vez más la frontera entre la vida personal y el consumo mediado por la publicidad. En conclusión, la influencia de Instagram en los estudiantes universitarios no radica únicamente en su masividad, sino en la capacidad de integrar entretenimiento y publicidad de forma imperceptible, y persistente, generando un ambiente donde los usuarios construyen identidad, comunidad y consumo simultáneamente.

Por último, esto plantea retos y oportunidades: por un lado, para quienes diseñan estrategias publicitarias, la necesidad de comprender la sensibilidad y la saturación del público; y por otro, para los estudiantes, la urgencia de reconocer los mecanismos de influencia que operan en su cotidianidad digital y ejercer una mayor agencia sobre sus datos y su atención. El reto, por tanto, no consiste en restringir el uso de la plataforma, sino en fomentar una mirada crítica y equilibrada que permita aprovechar sus ventajas sin desconocer los riesgos que conlleva.

Referencias bibliográficas

• Aguaded Gómez, C. (1996). La publicidad: poderosa arma de la sociedad consumista . Comunicar, (6). Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800624

• Aguiar, A. (2022, May 18). Instagram: ¡conoce todo sobre esta red social! Rock Content.https://rockcontent.com/es/blog/instagram/

• Ballesteros, C. A. (Ed.). (2021). La personalización de contenidos en redes sociales. Algoritmos y segmentación en Facebook. Revista de Estudios de Comunicación Digital, 15(2), 123-145. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/52437/TFM_F_2021_135.pdf

• Barros, A. (2023, febrero 23). Capitalismo de Vigilancia. Blog eL ABC. https://www.alejandrobarros.com/capitalismo-de-vigilancia/

• Baudrillard, J. (1970). La sociedad de consumo. https://ganexa.edu.pa/wp-content/uploads/2014/11/ARTGBaudrillardJeanLaSociedadDeConsumoSusMitosSusEstructuras.pdf

• Becker, G. (n.d.). 1976. University of Chicago Press. https://ucema.edu.ar/u/je49/capital_humano/1_ElEnfoqueEconomico.pdf

• -Becker, G. S. (1976). El enfoque económico del comportamien-

to humano. University of Chicago Press. https://archive.org/details/economicapproach0000beck/page/318/mode/2up

• Bourdieu, P. (1984). La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. https://asociacionfilosofialatinoamericana.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/08/bourdieu-pierre-la-distincic3b3n-criterio-y-bases-sociales-del-gusto.pdf

• Burgos, o. R. (2021, Agosto 04). El derecho al proyecto de vida y la exigencia de dignidad de la persona humana: preservación y reparación de su daño en tiempos de capitalismo de vigilancia. IBERC, 5(1), 132-154. https://revistaiberc.emnuvens.com.br/iberc/article/view/176/165

• Cardenas Benavides, S. p., & perdo-mo calvo, M. (2020, 12 21). Incidencia de las redes sociales digitales en las decisiones de compra del consumidor. Universidad piloto de Colombia. https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9630/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

• Cardenas Benavides, S. p., & perdomo calvo, M. (2020, 12 21). Incidencia de las redes sociales digitales en las decisiones de compra del consumidor. Universidad piloto de Colombia.https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9630/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

• Castells, M. (1996). The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture (Vol. 1). Wiley-Blackwell. https://www.researchgate.net/publication/339282743_The_Rise_of_the_Network_Society_-_The_Information_Age_Economy_Society_and_Culture

• Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Editorial Alianza.

• Cialdini, R. (2022). Influencia. La psicología de la persuasión. ILUSTRAE. https://revolucionesmlm.files.wordpress.com/2014/07/robert-caldini-influencia-ciencia-y-practica.pdf

• Dayni Palacios Molina, Isaura Van-essa Peña Vélez, Ana Elena Arias Arias y Diana Marcela Macias Intriago (2020): "El neuromarketing y su influencia en la publicidad en redes sociales para las MiPymes de Manabí - Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, ISSN: 1696-8352, (septiembre 2020). https://www.eumed.net/rev/oel/2020/09/ neuromarketing.html

• Efendy Maldonado, J., Bonin, J. A., & Lacerda, J. de S. (2023). Educomunicación, cibercontrol y ciudadanía comunicativa. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (153), 33-46. https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i153.4889

• Fajardo Pascagaza, E., & Serrano Carrascal, HS (2022). Redes sociales y construcción de la ciudadanía digital. Revista Boletín Redipe, 11 (9). https://doi.org/10.36260/rbr.v11i9.1888

• Gallego Trijueque, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, 12 , 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología.

• Genanian, S. (2022, March 25). Ventajas y beneficios de usar Instagram para tu empresa. InboundCycle. Retrieved May 13, 2024, from https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-beneficios-puede-aportar-instagram-a-tu-estrategia-de-marketing-online

• Giraldo Luque, Fernández Rovira, c. (2020, 11 03). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación siglo xxi. profesional de la información. https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/78439

• Giraldo Luque, Fernández Rovira, c. (2020, 11 03). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación siglo xxi. profesional de la información. https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/78439

• Giroux, H. (2011). On Critical Pedagogy, Editorial Bloomsbury. https://www.bloomsbury.com/us/on-critical-pedagogy-9781350144989/

• Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill. https://archive.org/details/metodologiadelai0002hern

• Hirose, A. (2023, agosto 30). El algoritmo de Instagram: Cómo conseguir visibilidad para tu contenido. Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/es/algoritmo-de-instagram/

• Hirose, A. (2023, agosto 30). El algoritmo de Instagram: Cómo conseguir visibilidad para tu contenido. Hootsuite. https://blog.hootsuite.com/es/algoritmo-de-instagram/

• Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Teoría de la perspectiva: Un análisis de la decisión bajo riesgo. file:///C:/Users/Luciana%20Narv%C3%A1ez/Downloads/Dialnet-TeoriaProspectiva-65981.pdf

• Kerr, C. (1963). Los Usos de la Universidad. Universidad de Harvard https://www.hup.harvard.edu/books/9780674005327

• Lipovetsky, G. (1987). El imperio de lo efímero. https://paradigmasdelpensamiento.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/12/lipovetsky-gilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf.

• Los alcances de una investigación. (n.d.). CienciAmérica, 9(3), 1-6. file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475%20(2).pdf

• Los alcances de una investigación. (n.d.). CienciAmérica, 9(3), 1-6. file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475%20(2).pdf

• Mejía, J. C. (2024, febrero 1). Usuarios de redes sociales en el mundo 2024: Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, LinkedIn, X (Twitter) y otros. Juan Carlos Mejía Llano. Retrieved April 17, 2024, from https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/

• Mejía, J. C. (2024, febrero 1). Usuarios de redes sociales en el mundo 2024: Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, LinkedIn, X (Twitter) y otros. Juan Carlos Mejía Llano. Retrieved April 17, 2024, from https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/

• Orlowski, J. (Director). (2020). Orlowski. [Film]. Exposure Labs, Argent Pictures,

• Ortega, C. (2023, julio 11). Investigación mixta. Qué es y tipos que existen. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/

• Ortega, C. (2023, julio 11). Investigación mixta. Qué es y tipos que existen. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/

• Oviedo García, M. de los Á., Muñoz Expósito, M., & Castellanos Verdugo, M. (2015). La expansión de las redes sociales: Un reto para la gestión de marketing. Contabilidad y Negocios, 10 (20) https://doi.org/10.18800/contabilidad.201502.004

• Retrieved May 13, 2024, from

https://rockcontent.com/es/blog/instagram/

• Rivas casas, a. (2019, noviembre 21). La alfabetización mediática e informacional en la era del capitalismo de vigilancia. Wikipedia. Retrieved April 18, 2024, from https://ojs.claeh.edu.uy/publicaciones/index.php/cclaeh/article/view/419/349

• Rivas casas, a. (2019, noviembre 21). La alfabetización mediática e informacional en la era del capitalismo de vigilancia. Wikipedia. Retrieved April 18, 2024, from https://ojs.claeh.edu.uy/publicaciones/index.php/cclaeh/article/view/419/349

• Schiller, D. (1999). Capitalismo digital: El sistema de mercado mundial en red. MIT Press. https://direct.mit.edu/books/book/2755/Digital-Capitalism-Networking-the-Global-Market

• Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios. Gedisa, S.A.

• https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/45919/Scolari_Ecologia_medios.pdf?sequence=1&isAllowed=y

• Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios. Gedisa, S.A. https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/45919/Scolari_Ecologia_medios.pdf?sequence=1

• &isAllowed=y

• Solomon, M. R. (2017). Comportamiento del consumidor: Comprando, teniendo y siendo

• Tamayo y Tamayo, M. (2008). El Proceso de la Investigación Científica. 4ª edición. México: Editorial Limusa

• Taylor, SJ, Bogdan, R., y DeVault, ML (2016). Introducción a los métodos de investigación cualitativa . Wiley. https://www.perlego.com/book/994310/introduction-to-qualitative-research-methods-a-guidebook-and-resource-pdf

• Tünnermann Bernheim, C. (1999). Educación superior de cara al siglo XXI. Mirambell. https://www.enriquebolanos.org/libro/Educaci%C3%B3n-superior-de-cara-al-siglo-XXI-Carlos-T%C3%BCnnermann-Bernheim

• Zuboff, S. (2020). La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder. Ediciones Paidós. https://www.marcialpons.es/media/pdf/44333_La_era_del_capitalismo_de_la_vigilancia.pdf

INTERPRETACIÓN DE LOS STICKERS EN LA COMUNICACIÓN

DIGITAL INTERPRETATION OF STICKERS IN DIGITAL COMMUNICATION

Anlly Katerin Hernández
akhernandezh105135@umanizales.edu.co
Ponente nacional - Afiliada afacom
Maria Camila Gómez Maya
mcgomezm104451@umanizales.edu.co
Ponente nacional - Afiliada afacom
Mariana Ospina López
mospinal105759@umanizales.edu.co
Ponente nacional - Afiliada afacom

Resumen

En la comunicación digital contemporánea, los stickers de WhatsApp se han convertido en un recurso frecuente entre jóvenes universitarios, permitiendo expresar emociones, intenciones y aspectos identitarios de manera rápida y visual. Sin embargo, su carácter interpretativo y subjetivo puede afectar la claridad del mensaje. Esta investigación cualitativa busca comprender cómo estudiantes de 18 a 23 años de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Manizales interpretan los stickers en sus interacciones digitales. Se planteó como pregunta central: ¿cómo se interpretan los stickers en la comunicación digital de estos estudiantes? Para responder, se aplicó una triangulación metodológica basada en netnografía observacional en contextos formales e informales y entrevistas semiestructuradas. Los resultados evidencian que el uso y la interpretación del sticker dependen del contexto, la relación entre interlocutores, la experiencia personal y el repertorio visual del usuario. Aunque pueden generar confusión en algunos casos, su presencia no afecta negativamente la comunicación. Por el contrario, contribuye a suavizar el mensaje, fortalecer vínculos y dinamizar la interacción. Se concluye que los stickers representan una evolución del lenguaje digital y un recurso semiótico clave en la construcción del sentido en plataformas de mensajería.

Abstract

In contemporary digital communication, WhatsApp stickers have become a frequent resource among university students, allowing them to express emotions, intentions, and identity traits in a quick and visual manner. However, their subjective and interpretive nature may affect message clarity. This qualitative research aims to understand how students aged 18 to 23 from the Faculty of Social and Human Sciences at the University of Manizales interpret stickers in their digital interactions. The central research question was: How are stickers interpreted in the digital communication of these students? A methodological triangulation was conducted through observational netnography in both formal and informal contexts and semi-structured interviews. The results indicate that the use and interpretation of stickers depend on the context of the conversation, the relationship between participants, personal experience, and each user's visual repertoire. Although confusion may arise in some cases, stickers do not hinder communication; instead, they help soften messages, strengthen social bonds, and make interactions more dynamic. The study concludes that stickers represent an evolution of digital language and a key semiotic resource in constructing meaning within instant messaging platforms.

Palabras clave
Interpretación, comunicación digital, sticker, whatsapp, netnografía, semiótica.

Área Problémica

La comunicación digital contemporánea ha integrado elementos gráficos, como emojis y stickers, que transforman las interacciones en plataformas de mensajería. Según Sampietro (2023), la popularidad de los stickers entre los jóvenes radica en su potencial de personalización y carga humorística, superando en uso a los emojis tradicionales. Sin embargo, esta tendencia introduce un desafío para la claridad comunicativa, ya que la naturaleza visual de estos recursos está sujeta a interpretaciones subjetivas que pueden comprometer la precisión del mensaje original.

La sustitución recurrente de texto por stickers en las conversaciones juveniles genera interpretaciones divergentes que afectan la nitidez del mensaje. Esta investigación analiza cómo dicha sustitución puede tergiversar la intención comunicativa y comprometer la efectividad de la interacción en contextos académicos. Konrad (2020) señala que, aunque el atractivo visual del sticker favorece la personalización, su ambigüedad semántica conlleva una pérdida de claridad. Por otro lado, Herring y Dainas (2017) advierten que estos recursos suelen limitarse a reacciones emocionales que no siempre logran transmitir un mensaje completo.

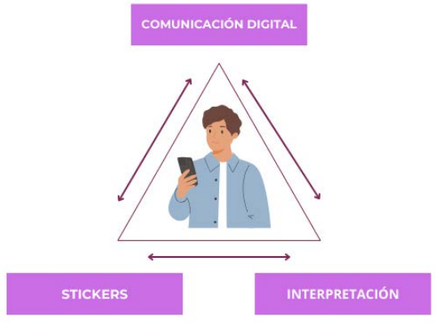
Desde una perspectiva sociolingüística, el uso de WhatsApp representa una evolución de la comunicación escrita hacia un discurso de alta iconicidad (Cremades et al., 2016). Sin embargo, esta transición ha dado lugar a comportamientos como la "falsa extimidad", donde 3

la interacción mediada por imágenes parece darse más entre "personajes" que entre personas. Bajo esta perspectiva, Calero (2014) y Vázquez-Cano et al. (2015) advierten que este predominio de lo icónico impacta el registro lingüístico, desplazando el lenguaje culto hacia una simplicidad basada en el recurso multimedia.

En este ecosistema digital, el significado de la imagen se vuelve inestable y dependiente de la percepción del receptor. Investigaciones como las de Roncal Ocas y Friedrick (2019) evidencian que el uso de stickers es mucho más intuitivo y se adapta al vínculo social: mientras que con docentes o jefes se emplean para suavizar la comunicación, en entornos íntimos o de amistad se recurre a contenidos personalizados o censurables. Finalmente, como plantean Cantamutto y Vela Delfa (2019), esta convivencia entre lo verbal y lo multimodal busca favorecer la negociación de sentidos, aunque como se plantea en este estudio la variabilidad de estas interpretaciones sigue siendo el eje de la problemática.

Lo expuesto define los tres ejes fundamentales de esta investigación: interpretación, stickers y comunicación digital, categorías que articulan el marco categorial del estudio (Figura 1).

Figura 1. Marco Categorial



Fuente: elaboración propia

Ante la evolución de la cibercomunicación, el uso de elementos gráficos para sustentar o sustituir el lenguaje verbal evidencia una transformación en las dinámicas de la población juvenil. Esta transición hacia lo icónico deriva en una problemática comunicativa basada en la ambigüedad interpretativa, lo que podría generar disrupciones en la interacción entre las personas involucradas. A partir de este escenario, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se

interpretan los stickers en la comunicación digital de los estudiantes, de 18 a 23 años, de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Manizales?

En consecuencia, el objetivo general se centra en comprender estos procesos de significación en WhatsApp, orientándose por tres dimensiones de análisis: la variación de la interpretación según la percepción individual, y los recursos tanto experienciales como semióticos que los estudiantes movilizan para otorgar sentido a estos recursos multimodales.

1. ¿Cómo varía la interpretación de un mismo sticker entre los estudiantes de 18 a 23 años según su percepción individual en las conversaciones de WhatsApp?

2. ¿Cuáles son los recursos experienciales que utilizan los estudiantes para interpretar los stickers?

3. ¿Cuáles son los recursos semióticos que utilizan los estudiantes para interpretar los stickers?

Con las inquietudes planteadas, trazamos una ruta de acción con tres objetivos específicos que guían el estudio:

1. Analizar cómo la percepción individual de los estudiantes de 18 a 23 años influye en la interpretación de un mismo sticker en las conversaciones de WhatsApp.

2. Encontrar los recursos experienciales que utilizan los estudiantes para interpretar los stickers.

3. Hallar los recursos semióticos que utilizan los estudiantes para interpretar los stickers.

Este análisis permite determinar cómo el uso de stickers condiciona la claridad del mensaje y de qué manera la multimodalidad digital puede fortalecer o por el contrario, tergiversar la intencionalidad comunicativa en el entorno universitario.

Introducción

Los stickers actualmente hacen parte de la comunicación digital e implican la participación del emisor y receptor. Esta investigación se centra en la forma de interpretación del sticker. Sin embargo, es importante no olvidar que desde que se envía tiene una intención, como lo afirma Joon Young Lee (2016): 6

> Los usuarios expresan sus identidades a través de stickers en diversos contextos sociales, y estos stickers funcionan como símbolos sociales que implican contexto y emoción. A medida que las aplicaciones de mensajería se han vuelto más complejas, el uso de emoticones también ha adquirido roles adicionales, como mostrar la intención del autor, su identidad y diferencias socioculturales. (p.2)

Con el estudio queremos analizar si factores como la identidad, contexto y emoción influyen en la interpretación de los stickers. La comunicación digital trajo consigo nuevas formas de interacción y plataformas como Whatsapp, creada en 2009, una de las más usadas. Sin embargo, lo que inició con mensajes de texto evolucionó al uso de elementos visuales. Respecto a esta aplicación Gómez y Gómez (2015) establecieron que "el uso del WhatsApp es común entre los jóvenes pues posee la capacidad de transmitir emociones con mayor rapidez y de forma más eficaz, que la escritura convencional, aquí se transforma en una más icónica y simbólica" (p.5). La cuestión de agilidad y facilidad de la comunicación se convirtió en un factor fundamental que explicaría la creación de los stickers. "La expresión escrita en los nuevos dispositivos digitales móviles con fundamento en la conversación digital síncrona sin costo por mensaje, se fundamenta en que estos modos de escritura buscan recrear la agilidad e informalidad de una charla entre amigos" (Vásquez y Roig, 2015, s.f). Vásquez (2015) también añade que este nuevo discurso digital escrito

trae rastros de comunicación audiovisual, alterando la representación de emociones, sensaciones y onomatopeyas del discurso escrito mediante íconos como emoticonos, "stickers" (con figuras y objetos diversos) y memes (fotos con texto de intención humorística). La integración de videos, imágenes, audio y enlaces en la conversación digital también hace parte de este tipo de expresiones que confiere un poder interpretativo que supera en muchos casos la conversación oral. (p.87)

En los entornos digitales hay nuevas formas de comunicación que se volvieron parte del día a día, como lo son los stickers, definidos por Agnese Sampietro (2022) de la siguiente manera: "los stickers (también llamados 'pegatinas') son pequeñas imágenes o animaciones que complementan las interacciones digitales en WhatsApp u otras aplicaciones de mensajería instantánea" (p. 2). Estas tomaron gran parte de la comunicación que se usa actualmente, lo que llevó a la inclusión de los stickers en la mensajería, sobre todo en lo que respecta a los jóvenes, quienes prefieren usar stickers de diferentes tipos que recurrir a los emojis. Así lo demuestra la investigación hecha por Sampietro (2022), cuyos resultados indican que los emojis siguen siendo el recurso visual más usado en WhatsApp, pero la juventud muestra una marcada preferencia por los stickers. Estos se emplean sobre todo porque se consideran divertidos y se aprecia también la posibilidad de personalizarlos. Lo que lleva al planteamiento de que personalizar los stickers los hace más llamativos al público, y aumenta su uso. En ambas investigaciones los stickers surgen como respuesta a la necesidad de facilitar la comunicación e interacción. Sin embargo, en medio de dichas variaciones es necesario comprender la manera en que estos elementos audiovisuales se pueden interpretar. En la investigación de los procesos de comunicación, la interpretación cumple un papel vital, especialmente cuando se trata de elementos visuales como los stickers, cuyo significado no está definido, sino que es inferido por el resto. En este sentido, resulta pertinente tener en cuenta la definición establecida por Clavel De Kruyff (1999) según la cual: "interpretar significa dar significado a algo. La interpretación puede concebirse como un proceso, que parte de algo que se va a interpretar y cuyo resultado es la asignación de un significado" (p. 2). Aplicado este concepto a este estudio, se entiende que el significado de un sticker no depende sólo de su contenido visual, sino del proceso que se lleva a cabo para que el receptor le brinde un valor. El sticker no es un signo con sentido fijo y universal, sino variable y negociado por las partes incluidas en la comunicación. El proceso interpretativo descrito por Clavel es un mecanismo necesario para la finalidad de esta investigación. Es útil recurrir al enfoque hermenéutico de Gadamer (1960):

> **Constituye una estructura fundamental de nuestro lenguaje el que seamos dirigidos por ciertos preconceptos y por una precomprensión en nuestro discurso, de suerte que esos preconceptos y esa precomprensión permanecen siempre encubiertos y se precisa una ruptura de lo que subyace en la orientación del discurso para hacer explícitos los prejuicios como tales. Esto suele generar una nueva experiencia. (p. 177)**

Desde esta perspectiva, el receptor del sticker no parte desde un punto de vista neutro, sino desde ciertas preconcepciones y una comprensión que está mediada por experiencias previas y su contexto sociocultural. Más allá de otorgar sentido a una imagen, conlleva un proceso que se ve influido por diversos factores, lo que conecta el lenguaje visual y una realidad personal.

Siguiendo esta idea, es importante considerar dos niveles de interpretación que se pueden aplicar en el análisis de los stickers, y que fueron definidas por Humberto Eco (1992) como:

> **La interpretación semántica o semiótica es el resultado del proceso por el cual el destinatario, ante la manifestación lineal del texto, la llena de significado. La interpretación crítica o semiótica es, en cambio, aquella por la que se intenta explicar por qué razones estructurales el texto puede producir esas (u otras, alternativas) de interpretaciones semánticas. (p. 36)**

Esta división permite observar al receptor, que no solo otorga sentido en la interpretación semántica, sino también analizar qué elementos del signo visual pueden dar paso a diversos significados. En la línea argumental de Eco, el análisis del sticker puede enfocarse en buscar no solo el qué, sino el por qué y el cómo del fenómeno.

Tras un análisis de diversos autores, se concluye que la investigación que más concuerda es la realizada por Gadamer, pues si se comprenden los factores influyentes, se facilita la comprensión ante el cambio del lenguaje.

En La Sociedad Red de Manuel Castells (2000) se explora la evolución de la comunicación, cuyos orígenes en los años 700 A.C, con el alfabeto griego, hicieron que la comunicación pasara de ser un recurso visual a entenderse como la interacción de uno o más caracteres lingüísticos que crean significados. Allí mismo, cita a Sullivan-Trainor et. al. (1994) que afirma:

> **Una transformación tecnológica de dimensiones históricas similares está ocurriendo 2.700 años después, a saber, la integración de varios modos de comunicación en una red interactiva. O, en otras palabras, la formación de un hipertexto y un metalenguaje que, por vez primera en la historia, integran en el mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana. El espíritu humano reúne sus dimensiones en una nueva interacción entre las dos partes del cerebro, las máquinas y los contextos sociales. (p.399)**

Lo cuál se refleja en la comunicación multimodal que se usa actualmente, y que integra signos audiovisuales. En este sentido el sticker no es solo una unidad visual decorativa o expresiva sino también un elemento hipertextual que forma parte de este nuevo ambiente comunicativo. Este preciso cambio, o integración, se menciona en el libro de Castells (2000), "La integración potencial de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación" (p. 399). A pesar de que en el momento de la publicación del libro no existían aún los stickers, el texto ejemplifica cómo desde antes se preveía la evolución de un tipo de comunicación organizada en torno a diversos canales y formas, como se observa en la comunicación digital que existe actualmente.

El fenómeno comunicativo que estudia esta investigación se desarrolla en el entorno digital, cuya ventaja es definida por Wolton (1999) de la siguiente forma:

> **La ventaja específica de las tecnologías de la comunicación del siglo XX, que incluyen la transmisión del sonido y de la imagen, consiste en haber alcanzado a todos los públicos, todos los medios sociales y culturales. De entrada, los medios de comunicación del siglo XX han sido inscritos en la lógica de la cantidad" a lo que agrega: "Es así como reforzamos la ideología tecnológica actual, la cual considera que una revolución en las tecnologías es la condición de una revolución en las relaciones humanas y sociales. (p. 35)**

Esta lógica de masificación refuerza el impacto de los stickers y explica la forma en que la circulación de los recursos se dan a gran escala y en contextos culturales diferentes.

La población en la que se enfoca esta investigación son jóvenes en-

tre los 18 y 23 años, muestra que es definida por Arango Álvarez (2022) como nativos de lo digital. "Las personas más jóvenes y quienes desde su nacimiento se encuentran inmersos en las nuevas tecnologías de la comunicación, es decir, en el uso de computadoras, correos electrónicos, teléfonos móviles, redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea, entre otros" (Arango Álvarez, 2022, p.25). Esta definición resulta pertinente para el estudio, pues permite comprender el contexto comunicativo y cultural en que la muestra se relaciona con plataformas digitales.

Nuestra muestra pertenece a un ecosistema digital y tiende a interactuar donde predominan los mensajes breves y multimodales. Por ello, se considera que la investigación realizada por Arango es la más afín a este estudio, pues entiende el comportamiento de los jóvenes en dicha área y resulta práctico para el desarrollo.

En conclusión, la investigación de la interpretación de los stickers en la comunicación digital de los jóvenes entre los 18 y los 23 años debe guiarse por una perspectiva técnica. Se considera que el argumento de Joon Young Lee es una base para investigar, pues reconoce el valor simbólico y expresivo de estos elementos de comunicación. Además, refuerza la idea de que el significado no es fijo sino que depende del contexto en el que se envía y recibe.

En este sentido, los stickers no son solo una alternativa, sino una vía de expresión cuya interpretación depende del receptor. Por ello, analizar cómo se asigna determinado valor al recurso permite ampliar las dinámicas sociales y culturales que moldean la interacción digital en la actualidad.

Metodología

La investigación tiene un paradigma cualitativo, pues una de sus características es que comprende los fenómenos desde manifestaciones subjetivas y el contexto en el que ocurren. Analiza actitudes, opiniones, experiencias, y comportamientos a partir de la interpretación o el significado que extraiga el investigador (Arbaiza, L. 2023).

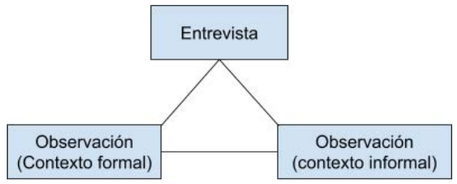
Para tener una visión más amplia acerca de la interpretación que se tiene de los stickers, debemos analizar la percepción individual de los estudiantes y los recursos experienciales que utilizan. Por esta razón, las técnicas de la investigación cualitativa se adaptan a nuestros objetivos. Arbaiza (2023) menciona que las técnicas del método cualitativo son la observación, la entrevista y los grupos focales. 12

La investigación cualitativa, además "Aborda la realidad social como un todo y desde múltiples realidades para comprenderla" (Arbaiza, 2023, p. 22). En este caso se reconoce que la interpretación de un mismo sticker puede variar significativamente dependiendo de diversos factores como edad, ecosistema digital, contexto comunicativo o vivencias anteriores. Ante estos factores el investigador debe asumir posturas reflexivas para interactuar con los sujetos del estudio, sin dejar que influyan ideas preconcebidas (Arbaiza, L. 2023).

Triangulación y métodos

Para el desarrollo de la investigación se implementa una triangulación metodológica con el objetivo de fortalecer la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos; Esta triangulación permite abordar el fenómeno desde múltiples perspectivas. Se llevará a cabo un proceso de observación en dos contextos diferentes: formal e informal. Está información será contrastada con los resultados de las entrevistas realizadas a diversas personas. Dicha combinación de métodos ayudará a identificar patrones, facilitará una interpretación más profunda y contextualizada de los datos, y fortalecerá el rigor de la investigación.

Figura 2. Cuadro de triangulación



Fuente: elaboración propia

Elegimos como instrumento dos tipos de netnografía observacional a partir de la necesidad de comprender cómo los sujetos construyen diferentes significados en un entorno digital, en este caso grupos formales e informales de WhatsApp. Según Kozinets (2015), la netnografía es un enfoque etnográfico adaptado a los espacios de comunicación mediados por tecnología, que permite atender no sólo al contenido compartido, sino también a las prácticas sociales que emergen en dichos escenarios.

En el caso de los grupos de WhatsApp, los stickers funcionan como un símbolo que representa humor, posturas y emociones, y cuya interpretación buscamos comprender. Kozinets (2015) enfatiza que la netnografía se centra en el entendimiento humano, evitando la reducción de los datos a simples métricas y recuperando el contexto cultural y social en el que surgen.

> **La naturaleza de la netnografía contemporánea es la de "un conjunto específico de recopilación de datos, análisis, prácticas de investigación éticas y representacionales relacionadas", donde una cantidad significativa de los datos se recopila a través de una postura de investigación participante-observacional muy humanista. (Kozinets, 2015, p. 79)**

Por ello concluimos que la netnografía observacional es adecuada para la investigación.

Aplicaremos dos tipos de instrumentos: formal e informal. Practicamos una observación no participante de las interacciones de los integrantes de los grupos. Según Kozinets (2015) se han realizado excelentes netnografías sin participación personal. "Orsolini et al. (2015) ofrecen un buen ejemplo de una netnografía observacional que arroja resultados fascinantes" (Kozinets, 2015, p. 15).

Por ello, se realizará una infiltración en un grupo de estudiantes de quinto semestre del programa de Comunicación Social y Periodismo. En este se analizará cómo se produce la comunicación, con stickers, entre el grupo de compañeros en un ámbito educativo y profesional.

El segundo esquema estará enfocado en un grupo no formal. En este se analizará un entorno personal y cotidiano. Con el fin de evaluar una comunicación convencional en un grupo de amigos de la facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

La elección de esta metodología responde a la flexibilidad de la netnografía para recopilar los datos. Kozinets (2015) resalta que no existen restricciones en cuanto al tipo de información en línea que puede considerarse como dato, lo que permite incluir tanto mensajes escritos como materiales gráficos en el análisis.

Con el fin de realizar una correcta observación utilizaremos tres instrumentos:

- Libretas de apuntes para la recolección de información.
- Una base de datos de los stickers más frecuentes o con mayor impacto dentro de las conversaciones.
- Grupos de WhatsApp (de los que seremos parte)

Además, se empleará la técnica de la entrevista semiestructurada para analizar cómo los estudiantes de la facultad de Ciencias Sociales y Humanas interactúan en los grupos de WhatsApp a través de stickers. Se aplicará un cuestionario con preguntas abiertas que indaguen la relación de cada participante con los stickers que recibe y envía, su interpretación personal y las experiencias que han tenido en torno a posibles significados o malentendidos. El principal instrumento será un cuestionario de

preguntas abiertas diseñado para profundizar en estas percepciones. Según (Hernández et. al, 2014) mediante las entrevistas pretendemos acercarnos al mundo de "ahí fuera", huyendo de entornos de investigación especializada como los laboratorios, para entender, describir y explicar "desde el interior".

Este instrumento busca comprender el uso de los stickers y su influencia en la comunicación digital y el significado que los estudiantes les atribuyen.

Muestreo

El tipo de muestreo pertinente para esta investigación es el deliberado o intencional, en el cuál se elegirán los participantes según características definidas. La elección de esta forma de muestreo se debe a que la investigación se desarrolla en un paradigma cualitativo, que se centra en la profundidad de la información más que en la representatividad estadística, haciendo que la muestra responda a los objetivos de la investigación.

Así mismo, el interés de la investigación se centra en una población con características muy específicas, como el rango de edad y la pertenencia a una facultad puntual. Por lo tanto, seleccionar de manera intencional a los participantes permite acceder directamente a las personas que aportarán la información adecuada a la investigación.

Por otro lado, el diseño metodológico (que incluye contextos formales e informales y entrevistas semiestructuradas) requiere la participación de usuarios activos en grupos de Whatsapp que puedan aportar información valiosa sobre el fenómeno. La elección de estos participantes se facilita gracias a los rasgos que determinan el muestreo deliberado, asegurando que los datos recolectados sean ricos en significado y permitan un análisis más profundo.

En conclusión, el muestreo deliberado otorga al investigador la posibilidad de orientar sus instrumentos hacia los sujetos más aptos para el estudio y, al mismo tiempo, mantener la coherencia del paradigma cualitativo. Esta elección favorece y facilita la pertinencia de los hallazgos, interpretaciones sólidas y riqueza de la información en la muestra seleccionada.

Plan de análisis

En el primer objetivo, que busca analizar cómo la percepción individual de los estudiantes de 18 a 23 años influye en la interpretación de un mismo sticker en las conversaciones de Whatsapp, y cuya técnica principal es la entrevista semiestructurada, se iniciará con la codificación de las respuestas obtenidas en las entrevistas. Después de tener la información codificada, se analizará el contenido narrativo, que son las respuestas expresadas directamente por los entrevistados. Posteriormente se llevará a cabo un análisis vertical, que abarca cada entrevista de forma individual para reconocer las frases y respuestas importantes. Tras esta revisión individual se dividirá la información en unidades de análisis o pequeños grupos con respuestas o palabras clave similares. Estás unidades facilitan el análisis horizontal que se realizará a grupos de información idénticos. Por último se reconocerán las convergencias y divergencias en las diferentes respuestas o unidades.

Para el segundo objetivo, que es encontrar los recursos experienciales que utilizan los estudiantes para interpretar los stickers, se iniciará con la codificación de datos, se transcriben las entrevistas y se analizará caso por caso para identificar el discurso de cada estudiante y cómo interpreta y usa los stickers. A partir de ese análisis, vamos a identificar temas en común para relacionar por categorías y priorizar las más relevantes para responder al objetivo. Por consiguiente, se hará una triangulación entre categorías y literatura para hacer un análisis crítico de los hallazgos en función del contexto sociocultural de los estudiantes y su entorno digital.

Resultados

Netnografía informal

El estudio netnográfico aplicado al grupo focalizado permitió identificar patrones de comportamiento comunicativo donde la participación se manifiesta de forma asimétrica, destacando un núcleo de interacción continua en el 30% de los sujetos frente a una presencia periférica del resto del grupo.

Dentro de estos hallazgos, se observa un patrón recurrente en el que los stickers operan como atenuadores o reemplazos del lenguaje verbal, especialmente en contextos de confrontación o inconformidad. Esta dinámica se complementa con la tendencia a la repetición de repertorios limitados por parte de los sujetos más activos, sugiriendo que el recurso funciona como una "firma visual" o muletilla digital.

Asimismo, la inclusión de stickers personalizados con rostros de compañeros y docentes confirma que el grado de cohesión grupal determina el nivel de desinhibición y la naturaleza del contenido compartido.

En definitiva, la construcción de sentido en estas interacciones no es un acto aislado, sino que depende de la convergencia de tres ejes fundamentales: el contexto situacional, el repertorio individual previo y el fenómeno de réplica entre los participantes.

Netnografía formal

En contraste con el entorno informal, la netnografía del grupo académico "Prensa I" reveló dinámicas de autocensura y contención donde la interacción es mínima, limitándose primordialmente a un canal de carácter informativo. Esta escasa frecuencia de respuesta dificultó la consolidación de patrones comportamentales profundos, evidenciando que en entornos formales los stickers no operan como proyecciones de la personalidad, sino como recursos para la expresión deliberada de emociones puntuales.

A diferencia de los grupos íntimos, aquí no se construye un código visual compartido, prevaleciendo un uso individual sin repetición de gráficos comunes.

No obstante, se observó que el empleo de estos elementos busca atenuar el rigor académico, funcionando como un gesto de amabilidad que reduce la seriedad del texto plano sin transgredir la jerarquía institucional.

En definitiva, la comparación entre ambos entornos demuestra que la comodidad vincular es la variable determinante en la interpretación de la imagen; ante la presencia del docente, el estudiante restringe su desinhibición comunicativa y reserva los recursos multimodales más complejos para los espacios de confianza.

Entrevista semiestructurada

Las entrevistas confirman que los stickers son ejes de la gestión emocional y el fortalecimiento del vínculo comunicativo. Su uso permite proyectar visualmente el tono del mensaje, reforzando la intencionalidad del emisor y reduciendo la ambigüedad del texto escrito. Se identificó, además, una función de atenuación pragmática. Al emplear el humor a través de estas imágenes para suavizar el discurso y dinamizar la interacción, logran una comunicación más cercana y fluida.

El uso de stickers está ligado al grado de afinidad vincular. Mientras en círculos de confianza (amigos, familiares o docentes cercanos) funcionan como dinamizadores lúdicos y humorísticos, en interacciones formales se omiten para preservar el protocolo. Paralelamente, el recurso actúa como una extensión de la identidad, donde el estudiante proyecta su personalidad y gesticulación en la imagen. Esta recurrencia crea un estilo comunicativo propio, donde el sticker trasciende el mensaje puntual para convertirse en un hábito que define la percepción que los demás construyen del emisor.

En cuanto a la interpretación, los resultados muestran que esta depende principalmente del contexto de la conversación, ya que el significado de un sticker varía según el

tema o la situación en la que se utilice. De igual forma, los participantes señalan que cuando un sticker se envía fuera de contexto puede generar confusión, aunque no necesariamente un malentendido, pues en algunos casos produce humor o una reacción positiva dentro del grupo.

Uno de los recursos más comunes para interpretar un sticker consiste en analizar su contenido visual o textual, es decir, observar qué acción realiza o qué palabra expresa para asignarle un significado literal. Este tipo de interpretación se asocia con una lectura denotativa del mensaje, sin tener en cuenta necesariamente la intención del emisor o el contexto en el que se produce. Sin embargo, también se evidencian problemas comunicativos cuando el receptor no logra captar la intención del emisor, lo que puede generar incomodidad o malentendidos.

Por otro lado, existen stickers cuya interpretación está ampliamente generalizada entre los estudiantes. Por ejemplo, los stickers de hámster suelen asociarse con ternura o con la expectativa frente a la reacción de los demás, mientras que otros, como el "monito de frustración" (ver figura 3), se vinculan casi automáticamente con emociones de preocupación o desespero.

Finalmente, los participantes consideran que la relación con la persona que envía el sticker influye directamente en su interpretación. Entre amigos, los chistes o las intenciones suelen entenderse con facilidad; no obstante, cuando no existe confianza, pueden generar confusiones. Además, los jóvenes reconocen que los adultos suelen tener más dificultades para comprender el significado o tono de los stickers, debido a las diferencias generacionales y a la brecha en la cultura digital.

Discusión

En el análisis de resultados se encontró que en ambos grupos observados (tanto formal como informal), los stickers tienden a usarse en determinadas situaciones de tensión expresando emociones como enojo o inconformidad. Esta tendencia se relaciona con los recursos experienciales (vivencias, personalidad) y la forma en que estos interfieren en la interpretación de los stickers. Esto, según Konrad et. al (2019) se debe a que los stickers "hacen que la otra persona recuerde cómo actuarías si estuvieras en persona, y eso es lo que realmente nos gusta de los stickers", por lo que el uso de estas herramientas está influido por la reacción personal de quienes los usan en la plataforma.

De la misma forma los resultados arrojaron un mayor uso de stickers en el grupo informal, esto lo afirma Konrad et. al (2019), "Los stickers a veces resultan ruidosos y excesivamente expresivos, algo que no haría en persona con un amigo distante" (p. 9). Si se toma la confianza como factor se evidencia que afecta la interpretación y uso de los stickers, entendiendo las diferencias entre las interacciones del grupo formal y las del informal. A su vez, Zhou et. al (2017) concluye que los stickers expresan significados más complicados, sutiles y culturalmente incrustados, a su vez, Yang et. al (2023) afirma, "aunque los gráficos son universales hasta cierto punto, también son —como tantos otros conceptos— productos específicos de una cultura" (p. 123).

Este argumento es paralelo con el análisis de los grupos, pues al preguntarles a los participantes sobre la interpretación coincidían en una definición generalizada. Se evidencia que las experiencias personales y los recursos semióticos infieren en el significado, además de la cultura que rodea al entorno digital.

Los elementos gráficos complementan e incluso sustituyen al texto. En ese contexto, nuestros hallazgos sugieren que los stickers trascienden su función inicial como indicadores de emoción o intención específica.

Observamos que los stickers se utilizan de forma recurrente en prácticamente cualquier contexto conversacional. Todo apunta a que su uso no solo está motivado por la necesidad de expresar una emoción o intención precisa, sino que se transforma en una costumbre o sello personal en la interacción digital. Esta práctica es consistente con la perspectiva de Joon Young Lee et al. (2016), en su artículo Smiley face: why we use emoticon stickers in mobile messaging dice que los usuarios expresan sus identidades a través de emoticon stickers en varios contextos sociales y sirven como una especie de símbolo social que connota contexto emocional.

En estudiantes de 18 a 23 años las interacciones no presentan picos diferenciales o conflictos que se crucen. Las expresiones ante un mismo recurso visual repunta siempre en generalidades que recaen en una experiencia sensorial guiada por las emociones del receptor.

Encontramos que, aunque los stickers sean enviados fuera de contexto, los hallazgos muestran que no generan malentendidos o discusiones. En diversas ocasiones los estudiantes interpretaron esta disrupción como un gesto humorístico que fortalece la interacción, lo que soporta la idea del uso de stickers como elemento dinamizador en la comunicación digital.

A partir del análisis realizado, se evidencia que la interpretación del sticker no depende únicamente de su contenido visual, sino de varios elementos que influyen y convergen: la experiencia previa del receptor, su relación con quien envía el sticker, el contexto, los códigos culturales. Esto confirma lo planteado por Lee (2016) y Eco (1992) sobre cómo los signos visuales adquieren significados mediante procesos subjetivos más allá de su apariencia.

En conjunto, los resultados permiten afirmar que, para los estudiantes de 18 a 23 años, los stickers constituyen un recurso semiótico que complementa el lenguaje escrito y facilita la expresión emocional. Más que obstaculizar la comunicación, funcionan como un mecanismo que suaviza mensajes, refuerza la intención del emisor y, en muchos casos, fortalece los vínculos entre los interlocutores.

Conclusión

Concluimos que esta investigación presenta la interpretación del sticker por parte de los jóvenes de 18 a 23 años de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales como un factor subjetivo, no fijo ni universal.

Sin embargo, se nota influenciado por el contexto de la interacción, el vínculo de los participantes, experiencias previas y repertorio individual.

Así, el sticker se posiciona como un recurso de uso constante que sirve para complementar y dinamizar la comunicación digital.

Adicionalmente, los recursos usados por los sujetos para interpretar los stickers se pueden clasificar en dos campos: experienciales, como vivencias anteriores, conceptos preestablecidos, emociones, personalidad, percepción de la confianza; y semióticos, como el contenido visual del sticker y los códigos culturales compartidos.

Por otro lado, el uso de determinados sticker se convierte en una marca personal, que representa al individuo y que influye en la forma de interpretar el sticker.

Encontramos como limitación de la investigación el corto tiempo para realizar la netnografía, que con un periodo temporal más amplío podría arrojar aún más información acerca de los grupos observados. La baja interacción del grupo formal también representó un obstáculo, por lo que se recomienda que, en futuras investigaciones, se escoja un grupo que realice interacciones de forma constante y abundante.

Para futuras investigaciones se propone ampliar el tiempo de recolección de información, incluir grupos con diferentes edades y observar cómo cambia la interpretación de los stickers en las diferentes generaciones.

En conjunto, este estudio aporta una profundización en la comprensión de las dinámicas comunicativas actuales y digitales, dando luz al fenómeno de la construcción de significado a una imagen recibida por

un tercero. Al analizar los procesos interpretativos de los estudiantes, el estudio muestra que los stickers no son accesorios, sino componentes significativos en la construcción del sentido dentro de las interacciones en WhatsApp. Con ello, se abre un camino investigativo sobre otros recursos multimodales emergentes y sobre cómo estos transforman las prácticas comunicativas en distintos grupos sociales.

Anexos

Codificación de la netnografía informal

SUJETO	CARACTERÍSTICAS	TIPO DE STICKERS
M1	Es el sujeto que más envía stickers. Lo hace tras un mensaje suyo como respuesta a un mensaje de sus compañeros. Hace uso de mínimo 1 en cualquier interacción, desde la confusión hasta el agradecimiento. Adapta sus stickers al contexto de la conversación.	Mayormente animales. Repetición de repertorio (los mismos 4)
M2	Es la segunda persona que más stickers envía. Siempre como complemento de un mensaje suyo. No interactúa mucho pero siempre que lo hace lo acompaña con un sicker. Sus mensajes principalmente reflejan confusión.	Predominan stickers de hámster y otros animales
M3	Usa los stickers como forma de respuesta a sus compañeros.	En su mayoría son stickers de niños o niñas con gestos de sorpresa o insulto muy marcados.
M4	No interactúa seguido en el grupo. Solo hace uso de stickers en dos ocasiones.	Expresión de dudas Animales
M5	No hace uso común de los stickers, solo recurre a ellos para expresar inconformidad, sea en forma de estrés o de insulto.	Stickers de texto
M6	Sus interacciones en el grupo son seguidas, pero solo en dos ocasiones hizo uso de stickers para responder a sus compañeros, no como complemento de sus mensajes.	Uso de sticker común del grupo Uso de sticker de persona, no tiene ninguna emoción muy marcada
M7	Solo compartió un sticker dentro de todos sus mensajes en el grupo. Se relaciona con una conversación en la que se hizo un comentario que no le agradó y expresó su sentimiento de ofensa con un sticker.	Sticker de texto
M8	Envío stickers solo en la ola que se presentó, todos de sus compañeros.	Sticker de compañeros
M9	Solo participó en una discusión donde expresó su inconformidad con un sticker.	Sticker de persona
M10	Su participación con sticker se limita a 1 ocasión, en la que expresó confusión mediante el sticker de un perro.	Sticker de animal

Nota: codificación del grupo Melcocha de la netnografía informal.

tabla 2. Codificación de la netnografía formal

SUJETO	CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTALES	TIPO DE STICKERS
A	El individuo es el que más se comunica con stickers, este lo hace para completar un mensaje, en su mayoría comunicados. Lo usa como forma de alivianar el mensaje enviado o de ser un poco más carismático. Convive con los stickers como una forma de ampliar su lenguaje, es decir, no sobrevive su mensaje sin este recurso.	Utiliza stickers con movimiento y estáticos de rostros de personas, en particular de bebés. Aunque, sus recursos varían mucho entre dibujos animados, representaciones (como un corazón de arepa), la mayoría son de bebés.
B	Se torna cariñoso, siempre quiere generar amabilidad con sus stickers.	Usualmente usa stickers de Maluma, son sus favoritos. Sin embargo, también reemplaza emocionalidades con los stickers, como dibujos animados que le representen cariño.
C	Sus respuestas están sujetas a un sticker. Sin embargo, no es posible ampliar el rango de experiencia e interacción porque el individuo participa muy poco en el grupo.	Suele usar en sus respuestas un Sticker de Dairo Moreno, en las pocas interacciones la mayoría de veces lo utiliza.
D	Sus respuestas siempre están ligadas a un sticker que expresa una situación o sentimiento, en su mayoría situación. Las que se caracterizan en sus interacciones, son momentos que traen consigo una dificultad y por ende una reacción que expresa con un sticker.	Sus stickers no tienen un común denominador, siempre varían en animales con expresiones, personajes (como Batman) o rostros. Suele usarlos más para intercambiar la emocionalidad que para enmarcar su personalidad con ellos.
E	Trató de realizar una interacción con un sticker, pero notamos que su interacción estuvo compuesta por un emoji. Fue la primera vez que trató de reemplazar el lenguaje escrito por este recurso semiótico.	El individuo no reflejó tener una base de datos con stickers o de utilizarlo para cambiar el lenguaje.

Nota: codificación del grupo Melcocha de la netnografía informal.

Figura 1

Recurso semiótico



Nota: recurso utilizado en repetidas ocasiones en el grupo informal Melcocha.

Tabla 3

Recursos semióticos grupo formal



Nota: recursos utilizados que alivianan el ambiente en el grupo formal.

Figura 3

Monito de frustración



Nota: recurso encontrado durante la entrevista

Referencias bibliográficas

- Arango Álvarez, M. (2022). Los stickers como evolución de la comunicación digital y el lenguaje móvil. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Arbaiza, L. F. (2023). Cómo elaborar una tesis de grado. Esan Ediciones Calero, M. L. (2014).
- El discurso de WhatsApp: Entre el Messenger y el SMS. Oralia, 17, 85-114.
- Cantamutto, L. M., & Vela Delfa, C. (2019). Interpretación de emojis en interacciones digitales en español. Manuscrito sin fuente identificada.
- Clavel de Kruyff, F. (1999). Una interpretación de la interpretación psicoanalítica Signos Filosóficos, 1(1).
- Cremades, R., Maqueda, E., & Onieva, J. L. (2016). Posibilidades didácticas de la escritura digital ubicua en la aplicación WhatsApp Messenger. Revista Letral, 16, 106-120.
- Eco, H. (1999). Los límites de la interpretación. Lumer S.A. ISBN 84-264-1214-9
- Gómez Camacho, A., & Gómez Del Castillo, M. T. (2015). Escritura

ortográfica y mensajes de texto en estudiantes universitarios. Perfiles Educativos.

- Gradames, H. G. (1998). Verdad y método II. Colección Hermeneia.
- Herring, S., & Dainas, A. (2017). "Nice Picture Comment!" Graphicons in Facebook comment threads. In Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 127-151). https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.264. Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- Konrad, A., Herring, S., & Choi, D. (2020). Sticker and emoji use in Facebook Messenger: Implications for graphicon change. In J. Tannen & H. E. Hamilton (Eds.), The Handbook of Discourse Analysis (pp. 217-235). John Wiley & Sons.
- Kozinets R. V. (2010) Netnography: Doing etnographic research online. SAGE.
- Lee, J. Y. (2016). Smiley face: Why we use emoticon stickers in mobile messaging. In Proceedings of the 18th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia. (pp. 145-154). https://doi.org/10.1145/2957265.2961858.
- Roncal Ocas, E. A. (2019). Usos de los stickers de WhatsApp en la comunicación de los jóvenes universitarios [Trabajo de investigación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional Universidad Señor de Sipán. https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6926/Roncal%20Ocas%2C%20Erick%20Anthony.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sampietro, A. (2023). El auge de los 'stickers' en WhatsApp y la evolución de la comunicación digital. Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación, 94, 271-285. https://dx.doi.org/10.5209/clac.83860.
- Vázquez-Cano, E., Mengual-Andrés, S., & Roig-Vila, R. (2015). Análisis lexicométrico de la especificidad de la escritura digital del adolescente en WhatsApp. Revista de Lingüística Teórica y Aplicada, 53(1), 83-105. https://doi.org/10.4067/S0718483220150001000005
- Wolton, D. (1999). Internet, ¿y después? Gedisa. ISBN: 84-7432-798-9
- Yang, D., Atkin, D. J., & Labato, L. (2023). Gleaning emotions from virtual stickers: An intercultural study. Emerging Media, 1(1), 110-130. https://doi.org/10.1177/27523543231188778
- Zhou, R., Hentschel, J., & Kumar, N. (2017). Goodbye text, hello emoji: Mobile communication on WeChat in China. Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp.748–759). https://doi.org/10.1145/3025453.3025800

RELATOS DEL TERRITORIO. DISEÑO DE UN REPORTAJE TRANSMEDIA SOBRE LA VIDA RURAL EN BOJACÁ.

Bibian Marcela Riveros Bustamante
Danna Valentina Molina Quevedo
Moisés Limia Fernández
Universidad Jorge Tadeo Lozano
moises.limiaf@utadeo.edu.co

Abstrat

Este artículo presenta el diseño de un reportaje transmedia centrado en el municipio de Bojacá (Cundinamarca), concebido como caso-arquetipo para explorar, visibilizar y reivindicar la vida rural en el contexto colombiano contemporáneo desde un enfoque de investigación+creación. Frente a representaciones mediáticas recurrentes que oscilan entre la romantización del campo y su asociación con la precariedad, el proyecto propone un macro-relato transmedia que articula piezas periodísticas, narrativas audiovisuales, relatos sonoros, fotografía documental, visualizaciones de datos y prototipos interactivos, con el fin de construir una mirada compleja sobre las transformaciones del mundo rural. Metodológicamente, el trabajo combina trabajo de campo etnográfico ligero, entrevistas en profundidad, análisis de imaginarios mediáticos previos y diseño narrativo transmedia. La discusión aborda el potencial del reportaje transmedia como dispositivo de resignificación del territorio, construcción de memoria local y mediación cultural entre lo rural y lo urbano. Se argumenta que la investigación+creación en comunicación permite producir conocimiento situado, no solo describiendo el territorio, sino co-construyendo narrativas con las comunidades que disputan los marcos hegemónicos de representación del campo colombiano.

Palabras clave

Transmedia; investigación+creación; reportaje digital; territorio; ruralidad.

Introducción: narrar el campo en la era de las plataformas

La representación del mundo rural en los medios de comunicación colombianos ha estado históricamente atravesada por regímenes de visibilidad selectivos que oscilan entre la idealización folclorizante del "campo" como reserva moral de la nación y su reducción a un espacio de carencias, atraso y conflicto. Estas narrativas, producidas mayoritariamente desde centros urbanos, tienden a homogeneizar la diversidad de experiencias rurales y a invisibilizar las transformaciones contemporáneas de los territorios campesinos, atravesados hoy por procesos de urbanización difusa, economías híbridas, migraciones pendulares, juventudes rurales hiperconectadas y nuevas formas de articulación con mercados, plataformas y circuitos culturales globales.

En la era de las plataformas digitales, estas representaciones se reconfiguran, pero no necesariamente se democratizan. Las lógicas algorítmicas de visibilidad tienden a privilegiar contenidos espectaculares, emotivos o estereotipados, reforzando marcos narrativos simplificadores sobre lo rural. En este contexto, narrar el campo se convierte en un problema no solo informativo, sino epistemológico y político: ¿quién tiene derecho a enunciar el territorio?, ¿desde qué marcos de inteligibilidad se construyen las historias sobre la vida campesina?, ¿qué experiencias quedan fuera de los circuitos dominantes de representación?

El presente trabajo propone abordar estas preguntas mediante el diseño de un reportaje transmedia

centrado en el municipio de Bojacá (Cundinamarca), concebido no como “caso excepcional”, sino como arquetipo narrativo para explorar tensiones, continuidades y transformaciones de la vida rural en Colombia. Bojacá funciona aquí como un dispositivo narrativo situado que permite articular escalas locales y problemáticas estructurales: dinámicas productivas agrícolas, transformaciones del trabajo rural, relaciones intergeneracionales, reconfiguraciones de la identidad campesina, vínculos con lo urbano y tensiones entre tradición, modernización y plataformas digitales.

Desde el campo de la comunicación, el proyecto se inscribe en la tradición de la investigación+creación, entendida como un enfoque que articula producción de conocimiento y producción narrativa, reconociendo que los relatos no son meros vehículos de divulgación, sino dispositivos epistemológicos que configuran modos de comprender el territorio. El reportaje transmedia se plantea así no solo como formato de difusión, sino como metodología de investigación situada, capaz de producir conocimiento sensible, relacional y multiformato sobre la vida rural contemporánea.

Metodología:

Investigación+creación y diseño transmedia

La investigación adopta un enfoque de investigación+creación que articula de manera integrada el trabajo empírico en territorio, el análisis crítico de representaciones mediáticas y el diseño narrativo transmedia como dimensiones inseparables de un mismo proceso de producción de conocimiento. Este enfoque parte de la premisa de que el conocimiento en comunicación no se produce exclusivamente mediante la abstracción teórica o el análisis discursivo, sino también a través de la experimentación narrativa, la producción de prototipos comunicativos y la interacción situada con comunidades locales. En este sentido, el reportaje transmedia no se concibe únicamente como producto final de divulgación, sino como dispositivo metodológico que estructura el proceso investigativo y orienta la construcción de preguntas, categorías analíticas y decisiones narrativas a lo largo del proyecto.

Desde esta perspectiva, la investigación+creación permite abordar el territorio no solo como objeto de estudio, sino como espacio relacional de producción de sentido, en el que los relatos se co-construyen en diálogo con los actores locales. La dimensión creativa no opera aquí como un añadido estético, sino como una forma de indagación epistemológica, en la medida en que los formatos, plataformas y dispositivos narrativos influyen en la manera en que el territorio es observado, interpretado y representado. El diseño transmedia funciona así como una metodología de exploración narrativa del territorio, capaz de producir conocimiento sensible, situado y multiformato sobre la vida rural en Bojacá.

Trabajo de campo y producción de insumos narrativos

Se plantea un trabajo de campo de carácter cualitativo, exploratorio y situado en el municipio de Bojacá, orientado a la producción de insumos narrativos que alimentan el macro-relato transmedia. Este trabajo incluye:Entrevistas en profundidad a habitantes del territorio (campesinos, jóvenes rurales, actores comunitarios, emprendedores locales), concebidas no solo como técnicas de recolección de información, sino como espacios de enunciación en los que los

- Participantes construyen activamente sus propios relatos sobre el territorio, la memoria local, el trabajo rural y las transformaciones recientes de la vida campesina.
- Observación situada de prácticas cotidianas vinculadas al trabajo agrícola, la vida comunitaria, las festividades locales y las relaciones con lo urbano, con el fin de captar dimensiones no siempre verbalizables de la experiencia territorial (ritmos de trabajo, espacialidades, corporalidades, temporalidades).
- Registro audiovisual y sonoro orientado a la construcción de un archivo narrativo del territorio, que permita documentar paisajes, prácticas productivas, entornos sonoros, escenas de vida cotidiana y micro-acontecimientos que configuran la materialidad sensible de la ruralidad contemporánea.

Este trabajo de campo no se concibe como extracción de “datos” para su posterior procesamiento académico, sino como un proceso relacional de co-construcción de relatos con las comunidades, en el que se reconoce la agencia narrativa de los actores locales. La investigación asume, por tanto, una ética de la representación orientada a evitar la apropiación simbólica del territorio y a promover formas de narración colaborativa, en las que las voces rurales no sean meros insumos, sino componentes activos del macro-relato transmedia.

Análisis de imaginarios mediáticos y referentes narrativos

En paralelo al trabajo de campo, se realiza un análisis de representaciones mediáticas previas sobre el mundo rural colombiano en medios tradicionales (prensa, televisión), plataformas digitales (redes sociales, portales informativos) y proyectos de narrativas transmedia existentes. Este análisis se orienta a identificar marcos dominantes de representación —como la romantización del campo, su asociación con la precariedad o su exotización cultural— y a detectar vacíos narrativos que el proyecto busca problematizar y complejizar.

Asimismo, se revisan referentes de periodismo transmedia, documental interactivo y narrativas territoriales que informan el diseño del ecosistema narrativo. Este ejercicio de benchmarking narrativo permite extraer principios de diseño, estrategias de articulación multiformato y modelos de relación con audiencias que nutren la propuesta metodológica. El análisis de imaginarios no se limita a una crítica de contenidos, sino que funciona como insumo creativo para la construcción de un relato alternativo que dispute los marcos hegemónicos de representación de la ruralidad.

Diseño del ecosistema transmedia

El diseño del reportaje transmedia se concibe como un macro-relato articulado en múltiples plataformas y formatos, entre los que se incluyen:

1. Piezas periodísticas de largo aliento, orientadas a contextualizar problemáticas estructurales del territorio.
2. Cápsulas audiovisuales documentales, centradas en microhistorias de vida y escenas cotidianas.
3. Relatos sonoros y paisajes sonoros, que permiten captar la dimensión acústica del territorio como componente de la experiencia rural.
4. Fotografía documental interactiva, concebida como dispositivo de inmersión visual en los espacios y prácticas del campo.
5. Líneas de tiempo y visualizaciones de datos, orientadas a representar transformaciones históricas, dinámicas productivas o flujos territoriales.
6. Perfiles de personajes y microhistorias, que articulan trayectorias individuales con procesos colectivos.

La lógica transmedia no busca la mera multiplicación de contenidos, sino la expansión narrativa del territorio a través de puntos de entrada

complementarios que permitan a las audiencias construir una comprensión situada, compleja y relacional de la vida rural en Bojacá. El ecosistema se diseña con criterios de accesibilidad, apropiación comunitaria y potencial de circulación en entornos educativos y culturales, de modo que el proyecto pueda funcionar tanto como pieza periodística de largo aliento como recurso pedagógico y dispositivo de mediación cultural entre lo rural y lo urbano.

3. DISCUSIÓN:

TRANSMEDIA, TERRITORIO Y POLÍTICA DE LA REPRESENTACIÓN

3.1. El reportaje transmedia como dispositivo de resignificación del territorio

El reportaje transmedia propuesto no se limita a expandir un mismo contenido en múltiples plataformas, sino que opera como un dispositivo de resignificación del territorio, en la medida en que reconfigura los marcos desde los cuales el campo es visto, narrado e interpretado en el espacio público mediático. En el contexto de la comunicación digital, el territorio deja de ser un "objeto" pasivo de representación para convertirse en un espacio narrativo expandido, atravesado por múltiples voces, temporalidades y escalas de experiencia. Esta reconfiguración cuestiona las representaciones hegemónicas del mundo rural que lo fijan en imágenes estáticas de tradición, atraso o exotismo, y habilita la emergencia de relatos situados, polifónicos y procesuales que muestran la heterogeneidad de prácticas, conflictos y aspiraciones que configuran la vida campesina contemporánea.

Desde esta perspectiva, el transmedia no es solo un formato expresivo, sino una epistemología narrativa: una forma de producir conocimiento que reconoce la fragmentación, la polifonía y la no-linealidad como condiciones constitutivas de la experiencia territorial en sociedades mediadas por plataformas. La expansión narrativa en múltiples plataformas permite articular dimensiones que rara vez coexisten en los relatos mediáticos convencionales: el trabajo agrícola cotidiano, las trayectorias de vida de jóvenes rurales, las memorias locales, los conflictos por el uso del suelo, las tensiones entre tradición y modernización, así como las nuevas mediaciones tecnológicas que atraviesan el campo colombiano. El reportaje transmedia se configura así como una cartografía narrativa abierta, que no busca totalizar el territorio ni clausurar su sentido, sino abrirlo a múltiples modos de lectura, apropiación e interpretación por parte de diversas comunidades de sentido.

3.2. Investigación+creación y producción de conocimiento situado

El enfoque de investigación+creación permite problematizar la clásica división entre producción académica y producción narrativa, al reconocer que el conocimiento en comunicación se produce también en el acto de narrar, seleccionar formatos, diseñar dispositivos de mediación y establecer relaciones con los sujetos del territorio. En el proyecto, el conocimiento no se limita a describir el territorio desde una distancia analítica, sino que se produce performativamente en la construcción del macro-relato transmedia, en diálogo con las comunidades que lo habitan. Esta perspectiva se alinea con tradiciones críticas de la comunicación latinoamericana que han reivindicado la centralidad de los saberes situados, la mediación cultural y la producción de sentido desde los márgenes y los territorios históricamente subrepresentados.

La investigación+creación introduce, además, una dimensión ética y política en la producción de relatos territoriales. Narrar el campo implica tomar posición frente a los regímenes de visibilidad que históricamente han subordinado las voces rurales a narrativas urbanocéntricas, tecnocráticas o folclorizantes. El reportaje

transmedia, al incorporar testimonios, archivos locales y prácticas de co-creación narrativa, busca desplazar la figura del periodista como "voz autorizada" para abrir espacios de co-enunciación, en los que las comunidades no solo son fuentes, sino sujetos narrativos y coproductores de sentido. Esta lógica tensiona los modelos tradicionales de representación mediática y plantea preguntas críticas sobre la autoría, la apropiación simbólica del territorio y la responsabilidad en la construcción de memoria local y archivo cultural.

3.3. Transmedia y pedagogía de la mirada: construir otras formas de ver el campo

El ecosistema transmedia se concibe también como una pedagogía de la mirada, en tanto propone modos alternativos de aproximarse al territorio en un entorno mediático caracterizado por la velocidad, la espectacularización y la simplificación narrativa. Frente a la saturación de imágenes rápidas y relatos estandarizados, el reportaje transmedia introduce ritmos narrativos diferenciales que invitan a la contemplación, la escucha atenta y la inmersión progresiva en la experiencia del territorio. La fragmentación del relato en múltiples piezas no implica superficialidad, sino la posibilidad de profundizar por capas: cada formato aporta una dimensión específica de la vida rural, desde la materialidad del trabajo agrícola hasta las trayectorias afectivas, los vínculos comunitarios y las memorias intergeneracionales de los habitantes.

Esta pedagogía de la mirada resulta especialmente relevante en contextos educativos y formativos, donde el proyecto puede funcionar como recurso didáctico transmedia para problematizar imaginarios sobre el campo colombiano en audiencias predominantemente urbanas. Al ofrecer múltiples puntos de entrada al territorio, el transmedia facilita procesos de empatía cognitiva y cultural que complejizan la comprensión del mundo rural más allá de estereotipos dicotómicos. En este sentido, el reportaje transmedia no solo informa, sino que forma sensibilidades, contribuyendo a la construcción de una ciudadanía mediática más crítica y más atenta a las desigualdades territoriales y a la diversidad de experiencias rurales.

Tensiones campo–ciudad y reconfiguración de la ruralidad contemporánea

El caso de Bojacá, abordado como arquetipo narrativo, permite observar las tensiones estructurales entre campo y ciudad que atraviesan la ruralidad contemporánea en Colombia, en un contexto de urbanización difusa, integración de mercados y expansión de infraestructuras digitales. Estas tensiones no se reducen a una oposición binaria entre lo "rural" y lo "urbano", sino que se expresan en dinámicas de interdependencia: flujos de trabajo, circuitos de comercialización, migraciones pendulares, apropiaciones culturales, consumos mediáticos compartidos y mediaciones tecnológicas que conectan lo rural con lo urbano. El reportaje transmedia hace visible esta hibridación territorial, mostrando cómo la vida campesina se reconfigura en diálogo —y a veces en conflicto— con lógicas urbanas, extractivas y de plataforma.

Al narrar estas tensiones desde un enfoque transmedia, el proyecto evita tanto la romantización del campo como su patologización mediática. En lugar de presentar el territorio como "atrasado", "residual" o "en riesgo", se propone una lectura que reconoce la agencia de los actores rurales en la construcción de estrategias de adaptación, negociación, resistencia e innovación cultural. La ruralidad emerge así como un espacio de producción cultural activa, de experimentación de formas de vida híbridas y de reconfiguración identitaria, y no como un simple residuo del pasado destinado a desaparecer en el imaginario de la modernización.

RESULTADOS Y APORTES DEL PROYECTO

El diseño del reportaje transmedia sobre Bojacá permite identificar una serie de aportes relevantes en tres niveles complementarios que trascienden el caso particular y ofrecen insumos para el campo de la comunicación digital, el periodismo transmedia y los estudios territoriales.

Aportes metodológicos

En primer lugar, el proyecto contribuye a la validación del reportaje transmedia como metodología de investigación+creación para el estudio de territorios rurales. Más allá de su función expresiva, el transmedia se consolida aquí como un dispositivo metodológico capaz de articular producción de conocimiento empírico, diseño narrativo y experimentación comunicativa en un mismo proceso. Esta integración permite superar la dicotomía entre investigación "analítica" y producción "creativa", proponiendo un modelo de indagación situado que reconoce el valor epistémico de los formatos narrativos.

En segundo lugar, la articulación del trabajo de campo cualitativo con el diseño narrativo multiformato muestra la viabilidad de integrar técnicas clásicas de investigación social (entrevistas, observación situada, registro etnográfico ligero) con procesos de prototipado transmedia. Esta hibridación metodológica permite que los insumos empíricos no queden confinados al texto académico, sino que se traduzcan en dispositivos narrativos accesibles, potenciando la transferencia social del conocimiento hacia públicos no especializados.

Finalmente, el proyecto propone un modelo replicable para iniciativas de comunicación territorial en otros contextos rurales, adaptable a distintas escalas y realidades locales. Si bien el diseño es situado, la lógica metodológica —investigación+creación, co-construcción narrativa, diseño transmedia— puede funcionar como plantilla conceptual para proyectos de periodismo expandido, comunicación para el desarrollo o narrativas comunitarias en territorios con problemáticas similares.

Aportes narrativos y comunicativos

En el plano narrativo, el proyecto aporta la construcción de un macro-relato transmedia que amplía los marcos de representación del campo colombiano, desplazando narrativas simplificadoras hacia relatos más complejos, procesuales y relacionales. La expansión narrativa en múltiples plataformas permite articular escalas micro (historias de vida, prácticas cotidianas) con escalas macro (transformaciones estructurales del territorio), produciendo una cartografía narrativa que complejiza la comprensión de la ruralidad contemporánea.

Asimismo, la generación de un ecosistema narrativo híbrido que integra formatos periodísticos, documentales y pedagógicos evidencia el potencial del transmedia como estrategia de mediación cultural entre lo rural y lo urbano. El proyecto no solo busca informar, sino activar procesos de apropiación simbólica del territorio por parte de diversas audiencias, contribuyendo a la circulación de relatos alternativos en entornos educativos, culturales y mediáticos.

Finalmente, la producción de relatos situados permite disputar imaginarios hegemónicos sobre la ruralidad, visibilizando experiencias que suelen quedar fuera del encuadre mediático dominante. Al incorporar voces locales y microhistorias, el reportaje transmedia contribuye a descentrar la mirada urbanocéntrica y a reconocer la diversidad de trayectorias, saberes y formas de vida que configuran el mundo rural en Colombia.

Finalmente, el proyecto abre un espacio de reflexión crítica sobre la relación entre comunicación digital, territorio y desigualdad, al mostrar cómo las mediaciones tecnológicas

influyen en los modos en que los territorios son narrados, percibidos y valorados socialmente. En este sentido, el reportaje transmedia no solo produce conocimiento sobre Bojacá, sino que funciona como laboratorio narrativo para pensar el papel de las narrativas digitales en la construcción de imaginarios territoriales más justos e inclusivos.

Referencias bibliográficas

• Couldry, N. (2012). Media, society, world: Social theory and digital media practice. Polity Press.

• Couldry, N., & Hepp, A. (2017). The mediated construction of reality. Polity Press. Jenkins, H. (2006).

• Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press. Martín-Barbero, J. (2003).

• De los medios a las mediaciones. Convenio Andrés Bello. Rosa, H. (2013).

• Social acceleration: A new theory of modernity. Columbia University Press. Scolari, C. A. (2013).

• Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto.

SERIADO DE PODCAST SOBRE LA EXPERIENCIA LABORAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER ENTRE 2011 A 2024 A PARTIR DE SUS EXPERIENCIAS EN LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN, LENGUAJE, DISCURSO Y PODER

Danna Sharey Caicedo Laguado
Kevin Camilo Torres Aponte
Directora
Tatiana Torcoroma Bayona
Comunicadora Social
Universidad Francisco de Paula Santander
Facultad de Educación, artes y humanidades
Plan de estudios de comunicación social
San José de Cúcuta
2026

Abstrat

En este proyecto se busca escuchar y analizar las experiencias laborales de los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS), basándose en dos líneas como lo son la comunicación organizacional y comunicación, lenguaje, discurso y poder. Desde un enfoque cualitativo y exploratorio-descriptivo, se recopilan los relatos mediante entrevistas que permiten comprender los procesos de inserción laboral, los desafíos profesionales y la relación que hay entre la formación universitaria y el entorno profesional.

Como producto final, se desarrolla un seriado de podcast que visibiliza las trayectorias de los egresados y funciona como una herramienta de comunicación, pedagógica y documental, aportando a la reflexión sobre la empleabilidad, la identidad profesional del comunicador social y las transformaciones del campo de la comunicación en el contexto regional.

Palabras claves

Comunicación social, egresados, podcast, comunicación organizacional, empleabilidad.

Introducción

Las transformaciones actuales en los entornos institucionales y sociocomunicativos han ampliado los espacios de acción del comunicador social, especialmente en los campos organizacional y discursivo. Mientras en la comunicación organizacional predominan funciones asociadas a la gestión de información, el relacionamiento institucional y la producción de contenidos corporativos, en la línea de Comunicación, Lenguaje, Discurso y Poder cobran relevancia los procesos de análisis, mediación y construcción de mensajes estratégicos. En este contexto, se vuelve necesario documentar las experiencias laborales de los egresados de la UFPS que hoy se desempeñan en estas áreas. Este proyecto propone recopilar las mediante entrevistas narrativas difundidas en formato podcast, con el propósito de registrar sus vivencias, comprender los desafíos enfrentados y conocer el papel que desempeñan en sus distintos contextos profesionales.

Metodología

El documento se desarrolla desde un enfoque cualitativo, con un diseño exploratorio-descriptivo y un método narrativo-interpretativo. Para la recolección de información se realiza mediante entrevistas semiestructuradas, dirigidas para los egresados del programa de Comunicación Social de la UFPS entre 2011 y 2024. La muestra se seleccionó mediante un mapeo, con pautas previamente definidas. Como resultado del proceso

se desarrolla un seriado de podcast, entendido como un producto que permite documentar, analizar y difundir las experiencias laborales de los participantes.

El enfoque cualitativo permitirá conocer las experiencias, opiniones y vivencias de los egresados a partir de sus propias historias. El estudio se centrará en cómo ellos cuentan y entienden su paso de la universidad al mundo laboral. Además, el diseño exploratorio-descriptivo ayudará a acercarse a una realidad poco estudiada: cómo viven los comunicadores sociales su transición de la formación académica al ejercicio profesional.

Se realizarán entrevistas semiestructuradas, que permitirán a los egresados contar libremente sus experiencias laborales. El objetivo es conocer cómo vivieron su paso de la universidad al mundo del trabajo y qué aprendizajes han obtenido en su ejercicio profesional.

La muestra estará conformada por doce egresados del programa de Comunicación Social de la UFPS (2011–2024), vinculados al área de la comunicación y pertenecientes a las líneas de comunicación organizacional y comunicación, lenguaje, discurso y poder. La selección se hará a partir de bases de datos del programa y del Observatorio Laboral de Egresados.

El podcast se organizará en tres momentos: El salto al mundo real, centrado en la transición de la universidad al campo laboral; Lecciones de campo, donde se abordan los retos y aprendizajes del ejercicio profesional; y Hoy, desde la experiencia, dedicado a reflexionar sobre el presente laboral y a compartir consejos para futuros comunicadores.

Discusión y Resultados

El presente capítulo reúne los resultados del proceso investigativo y los articula de manera directa con la discusión teórica que orientó el proyecto. Más que una exposición descriptiva de hallazgos, se propone un diálogo entre los datos obtenidos en el trabajo de campo, las voces de los egresados y los referentes conceptuales que permiten comprender el quehacer profesional en la comunicación organizacional.

Desde esta perspectiva, los resultados se asumen como construcciones interpretativas que posibilitan reflexionar sobre la configuración del perfil profesional de los comunicadores sociales egresados de la Universidad Francisco de Paula Santander entre 2011 y 2024. Así, la caracterización de las trayectorias laborales, la construcción narrativa del seriado sonoro y su proyección comunicativa se integran en una lectura analítica que vincula experiencia, voz y teoría para dar cuenta de la complejidad del ejercicio profesional contemporáneo.

Capítulos De Resultados

Capítulo 1

Trazos del quehacer profesional; la construcción contextual del perfil profesional

Los resultados de la caracterización de los egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander permiten comprender que el perfil profesional en la línea de comunicación organizacional se ha configurado de manera dinámica en diálogo constante con los contextos institucionales y sociales en los que se desarrolla el ejercicio laboral. El mapeo de actores evidenció una diversidad de escenarios como entidades públicas, organizaciones sociales, empresas privadas y organismos internacionales en los que los comunicadores desempeñan funciones que van más allá de la gestión informativa y se orientan a la interpretación de contextos, la mediación y la producción de sentido.

Las experiencias relatadas por Andrés González, Camila Bayona, Julieth Pita y Yurgen Carrascal se articulan con lo planteado por Barrero y Palacios (2015), al evidenciar que la

comunicación se construye en la interacción entre sujetos, instituciones y sociedad.

En sus testimonios, la comunicación organizacional aparece asociada a la necesidad de generar claridad, coherencia y confianza dentro de las organizaciones, lo que coincide con AFACOM (2020) al destacar el carácter estratégico del comunicador y su rol como articulador de procesos internos. Estos hallazgos permiten afirmar que el ejercicio profesional no se limita a la ejecución de tareas técnicas, sino que implica una comprensión sensible de las dinámicas institucionales.

La adaptabilidad se consolida como una competencia transversal en las trayectorias analizadas. La experiencia de Camila Bayona da cuenta de la necesidad de aprender de manera constante y responder a entornos cambiantes, lo que dialoga con Acosta Escalante (2022), quien señala la flexibilidad como un rasgo clave del comunicador contemporáneo. Por su parte, la trayectoria de Yurgen Carrascal amplía la discusión al vincular la comunicación organizacional con procesos de cooperación internacional y trabajo con comunidades, en coherencia con Gumucio Dagron (2004), quien concibe la comunicación como una herramienta para el desarrollo y la transformación social. En conjunto, estos resultados permiten comprender el perfil del comunicador como un mediador estratégico, situado y relacional.

Capítulo 2

Entre La Voz, La Trayectoria Y La Experiencia: La Construcción Sonora Del Perfil

El segundo resultado del proyecto se concretó en la creación del podcast como un recurso narrativo para profundizar en la dimensión experiencial del ejercicio profesional de los egresados. La voz permitió recuperar trayectorias, emociones y aprendizajes que ampliaron la comprensión del perfil profesional más allá de la descripción de funciones, incorporando la manera en que estas experiencias han sido vividas y resignificadas.

Desde la perspectiva de Izuzquiza (2019), el sonido construye atmósferas y activa la memoria, lo que se evidenció en los relatos de Andrés González, Julieth Pita, Camila Bayona y Yurgen Carrascal. Para organizar estas experiencias, el seriado se estructuró en tres momentos narrativos. El salto al mundo real abordó la transición del ámbito académico al laboral, evidenciando tensiones, responsabilidades y aprendizajes iniciales. Lecciones de campo permitió identificar competencias desarrolladas en la práctica cotidiana, como la escucha, la flexibilidad, la claridad comunicativa y la sensibilidad ética. Hoy, desde la experiencia ofreció una lectura reflexiva del presente profesional, donde la experiencia acumulada permite una comprensión más crítica y situada del rol del comunicador organizacional.

Esta estructura narrativa facilitó una lectura temporal del perfil profesional y dialogó con lo planteado por Guzmán (2012), al mostrar la comunicación organizacional como una práctica integradora atravesada por dimensiones humanas, técnicas y discursivas. En conjunto, la narrativa sonora reafirmó la comunicación como una práctica social que se aprende y se transforma en contextos reales, fortaleciendo el valor del podcast como dispositivo de investigación y construcción de sentido.

Capítulo 3

Donde la voz se expande: Postproducción y proyección del seriado sonoro

El tercer resultado del proyecto se orienta a la proyección del podcast como un producto comunicativo de circulación pública. Aunque esta fase aún no se ha ejecutado, su planificación permite comprender que la postproducción y la difusión se conciben como procesos que trascienden lo técnico y se articulan con la construcción de sentido. La edición sonora se entiende como un acto narrativo que cuida la naturalidad de las voces y la coherencia del relato, en concordancia con lo planteado por Barrios-Rubio y Reyes Espitia (2021).

En cuanto a su difusión, se proyecta alojar el seriado en plataformas de acceso abierto como Spotify, YouTube, Deezer y SoundCloud, con el propósito de facilitar su consulta por parte de estudiantes, docentes, egresados y público interesado. De manera complementaria, se contempla su circulación a través de los canales de comunicación institucional de la Universidad Francisco de Paula Santander, así como su socialización en espacios académicos como las Jornadas de Comunicación Social y encuentros formativos, lo que permitirá ampliar el diálogo entre egresados y estudiantes.

Esta estrategia de circulación dialoga con lo planteado por Jenkins (2009), al reconocer que los contenidos adquieren significado en la medida en que circulan y son apropiados por las audiencias. De este modo, la proyección del podcast consolida el proyecto como un ejercicio que integra investigación, narrativa y memoria profesional, permitiendo que las experiencias compartidas trasciendan el ámbito académico y se conviertan en insumos de reflexión colectiva.

Referencias bibliográficas

• Acosta Escalante, A. (2022). Las competencias de los comunicadores organizacionales en la actualidad: Un análisis sobre la formación de comunicadores organizacionales en Colombia. Pontificia Universidad Javeriana. https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/99d6c8f6-383a-4ff8-88eb-1ecfa0201086/content

• AFACOM. (2017). Tendencias de las facultades de comunicación en Colombia. Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación.

• AFACOM. (2020). Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo: Informe ejecutivo de la investigación. Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación. https://afacom.org/wp-content/uploads/2023/11/Profesiones_de_la_comunicacion_y_transfo.pdf

• Barrero, A. E., & Palacios, J. A. (2015). Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador en las organizaciones. Poliantea, 11(20), 197–221. https://revistas.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/659/551

• Barrios Rubio A. y Reyes Espitia J. F. (2023). El pódcast como estrategia de creación y distribución de contenidos sonoros dentro del entorno digital de la radio en Colombia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29(1), 15-25 https://doi.org/10.5209/esmp.84639

• Gumucio Dagron, A. (2004). El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social. Investigación & Desarrollo, 12(1), 2–23. https://www.redalyc.org/pdf/268/26800101.pdf

• Guzmán Paz, V. (2012). Comunicación organizacional (1.ª ed.). Red Tercer Milenio S.C. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizacional-libre.pdf

• Izuzquiza, F. (2019). El gran cuaderno del podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast. https://dokumen.pub/el-gran-cuaderno-de-podcasting-como-crear-difundir-y-monetizar-tu-podcast-9788417248420.html

• Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (White Paper). https://direct.mit.edu/books/oa-monograph/3204/Confronting-the-Challenges-of-Participatory

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y USO ESTRATÉGICO DE LAS TIC EN LAS COMUNICACIONES CORPORATIVAS DE AGENCIAS DE VIAJE EN LAS PROVINCIAS CENTRO Y SUGAMUXI

Ángel Emiro Pérez Moreno
Universidad de Boyacá
aepaez@uniboyaca.edu.co
Lizeth Rocío Rojas Rojas
Universidad de Boyacá
lizrojas@uniboyaca.edu.co

Resumen

Este capítulo analiza el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las comunicaciones corporativas de las agencias de viaje ubicadas en las provincias Centro y Sugamuxi, Boyacá. A partir de un enfoque mixto que combinó la aplicación de encuestas a 26 agencias y la realización de cuatro entrevistas semiestructuradas, se examinan la infraestructura tecnológica, la presencia digital, el uso de redes sociales, el comercio electrónico, la gestión de clientes y la incorporación incipiente de inteligencia artificial. Los resultados evidencian una apropiación tecnológica predominante de carácter instrumental, centrada en redes sociales y mensajería instantánea, con baja integración estratégica en los procesos de planeación y análisis de datos. Aunque las agencias reconocen la importancia de la digitalización para su competitividad y sostenibilidad, persisten brechas en formación, sistematización y uso avanzado de herramientas digitales, lo que plantea desafíos para avanzar hacia una madurez digital más estructural en el sector turístico regional.

Abstract

This chapter analyzes the use of Information and Communication Technologies (ICT) in the corporate communication processes of travel agencies located in the Centro and Sugamuxi provinces, Boyacá. Based on a mixed-method approach that combined surveys applied to 26 agencies and four semi-structured interviews, the study examines technological

infrastructure, digital presence, social media use, e-commerce practices, customer management, and the emerging incorporation of artificial intelligence. Findings reveal a predominantly instrumental use of digital tools, mainly focused on social media and instant messaging, with limited strategic integration into planning and data analysis processes. Although agencies recognize the importance of digitalization for competitiveness and sustainability, gaps remain in training, systematization, and advanced technological use, posing challenges for achieving a more structured level of digital maturity within the regional tourism sector.

Introducción

El turismo se ha consolidado en las últimas décadas como una de las actividades económicas más dinámicas y de mayor impacto en la generación de empleo, la movilidad social y la valorización cultural de los territorios. En el caso colombiano, el sector turístico se ha posicionado como una de las apuestas estratégicas del Gobierno Nacional para alcanzar un desarrollo económico sostenible y descentralizado, al reconocer la diversidad natural, patrimonial y cultural del país como un activo competitivo de proyección internacional. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2022), el turismo representa la tercera fuente de exportaciones a nivel global y constituye un eje fundamental para la recuperación económica de América Latina y el Caribe en el contexto pospandemia. En este marco, departamentos como Boyacá se perfilan como escenarios privilegiados para el fortalecimiento del turismo sostenible, gracias a su riqueza ambiental, su legado histórico y la autenticidad de sus manifestaciones culturales.

No obstante, el potencial turístico de Boyacá contrasta con una realidad caracterizada por debilidades estructurales en materia de infraestructura, conectividad, innovación tecnológica y promoción de destinos. Las investigaciones realizadas por Rodríguez y Granados (2017) y Arévalo y Álvarez (2019) evidencian que las empresas del sector, en su mayoría micro y pequeñas, operan bajo esquemas empíricos de gestión empresarial, con bajos niveles de apropiación tecnológica y escasa articulación entre actores públicos y privados. Esta situación limita la visibilidad del departamento como destino turístico competitivo y restringe las posibilidades de crecimiento de las agencias de viaje, actores esenciales en la intermediación de la oferta turística regional.

En el panorama actual, marcado por la expansión de los entornos digitales y la transformación de los hábitos de consumo, la comunicación digital se convierte en un elemento clave para la gestión y sostenibilidad de las organizaciones turísticas. La digitalización redefine las dinámicas de interacción entre empresas y usuarios, al permitir que los públicos planifiquen sus viajes, reserven servicios y compartan experiencias a través de plataformas virtuales. Por tanto, la capacidad de las agencias de viaje para adaptarse a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) determina, en buena medida, su competitividad y permanencia en el mercado. Sin embargo, diversos estudios señalan que en Boyacá el uso de medios digitales sigue siendo limitado y que persiste una brecha en la formación y la adopción de herramientas tecnológicas (Cabra et al., 2021; López y Malpica, 2021).

La pandemia del Covid-19 profundizó estas brechas, pero también impulsó procesos de reconversión digital en múltiples sectores económicos. Según la OCDE (2020) y la CEPAL (2020), las micro, pequeñas y medianas empresas fueron las más afectadas por las restricciones de movilidad, aunque muchas de ellas lograron subsistir gracias a la adopción de canales digitales de comunicación y venta. En Colombia, informes de Confecámaras (2021) muestran que el 63% de los empresarios incrementó el uso de redes sociales, plataformas de comercio electrónico y marketplaces durante la crisis, lo que evidencia la importancia de las TIC como recurso de resiliencia empresarial. En este sentido, el Plan Sectorial de Turismo 2018–2022 y el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026 reconocen explícitamente la transformación digital como eje transversal para la competitividad y la sostenibilidad del turismo nacional.

En Boyacá, las políticas departamentales, como el Plan de Desarrollo 2020–2023 y el Plan Estratégico Departamental en Ciencia, Tecnología e Innovación (PEDCTI, 2022), insisten en la urgencia de fortalecer la infraestructura tecnológica y la formación de capacidades digitales en las empresas del sector turístico, para el caso de la presente investigación en las provincias Centro y Sugamuxi. Estas orientaciones coinciden con la necesidad de promover una comunicación digital estratégica que no solo visibilice los atractivos del territorio, sino que potencie la gestión empresarial de las agencias de viaje mediante procesos más eficientes, sostenibles y conectados con los públicos. Así, la comunicación digital se configura no solo como una herramienta instrumental de mercadeo, sino como un componente estructural de la gobernanza turística y del desarrollo territorial.

La investigación tuvo como objetivo general analizar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las comunicaciones corporativas de las agencias de viaje ubicadas en las provincias Centro y Sugamuxi, identificando su nivel de apropiación tecnológica, las prácticas digitales implementadas y su incidencia en la gestión empresarial.

De manera específica, el estudio se propuso: caracterizar la infraestructura tecnológica y los niveles de conectividad de las agencias; exa-

minar su presencia y actividad en plataformas digitales; identificar el uso de herramientas de comercio electrónico y sistemas de gestión de clientes; analizar los procesos de formación en competencias digitales; y explorar la incorporación de tecnologías emergentes en la dinámica organizacional.

La pertinencia de esta investigación radicó en que se encuentra en coherencia con los lineamientos de la política pública nacional, regional y local en materia de turismo y TIC. Además, responde a la necesidad de construir conocimiento aplicado que oriente la toma de decisiones de las instituciones y empresas del sector. Desde un enfoque mixto, que combinó métodos cuantitativos y cualitativos como encuestas y entrevistas semiestructuradas, este estudio no solo permitió caracterizar las prácticas comunicativas y tecnológicas de las agencias de viaje, sino también comprender las dinámicas socioculturales que condicionan su adopción digital.

En términos académicos y prácticos, la investigación aportó a la reflexión sobre la relación entre comunicación, desarrollo y sostenibilidad en el contexto turístico. Promovió, además, una mirada interdisciplinaria que integró la gestión empresarial, la tecnología y las ciencias sociales para fortalecer la competitividad territorial. En consecuencia, este estudio se inscribe en la apuesta por un turismo inteligente, inclusivo y sostenible, donde la comunicación digital sea el puente que conecte a las empresas con los ciudadanos, a los destinos con sus audiencias, y al desarrollo económico con el bienestar social de las comunidades boyacenses.

Este capítulo presenta los resultados derivados de dicho proceso investigativo, organizados bajo una estructura que expone, en primer lugar, el enfoque metodológico, posteriormente la discusión conceptual que enmarca los hallazgos y, finalmente, los resultados obtenidos en relación con la apropiación y uso estratégico de las TIC en la comunicación corporativa del sector.

Metodología

La investigación se desarrolló durante el año 2025 bajo un enfoque mixto con predominio cualitativo, orientado a analizar la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de gestión empresarial y comunicación corporativa de las agencias de viaje ubicadas en las provincias Centro y Sugamuxi, departamento de Boyacá. Este enfoque permitió articular datos cuantitativos derivados de encuestas estructuradas con información cualitativa obtenida mediante entrevistas semiestructuradas, favoreciendo una comprensión integral del fenómeno estudiado.

El proceso metodológico inició con la identificación del universo de estudio. Para ello, se estableció comunicación formal con las Cámaras de Comercio de Tunja y Sogamoso, entidades responsables del registro mercantil de las agencias de viaje en las provincias analizadas. A partir de las bases de datos suministradas, se consolidó un listado de 139 agencias formalmente registradas, cifra que constituyó el universo de referencia para el estudio. La encuesta fue remitida a la totalidad de estas organizaciones, con el propósito de realizar un ejercicio de cobertura amplia. Sin embargo, no todas respondieron la solicitud.

La muestra efectiva estuvo conformada por 26 agencias que diligenciaron el instrumento en su totalidad, lo que representa una tasa de respuesta aproximada del 18,7 % respecto al universo identificado. Aunque la participación no alcanzó un carácter censal, los datos obtenidos permiten una caracterización significativa del comportamiento tecnológico del sector formalmente registrado en ambas provincias.

El instrumento de encuesta recopiló información sobre infraestructura tecnológica, conectividad, dispositivos utilizados, presencia digital, frecuencia de actualización de contenidos, uso de comercio electrónico, implementación de sistemas de gestión de clientes, percepción de beneficios derivados del uso de TIC, formación en competencias digitales y adopción de herramientas emergentes como la inteligencia artificial. Las preguntas incluyeron ítems cerrados para análisis descriptivo y preguntas abiertas que permitieron profundizar en experiencias, barreras y percepciones organizacionales.

Para el análisis de las respuestas abiertas se empleó el software Atlas. ti, herramienta que facilitó la organización, codificación y categorización de los discursos asociados al uso de las TIC. Este procedimiento permitió identificar patrones de sentido relacionados con apropiación tecnológica, limitaciones estructurales, motivaciones y expectativas frente a la transformación digital.

La fase cualitativa se complementó con la realización de cuatro entrevistas semiestructuradas dirigidas a propietarios, administradores y responsables de procesos comunicativos de agencias que previamente habían participado en la encuesta. Las entrevistas se desarrollaron mediante Google Meet y llamadas telefónicas, de acuerdo con la disponibilidad de los participantes. El guion estuvo compuesto por siete preguntas abiertas orientadas a profundizar en prácticas, estrategias, obstáculos y proyecciones frente al uso estratégico de herramientas digitales.

La integración de los datos cuantitativos y cualitativos permitió realizar un cruce metodológico que articuló estadísticas descriptivas con interpretación contextual, garantizando coherencia entre los resultados numéricos y las narrativas organizacionales. Este diseño posibilitó no solo caracterizar el nivel de apropiación tecnológica de las agencias, sino también comprender las dinámicas estructurales que condicionan su proceso de digitalización en el contexto regional.

Discusión teórica

El análisis del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las agencias de viaje de las provincias Centro y Sugamuxi exige comprender la digitalización como un proceso estructural que transforma dinámicas organizacionales y comunicativas. Desde una perspectiva conceptual, las TIC surgen de la convergencia entre informática y telecomunicaciones, posibilitando acceso, producción, tratamiento y circulación de información en múltiples formatos. En esta línea, Belloch Ortí (2013) señala que los recursos telemáticos "nos ofrecen internet, orientados a la comunicación y el acceso a la información" (p. 1), mientras que Zapata (1997) define la telemática como "el dominio conceptual que engloba métodos, técnicas y herramientas de la Informática aplicados, o con la concurrencia, de las posibilidades de las telecomunicaciones" (p. 57). Estas definiciones evidencian que la digitalización no se reduce al uso de dispositivos, sino que implica una arquitectura técnica que redefine las relaciones entre sujetos y organizaciones.

Katz (2009) amplía esta comprensión al vincular las TIC con el crecimiento económico y la productividad. Según el autor, en Estados Unidos, entre 1995 y 2000, la inversión en TIC "ha contribuido al incremento de la productividad en un 0,95% y en 0,76% a la tasa de crecimiento de la economía" (p. 9). Más allá del dato cuantitativo, el planteamiento subraya que las TIC reconfiguran procesos productivos y administrativos, fortaleciendo la planificación y la toma de decisiones. En el ámbito empresarial, esta transformación implica integrar herramientas digitales en la coordinación interna, la gestión de información y el control estratégico.

En el terreno de la comunicación digital, el modelo tradicional emisor-mensaje-receptor se transforma en dinámicas multidireccionales e interactivas. Castillo-Abdul (2020) sostiene que el nuevo paradigma comunicativo es aquel "donde el consumidor es el centro del proceso, opina, interactúa y elige" (p. 109). Esta afirmación introduce un cambio estructural en la relación empresa-cliente, donde la comunicación ya no es lineal ni jerárquica, sino transversal y participativa. En consecuencia, las organizaciones deben diseñar estrategias que superen la mera presen-

cia en redes sociales y avancen hacia la generación de experiencias y fidelización.

La naturaleza hipertextual de la comunicación digital también redefine la producción de contenidos. Sánchez (2006) advierte que "una página web o portal puede constar no solamente de infinidad de archivos diferentes y separados" (p. 10), lo que rompe la linealidad tradicional de la lectura y exige mayor rigor en la construcción de mensajes. El autor propone principios como levedad, rapidez, exactitud y visibilidad para estructurar contenidos digitales efectivos, lo que implica planificación estratégica y claridad en la definición de públicos y objetivos.

En el sector turístico, las TIC modifican las condiciones de competencia al reducir costos, transformar canales de distribución y aumentar la transparencia de precios. Buhalis y Law (2008) sostienen que estas tecnologías alteran las barreras de entrada y redefinen la interacción entre proveedores y clientes, generando un entorno más dinámico y competitivo. No obstante, en el contexto pospandémico, el valor del servicio personalizado continúa siendo determinante; como se señala en el análisis del sector, el turista "siempre buscará y apreciará el servicio personalizado" (Morillo, 2011, p. 141), lo que obliga a articular tecnología y atención humana.

Desde la perspectiva de la gestión empresarial, Berrío Lema (2017) define este concepto como el conjunto de procesos que conducen a la organización "de una manera sincronizada entre sus departamentos, personal y directivos a realizar los objetivos propuestos" (p. 9). Esta definición resalta la importancia de la coordinación interna. En complemento, Suarez-Espiner (2018) señala que las TIC permiten "mejorar la planificación, coordinación y gestión de la empresa mediante el uso de software o aplicaciones informáticas" (p. 51), reforzando la idea de que la digitalización fortalece la eficiencia y el control organizacional.

En suma, la articulación entre TIC, comunicación digital, sector turismo y gestión empresarial permite comprender la transformación digital como un proceso integral que involucra infraestructura tecnológica, estrategias comunicativas y capacidades organizacionales. Bajo este marco teórico, los resultados del estudio permiten examinar en qué medida las agencias de viaje de Boyacá han incorporado las TIC como componente estratégico de su gestión o si su uso permanece en una dimensión predominantemente operativa.

Resultados

La evidencia empírica se construyó a partir de una encuesta enviada a 139 agencias registradas en bases de datos de Cámaras de Comercio consultadas, de la cual se obtuvo una muestra efectiva de 26 agencias de viaje que respondieron el instrumento. Para el procesamiento de respuestas abiertas se empleó Atlas. ti, lo que permitió organizar, codificar y relacionar patrones de sentido vinculados con el uso de herramientas TIC. De manera complementaria, se desarrolló un componente cualitativo basado en cuatro entrevistas semiestructuradas realizadas a propietarios, administradores y responsables de comunicación o atención al cliente. Las entrevistas se efectuaron mediante Google Meet y llamadas telefónicas, según la disponibilidad de cada participante, con un guion de siete preguntas abiertas orientadas a identificar prácticas, percepciones, limitaciones y experiencias relacionadas con herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación digital. Las personas entrevistadas fueron seleccionadas entre las agencias que sí respondieron la encuesta, con el propósito de complementar y contrastar los datos cuantitativos con hallazgos cualitativos.

En la caracterización de la muestra se observó una concentración del liderazgo en la alta dirección. El cargo Propietario, Dueño o Socio representó el 61.5%, seguido de Gerente General o Administrador con 30.8%. En cuanto al nivel de formación, se reportó que cerca del 50% de los participantes cuenta con estudios superiores completos, con una presencia destacada de Especialización 26.9% y formación universitaria 23.1%. En relación con la estructura funcional, se identificó una composición típica de micro o pequeñas empresas con concentración de funciones en pocas manos: el área Dirección, Dueño o Propietario aparece en 69.2%, mientras que el área Comercial se registra en 30.8%. Esta configuración se describe, además, como un contexto donde la multifuncionalidad predomina y la división técnica del trabajo es limitada, lo que en el informe se asocia con un uso intensivo de herramientas digitales para apoyar tareas operativas.

En el componente de infraestructura tecnológica, los dispositivos más comunes fueron el computador portátil con 80.8% y el smartphone con 76.9%. En la valoración de importancia y frecuencia de uso, el computador fue considerado "Muy importante" por el 76.9% de los líderes y su utilización "Muy frecuente" alcanzó el 65.4%. Estos datos se presentan como indicativos de que, pese al uso extendido de dispositivos móviles, el computador conserva un rol central para tareas administrativas, producción de piezas, gestión de reservas y comunicación institucional, mientras que el smartphone responde a necesidades de movilidad y atención continua.

Respecto de la conectividad, se reportó que 92.3% de las agencias cuenta con conexión a internet. En el nivel de satisfacción con la calidad del servicio, predominaron las respuestas "Satisfechos" con 38.5% y "Moderadamente satisfechos" con 30.8%. Aun así, se registraron demandas concretas de mejora: el 65.4% señaló que mejoraría la velocidad y el 59% reconoció la conectividad deficiente como un obstáculo para avanzar en procesos de digitalización.

En cuanto a la presencia digital, los resultados muestran una adopción mayoritaria de redes sociales como canal principal de interacción con clientes actuales y potenciales. El 92.3% de las empresas reportó utilizar redes sociales, y el 77% indicó actualizar su contenido de forma semanal o mensual. Asimismo, el informe registra que plataformas de videoconferencia como Meet, WhatsApp y Zoom presentan niveles de adopción superiores al 80%, consolidándose como recursos empleados para reuniones operativas, asesorías y contacto directo con clientes.

No obstante, al examinar la gestión de la comunicación en estos canales, se documentaron limitaciones asociadas a la sistematización y al uso de analítica. En particular, se identificó que la comunicación por WhatsApp, descrita como herramienta central, carece de protocolos institucionales en una proporción importante, dado que solo tres de cada diez empresas almacena datos de contacto o historial de conversaciones. En la dimensión de medición y seguimiento, se reportó que solo el 36% de las agencias en Facebook y el 48% en general afirma monitorear métricas o medir el impacto de sus publicaciones. En el componente cualitativo, las entrevistas coincidieron en que Facebook e Instagram cumplen más el rol de vitrina digital que el de herramienta estratégica.

En ese marco, una administradora comentó que la empresa pública "cuando hay tiempo" o frente a promociones específicas, y en el mismo apartado se reporta que solo el 28% utiliza métricas o analítica digital para evaluar su impacto.

En la madurez web y el comercio electrónico se observó una brecha relevante entre la presencia en redes sociales y la consolidación de activos digitales propios. Solo el 35% de las agencias cuenta con un sitio web activo. En términos de transacción y automatización, únicamente el 12% dispone de pasarelas de pago o sistemas de reserva en línea. De manera similar, la adopción de herramientas de gestión de clientes es mínima: solo el 8% ha explorado sistemas CRM o herramientas de automatización de marketing. Estos porcentajes se presentan como evidencia de una implementación limitada de plataformas transaccionales y de gestión que permitan organizar, registrar o analizar información del cliente, así como desarrollar procesos de fidelización y seguimiento.

En materia de capacitación y fortalecimiento de competencias digitales, el 61.5% de las empresas declaró invertir en la formación de su personal. Al indagar por intereses formativos, la preferencia se concentró en áreas asociadas con retorno inmediato y fortalecimiento de la gestión digital: Marketing digital con 76.9%, Comercio electrónico con 73.1% y Gestión turística con 73.1%. En prácticas vinculadas con producción de contenido, se registró un uso extendido de herramientas de diseño, dado que Canva alcanza el 63%, mientras que apenas el 22% planifica sus publicaciones. Estos hallazgos se reportan en el documento como una coexistencia entre alta producción visual y baja planificación de contenidos.

En el análisis de la comunicación digital como apoyo operativo y comercial dentro de la gestión empresarial, el 87% de las organizaciones afirmó utilizar canales digitales para promocionar servicios, difundir información y mantener contacto con sus clientes. En este mismo eje, se reportó que el 82% considera que los canales digitales mejoraron la interacción con clientes y aliados comerciales, favoreciendo vínculos más directos y fluidos. Los testimonios describen a WhatsApp Business como la herramienta más valorada para conversaciones personalizadas, envío de cotizaciones y atención inmediata.

En palabras de una de las personas entrevistadas, “los clientes escriben a cualquier hora, y si no se les responde rápido, buscan otra agencia”. Sin embargo, los resultados también muestran limitaciones en registro y trazabilidad: solo el 19% cuenta con mecanismos de registro o sistematización de estas interacciones. En la relación con proveedores y aliados, el 61% utiliza correos electrónicos, grupos de WhatsApp y formularios en línea para coordinar reservas y pagos.

En el componente de planeación, se reportó una débil formalización de la comunicación digital en instrumentos institucionales. Apenas el 23% de las agencias cuenta con un plan de comunicación formalizado. Las entrevistas refuerzan esta tendencia mediante el reconocimiento de limitaciones en conocimientos técnicos, disponibilidad de tiempo y capacidades de gestión, junto con una dependencia marcada de la motivación individual del propietario o de algún empleado que “entrene con la tecnología”. En paralelo, el 74% considera que la comunicación digital debería integrarse a la planeación estratégica, y el 69% manifestó interés en recibir formación especializada.

En relación con innovación y competitividad, el 58% de las agencias reportó haber implementado mejoras operativas gracias a herramientas digitales, incluyendo automatización de respuestas, formularios de reserva o digitalización de documentos. No obstante, la adopción de tecnologías más avanzadas se registró en proporción reducida: apenas el 12% utiliza pasarelas de pago en línea, sistemas de reservas integrados o software de marketing. El informe recoge como barreras mencionadas en entrevistas el presupuesto limitado, la falta de conectividad en zonas rurales y la ausencia de acompañamiento técnico. Aun con estas limitaciones, el 88% reconoce que el fortalecimiento digital mejoraría su posicionamiento y la confianza del cliente.

En cuanto al uso de inteligencia artificial en procesos comunicativos y administrativos, la encuesta reportó una incorporación incipiente. Solo un 15% de las agencias indicó haber utilizado IA en tareas como generación de textos breves para redes sociales, traducción automática, creación de imágenes o contenidos promocionales, asistencia en el diseño de itinerarios y búsqueda de información.

Las entrevistas complementan este resultado al registrar interés por explorar herramientas como ChatGPT o asistentes automáticos, junto con incertidumbre sobre su uso adecuado. Una entrevistada señaló que “la IA suena útil, pero uno no sabe bien cómo usarla sin cometer errores”.

En la percepción de impacto organizacional, el 81% reconoce mejoras en la coordinación interna, especialmente en la atención simultánea de clientes, y el 67% considera que proyectan una imagen más moderna y profesional. Al mismo tiempo, las entrevistas reportan tensiones asociadas a la sobrecarga informativa y a la expectativa de disponibilidad constante, descritas como fuentes de estrés y fatiga que afectan la calidad del servicio. En términos económicos, el 54% reporta aumento en ventas o reservas gracias a las herramientas digitales, mientras que el restante 46% no percibe cambios. Finalmente, en el componente de sostenibilidad empresarial, el 79% considera que las herramientas digitales han contribuido directamente a su permanencia en el mercado, especialmente tras la pandemia.

Conclusiones

El proceso investigativo permitió reconocer que la digitalización en las agencias de viaje de Boyacá es un camino en construcción, atravesado por ritmos distintos, condiciones desiguales y expectativas diversas sobre lo que significa transformarse en un entorno turístico cambiante. Se hace hincapié, una vez más que el estudio no fue totalitario, pues se desarrolló con apenas 26 agencias de solo dos provincias del departamento, pero sí logra ofrecer una ventana significativa para comprender cómo se vive la transición digital desde realidades concretas, atravesadas por las capacidades, los recursos y los modos particulares de trabajo de cada organización.

Los resultados invitan a reflexionar sobre el lugar que ocupa la tecnología en la cotidianidad de estas agencias y sobre la manera en que dicha relación está redefiniendo su vínculo con los viajeros, con los aliados y consigo mismas. La digitalización no aparece como un punto de llegada, sino como un proceso que exige aprendizaje continuo, tiempo y criterios para integrar herramientas que van más rápido que las estructuras que intentan adoptarlas. En ese sentido, lo que se observa es menos un rezago que una búsqueda.

El sector intenta adaptarse mientras equilibra las demandas del día a día con la necesidad de repensar su manera de gestionar, comunicar y sostenerse en un escenario turístico competitivo.

En ese orden de ideas se abren oportunidades importantes en materia de comunicación. La necesidad de producir contenidos más claros, coherentes y diferenciados abre un campo fértil para fortalecer las capacidades comunicativas de las agencias y, a la vez, para que profesionales de la comunicación aporten desde la estrategia, la narración territorial, el diseño de mensajes y la gestión de comunidades digitales. La digitalización del sector turístico no solo transforma a las agencias, también amplía el campo profesional para quienes trabajan en comunicación, mercadeo digital y creación de contenidos, pues exige nuevas formas de contar el territorio, nuevas estéticas y nuevas estrategias para dialogar con públicos cada vez más variados.

Mirar hacia adelante implica reconocer que la Inteligencia Artificial se perfila como un componente determinante en la evolución del turismo. Su incorporación no será inmediata ni homogénea, pero sí inevitable. Las agencias, incluso aquellas que hoy la ven con distancia, tendrán la posibilidad de valerse de ella para mejorar procesos, personalizar experiencias y ampliar sus capacidades comunicativas sin perder el carácter humano que el viajero sigue valorando. El desafío no radica en reemplazar prácticas, sino en encontrar formas de complementar lo que ya hacen bien con herramientas que permitan amplificar su alcance.

En ese camino, la IA también representa una oportunidad para el departamento porque permite visibilizar destinos emergentes, diseñar campañas adaptadas a nichos específicos, fortalecer la reputación turística de Boyacá y proyectar experiencias más inmersivas, creativas y sostenibles. El territorio puede beneficiarse si logra integrar estas tecnologías con su enorme diversidad cultural, natural y patrimonial.

De cara al futuro, lo que se proyecta es un ecosistema turístico en el que convivirán agencias con distintos niveles de apropiación tecnológica, pero en el que todas estarán

llamadas a fortalecer su criterio, su capacidad de análisis y su comprensión del entorno digital. La tecnología continuará transformándose y las expectativas de los viajeros también. Por ello, más que adoptar herramientas específicas, será fundamental desarrollar una mirada crítica que permita decidir qué usar, cómo usarlo y para qué.

Esta reflexión no solo involucra a las agencias, sino también a las instituciones educativas y profesionales del departamento, que encuentran aquí un espacio para articular formación, asesoría, producción creativa y acompañamiento estratégico. Boyacá puede aprovechar este escenario para consolidar un ecosistema donde academia, sector turístico y comunidad trabajen de manera articulada alrededor de la innovación comunicativa.

Este estudio aporta pistas para comprender cómo las agencias del departamento están transitando estos cambios y qué tipo de acompañamiento podría fortalecer sus procesos. También sugiere la importancia de ampliar la mirada hacia otras provincias, otros modelos de agencia y otros actores del turismo boyacense, con el fin de construir un panorama más completo del tejido turístico del departamento. Al final, la digitalización no es una meta aislada, sino una oportunidad para que las agencias renueven su forma de habitar el territorio, de relacionarse con los viajeros y de proyectarse en un futuro donde el turismo, la tecnología y la creatividad seguirán transformándose de manera conjunta.

En este horizonte, la comunicación y en sus dimensiones estratégica, narrativa y relacional se convierte en un puente esencial para traducir la identidad del territorio a los lenguajes digitales del presente y del futuro, potenciando tanto al sector como a la profesión y al departamento.

Referencias bibliográficas

• Arévalo, G. A., & Álvarez, M. I. (2019). Visibilidad en línea: Análisis de los hoteles de Tunja. Turismo y Sociedad, 25(12), 253–271. https://doi.org/10.18601/01207555.n25.12

• Berrío Lema, F. (2017). Gestión empresarial. Fundación Universitaria del Área Andina. https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1497/Gesti%C3%B3n%20Empresarial.pdf

• Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. Tourism Management, 29(4), 609–623. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005

• Cabra, C., Rodríguez, D., Castellanos, C., Rojas, C., & Forero, C. (2021). Plan de transformación digital para la promoción turística en el Viceministerio de Turismo: Caso de estudio departamento de Boyacá. Turismo y Sociedad, 28(8), 151–185. https://doi.org/10.18601/01207555.n28.08

• Castillo-Abdul, B. (2020). Comunicación digital: La transformación de la realidad y la conciencia. Comunicación, 42, 109–112. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7566185.pdf

• CEPAL. (2020). [Informe sobre impacto económico del COVID-19 en América Latina].

• Confecámaras. (2021). [Informe empresarial sobre adopción digital durante la pandemia].

• Katz, R. (2009). El papel del TIC en el desarrollo: Propuesta de América Latina a los retos económicos actuales. Ariel.

• López Parra, E. V., & Malpica Wilches, A. M. (2021). Análisis de las oportunidades para la transformación digital de las Mipymes boyacenses en tiempos de pandemia (Covid-19) (Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás). https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/32002/2021vanesal%C3%B3pez.pdf

• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, & Departamento Nacional de Planeación. (2018). Plan Sectorial de Turismo 2018–2022. Gobierno de Colombia.

• Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico: Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Turismo y producto turístico, 10(1), 135–158.

• OCDE. (2020). [Informe sobre impacto de la COVID-19 en Mipymes].

• Organización Mundial del Turismo. (2022). [Informe sobre recuperación económica del turismo].

• Rodríguez, M. D., & Granados, A. P. (2017). Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá, Colombia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, 25(2), 193–205. https://doi.org/10.18359/rfce.3073

• Sánchez Upegui, A. (2006). Comunicación digital: Nuevas posibilidades y rigor informativo. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, (17). https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/214

• Suárez-Espinar, M. J. (2018). Gestión empresarial: Un paradigma del siglo XXI. Revista Científica Ciencias Económicas y Empresariales FIPCAEC, 3(8), 44–64. https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/57/66

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026





Mesa 2

Verificación, desinformación y ética periodística

EL ÁNGEL QUE CAMBIÓ LA HISTORIA DEL MALTRATO ANIMAL EN COLOMBIA

Yorladis Beltrán Jiménez
Juan José Ramírez Chalarca
Laura Valeria Upegui Ortiz
Universidad Católica Luis Amigó
Facultad de Comunicación
Publicidad y Diseño Comunicación Social
Docente Claudia García Montoya
2026

Resumen

El presente trabajo investigativo surge a partir de la pregunta, ¿Cuál será la evolución de la Ley Ángel en Colombia?, teniendo como objetivo visibilizar las leyes que han amparado a los animales desde antes de la llegada de la Ley Ángel y cómo esta puede contribuir a la disminución del maltrato animal. Se empleó un enfoque cualitativo al realizar una serie de entrevistas a personas claves dentro del proceso, con la finalidad de conocer un testimonio directo sobre el desarrollo que podrá tener la normativa con los futuros gobiernos.

Palabras claves

Ley Ángel, maltrato animal, activismo, animalismo, protección animal.

Introducción

Durante un largo tiempo, el maltrato animal en Colombia fue un ladrido sin fuerza y un dolor sin voz. Era una realidad a la que animales domésticos y silvestres debían someterse, pues una gran cantidad de amos, tanto rurales como urbanos, creían que no sentían dolor, por el contrario, eran tratados como objetos y en muchas ocasiones, sin compasión alguna. Ahora, la Ley Ángel representa un símbolo de avance jurídico en un país que durante décadas normalizó el abandono y el maltrato dado que en Colombia no había presencia de una norma que protegiera a los animales hasta 1989, que fue cuando se creó la Ley 84 y el país dio su primer paso hacia una legislación en busca de la protección de los animales. Este trabajo es el resultado de una investigación periodística realizada para el curso de periodismo virtual en el que se quiso hacer un análisis del desarrollo de la Ley de Ángel en el año 2025.

Este trabajo recoge el resultado de las entrevistas y el cruce de información con las fuentes documentales teniendo como producto final el trabajo de investigación periodística que pueden encontrar en sextante digital: https://sextante.ucatolicaluisamigo.edu.co/?p=22243

Metodología

El enfoque cualitativo se llevó a cabo mediante entrevistas específicas con fuentes documentales, testimoniales y gubernamentales, teniendo a la Senadora Andrea Padilla como un elemento esencial dentro del proceso periodístico al ser la promotora principal de dicha ley. Andres Preciado (activista), Daniel Gongorita (animalista), Claudia Franco (fundadora Fundación Kronos) y Morelia Oicatá (fundadora Fundación Huellas Positivas) fueron testimonios claves dentro la investigación.

Inicialmente, se realizaron una serie de preguntas orientadoras con el fin de tener una base que permitiera el desarrollo de un diálogo continuo para lograr la construcción de un contenido periodístico.

Algunas preguntas bases en la investigación fueron:
¿Cuál será la evolución de la Ley Ángel en Colombia?
¿Cómo ve la aplicación de la Ley Ángel en zonas rurales, donde el acceso a recursos y autoridades puede ser limitado?, y, ¿qué medidas se están tomando para garantizar su efectiva implementación en estas áreas?

¿Considera usted que es importante que la comunidad universitaria, que en su mayoría son jóvenes, deberían conocer a detalle la Ley Ángel y mantenerse informados al respecto?

Así mismo, se hizo un rastreo documental sobre las distintas leyes que con anterioridad tenían como objetivo la defensa de los animales, por ejemplo, en Colombia, la Ley 84 de 1989, conocida como Estatuto Nacional de Protección de los Animales, tiene como objetivo prevenir y tratar el dolor y sufrimiento animal, promover su bienestar y sancionar los actos de crueldad (Congreso de la República de Colombia, 1989).

Por otro lado, según la Ley 1774 de 2016, los animales como seres sintientes no son cosas y recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial el causado directa o indirectamente por los humanos (Congreso de la República de Colombia, 2016).

Además, en Colombia, la Ley 2054 de 2020 establece medidas para atenuar las consecuencias del maltrato animal y de la tenencia irresponsable de animales domésticos de compañía, promoviendo el apoyo a refugios, la creación de centros de bienestar animal y la promoción de adopciones para mejorar el bienestar de estos animales (Función Pública, 2020).

Resultados

Entre los resultados más importantes está la investigación realizada y el trabajo periodístico publicado en Sextante Medios, proyecto que fue nombrado “El Ángel que cambió la historia del maltrato animal en Colombia”, un trabajo que recoge todo el análisis realizado, el cruce de la información obtenida en las diversas fuentes, un trabajo escrito y audiovisual.

De acuerdo con la información recopilada y con los testimonios recibidos, se pudo analizar que el reto de la Ley Ángel es tener una mirada hacia un futuro en el que la sociedad y las autoridades tengan una educación adecuada para garantizar el bienestar de los animales, teniendo presente que la ruta más acertada para hacer justicia es que los agresores sean penalizados a través de una denuncia formalizada en la Fiscalía ante la URI (Unidad de Reacción Inmediata) o en la línea de denuncia fácil que tiene esta entidad en la web.

Además, para fortalecer los valores en sociedad y que los animales no sean quienes paguen las consecuencias, se aprobó una ley adicional que ayuda a prevenir los casos de maltrato y abandono, mediante pedagogías y enseñanzas sobre la importancia de la fauna dentro de la sociedad. La Ley Empatía es una apuesta por la prevención de múltiples casos que pueden ser evitados si desde una temprana edad se educa adecuadamente sobre el cuidado y la protección animal.

Discusión

Principalmente desde la academia se pueden realizar incorporaciones de contenidos de bienestar animal dentro de los planes de estudio, también se pueden generar foros académicos, conversatorios, campañas de sensibilización y debates que ayuden a la reflexión en cuanto a la empatía hacia los animales, incluso, enfatizar la educación a profesionales que estén en la capacidad de ser un puente transformador en los derechos de los animales. Ley Ángel ha tenido un gran impacto porque ha fortalecido las sanciones en el ámbito jurídico y ha hecho que la percepción social cambie sobre el maltrato animal, la Ley Kiara, la Ley Lorenzo y la Ley Empatía han sido fundamentales en el proceso, pero a corto, mediano o largo plazo sería importante la creación de nuevas leyes que sigan fortaleciendo el bienestar de los animales.

Se recomienda que otros investigadores, estudiantes o periodistas retomen trabajos como este para poder hacer seguimiento a la ley y obtener datos suficientes que determinen si la Ley Ángel es suficiente e identificar los vacíos jurídicos existentes.

Por otro lado, es necesario desarrollar mecanismos para hacer se-

guimiento a las denuncias y que estas no queden como asuntos al aire, o sea, sin un monitoreo adecuado que garantice la penalización de los agresores.

Referencias bibliográficas

• Andrea Padilla. (2025). Ley Ángel: Por unanimidad aprobada la Ley Ángel. https://www.andreapadilla.org/en-el-senado/leyes/ley-angel/

• Costa Franco, C. A. (2025, 22 de octubre). Entrevista en iVoox con Claudia Andrea Costa Franco [Archivo de audio]. iVoox. https://go.ivoox.com/rf/161130464

• Preciado, A. (2025, 22 de octubre). Entrevista en iVoox con Andrés Preciado [Archivo de audio]. iVoox. https://go.ivoox.com/rf/161129736

• Senado de la República de Colombia. (2025, 18 de julio). Ley Ángel, la protectora de la fauna en Colombia. https://www.senado.gov.co/index.php/el-senado/noticias/6655-ley-angel-la-protectora-de-la-fauna-en-colombia

• Universidad del Rosario. (2025, 8 de mayo). Implicaciones de la Ley Ángel: expertos y activistas analizan los avances y retos de la nueva normativa. https://urosario.edu.co/periodico-nova-et-vetera/justicia/implicaciones-de-la-ley-angel-expertos-y-activistas-analizan-los-avances-y-retos-de-la-nueva-normativa

• Congreso de la República de Colombia. (1989). Ley 84 de 1989: Estatuto Nacional de Protección de los Animales. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8242

• Congreso de la República de Colombia. (2016). Ley 1774 de 2016: Por medio de la cual se modifican el Código Civil, la Ley 84 de 1989, el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal y se dictan otras disposiciones. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=68135

LA GRAMÁTICA DE LA DESINFORMACIÓN - LOS MEDIOS HEGEMÓNICOS DE COMUNICACIÓN FRENTE AL GOBIERNO DEL CAMBIO

Alejandro Ulloa Sanmiguel
Antropólogo
Profesor Titular
Escuela de Comunicación Social
Universidad del Valle

Resumen

Esta ponencia corresponde a un avance de la investigación sobre la comunicación fallida, actualmente en desarrollo. En ella se propone un modelo de análisis de la producción noticiosa y de la producción de opinión por parte de los medios de comunicación hegemónica contra el gobierno del Pacto Histórico. Inicialmente, se define la comunicación fallida en un doble sentido: el primero, alude a la comunicación fallida del presidente Petro, se identifican sus errores por acción y por omisión, como una falla estructural que ha jugado en contra de él y del proyecto político alternativo.

Y el segundo, la comunicación fallida del establecimiento y los grandes medios que, al poner por encima de todo sus intereses corporativos, no han querido construir una comunicación responsable, basada en el equilibrio informativo y comprometida con la democracia comunicacional al servicio de la paz en la sociedad colombiana. Para desarrollar este argumento se diferencia primero, el gobierno, del establecimiento. Este último corresponde al régimen establecido en Colombia por las clases dominantes que ostentan el poder, mediante alianzas entre sí y sus vínculos con instituciones del estado, pero también con sectores financieros, castas militares, fuerzas oficiales y actores armados al margen de la ley. Como una categoría de la ciencia política, el establecimiento permite reconocer el entramado de relaciones, pactos y orientaciones jurídico-políticas con las que se diseñan leyes y se aprueban las leyes que consolidan su poder… Mientras por otro lado se rechazan las urgentes reformas para combatir las desigualdades socioeconómicas, la corrupción y la exclusión institucionalizada desde hace años en el país. Como concepto flexible que nombra una realidad inocultable, el establecimiento tiene una historia a la que se espera contribuir con esta investigación. De ahí la periodización propuesta aquí para delimitar un punto de giro como es el ingreso de Pablo Escobar, el Cartel de Medellín y el narcotráfico al Congreso de la República a partir de 1982. Apoyado por otros políticos liberales y sectores económicos de Antioquia, con Escobar ingresó también el paramilitarismo. Cuando Luis Carlos Galán y el exministro de Justicia Rodrigo Lara Bonilla lo denunciaron y actuaron en su contra – razón por la cual fueron asesinados- Pablo Escobar salió del Congreso en enero de 1984…Pero el narcotráfico y el paramilitarismo han permanecido en él y sus alrededores hasta el 2026. Como un fantasma en la sombra ha rondado con diferentes expresiones, grados e intensidades, en distintos momentos. Por eso se define ese periodo como el de la gobernanza narco paramilitar en el establecimiento, tema que se discute ampliamente en la investigación, pero no en esta ponencia.

Palabras clave

Comunicación fallida, poder, hegemonía, agenda informativa, matriz mediática, triángulo PFN

Introducción

Esta ponencia es un producto de la investigación que realizo sobre LA COMUNICACIÓN FALLIDA: La lucha por

la hegemonía política y la hegemonía mediática durante el Gobierno de Gustavo Petro 2022 -2026 (Grupo NEXUS - Línea de investigación y creación en periodismo, movilización social y cultura escrita).

• El concepto de comunicación fallida se inscribe en esa disputa y tiene un doble significado: el primero, caracteriza las formas de comunicación creadas por el presidente Petro para informar al país sobre los actos y realizaciones de su mandato. Inicialmente por la red Twiter (luego por X), además de RTVC Señal Colombia y el sistema nacional de medios.

• El segundo significado caracteriza las formas de comunicación creadas por los medios hegemónicos de comunicación, (MHDC), como entes privados, no solo para informar al país sino para oponerse de diferentes maneras al proyecto político alternativo propuesto por el presidente, como el primer gobierno de izquierda en la historia de Colombia.

Metodología

2.1 La Crítica Dialéctica y la seudo crítica mediática

La crítica dialéctica enuncia desde el principio las condiciones de producción de su discurso y del análisis que elabora; dice claramente cuáles son las relaciones de poder desde las que participa; informa sobre los procedimientos que emplea; muestra las fuentes de información; evidencia las huellas del proceso y explica desde qué lugar social se comunica.

La seudocrítica mediática oculta las condiciones de producción de sus relatos y de sus puntos de vista. Oculta y niega, implícita y explícitamente, las relaciones de poder que determinan sus versiones de los hechos; que condicionan sus opiniones y sesgan sus interpretaciones. Esas relaciones de poder están distribuidas como en una escalera que puede leerse de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo.

La seudo crítica mediática de los medios hegemónicos niega de entrada en nombre de quién hablan; oculta qué intereses defienden. No pueden decirlo por qué no son libres, pero se ufanan de representar la libertad de expresión. De ahí su necesidad de simular bajo la máscara de la neutralidad, la objetividad y la imparcialidad, aún sabiendo que no son ni objetivos, ni neutrales, ni imparciales... Y mucho menos libres.

2.2 Diferenciar el gobierno del establecimiento

• El gobierno, es del "Cambio" ... Y el poder, del establecimiento

• El Pacto Histórico que triunfó en las elecciones del 2022 ganó el gobierno, pero no el poder. El poder continua en manos del establecimiento.

• El establecimiento es una categoría de la ciencia política, una construcción teórica que nombra una realidad sociopolítica y cultural. Debe de analizarse como parte del conflicto social y armado de Colombia.

• Para esta investigación se estudia el establecimiento desde 1980 a 2026. en 1982 ingresó Pablo Escobar al congreso de la república por el partido liberal; y con él, ingresó el narcotráfico, el cartel de Medellín y el paramilitarismo al establecimiento, llegó a ser parte del régimen dominante hasta la actualidad.

2.3 El corpus noticioso: se organizaron dos Corpus con contenidos informativos...

Uno, con los mensajes emitidos por el presidente en Twiter /X; y con noticias difundidas por RTVC y la Radio Nacional. Información sobre aspectos puntuales del acontecer político y social de carácter nacional e internacional.

El otro corpus con contenidos di-

vulgados por los MHDC nacionales y regionales. En cada ejemplo se especifica el medio, la identidad de los periodistas, la fecha de emisión y otros datos pertinentes que, en contexto, evidencian la comunicación fallida desde los dos bandos.

Hipótesis y discusión

3.1Nuestra hipótesis es que esa contienda entre el gobierno del cambio y los grandes medios expresa una disputa por la construcción de la hegemonía política, tradicionalmente en manos del establecimiento. Hegemonía puesta en crisis por el primer gobierno de izquierda en Colombia, que a su vez intenta construir una nueva hegemonía.

3.2 El campo mediático es el escenario público más visible de esa confrontación, en un momento en el que, a la crisis de la hegemonía política del establecimiento, se suma la crisis del periodismo – a su servicio - tal como fue conocido hasta comienzos del siglo XXI.

3.3 Con la articulación entre la teoría y la metodología implementada se postuló la existencia de una gramática de producción de información y de producción de opinión por parte de los medios hegemónicos. La gramática está conformada por:

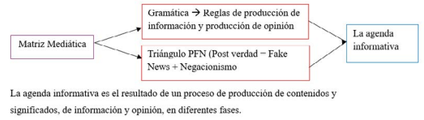
3.3.1Un sistema de reglas

3.3.2 El triángulo PFN (P post verdad; F fake news ; y N negacionismo). La post verdad se manifiesta de dos maneras concretas: a través de las noticias falsas y del negacionismo.

La gramática con sus reglas de producción de información y de opinión junto al triángulo PFN configuran una matriz mediática, una categoría fuera del sentido común, muy distinta de lo que normalmente se ha llamado "matriz mediática "sin especificar en qué consiste.

(2) El triángulo PFN (PV posverdad; FN fake news; N negacionismo). Posverdad = Fake news + negacionismo.

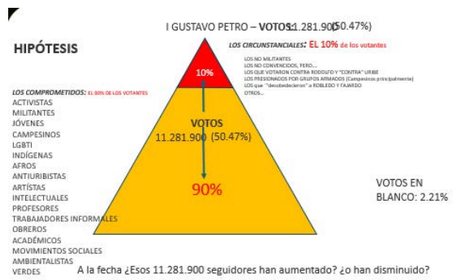
En síntesis: PV = FN +N. Esta ecuación hace parte de la gramática (G) y de la matriz mediática (MM)



La agenda informativa es el resultado de un proceso de producción de contenidos y significados, de información y opinión, en diferentes fases.

La agenda informativa son los contenidos noticiosos que se presentan a las audiencias, para ser vistas, leídas o escuchadas.

La matriz mediática es la estructura de producción, oculta, desde la cual se crea información y opinión, generalmente favorable al establecimiento.



Resultados

La matriz mediática - una gramática de la desinformación

1a Regla: Los medios hegemónicos omiten o minimizan al máximo la información sobre los aciertos y los logros positivos del gobierno del cambio para la vida de millones de colombianos de los sectores populares, beneficiados con las políticas gubernamentales del progresismo.

2a Regla: Los medios hegemónicos maximizan los errores y los escándalos, por menores que sean, con el fin de mostrar un supuesto caos, el desgobierno y el fracaso del proyecto alternativo para desacreditarlo públicamente.

3a Regla: Darles la voz y el protagonismo a reconocidos personajes públicos de la extrema derecha y

del establecimiento entrevistados de manera permanente por los medios para oponerse a todo lo del gobierno Petro y fortalecer esa sensación de que hay un caos incontrolable, que todo va de mal en peor, o nos vamos a volver como Venezuela.

4a Regla: Convocar a la audiencia para que llame o escriba y opine sobre lo noticiado. Es decir, después de magnificar los errores, amplificar los escándalos y consolidar su opinión, los medios hegemónicos invitan a sus oyentes, la mayoría antipetristas, para que reafirmen con sus propias palabras lo que acaban de escuchar.

5ª Regla: La falacia de la conjetura o "El ladrón juzga por su condición": Consiste en presentar las opiniones, interpretaciones y conjeturas de los medios como si fueran hechos reales y no como opiniones o suposiciones personales o editoriales.

6ª Regla: Los medios hegemónicos descontextualizan /recontextualizan / la información relacionada con el gobierno del cambio, con el fin de sesgar las opiniones entre las audiencias que aún creen en ellos.

7ª Regla: Poner en boca del interlocutor lo que no ha dicho: Consiste en atribuirle al presidente o alguno de sus funcionarios algo que no han dicho pero que fácilmente se adapta a la intención perversa del gran medio para tergiversar y confundir.

8ª Regla: La operación Gavilla: Consiste en que varios periodistas interrogan a un alto funcionario del gobierno y cuando este empieza a explicar y a argumentar le interrumpen sistemáticamente para no dejarlo hablar, le repiten la misma pregunta o se la cambian, y lo presionan insistentemente para confundirlo a ver si se equivoca.

9ª Regla: Solo una cara de la moneda: consiste en presentar la información solo desde una de las posiciones en conflicto, privilegiando la versión de los que ostentan el poder y ocultando la versión del gobierno del cambio, que aunque están en el gobierno, no tienen el poder definitivo.

10ª Regla: La doble faz o la doble moral. Regla de la balanza inclinada… Ser agresivos contra el gobierno y el presidente y ser indulgentes con los líderes de la derecha a pesar de todos los cuestionamientos, las denuncias y las acusaciones de que han sido objeto por sus actos de corrupción.

11ª Regla: Los medios hegemónicos no contrastan la información, ni la opinión que producen, con otras versiones u otras fuentes que expresen un punto de vista contrario, o al menos diferente.

12ª Regla: Los medios hegemónicos y el silencio cómplice frente al poder de las élites y del establecimiento a nivel nacional; y frente a los grandes poderes globales que imponen sus condiciones a los demás.

13ª Regla: Los medios hegemónicos generan y reproducen, directa o indirectamente, noticias falsas. De ello dan prueba las constantes rectificaciones a las que se han visto obligados por la ley para retractarse o corregir información falsa o tergiversada (Revista Semana, Caracol TV…)

Referencias bibliográficas

• Martínez L.M. (2017) "La ciberesfera: un nuevo espacio de producción y consumo editorial". En Innovación y periodismo: Nuevas prácticas para nuevos escenarios / Daniel Barredo Ibáñez, Juliana Colussi, Germán Ortiz Leiva, editores académicos. - Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

• Monsalve, A. (2017) "Influencers y el desarrollo de tendencias de moda: un análisis de los líderes de opinión en las redes sociales". En Innovación y periodismo: Nuevas prácticas para nuevos escenarios / Daniel Barredo Ibáñez, Juliana Colussi, Germán Ortiz Leiva, editores académicos. - Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

• Ortiz, C.H. (2025) Desarrollo Económico y Protesta Social en Colombia, 1970-2022. Proyecto de Investigación VRIN 6247 (UV) con Jorge Hernández Lara. Universidad del Valle, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas. 2021.

• Ortiz C.H.(2021) "Otra vuelta de tuerca: la codicia de las élites en la pandemia", capítulo del libro Pensar la Resistencia: Mayo del 2021 Cali Colombia, pp. 39-51, Programa editorial de la Universidad del Valle., ISBN: 978-628-7500-93-8.

• Ortiz, C. (2019) "El impacto de la infraestructura en el crecimiento económico colombiano: un enfoque smithiano". En: Lecturas de Economía, No. 90, enero-junio, pp. 97-116. Coautoría con Diana Marcela Jiménez y Gissel Natalia Cruz.

• Ortiz, L.G (2017) "El desafío para narrar el posconflicto en Colombia". En Innovación y periodismo: Nuevas prácticas para nuevos escenarios / Daniel Barredo Ibáñez, Juliana Colussi, Germán Ortiz Leiva, editores académicos. - Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

• Periódico El País, enero 2008 Bush mintió para poder invadir a Irak

• Torrijos, G. (2023) Entrevista a Rodrigo Uprimny: "La opción por la discusión racional no es para los períodos tranquilos" El Espectador, Bogotá, domingo 1 de octubre, p.16

• Sanmiguel, A. U. (2021). La política y la estética de "lo popular no representado"–Una aproximación al levantamiento popular en Cali, desde las ideas de Jesús Martín Barbero. Nexus, e20511838-e20511838. Uprimny, R. et Newman, V. (2023). La lucha por el derecho y los derechos: Dejusticia. Editorial Dejusticia, Bogotá.

• Vaca Villarreal, P. (2017) "Marco jurídico del periodismo en Colombia". En Innovación y periodismo: Nuevas prácticas para nuevos escenarios / Daniel Barredo Ibáñez, Juliana Colussi, Germán Ortiz Leiva, editores académicos. - Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

LA MEMORIA COMO DERECHO: EL CUIDADO DE LA INFORMACIÓN EN PROCESOS CON VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO COLOMBIANO

Hever Miguez Monroy
David Santiago Tequia

Resumen

En el desarrollo del siguiente texto sistematiza la experiencia de investigación del semillero CONUCO en alianza con la Mesa Municipal de Víctimas de Fusagasugá, centrada en la creación de un libro de historias de vida con una vocación pedagógica. El estudio adopta un enfoque cualitativo de sistematización de experiencias para analizar cómo el cuidado ético de la información transforma la comprensión del derecho a la memoria. El autor reflexiona sobre su rol como transcriptor y entrevistador, enfrentando el desafío de procesar testimonios que, por su carga ideológica o política, generan incomodidad o discordia; explorando nuevas narrativas que no son muy cercanas a su entorno.

Contextualizando el proceso principal y mostrando los resultados parciales destacando la memoria histórica como un derecho a la información del cual las nuevas generaciones han sido privadas debido a silencios estructurales. Se proponen tres principios operativos: respeto a la narrativa original, protección de la identidad frente a riesgos de seguridad y escucha sin jerarquías. Se concluye que el rigor ético no es solo un estándar profesional, sino un acto de restitución y no repetición, donde el comunicador asume la responsabilidad de proteger la voz del otro contra la distorsión, permitiendo que la memoria colectiva sea genuinamente plural y liberadora.

Palabras clave

Memoria histórica, Ética de la escucha, Derecho a la información, Sistematización de experiencias, Conflicto armado.

Introducción

En Colombia, la memoria del conflicto armado no es un asunto del pasado. Es una realidad que sigue habitando los cuerpos, las voces y los territorios de quienes la vivieron. Esta ponencia nace de una pregunta surgida en el trabajo de campo: ¿de qué manera el cuidado de la información en procesos con víctimas del conflicto armado transforma la comprensión del derecho a la memoria por parte de los investigadores?

El ejercicio que aquí se presenta fue desarrollado en el marco del Semillero de Investigación de Estudios Culturales Conuco, en alianza con la Mesa Municipal de Víctimas del municipio de Fusagasugá. El proyecto tiene como producto central la construcción colectiva de un libro de historias de vida, en el que cada capítulo recoge el testimonio de un integrante de la Mesa, con vocación educativa y preventiva dirigida a jóvenes y adolescentes. Como lo señala Le Goff (1991), "la memoria intenta preservar el pasado solo para que le sea útil al presente y a los tiempos venideros; procuremos que la memoria colectiva sirva para la liberación de los hombres y no para su sometimiento." Esa convicción orienta cada decisión metodológica y ética del proceso.

El autor de esta ponencia participó en el proyecto como transcriptor, entrevistador y asistente a eventos conmemorativos, desde una postura de cuidado ético de la información que, como se argumentará, no es solo un principio profesional sino una condición para proteger a quienes confían su memoria. Antes de entrar al semillero, como muchos jóvenes del territorio, desconocía lo que había ocurrido en su propio municipio durante el conflicto. Ese desconocimiento no es casual: es también una forma de violencia. Y reconocerlo fue el primer paso de una transformación que este texto intenta documentar.

Metodología

El estudio se inscribe en un enfoque cualitativo con elementos de sistematización de experiencias, siguiendo a Borjas (2003), quien comprende la sistematización como una interpretación crítica de procesos vividos que, al ordenarse y reconstruirse, revelan su lógica interna y sus lecciones para otros contextos. El trabajo de campo incluyó entrevistas en profundidad a integrantes de la Mesa Municipal de Víctimas, participación en talleres conjuntos entre víctimas y semilleristas, asistencia a eventos conmemorativos con registro etnográfico, y transcripción ciega de testimonios — modalidad en la que el transcriptor no conoce previamente al entrevistado, buscando suspender juicios anticipados y garantizar una aproximación al relato sin condicionamientos relacionales previos.

El proceso estuvo atravesado por tres principios éticos operativos. El primero es el respeto a la narrativa: los testimonios no fueron alterados, resumidos ni reencuadrados para hacerlos más cómodos o lineales — incluso cuando se desviaban hacia debates políticos o evocaban figuras controversiales. El segundo es la protección de la identidad: los relatos circulan con los resguardos necesarios para que su difusión no genere riesgos para quienes los enunciaron, en un contexto donde el conflicto sigue siendo presente y la amenaza del reclutamiento engañoso es real. El tercero es la escucha sin jerarquía: la voz de las víctimas no fue tratada como dato sino como acto — un acto de confianza que exige reciprocidad ética por parte de quien escucha y registra.

Para el análisis de los testimonios se construyó una matriz con base en las categorías de Jelin (2022), identificando patrones de memoria individual y colectiva, silencios, olvidos y memorias en disputa. Las reflexiones del investigador — emociones, dilemas éticos, retos interpretativos y proyecciones de aprendizaje — se registraron de forma paralela como parte constitutiva del proceso analítico.

Resultados y discusión

El testimonio que incomoda: cuando el cuidado ético se pone a prueba

El argumento central de esta ponencia no se sostiene en los momentos fáciles del trabajo de campo, sino en los difíciles. Durante la transcripción de uno de los testimonios, el investigador se enfrentó a un relato que generó incomodidad: el entrevistado — un líder social con una historia de vida marcada por el desplazamiento, la prisión por delito político y una identidad ideológica intacta — expresó cercanía con figuras del conflicto armado que afectaron significativamente al país. La reacción inicial fue de discordia. Y esa discordia es, precisamente, el momento donde el cuidado ético se vuelve real.

Sostener la voz del otro cuando esa voz incomoda es más difícil que hacerlo cuando el relato genera empatía inmediata. Pero es también más necesario. Como señala Ricoeur (2004), escuchar y registrar memoria es un deber ético que implica responsabilidad frente al otro — no solo frente a quienes nos resultan simpáticos o cuyas posiciones compartimos, sino frente a todos los sujetos que confían su experiencia al investigador. Alterar, suavizar o silenciar un testimonio por resultar incómodo no es neutralidad: es una forma de violencia sobre la memoria.

El testimonio en cuestión revela además una dimensión que la ponencia no puede ignorar: "Donde nosotros no hubiéramos estado unidos en la cárcel, unidos como digamos por delito político, que rebelión es un delito político, nos hubieran matado. Nos hubieran matado." Y más ade-

lante: “Yo era concejal del municipio y ahí fue el primer desplazamiento para mí, porque nos acusaban de guerrilleros.” Este relato no es historia de archivo. Es memoria viva de alguien que sigue habitando el territorio, que sigue liderando, y cuya identidad política construida durante el conflicto permanece intacta. Eso complejiza cualquier lectura simplificada del proceso de paz y exige del investigador una madurez interpretativa que no se aprende en el aula sino en el campo.

La memoria como derecho a la información

Uno de los hallazgos más significativos del proceso fue la constatación de que los jóvenes del territorio — el investigador incluido — desconocían lo ocurrido en su propio municipio durante el conflicto. Ese desconocimiento no es un vacío neutral: es el resultado de silencios sostenidos, de narrativas que nunca llegaron a las aulas, de una historia local que no fue contada. En ese sentido, como señala Ramonet, “cuando la información se descuida o se envenena, la sociedad enferma.” El olvido, en este caso, no fue accidental sino estructural.

Esto permite sostener que la memoria es un derecho a la información del que amplias generaciones han sido privadas. Y que construir ese conocimiento — escuchando, transcribiendo, sistematizando con rigor y cuidado — es un acto de restitución. Para las víctimas de la Mesa, compartir sus testimonios no es solo un gesto generoso: es una forma de ejercer ese derecho, de existir en el relato colectivo del territorio, de decir “esto ocurrió, yo estuve ahí, y merece ser recordado.”

El encuentro entre los semilleristas y los integrantes de la Mesa produjo una transformación en ambos sentidos. Para las víctimas, el proceso de ser escuchadas por jóvenes académicamente formados en comunicación generó apropiación y expectativa sobre el producto final. Para los semilleristas, significó, en palabras del propio investigador, “entender realidades que nunca imaginaron que ocurrieron, saltándose esa línea generalizada de lo que es la guerra.” Esa ruptura con la imagen abstracta del conflicto — la guerra como concepto lejano — y el encuentro con su dimensión humana, territorial y presente, es lo que define el tránsito del investigador como sujeto académico a sujeto político y ético.

El libro como acto de memoria y de paz

El producto central del proyecto — un libro de historias de vida con vocación educativa — no es un resultado menor. Es la materialización del argumento: que la comunicación ejercida con ética puede convertir el testimonio en herramienta pedagógica, capaz de llegar a las generaciones que no vivieron el conflicto pero que habitan los mismos territorios donde ocurrió. En un contexto donde la amenaza del reclutamiento engañoso sigue siendo real para los jóvenes, conocer esas historias no es solo un ejercicio académico: es una forma de protección.

Como concluye el propio investigador en su proyección de aprendizaje: “las ideas de todas las personas son respetables desde sus contextos y experiencias, puesto que la memoria colectiva implica reconocer las múltiples voces y miradas sobre un mismo conflicto, incluso aquellas que incomodan o contradicen.” Esa frase condensa el aprendizaje central del proceso y define, con claridad, lo que significa cuidar la información en contextos de memoria traumática: no proteger al investigador de la incomodidad, sino proteger al testimoniante de la distorsión.

En el carácter principal de este ejercicio de interacción, la ideas de cada uno de los integrantes del proyecto avanza con un objetivo primario de generar un resultado con un impacto positivo en cualquier entorno académico, brindando una parte de aquella realidad que muchas veces enmarcamos en nuestro país como algo muy leve, pero para quienes la presenciaron fue un antes y un después en sus vidas; las transcripciones, las entrevistas, las interacciones y el dialogo fueron las herramientas que formaron una idea que hoy

se conforma con la expectativa de un producto valorado en la conciencia social y el impacto en las comunidades, es un camino que apenas empieza que ya deja muchas reflexiones e ideas que denotan como la comunicación tiene un impacto en el desarrollo de las comunidades.

Conclusiones

El cuidado ético de la información en procesos con víctimas del conflicto armado no es un principio metodológico abstracto: es una condición concreta de protección. En un contexto donde el conflicto sigue siendo presente y los testimonios pueden implicar riesgos para quienes los enuncian, manejar la información con rigor, respeto y responsabilidad es el primer acto de no repetición que el investigador puede realizar.

La memoria es un derecho a la información del que amplias generaciones han sido privadas. Construirla — escuchando, transcribiendo y sistematizando con honestidad — es un acto de restitución que transforma tanto a las víctimas como a los investigadores, y que convierte la comunicación en herramienta de paz, no solo de registro.

El encuentro con testimonios que incomodan es donde el cuidado ético se vuelve real. Sostener la voz del otro sin alterarla ni silenciarla, incluso cuando genera discordia, es la prueba más exigente del compromiso ético del investigador y la condición para que la memoria colectiva sea genuinamente plural.

Nota de transparencia sobre el uso de inteligencia artificial

La escritura y organización argumentativa de esta ponencia contó con apoyo de herramientas de inteligencia artificial para la revisión de estilo, precisión conceptual y cohesión del texto. Esta decisión es coherente con la reflexión que el propio trabajo propone: del mismo modo en que la transcripción automatizada funcionó como auxiliar técnico sin sustituir la escucha clínica ni el juicio ético del investigador, la IA apoyó la redacción sin sustituir la experiencia vivida, el análisis ni el pensamiento crítico del autor. La investigación, el trabajo de campo, las entrevistas, la transcripción de testimonios, la aplicación de la matriz analítica y las reflexiones personales aquí documentadas son producto exclusivo del proceso investigativo del autor en el marco del Semillero de Investigación.

Referencias bibliográficas

- Borjas, L. (2003). La sistematización de experiencias: un método para impulsar procesos emancipadores. Revista Cayapa, 3(6), 1–16.
- Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH). (2013). ¡Basta ya! Colombia: memorias de guerra y dignidad. Disponible en: [CNMH] https://centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2013/basta-ya-colombia-memorias-de-guerra…
- Jelin, E. (2022). Los trabajos de la memoria (3.ª ed.). Siglo XXI Editores.
- Le Goff, J. (1991). El orden de la memoria: el tiempo como imaginario. Paidós.
- ONU (2017). La verdad como derecho: lineamientos sobre memoria, verdad y justicia. Disponible en: [UNESCO] https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259710
- Ramonet, I. (2011). La explosión del periodismo. Clave Intelectual.
- Ricoeur, P. (2004). La memoria, la historia, el olvido. Fondo de Cultura Económica.

TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DEL FEMINICIDIO EN LOS PORTALES WEB DE LA OPINIÓN, EL ESPECTADOR Y SEMANA DURANTE EL AÑO 2025

Kelly Yohana Palma Acevedo
Hanna Camila Acevedo Prada
Gabriela Guadalupe Colina de los Santos
Universidad Francisco de Paula Santander
Programa de Comunicación Social

Resumen

El tratamiento mediático del feminicidio cumple un papel determinante en la construcción de percepciones sociales sobre la violencia de género, pues no solo informa, sino que también produce significados que pueden reforzar estereotipos, normalizar la violencia o promover un enfoque basado en los derechos humanos (ONU Mujeres, 2023).

La presente investigación analiza el tratamiento periodístico del feminicidio en los portales web de La Opinión, El Espectador y Semana durante el año 2025, a partir de un enfoque cualitativo que combina el análisis de contenido y el análisis crítico del discurso (van Dijk, 1997). Se examinan categorías como la revictimización, la minimización de la violencia, el sensacionalismo y la perspectiva de género, con el fin de identificar los encuadres narrativos y las estrategias discursivas empleadas en la cobertura.

Los resultados parciales evidencian patrones discursivos que tienden a individualizar el crimen y a invisibilizar sus causas estructurales, aunque también se identifican esfuerzos por contextualizar el fenómeno dentro de marcos sociales más amplios. Palabras clave: femicidio, periodismo, violencia de género, medios digitales, análisis del discurso.

Abstract

The media coverage of femicide plays a decisive role in shaping social perceptions about gender-based violence. Beyond merely informing, journalistic narratives contribute to the construction of meanings that can either reinforce or challenge gender stereotypes, normalize violence, or promote a human rights–based perspective. This paper analyzes the journalistic treatment of femicide in the digital portals of La Opinión, El Espectador, and Semana during the year 2025.

Using a qualitative methodological approach, the study applies content analysis and critical discourse analysis to identify narrative frames, linguistic strategies, and visual resources used in the coverage of femicide cases. The analysis focuses on categories such as revictimization, minimization of violence, sensationalism, and gender perspective. The findings reveal persistent discursive patterns that tend to individualize the crime, obscure its structural causes, and reproduce symbolic violence through euphemisms and stereotypes. However, some journalistic practices also show efforts to contextualize femicide within broader social and cultural frameworks.

This research contributes to the discussion on ethical journalism and highlights the need for a gender-sensitive media approach that promotes social awareness and challenges patriarchal narratives. Keywords: femicide, journalism, gender violence, digital media, discourse analysis.

Introducción

El feminicidio constituye una de las manifestaciones más extremas de la violencia de género y representa un problema estructural profundamente arraigado en las sociedades

contemporáneas. En Colombia, esta forma de violencia no puede comprenderse como un hecho aislado ni como una suma de crímenes individuales, sino como el resultado de relaciones históricas de desigualdad, sistemas de poder patriarcal y prácticas culturales que han normalizado la subordinación y la violencia contra las mujeres.

En este escenario, los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental, pues no solo informan sobre los hechos, sino que también influyen en la manera en que la sociedad interpreta, comprende y responde frente al feminicidio. Los portales digitales se han consolidado como uno de los principales espacios de consumo informativo, caracterizados por la inmediatez, la alta circulación de contenidos y la posibilidad de interacción con las audiencias.

Esta transformación del ecosistema mediático hace necesario analizar críticamente las narrativas periodísticas que circulan en estos espacios, especialmente cuando abordan problemáticas sensibles como el feminicidio. El lenguaje empleado, los encuadres narrativos, la selección de fuentes y el uso de recursos visuales pueden contribuir tanto a la sensibilización social como a la revictimización y banalización de la violencia de género.

Para ello, la investigación se plantea desde un enfoque cualitativo y aplicará técnicas de análisis de contenido y análisis crítico del discurso. Se trabajará con categorías como revictimización, minimización, sensacionalismo y enfoque de género, que permitirán examinar con mayor detalle cómo se construyen estas representaciones. Además, el estudio se inscribe en la

línea de investigación Lenguaje, discurso y poder, lo cual brinda un marco adecuado para comprender cómo los medios contribuyen a la creación de sentidos sociales alrededor del feminicidio.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar el tratamiento periodístico del feminicidio en los portales web de La Opinión, El Espectador y Semana durante el año 2025. Estos medios representan distintas escalas y líneas editoriales dentro del panorama comunicativo colombiano: La Opinión con un enfoque regional y de frontera; El Espectador como un medio de tradición nacional con énfasis en el análisis crítico; y Semana como uno de los portales digitales de mayor alcance e influencia en la agenda mediática del país.

El estudio se inscribe en la línea de investigación Lenguaje, discurso y poder, lo que permite examinar cómo los discursos mediáticos reproducen o cuestionan relaciones de dominación y desigualdad.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo e interpretativo, orientado a comprender los significados, discursos y representaciones presentes en el tratamiento periodístico del feminicidio. Se emplearon como técnicas principales el análisis de contenido y el análisis crítico del discurso, herramientas metodológicas que permiten examinar de manera sistemática los textos periodísticos y sus componentes lingüísticos, narrativos y simbólicos. La unidad de análisis estuvo conformada por noticias digitales publicadas en los portales web de La Opinión, El Espectador y Semana durante el año 2025, relacionadas específicamente con casos de feminicidio en Colombia.

La selección del corpus se realizó a partir de criterios como la pertinencia temática, la recurrencia informativa y la relevancia del caso en la agenda mediática. Una vez seleccionado el material, se procedió a la categorización del contenido, teniendo en cuenta variables como el uso del lenguaje, el enfoque narrativo, las fuentes consultadas, la presencia o ausencia de contextualización estructural y los recursos visuales empleados.

Por ejemplo, el concepto de encuadre, desarrollado por Erving Goffman (1974), se refiere a los marcos de interpretación que utilizan las personas para organizar su experiencia

y comprender la realidad. En el campo periodístico, este enfoque implica que la noticia no solo transmite información, sino que también construye una narrativa al destacar, omitir o jerarquizar determinados aspectos del hecho noticioso (Goffman, 1974; Entman, 1993). Titulares como "la mató por celos" o "crimen pasional" constituyen ejemplos de encuadres que romantizan la violencia y ocultan sus raíces en el machismo y la desigualdad. Este tipo de marcos no solo reflejan estereotipos sociales, sino que también los reproducen y legitiman, lo que impide una comprensión profunda del feminicidio como un fenómeno sistemático (Lamas, 2009; Gill, 2011).

En consecuencia, el encuadre discursivo de los medios puede reducir la empatía social, mantener la naturalización de la violencia y debilitar las demandas colectivas de justicia. Además, la teoría de la agenda setting plantea que los medios de comunicación no le dicen a la audiencia qué pensar, sino sobre qué pensar. Es decir, la visibilidad, jerarquización y recurrencia con que los temas aparecen en los medios influyen directamente en su percepción dentro de la agenda pública (McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2005).

En este sentido, la ausencia o superficialidad del abordaje periodístico no es neutral, sino que tiene profundas implicaciones éticas y políticas en la configuración de la conciencia colectiva. Así mismo; análisis crítico del discurso, fundamentado en los aportes de van Dijk, permitió identificar estrategias discursivas como el uso de eufemismos, metáforas, adjetivaciones y marcos interpretativos que pueden contribuir a la naturalización de la violencia de género. Asimismo, se analizaron los encuadres informativos desde la teoría del framing y la agenda setting, con el fin de comprender cómo los medios jerarquizan, visibilizan o minimizan el fenómeno del feminicidio.

Resultados

La Ventana de Tiempo que se contempla para el proyecto es la revisión de todos los casos de feminicidio y transfeminismo cubiertos entre enero y diciembre de 2025. Por ello, este capítulo de resultados presenta un avance parcial de la recolección y análisis de información hasta septiembre de 2025.

Periodo durante el cual se realizó la identificación, selección y clasificación de 160 noticias. La revisión de dichas notas permite identificar las dinámicas de la agresión, los antecedentes de la violencia, las respuestas institucionales y la forma en que los medios construyen públicamente a la víctima y al agresor a partir del discurso periodístico.

El análisis de las noticias evidenció la presencia de patrones narrativos recurrentes en los tres portales estudiados. Uno de los hallazgos más relevantes fue la tendencia a individualizar los casos de feminicidio, presentándolos como hechos aislados o producto de conflictos personales, lo que limita la comprensión del fenómeno como una problemática estructural asociada a la violencia de género. En varios titulares y cuerpos de noticia se identificó el uso de expresiones que minimizan la gravedad del crimen, tales como referencias a "confusos hechos" o "crímenes pasionales", las cuales diluyen la responsabilidad del agresor y refuerzan estereotipos machistas.

Además, los resultados permiten comprender la forma en que los portales reproducen o cuestionan las representaciones sociales relacionadas con el feminicidio, que, siguiendo a Lagarde (2006), Bourdieu, (1999), es entendido como un crimen que expresa las dimensiones estructurales, simbólicas y políticas de la violencia.

El estudio muestra si las noticias reconocen el feminicidio como un fenómeno sistémico o tienden a reducirlo a hechos aislados, motivos personales o conflictos de pareja, promoviendo una narrativa que invisibiliza la violencia que precede a estos crímenes. Asimismo, se identifican estrategias discursivas que pueden reforzar estereotipos.

El contraste entre los tres medios analizados Semana, El Espectador y

La Opinión permite identificar patrones discursivos comunes y diferencias significativas tanto a nivel textual como iconográfico. Estas diferencias configuran formas particulares de representar el feminicidio y, por tanto, de construir un significado social para el tema. En general, los tres medios utilizan reiteradamente eufemismos, recurso que suaviza la brutalidad del incidente y responsabiliza al agresor. Según Van Dijk (2003), expresiones como 'posible ataque', 'evento desafortunado', 'discusión' o 'habría perdido la vida' actúan como estrategias de distanciamiento que disminuyen la intención feminicida.

Al mismo tiempo, los tres portales utilizan hipérboles que realzan la carga emocional del relato y enmarcan el caso como un episodio insólito. Esto coincide con lo que Segato (2018) llama la pedagogía de la crueldad: una lógica narrativa que convierte la violencia extrema en un espectáculo que dificulta su comprensión como fenómeno estructural. A nivel textual, los tres medios comparten una estructura donde la mayoría de las notas se basan en informes oficiales y en un orden cronológico que favorece los hechos inmediatos sobre el contexto histórico, político o sociocultural.

Esta dependencia de fuentes institucionales replica el enfoque policial ante el feminicidio; Según Lagarde (2006), esta fragmentación mediática borra el feminicidio como parte de un hecho de crueldad y reproduce la versión de que son tragedias privadas o domésticas y no crímenes causados por la violencia basada en género. Desde el concepto de violencia simbólica de Bourdieu (1999), esta narrativa oculta las relaciones de poder que estructuran la violencia de género y naturaliza una visión que normaliza el problema validando su recurrencia.

Asimismo, se observó la presencia de prácticas de revictimización, especialmente a través de la exposición innecesaria de detalles íntimos de la vida de las víctimas o la reproducción de estereotipos relacionados con su comportamiento. En cuanto a los recursos visuales, se identificó el uso frecuente de imágenes genéricas o sensacionalistas que refuerzan la violencia, desde una representación poco ética.

No obstante, también se encontraron avances en algunos contenidos, particularmente en El Espectador, donde ciertas publicaciones incorporaron un enfoque más contextualizado, haciendo referencia a cifras nacionales, marcos legales y voces expertas en género. Estas prácticas contribuyen a una comprensión más amplia del feminicidio y evidencian la posibilidad de un tratamiento periodístico más ético y responsable.

Discusión

El análisis realizado permitió demostrar que el tratamiento periodístico frente al feminicidio aún está atravesado por la tensión entre narrativas que apuntan a visibilizar la violencia. Como advierte Van Dijk (2003), los medios hacen más que informar crean significados, y estos significados se convierten en estructuras cognitivas que dan forma a como entendemos la violencia contra las mujeres.

Este hallazgo fue particularmente evidente en la presencia de recursos literarios, marcos que minimizan el crimen y representaciones que transfieren la responsabilidad a la víctima. La lectura crítica también reveló que muchas narrativas corresponden a la violencia simbólica descrita por Bourdieu (1999), donde los discursos operan como un mecanismo silencioso de dominación. Donde se evidencian titulares que normalizan el control, romantizan el acoso o minimizan la intención del agresor; Lo que confirma una cultura que apoya permite, y justifica el daño a quienes han sufrido violencia de género.

Desde la perspectiva de Marcela Lagarde, el feminicidio no puede desvincularse de la impunidad institucional y la responsabilidad del Estado. Sin embargo, esta dimensión estructural suele estar ausente en las narrativas mediáticas, que privilegian el hecho violento por encima de sus causas sociales, culturales y políticas. En este sentido, los medios

analizados desaprovechan su potencial como agentes de transformación social.

Se considera fundamental que las narrativas periodísticas disminuyan los estereotipos de género junto a las prácticas de revictimización y que presenten el feminicidio como un fenómeno vinculado a desigualdades históricas y estructurales, en lugar de tratarlo como un hecho aislado. Además, se recomienda a los medios de comunicación contextualizar cada caso individual utilizando cifras, dinámicas locales de violencia, antecedentes institucionales y políticas públicas vigentes que mitiguen la tendencia predominante a producir una cobertura superficial que se centra sólo en el evento inmediato.

Respecto al uso de imágenes, se recomienda sustituir fotografías sensacionalistas o morbosas por recursos visuales que aporten comprensión y contexto, como infografías, líneas de tiempo, estadísticas o mapas de casos. La selección de imágenes debe guiarse por criterios éticos que protejan la dignidad de las víctimas y eviten exponerlas a ellas o a sus familiares. La discusión pone en evidencia la necesidad de fortalecer un periodismo con enfoque de género, que incorpore principios éticos, diversidad de fuentes y una mirada crítica sobre las relaciones de poder. Tal como señalan organismos como la FLIP y la UNESCO, los medios tienen la responsabilidad de informar sin revictimizar, evitar el sensacionalismo y promover una cultura de derechos humanos.

Referencias bibliográficas

• Bourdieu, P. (1999). La dominación masculina. Anagrama. Butler, J. (1990). El género en disputa. Paidós.

• Lagarde, M. (2006). Del feminicidio al feminicidio.

• UNAM. ONU Mujeres. (2023). Feminicidio y violencia de género. Van Dijk, T. A. (1997). Discurso y poder. Gedisa

• Entman, R. M. (1993). Framin: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication.

• Varela Guinot, H. (2020). Las universidades frente a la violencia de género. Domínguez Fabián, I. (2021). La violencia económica de género: Un problema oculto.

• UNESCO & FLIP. (2022). Manual de periodismo con enfoque de género. Fundación para la Libertad de Prensa.

• Anticona Alegre, A. J. (2023). El periodismo de opinión en el Perú frente a noticias de feminicidios. Caso Solsiret Rodríguez.

• Tacuma González, I. (2023). Entre titulares y comentarios: Análisis entre los encuadres de comunicación en un periódico del Quindío -1

• Hendel, L. (2015). Violencias de género: Las mentiras del patriarcado. Ediciones Paidós.





Mesa 3

Comunicación Estratégica, Organizacional y Cambio Social

LA RSE COMO EPICENTRO DE IMAGEN CORPORATIVA PARA EL CC EL GRANSAN Y SUS COMUNIDADES ALEDAÑAS

John Jairo Molina Roncancio
Universidad Cooperativa de Colombia
Magister en Comunicación e Identidad Corporativa.
Líder semillero ComuNativos
john.molinar@campusucc.edu.co
Camilo Andrés Parra Rojas
Universidad Cooperativa de Colombia
Programa de Comunicación Social
(sexto semestre – 2026-1)
Semillerista ComuNativos
camilo.parra@campusucc.edu.co

Resumen

Es fundamental reconocer el valor económico que el Centro Comercial El GranSan aporta no solo a Bogotá, sino al país, así como su compromiso con la industria nacional, ya que en este espacio confluyen comerciantes de diversas regiones y de otros países que invierten y adquieren productos de ropa y calzado. No obstante, el Centro Comercial enfrenta un problema de carácter comunicacional relacionado con el deterioro de su imagen corporativa, asociado a una percepción de inseguridad influida, entre otros factores, por la presencia de habitantes de calle en su entorno y por la inadecuada disposición de basuras, de donde este grupo obtiene sustento e incluso alimento.

A partir de esta situación surge la pregunta problema: ¿cómo un plan estratégico de comunicación, sustentado en principios de responsabilidad social empresarial, puede contribuir a mejorar la imagen corporativa del Centro Comercial? En coherencia, el objetivo central es dinamizar la imagen del GranSan mediante un plan de comunicaciones con impacto mediático, basado en acciones estratégicas de responsabilidad social empresarial.

Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque mixto, apoyado en entrevistas y sondeos que han permitido construir un diagnóstico organizacional y analizar las percepciones de administrativos, comerciantes y clientes. Los resultados parciales incluyen un análisis DOFA.

Palabras clave

Imagen corporativa, Plan estratégico de comunicación, Responsabilidad social empresarial, Identidad corporativa.

Introducción

El Centro Comercial El GranSan se localiza en el corazón de la localidad de Santa Fe, específicamente en el barrio San Victorino, un sector histórico y emblemático de Bogotá. Este territorio se caracteriza por su cercanía a espacios representativos de la ciudad como la avenida Décima, la avenida Caracas, el parque Tercer Milenio, el parque La Mariposa, la Plaza de Bolívar y el sector de Las Aguas. Además, San Victorino fue uno de los primeros barrios inaugurados en el siglo XIX, consolidándose inicialmente como un puerto terrestre por donde transitaban el ferrocarril y el comercio de tracción animal. Durante el siglo XX, el sector adquirió mayor relevancia al convertirse en un punto estratégico para el transporte urbano, especialmente para la toma de taxis y buses.

Con la llegada de comunidades árabes, el comercio textil se fortaleció significativamente, posicionando a San Victorino como uno de los sectores comerciales más influyentes del país. En este contexto, miles de personas acceden diariamente a una amplia oferta de productos destinados al hogar, la educación y diversos tipos de negocios.

Dentro de este entorno económico destaca el Centro Comercial El GranSan, reconocido por su trayectoria y por autodenominarse “la cuna del talento textil colombiano”. Sus marcas han participado en eventos de proyección nacional e internacional como Bogotá Fashion Week y Llanotex, fortaleciendo su posicionamiento en la industria. Actualmente, el GranSan alberga cerca de setecientas marcas y genera aproximadamente un millón de empleos, consolidándose como un nodo clave para la distribución y comercialización de mercancía al por mayor, con impacto directo en la economía de otros municipios y en el producto interno bruto del país.

No obstante, el sector de San Victorino enfrenta problemáticas asociadas a la inseguridad. De acuerdo con la Personería de Bogotá y el Ministerio Público Distrital, se registran situaciones relacionadas con el consumo y venta de sustancias psicoactivas y alcohol, así como hurtos, riñas, agresiones entre comerciantes y disputas por el uso del espacio público. Asimismo, es notoria la presencia de habitantes de calle, frecuentemente estigmatizados y expuestos a múltiples formas de violencia y exclusión social.

Según el censo de habitantes de calle realizado en 2024, en Bogotá se registraron 10.478 personas en esta condición, de las cuales 1.236 se ubican en la localidad de Santa Fe. El informe señala que los conflictos familiares y el consumo de sustancias psicoactivas son factores determinantes, y que el reciclaje constituye la principal fuente de ingresos para el 46,6% de esta población.

Adicionalmente, la UAESP reporta que en San Victorino la generación de residuos aumenta hasta un cincuenta por ciento en diciembre, alcanzando cerca de cuarenta y cinco toneladas diarias. Estas condiciones justifican que la investigación aborde la identidad, imagen y responsabilidad social empresarial del Centro Comercial El GranSan, formulando un plan estratégico de comunicaciones alineado con el ODS 8 y orientado a mejorar su imagen corporativa desde la responsabilidad social. Dicho enfoque propone acciones comunicativas éticas, inclusivas y sostenibles que fortalezcan la relación institucional con la comunidad y los públicos estratégicos locales prioritarios actuales.

Metodología

Metodológicamente, se ha avanzado en un proceso de recolección de información basado en un enfoque mixto, donde herramientas como la entrevista y los sondeos han permitido adquirir insumos, tipo diagnóstico, que servirán de base para la propuesta de estrategias de alto impacto que conduzcan a la mejora de la imagen corporativa, a partir de las percepciones que tienen: administrativos, comerciantes y clientes de este entorno organizacional.

Según Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación, “el enfoque mixto es un proceso de investigación que implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos” (pág. 19).

De acuerdo con lo anterior este enfoque se puede definir como una forma de investigación que combina datos numéricos cuantitativo y experiencias o percepciones que se van generando a lo largo de una socialización cualitativa, buscando analizar un problema de manera ordenada y basado en la realidad, logrando una comprensión más completa de la problemática y buscando soluciones efectivas.

Por otro lado, la Universidad Europea. (2025) define la entrevista como “un método de recolección de datos y tiene un carácter cualitativo, ya que se centra en la experiencia personal de la parte entrevistada, se pueden diferenciar dos roles: el entrevistador y el entrevistado. El primero es el encargado de dirigir la entrevista y

hacer preguntas. Por su parte, el entrevistado es quien se expone, normalmente de manera voluntaria, al interrogatorio del entrevistador".

Se puede definir la entrevista como un método de recolección de información o datos enfocado en la experiencia del entrevistado y se desarrolla entre la relación desde dos roles, el entrevistador guía la conversación y formula las preguntas, y el entrevistado responde a ellas de manera voluntaria.

Según Prasad, N., Kumar, V., & Kumar, S. (2024). Survey research: Concept and development. Definen "la investigación mediante encuestas consiste en la compilación de un conjunto de preguntas y su colocación secuencial para obtener respuestas aceptables. Recopila información importante mediante preguntas específicas a las personas. Este método ayuda a los investigadores a explorar lo que las personas piensan, sienten y hacen (pág. 3).

Se entiende como sondeo al ejercicio de conocer percepciones de grupos demográficos respecto a sus pensamientos o emociones mediante preguntas obteniendo respuestas significativas para poder llegar a conclusiones que repercutan en la investigación de manera positiva y/o negativa de manera cuantitativa, es aquí donde se pueden realizar balances, estadísticas y porcentajes.

Discusión

La imagen corporativa se comprende como la percepción que construyen los públicos internos y externos sobre una organización, a partir de sus experiencias, observaciones y relaciones con esta, especialmente en el proceso de adquisición de productos o servicios. Dicha percepción no surge de manera espontánea, sino que se configura a partir de las acciones, comportamientos y estrategias comunicativas que la empresa desarrolla en su interacción con los distintos grupos de interés. En este sentido, la imagen corporativa se constituye como un elemento estratégico que influye directamente en la manera en que la organización es reconocida, valorada y recordada en el entorno social y comercial.

Capriotti (2013) señala que la imagen corporativa adquiere una importancia fundamental al convertirse en un activo intangible estratégico que genera valor para la organización, en la medida en que logra ocupar un espacio significativo en la mente de los públicos. Para el autor, ya no es suficiente comunicar mensajes de manera aislada; las organizaciones deben "existir" para sus públicos mediante acciones coherentes, sostenidas y alineadas con sus valores y objetivos estratégicos. Esta perspectiva refuerza la idea de que la imagen corporativa se construye de manera permanente y relacional, y no como un resultado exclusivo de campañas publicitarias.

En consonancia con lo anterior, Chaves (2016) afirma que la publicidad, entendida tradicionalmente como una herramienta persuasiva, ha experimentado un desplazamiento hacia el campo de la imagen corporativa. En la actualidad, la publicidad constituye solo uno de los múltiples canales a través de los cuales se emite y consolida la imagen de una organización. Esta transformación evidencia que la imagen corporativa es un proceso integral que articula comunicación, comportamiento organizacional y coherencia institucional.

La imagen corporativa no es objetiva ni uniforme, ya que se ve influenciada por factores como las vivencias personales, las emociones, los medios de comunicación y las opiniones de terceros. Por esta razón, las organizaciones deben orientar sus acciones hacia la satisfacción de las necesidades de sus públicos y utilizar la comunicación y la publicidad de manera estratégica, de modo que estas se conviertan en ejes centrales para el fortalecimiento de una imagen positiva y coherente.

En este contexto, el plan estratégico de comunicación se concibe como una herramienta fundamental que orienta a la organización en la gestión de sus procesos comunicativos. Este plan actúa como un mapa

que permite definir mensajes claros, seleccionar los canales adecuados y llegar a los públicos correctos, con el propósito de cumplir los objetivos organizacionales y responder a las expectativas de los grupos de interés. Asimismo, se caracteriza por su flexibilidad, ya que posibilita la evaluación continua de los resultados y el ajuste de las estrategias implementadas.

Massoni (2018) define el plan estratégico como un conjunto de decisiones y prioridades sustentadas en un diagnóstico previo, desde una visión técnico-científica que antecede su implementación. Este enfoque destaca la importancia de comprender la situación específica de la organización antes de diseñar e implementar acciones comunicativas. De manera complementaria, Aljure Saab (2015) plantea que los planes estratégicos se derivan del planteamiento global de la organización y se desarrollan en distintos plazos, siendo fundamental identificar con claridad la situación actual, los objetivos propuestos y las estrategias necesarias para alcanzarlos.

Por ello, un plan estratégico de comunicación requiere un análisis profundo de la realidad organizacional, considerando la misión, la visión y los valores institucionales, con el fin de evitar acciones improvisadas y garantizar una orientación clara hacia el logro de metas. En este sentido, el plan estratégico se convierte en una guía que impulsa a la organización hacia el éxito, permitiéndole identificar oportunidades y actuar de manera efectiva en entornos complejos y cambiantes.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se presenta como un enfoque que busca generar beneficios compartidos entre la empresa y la comunidad, promoviendo iniciativas que impacten positivamente en la sociedad. Carroll (1991) introduce el concepto de desempeño social corporativo como una visión integral que abarca la responsabilidad social, la capacidad de respuesta y las acciones socialmente responsables de las organizaciones. Desde esta perspectiva, la RSE enfatiza la acción ética y el compromiso social como componentes esenciales de la gestión empresarial. De igual forma, McWilliams (2001) define la RSE como aquellas acciones que promueven el bien social más allá de los intereses económicos y de las exigencias legales, destacando su carácter voluntario y estratégico.

Finalmente, la identidad corporativa se entiende como el conjunto de elementos visuales y verbales que permiten a una organización presentarse, diferenciarse y generar reconocimiento, confianza y lealtad entre sus públicos internos y externos. Costa (2020) señala que la estrategia de identidad visual debe considerar el sector, los códigos culturales y el público objetivo, mientras que Kapferer (2012) sostiene que la identidad solo cobra vida cuando se comunica de manera coherente y consistente. En consecuencia, la identidad corporativa se consolida como un componente clave de la comunicación organizacional, capaz de proyectar valores, fortalecer la reputación y generar vínculos significativos con los públicos.

Resultados

A 2026, los resultados parciales de la investigación evidencian un diagnóstico organizacional de tipo DOFA y el análisis de las percepciones de una muestra representativa de públicos de interés del Centro Comercial GranSan. Se prevé que durante el periodo noviembre-diciembre de 2025 y enero de 2026 se amplíe la muestra de percepciones, considerando la temporada decembrina en Colombia y el aumento significativo de visitantes al establecimiento. Para la obtención de estos resultados se desarrollaron los dos primeros objetivos específicos del estudio.

El primer objetivo permitió identificar los elementos de la identidad corporativa del Centro Comercial GranSan mediante una matriz DOFA, con el propósito de reconocer los factores internos y externos que inciden directa e indirectamente en su funcionamiento. Dicho análisis contempló aspectos como la ubicación

estratégica, los canales digitales, la participación de los comerciantes, la identidad visual, la reputación corporativa, las instalaciones y el entorno inmediato.

Para la construcción de la matriz DOFA se empleó la técnica de observación no participante, que consistió en la visita al sector para analizar la dinámica del lugar y el desarrollo de sus actividades cotidianas. La observación incluyó no solo a comerciantes y compradores, sino también a transeúntes, habitantes de calle y condiciones ambientales, especialmente la disposición de residuos. Adicionalmente, se realizó una revisión de fuentes oficiales del centro comercial, medios de comunicación y comentarios publicados por la comunidad en redes sociales.

La observación no participante se llevó a cabo el viernes 21 de noviembre de 2025, fecha en la que se evidenció una alta afluencia de personas asociada a la temporada decembrina. Fue posible identificar el interés de comerciantes por adquirir mercancía al por mayor, así como la presencia de compradores al detal. Asimismo, se analizaron los establecimientos desde dos perspectivas: aquellos con mayor afluencia de público, favorecidos por su ubicación estratégica y una identidad visual visible, y aquellos con menor circulación de compradores, asociados a una ubicación desfavorable y ausencia de elementos identitarios.

Otro aspecto relevante fue la identificación de problemáticas medioambientales en las zonas externas del centro comercial, donde la acumulación de basuras genera percepciones negativas relacionadas con desorden, malos olores, inseguridad y falta de control

El segundo objetivo de la investigación se orientó al análisis de las percepciones de los públicos de interés mediante encuestas y entrevistas, con el fin de aportar al mejoramiento de la imagen corporativa. Los públicos considerados incluyeron comerciantes, compradores mayoristas y minoristas, y un administrativo del área de comunicaciones.

La encuesta aplicada a comerciantes constó de ocho preguntas relacionadas con seguridad, imagen corporativa, estrato socioeconómico, género y horarios de mayor nivel de ventas. Se tomó como muestra el 10 % de los locales en funcionamiento, equivalente a 70 establecimientos, encuestados de manera aleatoria el domingo 30 de noviembre de 2025. Participaron 46 mujeres y 24 hombres.

La encuesta dirigida a compradores incluyó doce preguntas sobre características sociodemográficas y percepciones de seguridad. Se proyectó encuestar a 100 compradores en diferentes jornadas; actualmente se cuenta con 75 encuestas diligenciadas. Estos insumos orientarán las fases finales del estudio.

Referencias bibliográficas

•

• Alcaldía Mayor de Bogotá. (2025, 6 de abril). Se transforma San Victorino en Bogotá: más organización y espacio público. https://bogota.gov.co/mi-ciudad/gobierno/se-transforma-san-victorino-bogota-mas-organizacion-y-espacio-publico

• Aljure A. (2015) El plan estratégico de comunicación. https://books.google.com.co/books?id=aMiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

• Capriotti, Paul. (2013) Planificación estratégica de la Imagen Corporativa. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (Málaga, España)

• Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), p.40. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

• Centro Comercial GranSan. (s. f.). El GranSan — Centro comercial orgullo de la moda colombiana. https://www.elgransan.com.co/

• Chaves, Norberto (2016) La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili, S.A (Barcelona, España)

• Costa, J. (2020). Los 5 pilares del branding: Anatomía de la marca (interiores en color con imágenes) [Libro digital]. Experimenta Libros. https://www.perlego.com/es/book/2087180/los-5-pilares-del-branding-anatoma-de-la-marca-interiores-en-color-con-imgenes-pdf

• Kapferer, J.-N. (2012). Prisma de marca: Identidad de marca y estrategia (2.ª ed.). Kogan Page.

• McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. Academy of Management Review, 26(1), 117–127. https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987

• Massoni, S. (2018). Teoría de la comunicación estratégica: Enactiva e investigación [Archivo PDF]. Dialnet.

• Otero Ortega, A. (2018). Enfoques de investigación: Métodos para el diseño urbano-arquitectónico [Archivo PDF]. file:///C:/Users/admin/Downloads/Otero-OteroA_Enfoques.pdf

• Personería de Bogotá. (2022, 21 de diciembre). San Victorino: radiografía de un lugar inseguro, con graves problemas de movilidad y desorden en el espacio público. https://www.personeriabogota.gov.co/sala-de-prensa/notas-de-prensa/item/1078-san-victorino-radiografia-de-un-lugar-inseguro-con-graves-problemas-de-movilidad-y-desorden-en-el-espacio-publico

• Prasad, N., Kumar, V., & Kumar, S. (2024). Survey research: Concept and development. Journal of Indira Gandhi Institute of Medical Sciences. https://doi.org/10.4103/jigims.jigims_10_24

• Secretaría Distrital de Integración Social – SDIS. (2025, 14 de febrero). Presentación de resultados [Archivo PDF]. Secretaría Distrital de Integración Social. https://www.integracionsocial.gov.co/images/_docs/2025/Documentos/14022025-Presentacion-resultados.pdf

• Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP. (2025, 7 de diciembre). Ante incremento en la generación de residuos, UAESP refuerza acciones. https://www.uaesp.gov.co/noticias/ante-incremento-en-la-generacion-residuos-uaesp-refuerza-acciones

• Universidad Europea. (2025). ¿Qué es una entrevista y cuáles son sus tipos? https://colombia.universidadeuropea.com/blog/que-es-una-entrevista/

COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL: DIÁLOGOS PARA LA TRANSFORMACIÓN TERRITORIAL

Eliana Ramírez Estupiñán
Universidad Nacional abierta y a Distancia
Abogada
Comunicadora Social
eliana.ramirez@unad.edu.co.
Carla Johana Martínez García
Universidad Nacional abierta y a Distancia
Abogada
Magister en Filosofía
carla.martinez@unad.edu.co.
Ruth Ester Martínez
Universidad Nacional abierta y a Distancia
Abogada
Magister en Filosofía
ruth.martinez@unad.edu.co.
Ana maria abad
Universidad Nacional abierta y a Distancia
Psicologa
ana.martinez@unad.edu.co,

Resumen

La comunicación comunitaria y el emprendimiento social constituyen dos campos que convergen de manera estratégica en la construcción de procesos de transformación territorial. La comunicación comunitaria, entendida como práctica dialógica, participativa y basada en el reconocimiento de las voces locales, posibilita la articulación de saberes, la generación de confianza y la construcción colectiva de soluciones. Por su parte, el emprendimiento social se orienta a la creación de valor social mediante iniciativas innovadoras que responden a problemáticas estructurales, fortalecen capacidades locales y promueven la sostenibilidad.

La ponencia argumenta que la articulación entre estos dos enfoques potencia la agencia comunitaria, facilita la apropiación de los proyectos y amplía su impacto social. La comunicación comunitaria permite que los emprendimientos sociales se arraiguen en la identidad territorial, legitimen sus acciones y promuevan procesos de gobernanza colaborativa. A través de metodologías participativas, narrativas locales y dinámicas de colaboración, se evidencia que los emprendimientos sociales alcanzan mayores niveles de pertinencia, cohesión y sostenibilidad cuando incorporan prácticas comunicativas que reconocen la diversidad, la participación y la construcción colectiva del sentido.

Introducción

La comunicación comunitaria se ha consolidado como un campo fundamental para comprender los procesos de organización social, participación ciudadana y construcción colectiva de significados en los territorios. Desde una perspectiva dialógica y emancipadora, esta forma de comunicación promueve la interacción horizontal entre actores, la apropiación social del mensaje y la generación de procesos de transformación basados en la participación de las comunidades (Freire, 1970; Beltrán, 2000). Tal como señala Gumucio-Dagron (2001), la comunicación comunitaria no se limita a transmitir información, sino que facilita la creación de espacios de encuentro, el fortalecimiento del tejido social y la movilización colectiva en torno a problemas compartidos.

En paralelo, el emprendimiento social se ha configurado como una alternativa innovadora para enfrentar desafíos sociales, económicos y culturales mediante soluciones sostenibles y orientadas al bien común. Autores como Dees (2001) y Bornstein y Davis (2010) destacan que los emprendimientos sociales no solo buscan resolver problemáticas específicas, sino transformar las condiciones estructurales que las producen, mediante la creación de valor social, el empoderamiento comunitario y la promoción de capacidades locales.

La articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social adquiere relevancia porque ambas perspectivas comparten un fundamento ético y metodológico: la centralidad de las comunidades como protagonistas de su propio desarrollo. La comunicación comunitaria aporta los mecanismos para generar participación, cohesión y sentido colectivo, mientras que el emprendimiento social aporta herramientas para la innovación, la sostenibilidad y la gestión estratégica de proyectos en territorios diversos (Nicholls, 2018). Cuando estos enfoques convergen, los procesos de transformación social se potencian, ya que los proyectos no solo se diseñan para las comunidades, sino con ellas, a partir de sus narrativas, experiencias, necesidades y aspiraciones.

En este contexto, la presente ponencia propone analizar cómo la comunicación comunitaria se convierte en un eje estructural para el fortalecimiento, la legitimidad y la sostenibilidad de los emprendimientos sociales. A través de una revisión conceptual y una reflexión crítica sobre las prácticas de intervención comunitaria, se argumenta que la comunicación participativa favorece la apropiación social, la gobernanza colaborativa y la consolidación de iniciativas con impacto social duradero.

Problemática

A pesar de los avances en metodologías participativas y en la consolidación de iniciativas de emprendimiento social en distintos territorios, persisten desafíos estructurales que limitan su impacto y sostenibilidad. En primer lugar, muchas iniciativas comunitarias carecen de procesos de comunicación participativa sólidos que permitan integrar las voces locales en la identificación de problemáticas, la formulación de soluciones y la toma de decisiones. La ausencia de espacios dialógicos genuinos conduce a intervenciones que reproducen relaciones verticales de poder, desconociendo los saberes y la agencia de las comunidades (Freire, 1970; Beltrán, 2000). Esto genera resistencia, baja apropiación y dificultades para sostener los proyectos en el tiempo.

En segundo lugar, numerosos emprendimientos sociales se desarrollan sin una estrategia comunicacional que articule de manera coherente los objetivos de la iniciativa con las dinámicas culturales y territoriales donde se implementa. Como advierten Gumucio-Dagron (2001) y Rodríguez (2021), cuando los procesos comunicativos no se adaptan a los contextos locales, se corre el riesgo de imponer narrativas externas o ajenas a las experiencias comunitarias, debilitando tanto la legitimidad como la eficacia de las acciones emprendidas.

Asimismo, la brecha digital y la desigualdad en el acceso a tecnologías de información y comunicación exacerban las dificultades para la participación comunitaria. Aunque la digitalización ha ampliado las posibilidades de visibilización, articulación y colaboración, también ha profundizado inequidades en poblaciones vulnerables, especialmente en zonas rurales o en comunidades con limitada infraestructura tecnológica (Tufte, 2017). Esta situación limita la capacidad de los emprendimientos sociales para desarrollar estrategias de comunicación inclusivas y culturalmente pertinentes.

Finalmente, la falta de articulación entre actores instituciones, comunidades, organizaciones sociales y emprendedores genera fragmentación, duplicidad de esfuerzos y baja eficacia en la implementación de iniciativas de desarrollo. La comunicación comunitaria, entendida como proceso de construcción colectiva de significados y coordinación social, suele ser relegada a un rol instrumental, cuando en realidad constituye un eje estructurante para la cohesión, la participación y la sostenibilidad (García & Pérez, 2023).

En suma, la problemática central que enfrenta la articulación entre comunicación comunitaria y em-

prendimiento social radica en la ausencia de procesos comunicativos participativos, contextualizados y éticamente orientados, que permitan fortalecer la agencia comunitaria, asegurar la pertinencia cultural de los proyectos y garantizar su sostenibilidad. Esta brecha evidencia la necesidad de repensar la comunicación no como un complemento operativo, sino como una dimensión estratégica para la transformación territorial.

Justificación

La relación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social constituye un campo de estudio fundamental para comprender y fortalecer los procesos de transformación territorial en América Latina. En un contexto marcado por desigualdades estructurales, brechas digitales y limitaciones en la participación ciudadana, se requieren enfoques que promuevan la organización colectiva, la innovación social y la construcción de capacidades locales. La comunicación comunitaria, con su énfasis en el diálogo, la horizontalidad y la construcción compartida de sentidos, ofrece un marco idóneo para fortalecer la agencia de las comunidades y su capacidad para liderar iniciativas de cambio (Freire, 1970; Gumucio-Dagron, 2001).

Asimismo, el emprendimiento social se ha consolidado como una estrategia para impulsar soluciones innovadoras y sostenibles a problemáticas sociales críticas, especialmente aquellas relacionadas con pobreza, exclusión, salud, cuidado y desarrollo territorial. Su potencial transformador radica en la capacidad de articular recursos, actores y saberes diversos en función del bien común (Dees, 2001; Bornstein & Davis, 2010). No obstante, múltiples investigaciones evidencian que estos proyectos enfrentan dificultades cuando carecen de procesos comunicativos participativos y contextualizados que faciliten la apropiación comunitaria, la legitimidad y la sostenibilidad (Rodríguez, 2021; Tufte, 2017).

En este sentido, la presente ponencia es pertinente porque aborda una necesidad real y urgente: fortalecer las capacidades comunicativas dentro de los emprendimientos sociales para potenciar su impacto en los territorios. Integrar la comunicación comunitaria como eje estratégico permite trascender modelos unidireccionales y avanzar hacia prácticas más inclusivas, éticas y culturalmente pertinentes. Esta perspectiva es clave para promover la gobernanza colaborativa, la cohesión social y el empoderamiento colectivo, elementos indispensables para el éxito de cualquier iniciativa de emprendimiento social.

Adicionalmente, el avance de las tecnologías digitales y los escenarios comunicativos contemporáneos plantean nuevos desafíos y oportunidades. La digitalización ha ampliado las posibilidades de visibilización y articulación, pero también ha profundizado brechas y riesgos de exclusión en poblaciones vulnerables. Por ello, es necesario repensar la comunicación comunitaria en la encrucijada digital, integrando herramientas tecnológicas sin perder de vista el enfoque humanista y participativo que caracteriza este campo (Tufte, 2017; Nicholls, 2018).

La justificación, por tanto, se fundamenta en la necesidad de promover un enfoque integrado que vincule comunicación comunitaria y emprendimiento social para fortalecer procesos de transformación territorial sostenibles. Ello contribuirá no solo al avance académico en estas áreas, sino también al diseño de prácticas más efectivas para el trabajo con comunidades y proyectos sociales en Colombia y América Latina.

Objetivo general

Analizar cómo la comunicación comunitaria contribuye al fortalecimiento, la legitimidad y la sostenibilidad de los emprendimientos sociales en los territorios, a partir de un enfoque participativo, dialógico y orientado al cambio social.

Objetivos específicos

1. Examinar los fundamentos conceptuales y teóricos que articulan la comunicación comunitaria y el emprendimiento social como procesos complementarios en la transformación territorial.
2. Identificar las principales limitaciones comunicativas que enfrentan los emprendimientos sociales en contextos diversos, especialmente en relación con la participación comunitaria, la apropiación social y la construcción de sentido colectivo.
3. Analizar el papel de la comunicación participativa en la generación de cohesión social, empoderamiento comunitario y gobernanza colaborativa dentro de iniciativas de emprendimiento social.
4. Proponer lineamientos estratégicos para integrar la comunicación comunitaria en el diseño, implementación y evaluación de proyectos de emprendimiento social, con el fin de potenciar su impacto y sostenibilidad.

Marco Teórico

1. Comunicación comunitaria: fundamentos y enfoques

La comunicación comunitaria se concibe como un proceso social, dialógico y participativo orientado a fortalecer la autonomía, la organización y la agencia de las comunidades. Su fundamento teórico se encuentra en la pedagogía crítica de Paulo Freire (1970), quien plantea que la comunicación auténtica surge del diálogo horizontal, la problematización de la realidad y la construcción colectiva del conocimiento. Desde esta perspectiva, la comunicación no es un simple acto de transmisión, sino un proceso profundamente político que permite a los sujetos hacerse conscientes de su realidad y actuar sobre ella.

Autores como Beltrán (2000) y Gumucio-Dagron (2001) complementan esta visión al señalar que la comunicación comunitaria se caracteriza por su énfasis en la participación, la apropiación y la generación de espacios de encuentro. Para Beltrán (2000), este enfoque rompe con la lógica unidireccional de la comunicación dominante y sitúa a las comunidades como protagonistas en la producción, circulación y uso de la información. De manera similar, Gumucio-Dagron (2001) sostiene que la comunicación comunitaria fomenta procesos de cohesión social, empoderamiento y construcción de identidades colectivas a partir de las experiencias y narrativas propias de los territorios.

En esta línea, la comunicación comunitaria se convierte en un componente esencial para la transformación social porque permite articular prácticas culturales, saberes locales, relaciones de poder y dinámicas territoriales. Su valor reside en que posibilita la construcción de sentidos compartidos, la movilización colectiva y la legitimación de procesos organizativos (Rodríguez, 2021).

2. Emprendimiento social: innovación, propósito y valor social

El emprendimiento social emerge como una alternativa para abordar problemas sociales, ambientales y culturales mediante soluciones innovadoras que priorizan el bienestar colectivo y la sostenibilidad. De acuerdo con Dees (2001), el emprendedor social actúa como un agente de cambio que identifica oportunidades donde otros ven fallas estructurales y propone modelos transformadores que buscan alterar de manera positiva las dinámicas sociales existentes.

Desde la perspectiva de Bornstein y Davis (2010), los emprendimientos sociales se caracterizan por combinar visión ética, innovación y capacidad de gestión para generar valor social, entendido como la mejora efectiva de condiciones de vida, capacidades y oportunidades en deter-

minadas poblaciones. Por su parte, Yunus (2010) introduce el concepto de "negocio social" como un modelo autosostenible orientado exclusivamente a resolver problemas sociales, diferenciándose de las empresas tradicionales por la primacía otorgada al impacto social sobre la rentabilidad económica.

El emprendimiento social se sitúa así en un campo híbrido, donde convergen conocimientos empresariales, trabajo comunitario, innovación social y políticas públicas. Su potencial transformador radica en su capacidad para articular actores, recursos y saberes en función del bien común.

3. Comunicación comunitaria y su relación con el emprendimiento social

La articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social es fundamental para comprender los factores que determinan el éxito, la legitimidad y la sostenibilidad de las iniciativas sociales. Tal como señalan Nicholls (2018) y Rodríguez (2021), los emprendimientos sociales no pueden consolidarse sin procesos comunicativos que posibiliten participación, transparencia y construcción colectiva del sentido.

La comunicación comunitaria aporta herramientas metodológicas y filosóficas que permiten:

- Involucrar activamente a las comunidades en la identificación de problemáticas y la formulación de soluciones.
- Construir diagnósticos participativos basados en la experiencia local.
- Fomentar la cohesión y el sentido de pertenencia en torno a los emprendimientos.
- Generar procesos de gobernanza colaborativa entre actores sociales.

En esta línea, la comunicación comunitaria opera como un puente entre la acción social y la innovación, promoviendo que los emprendimientos no solo sean técnicamente viables, sino culturalmente pertinentes y socialmente apropiados. Como plantean Gumucio-Dagron (2001) y Tufte (2017), los procesos de transformación auténtica requieren narrativas propias, espacios de deliberación y el reconocimiento de la diversidad territorial.

La ausencia de estos procesos comunicativos genera iniciativas desarticuladas de sus contextos, con baja apropiación comunitaria y limitada sostenibilidad. Por ello, integrar la comunicación comunitaria en el diseño y gestión de emprendimientos sociales es una condición clave para garantizar su impacto a largo plazo.

4. Territorio, diversidad y participación: elementos estructurales para la transformación

El territorio es un componente esencial del pensamiento en comunicación comunitaria. No se trata únicamente de un espacio geográfico, sino de un entramado simbólico, histórico y social que configura identidades y formas de relación (Gumucio-Dagron, 2001). En el emprendimiento social, el territorio proporciona las condiciones materiales y culturales que orientan la pertinencia y viabilidad de los proyectos.

Por otro lado, la diversidad —social, cultural, étnica, de género y generacional— constituye un principio indispensable para comprender los procesos comunitarios. La comunicación comunitaria reconoce que la transformación solo es posible si se integran múltiples voces y narrativas, especialmente aquellas históricamente marginadas (Beltrán, 2000; Tufte, 2017).

La participación, como eje articulador, permite que las comunidades no sean receptoras de soluciones, sino co-creadoras. Este principio, derivado de la pedagogía freireana, convierte al emprendimiento social en un espacio de aprendizaje, construcción simbólica y acción colectiva.

Metodología

La metodología de esta ponencia se fundamenta en un enfoque cualitativo de carácter interpretativo, orientado a comprender los vínculos conceptuales, teóricos y prácticos entre la comunicación comunitaria y el emprendimiento social. Este tipo de enfoque permite analizar fenómenos sociales y comunicativos a partir de sus significados, experiencias y relaciones contextuales, más que desde mediciones numéricas o generalizaciones estadísticas (Denzin & Lincoln, 2018).

Diseño metodológico

Se adoptó un diseño de investigación documental y analítica, que incluyó la revisión sistemática de literatura académica, estudios de caso publicados y referentes teóricos contemporáneos en los campos de comunicación comunitaria, participación social, innovación y emprendimiento sociales. La revisión permitió identificar tendencias, tensiones, vacíos y puntos de articulación entre ambos enfoques.

El diseño se estructura en tres fases:

1. Recolección documental: búsqueda de fuentes en bases académicas (Scielo, Redalyc, Google Scholar y libros especializados) utilizando palabras clave como comunicación comunitaria, participación, emprendimiento social, territorio e innovación social.
2. Análisis teórico–conceptual: clasificación, lectura y sistematización de la información para identificar categorías centrales como participación, valor social, diversidad, territorio, sostenibilidad y agencia comunitaria.
3. Síntesis interpretativa: elaboración de un entramado conceptual que articula los principales hallazgos teóricos y reflexivos, orientado a explicar la relación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social desde un enfoque de transformación territorial.

Este procedimiento se apoyó en la lógica hermenéutica, la cual se centra en la interpretación de textos y discursos para comprender el sentido profundo de los fenómenos sociales (Gadamer, 2004). Bajo esta perspectiva, la revisión documental no se limita a recopilar información, sino a interpretar críticamente las contribuciones académicas y su pertinencia para la problemática planteada.

Enfoque epistemológico

El estudio se inscribe en una perspectiva latinoamericana de comunicación para el cambio social, que reconoce la participación, el diálogo y la construcción colectiva del conocimiento como principios fundamentales para el análisis de los procesos comunitarios (Beltrán, 2000; Freire, 1970). Este enfoque legitima la centralidad de las voces locales y los saberes territoriales en la comprensión de las dinámicas de emprendimiento social.

Asimismo, la metodología se apoya en el paradigma de la innovación social, que permite analizar cómo las comunidades generan soluciones colectivas a partir de prácticas colaborativas y estrategias comunicativas contextualizadas (Nicholls, 2018).

Alcance de la investigación

El alcance del estudio es analítico y reflexivo. No se pretende medir causalidades ni generalizar resultados, sino comprender los procesos sociocomunicativos que posibilitan —o dificultan— la articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social. Esto permite abrir nuevas rutas de discusión teórica y orientar recomendaciones que puedan aplicarse en futuros estudios y prácticas territoriales.

Limitaciones

Dado su carácter documental, la investigación no incluye trabajo de campo ni análisis empírico directo de comunidades específicas. No obstante, incorpora hallazgos de estudios previos y referentes regionales que aportan validez contextual y conceptual a las conclusiones.

Análisis

El análisis de la literatura revela que la articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social constituye un eje fundamental para comprender los procesos de transformación territorial en América Latina. Ambos campos comparten principios basados en la participación, la construcción colectiva del conocimiento, la inclusión y la valoración de las experiencias locales, elementos que resultan indispensables para generar soluciones sostenibles a problemáticas sociales estructurales.

En primer lugar, se observa que la comunicación comunitaria proporciona el marco metodológico y epistemológico que permite la emergencia de procesos dialógicos centrados en la participación. La obra de Freire (1970) evidencia que el diálogo horizontal es un mecanismo mediante el cual las comunidades no solo expresan sus necesidades, sino que desarrollan conciencia crítica para actuar sobre su realidad. Este principio es especialmente relevante en contextos de emprendimiento social, donde la apropiación comunitaria es determinante para la pertinencia y sostenibilidad de los proyectos. Sin prácticas comunicativas de carácter participativo, los emprendimientos tienden a reproducir enfoques asistencialistas o intervenciones ajenas a los territorios.

En segundo lugar, el análisis muestra que la comunicación comunitaria funciona como un "mediador simbólico" capaz de articular actores, saberes y expectativas alrededor de un propósito común. Gumucio-Dagron (2001) destaca que los procesos comunitarios requieren espacios de encuentro que permitan fortalecer la identidad colectiva y el sentido de pertenencia. Estos elementos también son centrales en el emprendimiento social, donde el valor que se genera no es solo económico, sino social, cultural y simbólico (Bornstein & Davis, 2010). La cohesión social derivada de prácticas comunicativas participativas se convierte, entonces, en un activo estratégico para cualquier iniciativa de emprendimiento.

En tercer lugar, el análisis evidencia que el emprendimiento social aporta una dimensión organizativa y de innovación que complementa y potencia la comunicación comunitaria. Mientras esta última facilita la participación y el fortalecimiento del tejido social, el emprendimiento social introduce herramientas de gestión que permiten convertir las ideas colectivas en modelos sostenibles de intervención. Como señala Dees (2001), el emprendedor social actúa como un agente de cambio que moviliza recursos, redes y capacidades, lo cual requiere necesariamente de procesos comunicativos claros, transparentes y legítimos.

Asimismo, el análisis permitió identificar que la ausencia de comunicación comunitaria en los emprendimientos sociales genera consecuencias negativas como falta de apropiación, escasa participación, desconfianza institucional y dificultades en la sostenibilidad. Rodríguez (2021) afirma que muchas iniciativas fracasan no por su diseño técnico, sino por no incorporar las voces, ritmos y expectativas de las comunidades. Esto reafirma que la comunicación no puede considerarse un componente accesorio, sino un eje estructurante.

Un hallazgo adicional del análisis se relaciona con los desafíos contemporáneos de la comunicación en la era digital. Aunque la digitalización abre nuevas posibilidades para la visibilización y articulación entre actores, también profundiza brechas que afectan especialmente a comunidades vulnerables. Tufte (2017) advierte que, si no se adoptan prácticas

críticas e inclusivas, la comunicación digital puede invisibilizar voces o reproducir desigualdades existentes. Este hallazgo es crucial para los emprendimientos sociales que utilizan herramientas digitales sin considerar las condiciones reales de acceso, alfabetización y pertinencia cultural de los territorios.

Finalmente, el análisis evidencia que la convergencia entre comunicación comunitaria y emprendimiento social no solo es teórica, sino práctica. Ambas perspectivas se entrelazan para generar procesos de transformación territorial más equitativos, participativos y culturalmente pertinentes. El potencial de esa articulación radica en su capacidad para amplificar voces marginadas, promover la innovación social desde los territorios y consolidar iniciativas sostenibles que respondan a necesidades reales.

Discusión

La revisión y análisis de la literatura permiten sostener que la relación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social es más que complementaria: constituye una interdependencia necesaria para garantizar procesos de transformación territorial sostenibles, inclusivos y culturalmente pertinentes. En este sentido, la discusión se articula alrededor de tres ejes centrales: la participación como fundamento, la construcción colectiva de sentido y los retos emergentes en la era digital.

En primer lugar, los hallazgos confirman que la participación comunitaria no puede entenderse como un componente accesorio, sino como un principio estructural tanto para la comunicación comunitaria como para el emprendimiento social. La pedagogía freireana sostiene que el diálogo horizontal es condición para la emancipación y la transformación de las realidades sociales (Freire, 1970). Aplicado al emprendimiento social, este principio implica que los proyectos no deben diseñarse desde una lógica vertical, sino desde procesos de co-creación en los que las comunidades expresen sus necesidades y participen activamente en la toma de decisiones. Esto coincide con lo planteado por Beltrán (2000), quien afirma que los procesos comunicativos deben ser participativos para evitar la reproducción de relaciones de poder que históricamente han marginado a los actores locales.

En segundo lugar, la discusión evidencia que la construcción de sentido colectivo es un factor determinante para la sostenibilidad de los emprendimientos sociales. Como señala Gumucio-Dagron (2001), los procesos de comunicación comunitaria fortalecen la identidad, la cohesión y el sentido de pertenencia; atributos que resultan estratégicos para la movilización social alrededor de iniciativas innovadoras. En el emprendimiento social, la generación de valor simbólico —y no solo económico— es clave para consolidar redes de confianza, alianzas y participación sostenida (Bornstein & Davis, 2010). Sin esta dimensión simbólica, los proyectos tienden a debilitarse en el tiempo, incluso cuando cuentan con recursos materiales o capacidades técnicas.

Adicionalmente, la discusión revela que la comunicación comunitaria opera como un mecanismo de legitimación social. Los emprendimientos sociales que integran prácticas comunicativas participativas son percibidos como iniciativas coherentes, transparentes y culturalmente alineadas con los territorios. Esto concuerda con Dees (2001), quien sostiene que el emprendedor social es un agente de cambio cuya credibilidad se construye a partir de relaciones éticas y de confianza. La comunicación comunitaria contribuye directamente a este propósito, al promover la transparencia, la reciprocidad y el respeto por las voces locales.

Un tercer elemento de discusión surge en torno a los retos y posibilidades de la comunicación comunitaria en la era digital. Si bien las tecnologías de información amplifican las oportunidades para visibilizar proyectos y articular redes, también introducen tensiones relacionadas con la exclusión digital, la homoge-

neización discursiva y la pérdida de voz propia. Tufte (2017) advierte que los enfoques tecnocéntricos pueden invisibilizar la diversidad cultural y limitar la participación efectiva, especialmente en comunidades con acceso restringido a infraestructura tecnológica. En este sentido, integrar tecnologías digitales sin un enfoque crítico puede generar contradicciones entre la lógica comunitaria y las dinámicas digitales dominantes.

De manera complementaria, el emprendimiento social contemporáneo requiere estrategias comunicativas que aprovechen herramientas digitales, pero que mantengan la autenticidad y la participación como pilares fundamentales. La innovación social, en este marco, no puede desligarse de la comunicación comunitaria. Como plantea Nicholls (2018), la innovación solo es transformadora cuando se inscribe en dinámicas colectivas, territoriales y colaborativas. Esto implica que la tecnología debe ponerse al servicio de las comunidades y no al revés.

Finalmente, la discusión permite afirmar que la articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social representa una oportunidad para avanzar hacia modelos de desarrollo más equitativos y sostenibles. La sinergia entre participación, innovación y diálogo permite construir iniciativas socialmente legítimas, culturalmente pertinentes y estratégicamente sólidas. Sin embargo, también impone desafíos relacionados con la formación en competencias comunicativas, la adaptación tecnológica y la construcción de metodologías participativas que respondan a las realidades de cada territorio.

Conclusiones

1. La articulación entre comunicación comunitaria y emprendimiento social es fundamental para la transformación territorial sostenible. La comunicación comunitaria, centrada en la participación, el diálogo horizontal y la construcción colectiva de sentido, proporciona las condiciones necesarias para que los emprendimientos sociales se legitimen y arraiguen en los territorios. Sin estos procesos, las iniciativas tienden a reproducir enfoques verticales, asistencialistas y poco sostenibles.

2. La participación comunitaria es un eje estructural y no un componente accesorio. Desde la perspectiva freireana, la participación se entiende como praxis transformadora, permitiendo que las comunidades sean coautoras de los procesos de innovación social. Este enfoque fortalece la cohesión, la apropiación y la sostenibilidad de los proyectos, elementos clave para el éxito de cualquier emprendimiento social.

3. La comunicación comunitaria actúa como un mediador simbólico que articula actores, saberes y narrativas diversas. Su capacidad para construir identidad colectiva y generar sentido de pertenencia constituye un recurso estratégico para movilizar a los territorios alrededor de iniciativas sociales. El valor simbólico que se genera es tan relevante como los resultados materiales o económicos del emprendimiento social.

4. El emprendimiento social aporta capacidades organizativas y de innovación que potencian los procesos comunitarios. Su aporte consiste en transformar ideas colectivas en iniciativas viables, sostenibles y orientadas al bien común. Estas capacidades deben complementarse con enfoques comunicativos participativos para evitar desconexiones entre la propuesta técnica y las dinámicas culturales de los territorios.

5. La era digital introduce oportunidades y desafíos significativos. Aunque las tecnologías permiten ampliar la visibilidad y la articulación, también profundizan brechas y riesgos de exclusión, especialmente en poblaciones con limitado acceso a infraestructura o alfabetización digital. Por ello, la incorporación de herramientas tecnológicas debe ser crítica, contextualizada y coherente con los principios de la comunicación comunitaria.

6. La sostenibilidad de los emprendimientos sociales depende de su capacidad para integrar comunicación participativa, diversidad territorial y enfoque ético. Proyectos socialmente legítimos son aquellos que respetan los saberes locales, reconocen las múltiples voces y promueven relaciones transparentes, horizontales y colaborativas.

7. Se requiere avanzar hacia modelos integrales que combinen innovación social, comunicación comunitaria y participación multisectorial. Esta sinergia permite consolidar iniciativas capaces de generar impacto social duradero, adaptadas a la complejidad de los territorios y alineadas con la búsqueda de justicia social y bienestar colectivo.

Referencias bibliográficas

• Beltrán, L. R. (2000). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 1(1), 1–20.

• Bornstein, D., & Davis, S. (2010). Social entrepreneurship: What everyone needs to know. Oxford University Press.

• Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University.

• Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The SAGE handbook of qualitative research (5th ed.). SAGE.

• Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

• Gadamer, H.-G. (2004). Verdad y método. Síntesis.

• Gumucio-Dagron, A. (2001). Making waves: Stories of participatory communication for social change. Rockefeller Foundation.

• Nicholls, A. (2018). The ecosystem of social innovation. Springer.

• Rodríguez, C. (2021). Comunicación comunitaria y cambio social en América Latina. Universidad Nacional de La Plata.

• Tufte, T. (2017). Communication and social change: A citizen perspective. Polity Press.

• Yunus, M. (2010). Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. PublicAffairs.

COMUNICACIÓN DESDE LA PERIFERIA: ESTUDIO DE CASO DE 3 COLECTIVOS DE COMUNICACIÓN Y SUS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS DE RESISTENCIA

Lucero Giraldo Marín
Magister en Comunicación educativa
docente del programa de Comunicación socialy Periodismo
Universidad del Quindío
lgiraldo@uniquindio.edu.co

Resumen

La ponencia presenta los resultados obtenidos en el estudio de 3 colectivos que hacen parte de los 15 estudiados en el proyecto de investigación "Prácticas comunicativas de resistencia en colectivos de comunicación en Colombia" que tiene como objetivo general "Analizar los repertorios de significación de las prácticas comunicativas de resistencia que realizan colectivos de comunicación en Colombia y como objetivos específicos "Identificar las prácticas comunicativas de resistencia que realizan, establecer coincidencias y diferencias entre sus formas de comunicación, los sentidos que comparten y las luchas políticas que emprenden y examinar nuevas intersecciones entre las categorías de ciudadanía, comunicación y resistencia que permitan una lectura contemporánea de las prácticas comunicativas.

Aquí se presenta el caso de los colectivos Corporación Visión Suroeste, del departamento de Antioquia, El Colectivo de Comunicaciones Gente y Bosques, con radio de acción en la Serranía de San Lucas, entre los departamentos de Antioquia y Bolívar y La Corporación El Cuarto Mosquetero que trabaja en la Amazonaoriquia, a los cuales los une el interés de narrar desde la voz de comunidades que habitan tanto las periferias de las ciudades como territorios alejados de los centros de poder del país.

Palabras clave

Colectivos, comunicación, resistencia, prácticas, derechos

Introducción

Las prácticas sociales pueden entenderse de acuerdo con Uranga (2016), como "manifestaciones de la interacción histórica de los individuos [que] pueden ser leídas también como enunciaciones que surgen de las experiencias de vida de los hombres y mujeres convertidos en actores sociales" (p.27). En otras palabras, son las diferentes formas de representación de las relaciones sociales que se manifiestan en las cosmovisiones y prácticas con las que se interactúa con el entorno y con los otros.

Uranga (2007), destaca el carácter comunicativo de las prácticas sociales cuando subraya que estas

> (…) son, desde lo comunicacional, "prácticas de enunciación" que se van construyendo a través de las narraciones, y mediante el desarrollo de habilidades y
>
> técnicas expresivas, un discurso que es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad (p.1).

Esta mirada comunicativa de las prácticas sociales trasciende la mirada simplista de la comunicación como un proceso lineal entre emisores y receptores e invita a entenderla como manifestación de la complejidad social en la cual se entrecruzan discursos mediados por juegos de poder, conflictos, contradicciones que, por lo tanto, dan cuenta de una "situación de comunicación". (Uranga, 2007, p.8).

Con base en lo planteado por Uranga, en este estudio, el concepto de práctica social, se equipara al de práctica comunicativa entendida, según Vega (2015), con base en Castells (2009), como el conjunto de elementos ideológicos o materiales que se visibilizan mediante fenómenos discursivos como rituales, rutinas, procedimientos, expresiones artísticas, reivindicativas, y organizativas de un grupo social.

Hay un tipo de práctica comunicativa que desarrollan los colectivos de comunicación y en las que centra su interés este estudio y son las prácticas comunicativas de resistencia que, según Tamayo y Navarro (2018), pueden ser entendidas como aquellas mediante las cuales se exigen derechos con estrategias de comunicación no convencionales y que buscan reconfigurar los regímenes simbólicos en poblaciones afectadas por el conflicto armado o la violencia estructural y, al mismo tiempo, son formas de ejercer otras "dimensiones de la ciudadanía (ciudadanías culturales, globales, transnacionales, sexuales y ecológicas) en contextos sociales particulares" (p.1116).

En ese contexto, al caracterizar las prácticas comunicativas de resistencia que realizan los colectivos de comunicación en su acompañamiento a las luchas de comunidades y/o movimientos sociales, se pretende develar los sentidos que comparten a través de las múltiples formas de expresión que permiten hoy los procesos de comunicación, es decir, se trató de entender cómo la comunicación vincula procesos de resistencia y construcción de ciudadanía.

Metodología

La investigación tuvo un enfoque cualitativo con alcance descriptivo-interpretativo porque, por una parte, en lo descriptivo, identifica las prácticas comunicativas de resistencia y sus características y en lo interpretativo, examina, a partir de lo encontrado nuevas intersecciones entre las categorías de ciudadanía, comunicación y resistencia.

Los colectivos de comunicación se seleccionaron teniendo en cuenta la propuesta de Vega (2015), quien identifica como aquellos que realizan procesos de comunicación "alrededor de la producción audiovisual, la creación artística, o la divulgación comunitaria del cine o del vídeo" (p. 221).

La recolección de información se realizó a través de entrevistas virtuales a profundidad con representantes de 15 colectivos. La información se sistematizó y analizó a partir de una matriz que permitió la reflexión sobre las categorías propuestas y las que surgieron en el desarrollo de la investigación, así como dar cuenta de los objetivos planteados.

Discusión y Resultados

Corporación Visión Suroeste [en adelante C.V.S]

Sus prácticas comunicativas de resistencia socioambiental en contra de la minería a gran escala y por la defensa de la vida en el suroeste antioqueño, han estado orientadas a fortalecer un proceso de movilización social, entendida esta "como la convocación de voluntades para actuar en la búsqueda de un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos" (Toro y Rodríguez, 2001, p.15).

El conflicto socioambiental se generó por la licencia de exploración de una mina de cobre en predios de los municipios de Jericó y Támesis que se le otorgó a la multinacional sudafricana AngloGold Ashanti en 2007. Una de las primeras campañas que se emprendió por iniciativa de los campesinos y con el apoyo de quienes hoy conforman la C.V.S., fue La Montaña Mi Hogar (https://www.facebook.com/montanamihogar/), una estrategia de redes sociales en Twitter, Facebook e Instagram. Sin embargo, La Montaña Mi Hogar se convirtió en una conversación de nicho que solo llegaba a los interesados en las problemáticas socioam-

bientales y por ello se ideo una campaña de movilización social que permitiera una conversación nacional e internacional sobre el conflicto regional. Así nació, en el 2020, Salvemos al Suroeste.

Importante estrategia de resistencia y para la movilización social, ha sido también, la consolidación de la una red de regeneradores que se convierten en reeditores sociales que comunican al mundo y a sus comunidades el nuevo paradigma sobre el cual se puede reconfigurar y en muchos casos mantener una relación armónica con el medio ambiente. Y en ese comunicar, la C.V.S está presente con sus prácticas comunicativas, empleando lenguajes sensibles y/o racionales que lleguen a la diversidad de públicos.

Las prácticas comunicativas de la corporación que apuntan hacia la movilización social conducen a fortalecer formas de ciudadanía comunicativa tal como lo entienden Tamayo y Navarro (2018), como "la capacidad que tienen los ciudadanos para expresar sus demandas o reivindicaciones sociales que instrumentalizan actos y formas expresivas de comunicación, con el fin de realizar acciones colectivas en las esferas públicas" (p.1113). Y entre esas formas de ciudadanía comunicativa cobra especial importancia, en este caso, el ejercicio de la ciudadanía digital de manera individual o en acciones colectivas donde "las personas se apropian de los medios para escucharse, reconocerse, un reconocimiento que no es pasivo, sino transformador". (Pérez, 2019, p. 15). Este ejercicio ciudadano, es una práctica comunicativa de resistencia, una forma de activismo que la C.V.S promueve, ejerce y que transforma paradigmas bajo el cobijo del concepto de regeneración.

Colectivo de Comunicaciones Gente y Bosques

En el trabajo del colectivo podemos encontrar muy claramente la relación entre prácticas comunicativas de resistencia y comunicación comunitaria entendida como "un paradigma comunicativo que se basa en la participación y la construcción de ciudadanías donde cobran especial importancia las historias cotidianas, las identidades, la convivencia, las agendas de los movimientos sociales y el ejercicio de los derechos humanos" (Banco Mundial, UNESCO, 2019, p.138).

Nace en el 2008, cuando líderes de la Serranía de San Lucas se unen para luchar por los derechos humanos y por el derecho a la tierra y de las víctimas, en particular. La Serranía de San Lucas es una unidad biogeográfica al norte de la cordillera Central que abarca municipios de los departamentos de Antioquia y Bolívar. Habitada por campesinos y declarada reserva forestal; ha finales de la década del 90 se produjo un tránsito hacia economías ilegales. Con la coca llegaron los enfrentamientos entre paramilitares y guerrilla acompañados de desapariciones, amenazas, asesinatos y desplazamientos.

El acuerdo del gobierno de Álvaro Uribe con los paramilitares de las AUC permitió que algunas familias que no habían encontrado formas de vida en otros lugares retornaran a las tierras que antes ocupaban. En el 2011 se consolidan como colectivo con la visión de que la comunicación comunitaria puede ser el "eje vertebral que nos permitiera tender un puente entre el Estado y el territorio con fines de visibilizarlo y de buscar reparación colectiva y dignificación de derechos" (M. Tovar, comunicación personal, 4 de junio de 2025).

Aprovecharon el auge de las redes sociales para realizar publicaciones en Facebook y en Twitter con el fin de dar a conocer las problemáticas que enfrentaban e iniciaron una estrategia de cineforos que permitieron el encuentro, el reconocimiento de los integrantes de la comunidad, el restablecimiento de la confianza y el fortalecimiento del tejido social que el conflicto había roto. Esta estrategia a su vez fortaleció el ejercicio de la ciudadanía comunicativa porque poco a poco se fue superando el

miedo para hablar del conflicto, de sus formas de vida, de las problemáticas que enfrentaban.

La estrategia de comunicación comunitaria no solo fortaleció el tejido social, sino que se convirtió en una práctica comunicativa de resistencia contra los grupos armados que los querían callados y con miedo y contra el Estado para la exigencia de los derechos de las comunidades y acceder a la reparación colectiva.

Hoy el territorio cuenta con una fuerza social organizada que sabe comunicarse para defender sus derechos con rutas de autoprotección, con mecanismos de participación ciudadana y con interlocución con el Estado. A pesar de que no han logrado la titularidad de la tierra, en el 2014 lograron que el Estado reconociera como sujetos de derecho colectivo, tanto a la población afrodescendiente, como a los Indígenas y al campesinado.

La Corporación El Cuarto Mosquetero

Surge en el 2015 como un colectivo de comunicación juvenil feminista que apoyaba procesos de formación de reporteritos y reporteritas en asentamientos informales de la ciudad de Villavicencio, mediados por la pregunta sobre la mirada del territorio que tenía la niñez. Durante estos años se estaban llevando a cabo desalojos en esos lugares que habían crecido al convertirse la ciudad en receptora de población desplazada tanto por el conflicto armado como por migración interna de la región oriental del país afectada históricamente por problemas socioeconómicos, ambientales y de economías ilegales.

El colectivo se asume como una organización de las periferias, lo que, según su apreciación, le otorga legitimidad ante la comunidad. Apoyaron las luchas por el acceso a servicios públicos, a la vivienda digna, al espacio público y contra la estigmatización social, como ellas mismas lo afirman, "la resistencia se daba por permanecer, pero por permanecer dignamente, no solo por el estar". (A. Mayorga[1] comunicación personal, 17 de junio de 2025).

Su radio de acción se amplía a la ruralidad y, para el año 2020, se convierten en La Corporación El Cuarto Mosquetero, un colectivo con medio de comunicación, con la cual refuerzan su propuesta comunicativa y periodística de amplificar las voces de quienes resisten, "(...) somos un medio de comunicación feminista, transincluyente y [por la] defensa del territorio". (A. Mayorga[1], comunicación personal, 17 de junio de 2025).

Le apuestan, entonces, a narrar en formatos transmedia para el país y el mundo desde las regiones de su área de influencia con el fin de contrarrestar las narrativas desde la centralidad del país y de los grandes medios que consideran hegemónicas. Su intención es combatir, con una comunicación alternativa y popular, el silenciamiento informativo de los territorios orientales del país que, desde su mirada, están estigmatizados.

Una práctica comunicativa que se destaca es el Festival Mosquetero (https://mosqueterofest.elcuartomosquetero.com/), un espacio de conversación, de encuentro y de interconexión para generar redes de comunicación en la Amazorinoquía y fuera de ella. En este se reflexiona sobre experiencias de comunicación comunitaria, alternativa y popular de la Amazorinoquía, del país e internacionales a través de talleres, conversatorios, muestras audiovisuales, conciertos, etc.

Igualmente, impulsan procesos de ciudadanía comunicativa, al ejercer, promover y defender el papel de control social de los medios alternativos y de la deliberación pública con contenidos de reflexión e información que difunden, gracias a las posibilidades del mundo digital, sobre temas que interesan a la comunidad y que no encuentran espacio en los grandes medios o que estos presentan de manera diferente porque son otras voces las que hablan.

Conclusiones

Se encontró que los colectivos con sus prácticas comunicativas de resistencia que van desde lo simbólico y lo material por la defensa del territorio, los derechos humanos, el medio ambiente, la justicia social, la construcción de memoria, la diversidad sexual y de género, el feminismo, proponen nuevos significados y agendan deliberaciones que permiten que las comunidades se escuchen y sean escuchados.

Más que la lucha por el acceso a la información lo que se observa en estos colectivos es una lucha por los lugares de enunciación rescatando las lecturas desde la cultura propia. Se trata de poner en circulación discursos alternativos en la arena pública que proyectan nuevas significaciones a través de acciones de ciudadanía comunicativa.

Un elemento nuevo en estas resistencias es que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la reciprocidad y la generación de redes de solidaridad entre los internautas que apoyan y promueven reivindicaciones sociales tanto de carácter local como global.

Las prácticas sociales de la agencia y de solidaridad, son las que vehiculan las practicas comunicativas de resistencia que ejercen los colectivos de comunicación que a su vez promueven ciudadanías comunicativas ejercidas en sujetos y comunidades comprometidas con la construcción de nuevas realidades y sentidos sociales.

Referencias bibliográficas

• Banco Mundial, UNESCO (2019). Comunicar derechos en el posconflicto. Caja de herramientas y estrategias. https://www.researchgate.net/publication/335827707

• Hernández, Fernández y Baptista, (2010). Metodología de la Investigación (5ª. Edic). México D.F.: McGraw Hill.

• Pérez, R. (2015). Ciudadanía comunicativa, espacio público mediático y realizadores locales: El caso del Plan de Fomento Audiovisual en Mendoza, Argentina. Austral Comunicación, 4(2), 305-320. https://doi.org/10.26422/aucom.2015.0402.per

• Tamayo y Navarro (2018). Cuando la razón no lo explica todo: acciones de ciudadanías comunicativas en contextos de conflicto armado o violencia desde una mirada transnacional. Palabra Clave [online]. 21 (4). pp.1107-1135. http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v21n4/0122-8285-pacla-21-04-01107.pdf

• Toro, J. B. y Rodríguez, M. G. (2001). La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo. https://publications.iadb.org/es/publicacion/14552/la-comunicacion-y-la-movilizacion-social-en-la-construccion-de-bienes-publicos

• Uranga, W. (2007). Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales.

• Recuperado de https://www.colegiosteresita.edu.ar/admin/upload/docs/14_mirar_desde.pdf

• Uranga, W. (2016). Conocer, transformar, comunicar. Recuperado de

• https://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_conocer-transformar-comunicar-27-58.pdf

• Vega, J. (2015). Prácticas comunicativas, habitus e identidades políticas en procesos de comunicación local. En L. A. Montenegro. (Ed.), Reflexionando las disciplinas (pp.220-231). Bogotá, Colombia: Universidad Mariana. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. http://www.researchgate.net

EL REFLEJO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA UPB SEDE MEDELLÍN EN LA KINESIS Y LA PROXEMIA DE LOS EMPLEADOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y LA ESCUELA DE INGENIERÍAS

Ana Sofía Araque Panesso
Comunicación Social y Periodismo
Universidad Pontificia Bolivariana.

La ponencia corresponde al trabajo de grado presentado para optar al título de Comunicador Social y Periodista

Resumen

La presente monografía aborda el reflejo de la cultura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), sede Medellín, en la kinesis y la proxemia de los empleados de la Escuela de Ciencias Sociales y la Escuela de Ingenierías. Metodológicamente, el enfoque de la investigación es cualitativo, ya que, desde una perspectiva semiótica, este trabajo se centra en los lenguajes no verbales que configuran la interacción cotidiana entre los miembros de una parte de la comunidad universitaria. De ahí que el trabajo se enmarque en el objeto de estudio profesional denominado Organizaciones e interacciones.

Para su desarrollo, cada uno de los tres objetivos específicos se abordó mediante una técnica distinta: la etnografía, la observación de campo no participante dirigida y el análisis comparativo, respectivamente. Los resultados evidencian que la UPB proyecta una identidad coherente con su misión institucional, aunque cada escuela la interpreta de forma particular. Esta diversidad no representa una contradicción, sino una manifestación de la flexibilidad cultural de la universidad, capaz de adaptarse a distintos contextos disciplinares sin perder su coherencia identitaria.

Se concluye que la comunicación no verbal constituye un componente esencial de la cultura organizacional, pues, a través de gestos, posturas y distancias, se reproducen los valores institucionales y se consolidan rituales cotidianos que fortalecen el sentido de pertenencia. La investigación aporta a la comunidad académica una mirada innovadora sobre la semiótica organizacional y abre camino para futuros estudios sobre el lenguaje corporal en entornos educativos y organizacionales.

Palabras clave

Cultura organizacional, comunicación no verbal, kinesis, proxemia y semiótica organizacional

Abstract

This monograph explores the reflection of the organizational culture of the Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), Medellín campus, in the kinesics and proxemics of the employees belonging to the Social Sciences School and the Engineering School. Methodologically, the research follows a qualitative approach that, from a semiotic perspective, focuses on the nonverbal languages that shape everyday interactions among members of the university community. Thus, the study is framed within the professional field of Organizations and Interactions.

Each of the three specific objectives was addressed through a distinct technique: ethnography, directed non-participant field observation, and comparative analysis, respectively. The results show that the UPB projects an identity consistent with its institutional mission, although each school interprets it in a particular way. This diversity does not represent

a contradiction but rather a manifestation of the university's cultural flexibility, capable of adapting to different disciplinary contexts while maintaining internal coherence.

It is concluded that nonverbal communication constitutes an essential component of organizational culture, since through gestures, postures, and interpersonal distances, institutional values are reproduced and daily rituals are consolidated, strengthening the sense of belonging. This research offers the academic community an innovative perspective on organizational semiotics and paves the way for future studies on body language in educational and organizational environments.

Palabras clave

Organizational culture; Nonverbal communication; Kinesics; Proxemics; Organizational semiotics.

Introducción

La naturaleza semiótica del ser humano es la que permite que el lenguaje exista. En esencia, todas las personas están rodeadas de símbolos y lo utilizan para comunicarse y generar códigos con los que se puede de lograr un entendimiento mutuo entre individuos y comunidades.

La idea de que existan esos códigos compartidos y de que se utilicen a través del lenguaje, implica que hay una cultura. Es decir, conlleva a que se generen comunidades que comparten conocimientos, costumbres y modos de vida. Eso mismo ocurre en una organización y es por eso por lo que se puede hablar de cultura organizacional. Muchos autores la definen como un sistema complejo; porque tiene en cuenta el contexto en el que está la organización y la diversidad de personas que puede involucrar dentro de ella. No solo eso, permite que puedan coexistir y compartir hasta generar ese gran sistema donde se dan creencias, comportamientos, mitos, símbolos y otras ideas que, en conjunto, reflejan el modo particular de funcionar de la organización.

Ahora bien, el comportamiento de una persona se compone de la comunicación verbal y no verbal. Es un conjunto de ambas. Si bien la cultura de una organización puede terminar reflejándose, incluso, en el comportamiento individual de cada empleado, existen también acciones propias de cada persona. Por todo lo anterior es que el presente trabajo de investigación pretende entender las interacciones de los empleados a partir de la manera cómo ellos emplean su comunicación no verbal; y cómo en esos comportamientos se logra reflejar la cultura organizacional, en este caso, en dos escuelas de la Universidad Pontifica Bolivariana, Ciencias Sociales e Ingenierías.

La búsqueda que se realizó para esta investigación incluye conceptos relacionados con la comunicación no verbal, la cultura organizacional y la semiótica. Descubriendo así, el concepto de semiótica organizacional. Este es una categoría fundamental del trabajo, pues es la forma como se representan los elementos de la cultura organizacional.

1.2. Justificación

Como se mencionó anteriormente, hay un vacío en la forma de ver una organización. Los signos no verbales no se hacen tan visibles, pero van de la mano de los imaginarios sociales que se crean en los actos cotidianos de la organización. Se hace relevante porque la comunicación no verbal hace parte del fenómeno del intercambio de información entre personas o comunidades, así como la comunicación verbal. Es decir, no se pueden separar porque ambas ayudan a construir una cultura, identificar la motivación, los sentimientos y el comportamiento individual y colectivo del empleado.

En este sentido, la necesidad de investigar el tema surge del reconocimiento de que las organizaciones son escenarios donde la interacción humana adquiere múltiples formas de expresión. Así, el enfoque semiótico aplicado a la comunicación no

verbal no solo llena un vacío teórico, sino que responde a una necesidad social de comprender cómo el cuerpo y el espacio actúan como medios de sentido dentro de las organizaciones.

Objetivo general

Estudiar el reflejo de la cultura organizacional de la UPB sede Medellín en la kinesis y la proxemia de los docentes de tiempo completo y el personal administrativo en las interacciones que surgen en las oficinas de las escuelas de Ingenierías y Ciencias Sociales.

1.4. Objetivos específicos

- Identificar la cultura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- Observar la kinesis y la proxemia de los docentes de tiempo completo y el personal administrativo.
- Comparar la kinesis y la proxemia de los docentes de tiempo completo y el personal administrativo de la Escuela de Ciencias Sociales con los de la Escuela de Ingenierías de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Metodología:

Enfoque

Esta investigación tiene características propias de enfoque cualitativo. Para empezar, está enmarcada dentro del objeto de estudio profesional llamado organizaciones e interacciones, es decir, está asociado a entender las conductas de las personas en situaciones específicas; en este caso, aspectos del comportamiento de los empleados internos de una organización. Lo anterior se identifica en el objetivo general, que busca estudiar el reflejo de la cultura organizacional de la UPB sede Medellín en la comunicación no verbal de sus trabajadores en espacios de interacción.

Eso implica que no solo se está tomando el comportamiento de las personas, sino que se tiene en cuenta el entorno en el que están y el contexto de la organización; siendo esto, una característica del enfoque cualitativo. Según Hernández (2018), las investigaciones cualitativas "suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien circular" (p. 8). En vez de empezar con una teoría y comprobarla con datos y estadísticas, en el enfoque cualitativo se requiere volver a estudios previos varias veces y generar comparaciones o análisis con lo observado en la investigación.

Técnicas e instrumentos Etnografía

Existen varios tipos de etnografías. Pueden ser vistas como un método, pero también como técnica de investigación. Esta última es la que se va a tomar para el presente trabajo. Según Restrepo (2018), "es una técnica de investigación definida por la observación participante. La observación participante consiste en residir durante largos periodos en el lugar donde se adelanta la investigación con el propósito de observar aquello que es de interés del etnógrafo" (p. 46). El autor dice que las etnografías más tradicionales suelen hacerse en lugares concretos: pueblos, ciudades, una organización o una empresa. Asimismo, explica que, aunque puede ser visto como una técnica, la etnografía contiene subtécnicas: la observación participante, la entrevista etnográfica, el informante y el análisis de documentos. Cabe aclarar que no se tienen que incluir todas en una investigación. Para esta, por ejemplo, se utilizará la observación participante, la entrevista etnográfica y el análisis de documentos.

La primera subtécnica que se realiza es el análisis documental. Este se realizó empleando fichas de registro diseñadas para examinar diferentes documentos de carácter

institucional como: el documento de "Identidad, Principios e Historia", "Reglamentación de los Estatutos y del Consejo Directivo", "Reglamento de Bienestar Universitario" y "Reglamento del profesor universitario". Todos fueron relacionados con los elementos de semiótica organizacional expuestos en el marco conceptual. Asimismo, se elaboraron dos versiones del instrumento: una enfocada en los documentos que abordan el reglamento universitario, y otra centrada en aquellos que tratan los símbolos y la identidad institucional. Este procedimiento permitió organizar, clasificar e interpretar la información de manera sistemática, garantizando la coherencia entre los objetivos de la investigación y los fundamentos teóricos del estudio.

La siguiente subtécnica de la etnografía es la entrevista semiestructurada. Esta tiene como instrumento el guion de entrevista. Para su elaboración, se definieron nueve preguntas abiertas relacionadas con los elementos de semiótica organizacional establecidos en el marco conceptual (valores, símbolos, costumbres y normas). Son preguntas que buscan, en el entrevistado, respuestas que vayan más allá de la información que el análisis documental ya puede otorgar o hallar información nueva que no estaba en la subtécnica anterior.

Para la subtécnica de observación participante, el diario de campo fue diseñado partiendo de cinco categorías: elementos simbólicos institucionales, prácticas simbólicas/rituales cotidianos, relación con el espacio físico, dinámicas de convivencia e interacción y estética/ambiente. Para el análisis de cada categoría se tiene en cuenta una observación descriptiva y una interpretación o notas analíticas. Asimismo, el instrumento cuenta con una identificación en la que se pueden saber datos como el espacio, la fecha y la hora.

Observación de campo no participante dirigida

La observación es un procedimiento empírico, selectivo e interpretativo porque tiene una finalidad, una intensión y busca ilustrar en las palabras del observador una realidad. Por tal motivo esta no tiene una precisión cuantitativa o presencia de variables. El objeto de estudio es un hecho actual en que el observador pueda obtener información de este (Bunge, 2000).

Sin embargo, hay que precisar el tipo de observación que se va a utilizar. De acuerdo con los aportes de Munch y Ángeles (1990), se requiere de la observación de campo no participante dirigida. La observación de campo es la que se realiza en el lugar donde ocurre el fenómeno que se va a observar. Por otro lado, es no participante porque el investigador se limita solo a la recolección de información mediante el ejercicio de la observación. Finalmente, es dirigida porque se utiliza una serie de instrumentos previos y estructurados para la recolección de información.

El instrumento para observación no participante dirigida también es el diario de campo explicado anteriormente. Aun así, para esta técnica se diseñó un diario de campo diferente. Contiene cuatro fases. La primera fase es para identificar el diario. Proporcionar datos como la fecha, la organización donde se trabajará, datos institucionales y apartados para la hora de inicio y finalización. Además, en esta primera fase también se registra el objetivo al que se pretender dar solución. Estos datos se diligencian antes de la observación.

La segunda fase es para proporcionar datos que ayudarán a comprender la categoría de investigación "proxemia" y la tercera fase para comprender la categoría de investigación "kinesis". La última fase es la de interpretación. Se finaliza el diario anotando las conclusiones e identificando la relación de los resultados con la cultura organizacional de la institución. Esta última parte se hace después de la salida de campo.

Análisis o método comparativo

A la hora de hacer comparaciones, se hace en cuanto a sus propiedades o dimensiones para buscar similitudes y diferencias. Strauss y Corbin (2004), dicen que "el análisis comparativo es un rasgo esencial de la investigación de las ciencias sociales y suele estar incluido en el diseño del proyecto, de manera explícita o implícita" (p. 86).

Según Gómez Díaz de León y León de la Garza (2014), "el objetivo fundamental del método comparativo consiste en la generalización empírica y la verificación de hipótesis" (p. 229). Lo primero es tener claridad de la estructura teórica para definir las propiedades con las que se van a hacer las comparaciones. Después, es necesario definir los criterios para seleccionar la muestra a la que se ve a aplicar el análisis comparativo. La fase final ya se trata de realizar el análisis de caso para determinar las diferencias y semejanzas. Las categorías o las propiedades con las que se hace la comparación se registran en tablas.

Así pues, el instrumento es la tabla cualitativa. También conocida como matriz comparativa; eso depende del autor. Para el diseño que requiere la investigación, se tuvo en cuenta el uso de categorías. Estas corresponden a la comparación entre las dos escuelas que se tienen como objeto de estudio. Se busca compararlas respecto a la implementación de los elementos de kinesis y proxemia.

1. Población, muestra y muestreo

Población 1: Los docentes de tiempo completo y el personal administrativo de la Escuela de Ciencias Sociales y la Escuela de Ingenierías de la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín.

Muestra: la muestra no es representativa, pues se tomará una porción de la población que no permite su generalización.

Muestreo: es necesario aplicar la técnica no probabilística de accidentalidad. El investigador depende de factores que no puede controlar como los horarios que se programen para las reuniones y la cantidad de personas en cada una.

La técnica que se va a emplear con esta población es la observación de campo no participante dirigida. El lugar puede variar dependiendo de dónde se asigne la reunión. Es decir, no se necesita de un espacio específico.

Población 2: elementos de cultura organizacional

Muestra: la muestra no es representativa, pues se tomará una porción de la población que no permite su generalización.

Muestreo: es necesario aplicar dos técnicas de selección de la muestra no probabilística. Primero, por criterios de selección. Esta permitirá tener unas condiciones para seleccionar a las personas a las que se le hará la entrevista semiestructurada y que puedan brindar la información acerca de la cultura organizacional. Los criterios son:

1. El tiempo que llevan en la institución es de mínimo un año. Esto garantiza no solo conocimiento sobre el tema, sino que aporta credibilidad sobre los procesos que abordan.
2. El cargo y procesos que lideran involucra de manera directa la cultura organizacional de la universidad y, por ende, de los elementos de kinesis y proxemia.
3. Son personas que, por su cargo, tienen conocimiento sobre los procesos de los docentes o el personal administrativo, que corresponden a los públicos internos seleccionados en la investigación.

Así pues, las personas son: Valentina David Mesa, directora (e) de Bienestar Institucional; Felipe Bernal Henao, jefe de Plan Maestro UPB; Omar Muñoz Sánchez, Decano de la Escuela de Ciencias Sociales y Roberto Carlos Hincapié, Decano de la Escuela de Ingenierías.

La segunda técnica de selección sería por conveniencia. A partir de ella, se puede utilizar la información que el investigador encuentre sin estar planeado o la que está disponible para él. Con esta población se realizará la etnografía. Esta, como ya se

ha dicho anteriormente, contiene la observación participante; la cual se hará en los pisos 2 y 3 del bloque 7 y 11 de la UPB que corresponden a las oficinas de los docentes y el personal administrativo de las escuelas de Ciencias Sociales e Ingenierías; en el Boulevard (zona de comidas central y estudio) y, por último, en el Boulevard nuevo. El resto de subtécnicas no requieren de un lugar específico.

Discusión

Discusión de resultados del Objetivo específico 1

El abordaje etnográfico permitió identificar que la cultura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) se encuentra fuertemente enraizada en una filosofía humanista cristiana que, aunque está ampliamente documentada en los lineamientos institucionales (análisis documental), no establece un manual de comportamiento explícito.

Las entrevistas semiestructuradas revelaron cómo estos principios abstractos se encarnan en prácticas cotidianas, moduladas por el ejemplo, la experiencia, y las relaciones interpersonales dentro de cada bloque. Actores clave como decanos, directores y líderes institucionales conciben la cultura organizacional como una construcción viva, sostenida en el día a día por espacios de colaboración. Incluso, lo anterior corrobora lo mencionado en el marco conceptual en donde Chiavenato (2009), dice que "La forma en que cada organización aprende a lidiar con su entorno. Es una compleja mezcla de supuestos, creencias, comportamientos, historias, mitos, metáforas y otras ideas que, en conjunto, reflejan el modo particular de funcionar de una organización" (p. 126)

Estas ideas se corroboran en las observaciones de campo, donde se evidencian contrastes marcados entre bloques, como el 7 y el 11: el primero, con oficinas cerradas y mobiliario tradicional, favorece una dinámica más individual, aunque cargada de cercanía afectiva entre sus miembros; el segundo, con estructuras modernas y abiertas, impulsa el trabajo colaborativo, pero a veces en detrimento de la privacidad o la concentración. En ambos casos, la proxemia (disposición espacial, distancias, cercanía física) y la kinesis (movimientos, gestualidad, disposición corporal) son claves para entender cómo se configura la cultura organizacional desde el lenguaje no verbal.

El café, mencionado reiteradamente tanto en entrevistas como en observaciones, emerge como símbolo identitario transversal que aglutina vínculos, conversaciones y solidaridad. Espacios como el Café Solidario o las celebraciones espontáneas alrededor de una bebida, ilustran cómo se habita lo institucional de forma afectiva y situada. En definitiva, la cultura organizacional de la UPB no solo habita los documentos y principios rectores, sino que se configura, actualiza y resignifica constantemente a través de prácticas, cuerpos y relaciones.

Discusión de resultados del Objetivo específico 2

Todas las reuniones compartieron patrones consistentes con la cultura organizacional identificada en el primer objetivo: prevaleció el respeto, la cordialidad y la cooperación. Además, se evidencia la creación de rituales permanentes que se crean con el fin de crear una identidad y que va de la mano con el sentido de pertenencia que tienen los empleados con la universidad. Proxémicamente, las distancias se mantuvieron entre el rango personal y social; que, como lo explica Hall (2017), en su obra "La antropología del espacio: un modelo organizativo", las distancias personales son aquellas en las que las personas buscan evitar el contacto físico y generar una barrera invisible, mientras que en la distancia social ya no se percibe el detalle visual íntimo en el rostro de la otra persona. El contacto físico solo se dio en dos reuniones, por lo que en ambos casos la distancia se transformó en íntima, pero este no fue el común denominador. Incluso, las distancias predominantes permitieron interacción cercana sin invadir el espacio individual. Por otro lado, los escenarios fueron semifijos. Hall lo explica como aquella disposición que condiciona la interacción, pero los participantes pueden ajustar su uso para favorecer el encuentro.

La comunicación no verbal (gestos de atención, sonrisas, contacto visual) reforzó el clima de confianza y la cohesión grupal, mientras que el café, cuando estuvo presente, actuó como un facilitador de pausas activas y de momentos de conexión. El hecho de que se hayan dado gestos comunes, sobre todo para comunicar respeto, cordialidad y asertividad, demuestra lo que expone Poyatos (1994), al decir que los gestos y las posturas pueden revelar el origen cultural. En este caso, es el reflejo de una cultura organizacional diferenciada por el humanismo cristiano.

Discusión de resultados del Objetivo específico 3

La comparación entre la Escuela de Ciencias Sociales y la Escuela de Ingenierías evidencia que, aunque ambas comparten el mismo horizonte del humanismo cristiano, la forma en que lo materializan es distinta. Ciencias Sociales privilegia la proximidad, la gestualidad abierta y las interacciones prolongadas que fortalecen la identidad comunitaria. Ingenierías, en cambio, se enfoca en la formalidad y la regulación de la interacción, pero sin perder los gestos que humanizan la jornada laboral y académica.

Estos hallazgos confirman que la comunicación no verbal es un componente esencial de la cultura organizacional, pues como lo explica Rulicki (2007), "los estilos de CNV implican pautas culturales que establecen los códigos protocolares de las relaciones interpersonales en las actividades sociales y laborales de la cotidianidad (...) en la CNV se hallan codificadas las normas que regulan las relaciones del trabajo en equipo" (p. 14). La observación de las distancias y de la disposición espacial corrobora desde la proxemia que el uso del espacio es una extensión de la cultura y de las relaciones sociales.

Desde la semiótica, estas prácticas pueden leerse como signos que producen y reproducen significados: las mesas de reunión, el lugar de la autoridad, las pausas de café y los gestos son portadores de mensajes que comunican pertenencia, liderazgo o cooperación. Lo anterior trae a colación lo dicho por González (2012), ya que explica que "la relación de la comunicación organizacional y la semiótica aparece más explícitamente al momento en el que se piensa lo específicamente comunicacional de las organizaciones" (p. 42). Es decir, la producción de textos como lo símbolos, pero también los comportamientos.

Resultados

se realizará la presentación de resultados por medio de cada objetivo específico planteado anteriormente:

Objetivo específico Identificar la cultura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Para dar cumplimiento a este objetivo se aplicó una etnografía. Esta se llevó a cabo entre enero y mayo de 2025. Se compuso de tres subtécnicas que, en conjunto, ofrecen una mirada integral de la cultura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB): el análisis documental, las entrevistas semiestructuradas y la observación participante.

Análisis documental

El análisis documental se realizó a partir de dos fichas de registro, una centrada en los documentos institucionales sobre identidad, principios e historia y otra en los textos relacionados con la normatividad y reglamentos de la universidad. En total se analizaron cuatro documentos: "Identidad, Principios e Historia", "Re-

glamentación de los Estatutos y del Consejo Directivo", "Reglamento de Bienestar Universitario" y "Reglamento del profesor universitario". En las fichas se sistematizaron los principales hallazgos en torno a los valores, símbolos, normas y costumbres que constituyen la cultura organizacional de la UPB.

Los resultados evidencian que la universidad sustenta su identidad en el humanismo cristiano, representado en símbolos como el Alfa y la Omega, así como en una narrativa institucional que enfatiza la formación integral, la justicia social, la solidaridad y el respeto. De igual modo, se encontró que la normatividad universitaria regula aspectos relacionados con la convivencia, la comunicación y la interacción entre los miembros de la comunidad, garantizando así la coherencia entre los principios declarados y las prácticas institucionales.

El análisis documental permite observar que la cultura organizacional de la UPB se configura como un entramado simbólico y normativo que atraviesa tanto los discursos institucionales como la gestión cotidiana. No obstante, en los documentos analizados se observa que, aunque se mencionan explícitamente los valores institucionales (solidaridad, justicia, honradez, creatividad e innovación, y lealtad), no se especifica de manera concreta cómo deben ser llevados a la práctica en el comportamiento cotidiano de los empleados y docentes. En otras palabras, los valores aparecen declarados, pero no acompañados de pautas de acción que orienten su cumplimiento, lo cual deja un margen amplio de interpretación a los miembros de la comunidad universitaria.

Entrevistas semiestructuradas

Se realizaron cuatro entrevistas a actores clave para el objeto de estudio de este proyecto de la institución: Valentina David Mesa (directora encargada de Bienestar Institucional), Felipe Bernal Henao (jefe de Plan Maestro), Omar Muñoz Sánchez (Decano de la Escuela de Ciencias Sociales) y Roberto Carlos Hincapié (Decano de la Escuela de Ingenierías).

Uno de los hallazgos más recurrentes es que la cultura no se limita a declaraciones en documentos oficiales, sino que se manifiesta en gestos cotidianos y prácticas simbólicas. Así lo expresa Valentina David Mesa (2025), al afirmar que "la universidad ha venido en una construcción histórica en su frente con el cristianismo. Eso traducido al español es una responsabilidad social y de cuidado. (…) cómo un saludo, los buenos días, el gracias… posibilita la evidencia del humanismo cristiano". De esta manera, prácticas simples se convierten en signos que revelan el modo en que los valores se materializan en la interacción diaria. Por ejemplo, Mesa (2025), deja en evidencia cómo se lleva el valor de la justicia a la acción: "lo veo muy alineado con temas de integralidad porque buscar justicia es muy complejo. Por eso es una justicia pensada desde la acción social (…) La UPB es una universidad que permite el error y aprender de él".

El espacio físico también aparece como un elemento central en la construcción de la cultura organizacional. Felipe Bernal Henao (2025), resalta que su función ha estado orientada a dignificar y configurar lugares que propicien el encuentro. "Yo creo que lo más importante es darle sentido y posicionar de manera adecuada al usuario en el espacio (…) Pensar en el Boulevard como un espacio de encuentro funcional es una apuesta: la conversación agradable y respetuosa". Su visión refuerza la idea de que la cultura también se comunica a través de la infraestructura y de los ambientes que invitan a la interacción. Incluso, Omar Muñoz Sánchez (2025), también reconoce el espacio físico como aquello que es capaz de corporificar la cultura: "Hay un elemento que nos rige y es el entorno. Las reglas mínimas para saber actuar porque son cosas básicas humanas: la limpieza del lugar, la solidaridad, los recursos; por ejemplo, a todos nos conviene ahorrar luz entonces ahí se ve el cuidado del otro y el bien común".

En el piso administrativo de la Escuela de Ciencias Sociales, la práctica del Café Solidario se configura como una tradición que combina símbolos, costumbres y valores. Omar Muñoz Sánchez (2025), lo describe de la siguiente manera: "todos los días preparamos café y cualquiera puede dar su donación con lo que quiera y pueda dar; y eso que se recoge se lo damos a la Fundación Solidaria de la universidad. Ellos identifican estudiantes con dificultades económicas". Aquí el café deja de ser solo un objeto cotidiano y se transforma en un signo identitario que condensa el valor de la solidaridad, comunidad y sentido de pertenencia.

Por su parte, Roberto Carlos Hincapié (2025), introduce otra arista de la cultura: el trato igualitario y la disciplina en la convivencia. Él menciona que "vas a poder encontrar que puede venir una señora del aseo y se le atiende de igual forma a como si llegara el rector. No hay discriminación por el trato hacia nadie; ni por el credo, ni por el trabajo". Además, en su escuela emergen tradiciones propias que refuerzan la dimensión solidaria. "Aquí en Ingenierías, a los muchachos que tienen dificultades económicas se les da un fiambre todas las mañanas. Y todos se involucran en eso, a veces tanto profesores como administrativos vamos con una carretica con los fiambres".

Los entrevistados coincidieron en señalar que el humanismo cristiano constituye la base de la cultura organizacional de la UPB, aunque cada uno lo interpretó desde la perspectiva de su cargo y funciones. Asimismo, emergieron símbolos y prácticas recurrentes, como el café y los espacios de encuentro, que funcionan como elementos identitarios y cohesionadores en la vida cotidiana universitaria. Las entrevistas muestran que la cultura organizacional de la UPB no se restringe a principios abstractos, sino que se vive en interacciones cotidianas, en la manera de habitar los espacios y en rituales que refuerzan la identidad colectiva.

Observación participante

La observación participante se llevó a cabo en 6 espacios: el Boulevard central, el Boulevard nuevo, el segundo piso del bloque 7 (Escuela de Ciencias Sociales) que son oficinas de docentes, el tercer piso del bloque 7 que corresponde al personal administrativo, el tercer piso del bloque 11 (Escuela de Ingenierías) del personal administrativo y el segundo piso del bloque 11 de oficinas de docentes. Los resultados se consignaron en una tabla de diario de campo, donde se registraron categorías como elementos simbólicos, rituales cotidianos, relación con el espacio físico, dinámicas de convivencia y estética del ambiente.

La observación participante permitió reconocer cómo la cultura organizacional de la UPB se encarna de manera diferenciada según el espacio físico y social en el que transcurre la interacción. Cada lugar observado ofreció dinámicas particulares que, aunque diversas, mantienen un hilo conductor marcado por el humanismo cristiano y la búsqueda de un ambiente de respeto y encuentro.

En el Boulevard central, los símbolos institucionales son visibles, pero poco funcionales: los carteles pasan desapercibidos y algunos comportamientos, como fumar cerca de avisos ambientales, contradicen el discurso institucional. Lo que predomina es el encuentro social en torno a la comida y el café, con grupos ya conformados y una estética relajada que refuerza el sentido de campus verde. En el Boulevard nuevo, la apropiación es más académica y funcional. El café se asocia a productividad y diálogo profesional, mientras que la arquitectura cerrada y silenciosa favorece estudio y concentración. La práctica del cigarrillo tensiona el discurso ambiental, y la convivencia se caracteriza por mayor formalidad y sobriedad que en el Boulevard central.

En las oficinas de profesores del bloque 7, la cultura se expresa en micro-rituales de cercanía como las asesorías y las pausas de café. La proxemia corta y los gestos de acogida transmiten confianza y calidez.

El espacio fomenta trabajo autónomo, pero permite encuentros breves y espontáneos, mostrando un humanismo encarnado en la práctica relacional. En el piso administrativo del bloque 7, la cruz y el café son símbolos que refuerzan fe y comunidad. El ritual de servirse algo caliente sostiene vínculos cotidianos, aunque la donación voluntaria no siempre se cumple, lo que revela un nivel parcial de apropiación de valores. La arquitectura tradicional promueve un ambiente tranquilo y concentrado, pero poco dinámico y que puede generar un ambiente de soledad.

En el piso administrativo del bloque 11, la modernidad del espacio convive con símbolos religiosos, mostrando la integración entre innovación y tradición. Los refrigerios y las interacciones cordiales generan confianza y cercanía, y la estética combina profesionalismo con calidez, consolidando una convivencia armónica y humana. Finalmente, en el piso de profesores del bloque 11, los símbolos religiosos, los principios institucionales y las prácticas ecológicas refuerzan de manera clara el humanismo cristiano. Las asesorías funcionan como ritual pedagógico central, pero la arquitectura moderna genera un conflicto entre apertura y privacidad. El ambiente es pulcro, formal y académico, con un tono relacional más sobrio que afectivo.

Objetivo específico 2: Observar la kinesis y la proxemia de los docentes de tiempo completo y el personal administrativo

En desarrollo de este objetivo, se utilizó la observación de campo no participante dirigida como técnica de investigación, entre agosto y septiembre de 2025, con el fin de registrar de manera sistemática las expresiones kinésicas (gestos, posturas, movimientos) y proxémicas (distancias y uso del espacio) de los docentes de tiempo completo y del personal administrativo de las escuelas de Ciencias Sociales e Ingenierías, respectivamente.

En total se observaron seis reuniones: cuatro correspondientes a docentes (dos por cada escuela) y dos correspondientes al personal administrativo (una por cada escuela). El análisis de kinesis y proxemia fue clave para esta investigación, pues permitió evidenciar cómo la cultura organizacional se materializa en los cuerpos, en las distancias que se establecen entre los actores y en la manera en que se habitan los espacios físicos de la universidad.

Reunión del personal administrativo de la Escuela de Ciencias Sociales

El encuentro tuvo un total de 9 participantes compuestos por el decano de la escuela, los directores de las facultades y la secretaria académica. La disposición en mesa redonda y la cercanía física facilitaron el intercambio constante de ideas. El rol del decano ocupó una posición ligeramente más distante en la que se evidenció que, mientras a nivel verbal existía integración y apertura al diálogo, su lenguaje corporal transmitió distancia y un contacto físico limitado. Esto revela un liderazgo que combina cercanía desde el diálogo, pero respeto jerárquico desde su comportamiento no verbal. Se muestra que la horizontalidad en la Escuela de Ciencias Sociales convive con una verticalidad implícita que predominó, sobre todo, entre la relación de la secretaria con el resto; pues su postura estuvo cerrada, brazos cruzados y gestos faciales suaves como sonrisas en momentos específicos. La presencia del café funcionó como pausa activa, lo que refuerza la cohesión grupal en reuniones extensas

.

Reunión del personal administrativo de la Escuela de Ingenierías

Fue un encuentro de solo 5 personas: 4 directores académicos y el decano de la escuela. El factor central fue el equilibrio entre jerarquía y confianza. En este caso, el rol del decano mostró cercanía a nivel kinésico, pues los gestos didácticos como las manos abiertas, los asentimientos de cabeza y la comunicación en doble vía, generaron un ambiente colaborativo. En contraste, a nivel proxémico la ubicación del decano señaló formalidad y una clara diferencia de roles ya que mientras los directores se encontraban en una mesa, el decano se mantuvo en su escritorio. La inclusión de bromas, dulces y café suavizó la rigidez de la reunión. Se evidencia que la cultura organizacional en Ingenierías combina autoridad con vínculos sociales que humanizan el espacio laboral.

Reunión docentes de Psicología (Escuela de Ciencias Sociales)

En este caso, la reunión fue en el bloque 7 (corresponde a la escuela que se está tratando), pero en un salón de clase, lo que influyó tanto en la kinesis como en la proxemia de los participantes. Fueron 13 personas en total incluyendo al director. La reunión se diferenció por su ambiente estático: la baja gesticulación y movilidad generaron una interacción menos dinámica. Este caso muestra cómo la proximidad espacial no garantiza por sí misma participación activa si la kinesis no estimula el intercambio. A lo anterior se suma la jerarquía que el mismo espacio le agrega al comportamiento humano, pues cuando el director intervino, lo hizo de pie, frente del salón y con la mirada hacia abajo para visualizar a los demás docentes sentados. Asimismo, ocurrió con una de las docentes que también intervino en la reunión: una postura recta al frente de los demás. Es decir, el espacio mismo determina una relación vertical implícita por más que el nivel de asertividad, cercanía y participación fuera completamente horizontal.

Reunión docentes de Comunicación Social – Periodismo (Escuela de Ciencias Sociales)

Al igual que en la reunión anterior, esta se llevó a cabo en un salón de clase, pero la metodología generó un ambiente dinámico, horizontal y cercano. Si bien la sesión inició con gestos cerrados y silencio para mostrar concentración, ya que el primer momento lo requería, esta se tornó más dinámica durante el trabajo en parejas que se implementó: gestos faciales como sonrisas abiertas, cejas hacia arriba, abrazos y posturas relajadas. Para esta reunión, el director estuvo ausente, lo que significaba posibles cambios comportamentales en el resto de los participantes. Sin embargo, la ausencia de autoridad no afectó la estructura de la reunión, lo que revela autonomía en el grupo docente y horizontalidad en la relación con la asistente académica, quien mostró un rol activo de acompañamiento durante todo el encuentro y tanto a nivel kinésico como proxémico se notó esa apertura: sonrisas, brazos abiertos y contacto físico con los demás.

Reunión docentes coordinadores de la Facultad de Ingeniería Mecánica, Aeronáutica e Industrial

La composición del segundo piso de Ingenierías, como se evidenció en los resultados del primer objetivo específico, se caracteriza por su arquitectura moderna. Eso implica que las oficinas destinadas para reuniones o asesorías se encuentran en el mismo lugar que las oficinas de los docentes. Por lo anterior, la reunión dio lugar en una de las salas correspondientes y tuvo la presencia de 5 docentes. La horizontalidad proxémica fue determinante: no hubo distancias jerárquicas marcadas, ni siquiera con el director académico. Si bien lideró la conversación, este liderazgo no estuvo marcado por distancias diferenciales ni gestos autoritarios (señalamientos, cejas fruncidas o brazos cruzados). La cercanía y el diálogo abierto primaron en todos los participantes. Las pausas para café y las risas colectivas funcionaron como micro-rituales que fortalecieron el sentido de comunidad. La naturalidad de los silencios que se generaron en momentos específicos sugiere un grupo cohesionado, donde la interacción no depende de llenar el espacio verbal de forma constante.

Reunión docentes de Ingeniería Química. Comité de currículo

La sesión se realizó en la misma sala destinada para reuniones y asistieron 8 docentes. En este caso, hubo un tono más formal y profesional. A pesar de la horizontalidad en la disposición espacial y el contacto visual, la comunicación se caracterizó por franqueza y asertividad con llamados de atención. Incluso, eso llamados sutiles reflejaron en la persona que los recibió, una actitud cerrada con brazos cruzados y los gestos faciales inclinados hacia abajo, lo que mostró seriedad. Aun así, la confianza se fue construyendo a medida que avanzaba la reunión como se reflejó en risas y gestos abiertos; y el respeto entre ellos fue permanente. Este espacio mostró cómo la cultura institucional puede equilibrar rigor académico con cercanía progresiva.

Objetivo específico 3: Comparar la kinesis y la proxemia de los docentes de tiempo completo y el personal administrativo de la Escuela de Ciencias Sociales con los de la Escuela de Ingenierías de la Universidad Pontificia Bolivariana

El ejercicio comparativo de la kinesis y la proxemia de los docentes y del personal administrativo de las escuelas de Ciencias Sociales e Ingenierías se realizó en septiembre del 2025. Este permite visibilizar cómo una misma cultura organizacional puede expresarse de formas distintas dependiendo del contexto disciplinar, de las lógicas de trabajo y de las dinámicas relacionales de cada escuela. Si bien ambas comparten el mismo horizonte institucional, fundado en el humanismo cristiano, el análisis de los cuerpos y de las distancias revela que las prácticas cotidianas producen matices diferenciados en la manera de interactuar.

Kinesis de los docentes internos y del personal administrativo

La kinesis de los docentes en Ciencias Sociales se manifiesta con gestos abiertos, sonrisas frecuentes y una gesticulación que busca acompañar la palabra. Este estilo de comunicación no verbal genera un ambiente de cercanía y confianza que estimula la participación y la conversación prolongada. Las dinámicas de trabajo en grupo y las interacciones en círculo o en horizontal favorecen una corporalidad inclusiva que invita a la colaboración y reduce las barreras jerárquicas. En contraste, la kinesis de los docentes de Ingenierías es más sobria: los gestos son contenidos y aparecen en momentos clave del discurso, generalmente para enfatizar puntos técnicos o para apoyar explicaciones. Este uso moderado de la gesticulación responde a una lógica más orientada a la eficacia y al cumplimiento de la agenda de trabajo.

No obstante, el contraste no implica una ausencia de cercanía en Ingenierías. Durante las pausas (por ejemplo, en el momento del café) la gestualidad se vuelve más relajada, las sonrisas se hacen más visibles y la interacción adquiere un tono menos formal. Este cambio de registro corporal muestra que la escuela no es ajena al componente humano de la relación pedagógica, sino que lo dosifica y lo canaliza en momentos específicos que no interrumpen la productividad del encuentro. De este modo, la kinesis de Ingenierías equilibra la formalidad de su identidad académica con gestos que humanizan y cohesionan al grupo, aunque de manera más puntual que en Ciencias Sociales.

En cuanto al personal administrativo, las diferencias kinésicas también son notorias. En Ciencias Sociales, la interacción está marcada por gestos de acogida: asentimientos, inclinaciones del torso hacia el interlocutor y sonrisas constantes que refuerzan un clima de horizontalidad. La corporalidad comunica apertura y genera un ambiente en el que los roles jerárquicos se sienten menos rígidos; a pesar de que la secretaria, por ejemplo, se haya visto cerrada en sus gestos y postura rígida. En Ingenierías, en cambio, la kinesis es más controlada y las posturas tienden a ser más formales. Sin embargo, incluso en estos escenarios, se evidencian gestos didácticos y pausas de humor que suavizan la verticalidad. La diferencia no radica en la ausencia de cercanía, sino en el grado en que se exhibe: mientras Ciencias Sociales privilegia una expresividad constante, Ingenierías reserva esa expresividad para momentos estratégicos, integrándola de forma que no altere la estructura de la reunión.

Proxemia de los docentes internos y del personal administrativo

Las distancias proxémicas también revelan lógicas relacionales diferentes. En Ciencias Sociales, los docentes tienden a reducir la distancia física: se privilegian disposiciones en círculo o en línea horizontal que permiten contacto visual directo y participación equitativa. Esta configuración espacial dada en salones de clase promueve un ambiente de colaboración en el que las relaciones son más dinámicas, pero de forma paradójica incentiva ligeramente la verticalidad con los directores o líderes respecto al resto de los docentes por la distancia mascada que se genera en relación con el que está moderando. Aun así, el espacio se convierte en un facilitador de diálogo y en un símbolo de la apertura que caracteriza a la escuela.

Por su parte, en Ingenierías las reuniones suelen mantener una disposición más estructurada: mesas rectangulares que, aunque permiten la interacción, preservan la posición jerárquica de quien lidera la sesión. La proxemia mantiene distancias personales que no invaden el espacio individual y que aseguran orden en la toma de la palabra. Este tipo de disposición favorece el flujo de la reunión y garantiza que las intervenciones se realicen de manera secuencial, lo que es coherente con la orientación técnica y operativa de la escuela.

En el personal administrativo la diferencia es aún más evidente. Ciencias Sociales opta por distancias cortas que generan sensación de diálogo colaborativo; todos, incluyendo el decano, en una misma mesa. Esta elección espacial contribuye a diluir la verticalidad y a que los intercambios sean más fluidos y espontáneos. Ingenierías, en contraste, mantiene la figura de la autoridad en posiciones centrales o de cabecera, lo que refuerza el orden jerárquico y marca un punto de referencia visual para los demás participantes. Sin embargo, esta disposición no genera un ambiente de tensión, sino que facilita la organización de la reunión y mantiene un equilibrio entre formalidad y apertura.

Referencias bibliográficas

• Abad, A. (2020). Simbolismo, semiótica y etnografía para entender la cultura organizacional: una mirada constructivista en gestión. Revista Historia, Patrimonio, Arqueología y Antropología Americana, 1(2), 139-154.

• Álvarez Marcos, J. (2007). Comunicación interna, la estrategia del éxito. Razón y Palabra, 56, 1-8.

• Baquero Galvis, D. I., & Cárdenas García, S. F. (2019). Comunicación no verbal en la gestión organizacional,¿ cómo optimizar el tiempo en las relaciones empresariales?. Conrado, 15(68), 160-167.

• Belalcázar, S. B. (2012). Cultura organizacional. Informes psicológicos, 12(1), 41-51.

• Birdwhistell, R. L. (2010). Kinesics and context: Essays on body motion communication. University of Pennsylvania press.

• Brando Suárez, D. (2012). Proxémica y comunicación el espacio dentro de una organización.

• Bunge, M. (2000). La investigación científica: su estrategia y su filosofía. Siglo XXi.

• Chiavenato, I. (2009). Com-

portamiento organizacional.
• Garay, R. R. (2009). La cultura organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. Invenio, 12(22), 67-92.
• García, J. C. S., Claver, B. T., Yurrebaso, A., & Carrizo, A. L. (2006). Cultura organizacional: Desentrañando vericuetos. AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana, 1(3), 3.
• Garduño Oropeza, Gustavo, & Zúñiga Roca, María Fernanda. (2008). Organizaciones complejas, semiótica y cultura. Convergencia, 15(47), 39-71. Recuperado en 18 de agosto de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200002&lng=es&tlng=es.
• Goffman, E. (1967). Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. Pantheon Books. https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/GoffmanFace1967.pdf
• Gómez Díaz de León, C., & León de la Garza, E. A. D. (2014). Método comparativo.
• Gómez, H. G. (1994). La proxémica: un acercamiento semiótico al estudio del comportamiento humano. Revista Universidad Eafit, 30(95), 77-86.
• GONZÁLEZ PÉREZ, C. F. (2012). Aplicaciones de la semiótica peirceana al estudio de la comunicación interna organizacional. El caso de las relaciones entre los procesos de comunicación formal e informal en el Museo de La Plata (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA).
• Hall, E. T. (1972). La dimensión oculta (Vol. 6). siglo XXI.
• Hall, E. T. (2017). La antropología del espacio: un modelo organizativo. Recuperado de: https://composicionarqdatos. files. wordpress. com/2008/09/edward-twhite-la-antropologia-del-espacio. Pdf.
• Hernández, R. S. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.
• Karam, T. (2005). Introducción a la semiótica. Barcelona: Portal de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de http://www.portalcomunicacion. com/esp/pdf/aab_lec/18. pdf.
• López, D. (2007). Umberto Eco: Sobre Semiótica y Pragmatismo. Revista observaciones filosóficas. https://www.observacionesfilosoficas.net/umbertoeco.html
• 21. Lozano, J. R. L., & Lozano, J. A. L. (2013). El papel de la semiótica en las organizaciones: una aproximación al concepto de semiótica organizacional. Comunicación, Cultura y Política, 2(1), 94-106.
• McGraw Hill. (2013). La importancia de la comunicación en las relaciones sociales. McGraw Hill.
• Munch, L., & Ángeles, E. (1990). Métodos y Técnicas de Investigación. México: Editorial Trillas.
• Pedraza-Álvarez, L., Obispo-Salazar, K., Vásquez-González, L., & Gómez-Gómez, L. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. Clío América, 9(17), 17-25.
• Peñarreta, K. M. J., Montalván, S. E. S., & Recalde, J. S. R. (2021). Incidencia de la comunicación interna en la identidad institucional del docente de la Universidad Politécnica Salesiana. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, (63), 94-125.
• Poyatos, F. (1994). La comunicación no verbal (Vol. 13). Ediciones Akal.
• Ravelli, L., Van Leeuwen, T., Höllerer, M. A., & Jancsary, D. (Eds.). (2023). Organizational semiotics: Multimodal perspectives on organization studies. Taylor & Francis.
• Restrepo, E. (2018). Etnografía: alcances, técnicas y éticas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
• Rodríguez, R. (2009). La cultura organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración. Invenio, 12(22), 67-92.
• Rulicki, S. (2007). CNV Comunicación no verbal: cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos. Ediciones Granica S.A.
• Solís, A. E. U., & Kosberg, S. L. (2018). Una propuesta para el estudio de la comunicación organizacional y la construcción de significados desde lo procesual y simbólico. Administración y Organizaciones, 21(40), 51-72.
• Strauss, A., & Corbin, J. (2004). Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Universidad de Antioquia.
• Vargas, O. H. G. (2007). La cultura humana y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. Pensamiento & gestión, (22), 0.
• Velásquez Vásquez, J. A., Peralta Gutarra, K. S., Landa Rojas, M. J., Chiscul Padilla, M. Á., & Gamonal Montoya, J. A. (2022). Cultura organizacional en las entidades. Revista Conrado, 18(S1), 159-170.
• Villafañe, J. (2005). La gestión de los intangibles empresariales. Comunicação e Socied

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

EVENTOS COMO POSICIONAMIENTO ORGANIZACIONAL: EL CASO DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE EVENTOS PARA EL SECTOR PÚBLICO.

Karen Yuliana Madariaga Ortega
Programa de Comunicación Audiovisual
Estudiante de la Tecnología en Producción de Eventos
Semillero CETA-E
Politecnico Colombiano Kaime Isaza Cadavid
Colombia

Resumen

La presente investigación evalúa la viabilidad de implementar servicios integrales de producción de eventos con enfoque en comunicación estratégica como propuesta de valor empresarial orientada al fortalecimiento de la contratación directa con entidades del sector público. El estudio parte de la necesidad de superar el modelo tradicional de producción de eventos centrado en la prestación de servicios logísticos o espectáculos aislados, para concebir los eventos como plataformas estratégicas de comunicación institucional y posicionamiento.

La investigación adopta un enfoque aplicado de carácter mixto, sustentado en la aplicación de encuestas a entidades públicas, particularmente alcaldías y secretarías de cultura, con el propósito de identificar necesidades institucionales, criterios de contratación y percepción sobre la pertinencia de servicios integrales en la producción de eventos. Asimismo, se analiza el potencial de los eventos como herramientas de comunicación entre el Estado y la ciudadanía, así como su capacidad para fortalecer la imagen institucional, promover la identidad territorial y dinamizar el turismo local.

Los resultados evidencian una alta valoración institucional de los servicios integrales que articulan producción técnica, gestión cultural y comunicación estratégica, así como su impacto en el posicionamiento organizacional de las entidades públicas y en la proyección del territorio. Se concluye que la implementación de este modelo constituye una alternativa viable para fortalecer la competitividad empresarial y mejorar los procesos de contratación directa, al tiempo que contribuye al desarrollo cultural, social y económico de las comunidades.

Palabras clave

producción de eventos; comunicación estratégica; sector público; posicionamiento institucional; viabilidad empresarial; desarrollo territorial; contratación pública.

Introducción

En el contexto contemporáneo de la gestión pública, las entidades estatales enfrentan el desafío de fortalecer su legitimidad institucional y mejorar la comunicación con la ciudadanía. En este marco, los eventos han adquirido relevancia como escenarios de interacción social, representación institucional y promoción cultural.

Tradicionalmente, la producción de eventos ha sido concebida desde una perspectiva operativa centrada en la ejecución logística o la contratación de espectáculos, lo que ha limitado su potencial como herramienta estratégica de comunicación institucional. Esto restringe tanto el impacto social de los eventos como las oportunidades de innovación y competitividad de las empresas, particularmente en su relación con entidades públicas.

Sin embargo, en el ámbito de la gestión pública, los eventos cumplen funciones que trascienden el entretenimiento, al constituirse en mecanismos de comunicación con las comunidades, promoción de la

identidad cultural, fortalecimiento del posicionamiento institucional y dinamización del turismo. Así, surge la necesidad de replantear el modelo tradicional de producción de eventos hacia una oferta de servicios integrales que articule componentes técnicos y culturales afocados en la comunicación, orientados al cumplimiento de objetivos institucionales.

La presente investigación analiza la viabilidad de implementar servicios integrales de producción de eventos con enfoque en comunicación estratégica en una empresa del sector, tomando como referencia el caso de la empresa Oxígeno Producciones. Busca determinar en qué medida esta propuesta responde a las necesidades del sector público, genera valor institucional para las entidades estatales y fortalece la competitividad empresarial mediante el incremento de oportunidades de contratación directa.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque metodológico mixto, orientado al análisis de la viabilidad de implementar servicios integrales de producción de eventos con enfoque en comunicación estratégica como propuesta de valor empresarial para el sector público. Este enfoque permitió integrar el análisis cuantitativo de las percepciones institucionales con la interpretación cualitativa de las dinámicas de contratación y las necesidades estratégicas de las entidades estatales, posibilitando una comprensión integral del fenómeno estudiado.

El diseño de investigación se estructuró como un estudio de viabilidad, debido a que busca identificar condiciones, oportunidades, nivel de aceptación y pertinencia institucional de un modelo innovador de prestación de servicios en el ámbito de la producción de eventos. Este tipo de estudio resulta pertinente para analizar la factibilidad de implementar un nuevo enfoque empresarial orientado a ofrecer soluciones integrales, con el propósito de fortalecer la contratación directa con entidades públicas y generar valor institucional.

El estudio combinó técnicas cuantitativas y cualitativas. La dimensión cuantitativa se orientó a la medición de percepciones, criterios de contratación y nivel de aceptación institucional de servicios integrales, mientras que la dimensión cualitativa permitió interpretar el significado estratégico de los eventos como herramientas de comunicación institucional, posicionamiento territorial, participación comunitaria y desarrollo social.

La población de estudio estuvo conformada por entidades del sector público con competencias en gestión cultural, organización de eventos institucionales y desarrollo territorial, particularmente alcaldías municipales y secretarías de cultura. Estas instituciones fueron seleccionadas debido a su papel en la planificación, contratación y ejecución de eventos dirigidos a la comunidad, así como por su participación en procesos de promoción cultural, comunicación institucional y desarrollo.

La aplicación de las encuestas se delimitó geográficamente a entidades públicas ubicadas en municipios y departamentos de Colombia, específicamente en Atlántico, Bolívar, Norte de Santander, Magdalena, Sincelejo y La Guajira. Esta delimitación respondió a criterios de viabilidad operativa del proceso investigativo, accesibilidad institucional y pertinencia territorial en relación con la experiencia del sector de producción de eventos en dichas regiones. Aunque el estudio se desarrolló en un contexto geográfico específico, se parte del supuesto de homogeneidad en los procedimientos administrativos, estructuras organizacionales y dinámicas de contratación de las entidades públicas en el país, lo que permite considerar los resultados como referentes analíticos aplicables a contextos institucionales similares, sin pretender su generalización estadística a toda la población nacional.

Como técnica principal de recolección de información se aplicaron encuestas estructuradas dirigidas a funcionarios y representantes

de entidades públicas responsables de la contratación y organización de eventos institucionales. El instrumento incluyó preguntas cerradas orientadas a evaluar los criterios institucionales de contratación de servicios de eventos, la percepción del valor estratégico de los eventos en la gestión pública, el nivel de satisfacción con modelos tradicionales de producción, el grado de aceptación de servicios integrales que articulen producción técnica, gestión cultural y promoción de comunicación estratégica.

Adicionalmente, se realizó un análisis documental de modelos tradicionales de contratación de eventos, propuestas de servicios y prácticas del sector, con el propósito de identificar limitaciones del enfoque operativo convencional y oportunidades de innovación en la prestación de servicios dirigidos al sector público. Este análisis permitió contextualizar los resultados de las encuestas y fortalecer la evaluación de la viabilidad del modelo propuesto.

El proceso investigativo se desarrolló en varias fases. En una primera etapa se realizó la revisión conceptual y el diseño del instrumento, definiendo las variables de estudio y categorías analíticas. Posteriormente se efectuó la aplicación de encuestas a las entidades públicas seleccionadas mediante mecanismos de contacto institucional. En una tercera fase se llevó a cabo la sistematización y organización de la información recolectada, clasificando los datos según las categorías establecidas. Finalmente, se realizó la interpretación de resultados y la evaluación de la viabilidad del modelo de servicios integrales propuesto.

El análisis de los datos cuantitativas se efectuó mediante tendencias generales que permitieron identificar patrones en las percepciones institucionales, necesidades del sector público y niveles de aceptación del modelo propuesto. Por su parte, la información cualitativa fue analizada mediante análisis categorial, orientado a interpretar las dimensiones relacionadas con comunicación estratégica, posicionamiento organizacional, articulación con la comunidad, desarrollo turístico e innovación empresarial. Este proceso permitió comprender el potencial de los eventos como herramientas de comunicación territorial y su impacto en la competitividad de las empresas del sector.

En relación con las consideraciones éticas, la investigación garantizó el uso responsable de la información recolectada, preservando la confidencialidad de las entidades participantes y el carácter académico del estudio. La participación de los encuestados fue voluntaria y la información obtenida se utilizó exclusivamente con fines investigativos.

De esta manera, la metodología adoptada permitió evaluar de manera sistemática la viabilidad de implementar servicios integrales de producción de eventos con enfoque en comunicación estratégica, analizando simultáneamente las necesidades del sector público, las oportunidades de innovación empresarial y el potencial de los eventos como herramientas de comunicación institucional y desarrollo territorial.

Resultados

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas a alcaldías municipales y secretarías de cultura evidencian tendencias significativas en relación con las necesidades institucionales del sector público frente a la contratación de servicios de producción de eventos, así como el nivel de aceptación de propuestas integrales con enfoque en comunicación estratégica.

En primer lugar, se identificó que las entidades públicas consultadas reconocen el papel de los eventos como herramientas relevantes para la comunicación institucional y la interacción con la ciudadanía. Los encuestados manifestaron que los eventos cumplen funciones asociadas al fortalecimiento de la relación Estado–comunidad, la promoción de la cultura local y la generación de espacios de participación social. Esta percepción evidencia que los eventos son comprendidos como mecanismos de gestión pública que trascienden su dimensión recreativa o logística.

En segundo lugar, los resultados muestran una valoración positiva del potencial de los eventos para el posicionamiento institucional y territorial. Las entidades participantes señalaron que los eventos contribuyen a mejorar la imagen institucional, fortalecer la identidad cultural del territorio, promover la visibilidad de la gestión pública y proyectar el municipio o departamento como destino cultural y turístico. De igual manera, se evidenció que los eventos son percibidos como estrategias que favorecen la dinamización de economías locales y la atracción de visitantes externos.

Asimismo, se identificó una tendencia favorable hacia la contratación de servicios integrales que articulen producción técnica, gestión cultural con enfoque en comunicación estratégica. Las entidades encuestadas manifestaron interés en proveedores que ofrezcan soluciones completas orientadas al cumplimiento de objetivos institucionales, más allá de la simple ejecución logística o contratación de espectáculos.

Los resultados también evidencian limitaciones percibidas en los modelos tradicionales de contratación de eventos, particularmente en relación con la fragmentación de servicios, la falta de coherencia comunicativa y la escasa articulación con objetivos institucionales de largo plazo. Estas limitaciones fueron identificadas como factores que reducen el impacto social de los eventos y dificultan su aprovechamiento como herramientas de posicionamiento organizacional.

En relación con la viabilidad empresarial, los datos obtenidos indican que la implementación de servicios integrales representa una oportunidad de diferenciación competitiva, al permitir su posicionamiento como aliado estratégico de las entidades públicas. La integración de componentes de comunicación estratégica, planeación y gestión cultural fue valorada como un factor que puede favorecer procesos de contratación directa y fortalecer la confianza institucional.

El análisis del caso empresarial de Oxígeno Producciones permitió identificar la factibilidad operativa del modelo propuesto, evidenciando que la articulación entre producción técnica, gestión cultural con enfoque en comunicación estratégica constituye un enfoque viable para responder a las demandas del sector público y generar valor institucional.

En términos generales, los resultados sugieren que existe una alta aceptación institucional de propuestas que conciban los eventos como plataformas de comunicación estratégica, posicionamiento territorial y desarrollo social, lo que confirma la viabilidad del modelo de servicios integrales analizado en esta investigación.

Discusión

Los resultados obtenidos permiten reflexionar sobre la transformación del modelo tradicional de producción de eventos en el contexto de la gestión pública contemporánea. Los hallazgos evidencian que las entidades estatales demandan cada vez más estrategias que fortalezcan su relación con la ciudadanía, mejoren su posicionamiento institucional y contribuyan al desarrollo territorial, lo que plantea la necesidad de replantear el enfoque operativo convencional de la producción de eventos.

En este sentido, la investigación confirma que los eventos pueden ser comprendidos como dispositivos de comunicación estratégica capaces de articular procesos de interacción social, construcción simbólica e identidad territorial. Este hallazgo coincide con los enfoques teóricos de la comunicación organizacional que destacan el papel de las acciones experienciales en la construcción de legitimidad institucional y confianza social. Desde esta perspectiva, los eventos se configuran como espacios de mediación entre el Estado y la ciudadanía, facilitando la difusión de políticas públicas, la participación comunitaria y la proyección de la

gestión institucional.

Desde la perspectiva empresarial, la investigación demuestra que la implementación de servicios integrales constituye una estrategia viable de innovación organizacional y diferenciación competitiva en el sector de la producción de eventos. La transición de un modelo centrado en la ejecución logística hacia un enfoque estratégico permite a las empresas posicionarse como aliados institucionales y no únicamente como proveedores operativos, lo que incrementa sus oportunidades de contratación directa y fortalece su sostenibilidad en el mercado.

Adicionalmente, los hallazgos evidencian el potencial de los eventos como herramientas de desarrollo territorial, en la medida en que contribuyen a la promoción turística, la dinamización económica y la visibilización cultural de los territorios. Este enfoque amplía la comprensión del impacto de la producción de eventos, integrando dimensiones sociales, culturales y económicas que trascienden la lógica del entretenimiento.

No obstante, el estudio presenta limitaciones asociadas a la delimitación geográfica de la muestra y al carácter no probabilístico del proceso de selección de entidades, lo cual restringe la generalización de los resultados. Sin embargo, los hallazgos constituyen un referente analítico relevante para comprender las dinámicas de contratación pública y las oportunidades de innovación en la prestación de servicios de producción de eventos.

En conjunto, evidencia la pertinencia de promover modelos integrales de producción de eventos que articulen comunicación estratégica, gestión cultural y desarrollo territorial, consolidando un enfoque orientado al posicionamiento institucional, la participación ciudadana y la competitividad empresarial en el sector público.

Referencias bibliográficas

• Observatorio de Cultura y Economía. (2019). Impacto económico de las actividades culturales en Colombia. Bogotá, Colombia.

• Ministerio de Cultura de Colombia. (2018). Economía naranja: estrategia para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas en Colombia. Bogotá, Colombia.

• Ministerio de Cultura de Colombia. (2010). Política para la gestión, protección y salvaguardia del patrimonio cultural. Bogotá, Colombia.

• Departamento Nacional de Planeación. (2018). Lineamientos para la gestión pública territorial. Bogotá, Colombia.

• Federación Colombiana de Municipios. (2016). Gestión pública municipal en Colombia. Bogotá, Colombia.

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ORGANIZACIONAL COMO FACTORES QUE IMPULSAN EL CAMBIO SOCIAL EN MÉXICO

Dr. Edwin Roberto Casillas Burgos
Universidad Autónoma de Baja California
casillas.edwin@uabc.edu.mx
Tijuana, Baja California, México

Resumen

Esta ponencia analiza la importancia de la comunicación estratégica y organizacional en México como herramienta para generar cambio social. A partir de casos recientes en empresas reconocidas como Bimbo, Televisa, Farmacias Similares, Cinépolis y Café Baristi, así como movimientos sociales como #YoSoy132, muestra cómo la comunicación puede impactar en el ámbito social y político. Se enfatiza la necesidad de formar consultores y comunicadores capaces de diseñar estrategias que fortalezcan la ciudadanía y la gestión del cambio social. La investigación resalta la relevancia de la comunicación ética, inclusiva e informativa frente a desafíos sociales y culturales.

Palabras clave

Comunicación Organizacional, Comunicación Estratégica, México, Cambio Social, Comunicación en crisis, ciudadanía.

Introducción

Si bien es cierto hoy en día estamos viviendo una era en donde los cambios han avanzado de una manera impresionante, y no solo en el aspecto económico, social, si no también en la parte organizacional, mismos que son un papel sumamente importante en la forma en la que los procesos sociales se mueven, específicamente hablando de países como México, en donde claramente vemos día a día como la diversidad cultural, particularmente hablando de la ciudad de Tijuana Baja California México (donde se encuentra la frontera más visitada del mundo) ha crecido de manera gradual, pues según estudios del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) 5 de cada 10 ciudadanos no son Tijuanenses, y de esos 5, 3 son extranjeros (Haitianos, Chinos, Venezolanos, Panameños, sólo por mencionar algunos) el sector político en el cual cada vez se enfrentan retos y hoy con un cambio impactante dado que después de 200 años el país por primera vez tiene a una mujer como presidenta (Dra. Claudia Sheinbaum Pardo) , sumando la vanguardia tecnológica que genera todo un escenario de amplio estudio.

El objetivo es el de presentar cómo se debe de ver la comunicación, más allá de una simple ciencia social o un método de retroalimentar información, si no todo lo contrario convertirse en un recurso para fomentar el cambio social con el fin de influir en la persuación de la ciudadanía y así hacer más fuerte su misma identidad con la ayuda de la gestión organizacional.

Sin lugar a dudas México es uno de los países que ha sabido combinar la comunicación organizacional y estratégica como influyente para cambios sociales en todos sus diversos factores, tanto como el político, social y empresarial.

Metodología

Este trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, sustentado en el análisis documental de literatura especializada en comunicación estratégica, comunicación organizacional y cambio social, así como en la revisión crítica de casos emblemáticos

en México seleccionados por su impacto mediático, relevancia pública y capacidad de generar debate social. Los casos analizados incluyen campañas gubernamentales (COVID-19), comunicación electoral (INE), movimientos sociales (#YoSoy132), comunicación en crisis mediática (Televisa) y comunicación empresarial con enfoque social (Farmacias Similares, Cinépolis y Café Baristi). La selección se basó en pertinencia social, alcance nacional y evidencia de transformación comunicativa.

Discusión

1 La Comunicación Estratégica en México

La comunicación estratégica se encarga de planear y ejecutar acciones de comunicación para lograr objetivos específicos, ya sea el de influir en los consumidores, la ideología en la opinión pública , construir y/o formar la reputación de una marca o fomentar el cambio del mismo, lo que siempre se busca mediante esta técnica es la retroalimentación positiva del receptor.

Este proceso que forma parte de la comunicación externa se ha aplicado en México justo en momentos cruciales en diferentes ámbitos como por ejemplo.

1.1 Gubernamentales

Cuando se fomentan las campañas de vacunación en la ciudadanía o el claro ejemplo del COVID-19 Cuando el gobierno federal junto con la secretaría de salud implementaron campañas de conciencia, e inclusive fomentaron el #quedateencasa diseñando al personaje “Susana Dis-



Figura 1 Ejemplo ilustrativo



Figura 2 Ejemplo ilustrativo

tancia” una heroína que a través de diferentes comerciales tanto televisivos como radiofónicos fomentaba a la concientización en el sector social y generando seguridad a los mexicanos.

1.2 Electorales

En méxico existen organismos como el INE (Instituto Nacional Electoral) quien es el encargado de cuidar el voto de los mexicanos en épocas electorales, mismo que se ha encargado de realizar campañas masivas sobre la importancia de ir a votar, fomentar la participación ciudadana y garantizar la legitimidad del voto y seguridad del mismo. Tal es el caso del año 2021 en plena pandemia se lanzó la campaña “Tu voto Sale y Vale” en donde se invitaba a las instituciones públicas, privadas,



Figura 3 Ejemplo campaña redes sociales



Figura 4 Ejemplo campaña redes sociales



Figura 5 isologotipo oficial de campaña



Figura 6 Ejemplo campaña redes sociales

medios de comunicación , influencers y a la misma ciudadanía a ser embajadores de fomentar el voto, e incluso en la misma página oficial el INE te proporcionaba el material para que pudieras compartirlo en tus redes y así convertirte en su embajador de marca (ver anexo ilustrativo).

1.3 Sociales

En el sexenio del ex presidente Felipe Calderon durante las campañas electorales para elegir a su sucesor nació un movimiento llamado #yos-



Figura 7 Logo movimiento



Figura 8 Imágenes del movimiento

oy132 el cual estaba conformado por la mayoría de estudiantes de educación superior de instituciones tanto públicas como privadas , el movimiento buscaba la democratización de los medios de comunicación , así como generar un tercer debate entre los candidatos presidenciales y el rechazo a la imposición del entonces candidato "Enrique Peña Nieto"

2 La comunicación organizacional en México

Dado a los diversos cambios que si bien citamos al inicio de esta ponencia, la comunicación organizacional también se ha visto forzada en modificar su metodología, pues ahora ya no sólo se basa en emitir boletines internos o externos, si no también en fomentar la cultura organizacional y responsabilidad social para así gestionar un cambio social

2.1 Televisa:

Uno de los casos más sonados y que movieron a todo el país por completo, fue justamente julio del año 2024 durante el Reality show "La Casa de Los Famoso México 2 temporada" se presentaron conductas y comentarios que fueron señalados como violentos y misóginos por parte de la audiencia e inclusive de colectivos feministas.

Fue tanto la presión social que la acción tuvo una reacción.

1. Retiro de las marcas que patrocinaban el programa, empresas de la talla "Rexona, Didi, Nestlé, Knorr, Cklass, helados Holanda, Nutrioli, Dominos, entre otras más decidieron suspender su participación, al considerar que la permanencia en el proyecto dañaría su imagen y reputación e inclusive ser interpretada como una forma de tolerancia hacía la violencia de género

2. La secretaría de las mujeres de la Ciudad de México emitió un comunicado oficial en donde condenaba las conductas transmitidas y exhortaba a la productora ejecutiva del reality "Rosa María Noguerón" promover contenidos responsables y libres de violencia de género.

3. Este suceso generó un impacto en la agenda pública , pues provocó una transición del entretenimiento a la postura social, generando debates en diversos programas de comunicación, redes sociales e inclusive tomándose como referencia para ejemplos universitarios en diversas asignaturas sobre los límites del entretenimiento, la responsabilidad social de las marcas y el papel que juega el estado en la regulación de los contenidos.

Así es como el reality show " La Casa de los Famosos México, 2 temporada" no sólo fue un simple programa televisivo, si no un ejemplo claro sobre el reflejo entre el mercado, la comunicación, el eje político y el cambio social en México.

2.2 Farmacias Similares

Es una farmacia de bajo costo fundada por el empresario Víctor Manuel Gónzalez Torres, en donde su principal objetivo ha sido el construir una identidad basada en la inclusión y el acceso a la salud para los que menos tienen, basándose en su eslogan " Lo mismo pero más barato".

La comunicación estratégica ha jugado un papel impresionante debido a que la marca ha utilizado el humor, la cercanía y el personaje del "Dr. Simi" como símbolo de empatía social y humanidad corporativa, además el personaje se transformó en un fenómeno cultural: desde el uso de lanzamiento del personaje en peluche durante conciertos de la talla de Katy Perry, Jonas Brother y artistas mexicanos, además ha sido tanto el impacto social que farmacias similares ha generado convenidos con marcas de la talla "Disney, DC Comics y Grupo Chespirito" Farmacias Similares demuestra que una

comunicación coherente, cercana y socialmente sensible puede consolidar confianza y lealtad comunitaria, incluso con estrategias no convencionales.

2.4 Cinépolis

Una de las cadenas de cines más grandes de latinoamérica ha sabido cómo integrar los ejes de responsabilidad social a su comunicación institucional, esto implementando programas que fomenten el apoyo y cambio social entre la ciudadanía hablando específicamente en méxico.

1. Del amor nace la vista, campaña que tiene la finalidad de financiar cirugías para personas que enfrentan problemas visuales.

2. Cinépolis Click, fue una plataforma muy similar a Netflix y Disney plus, la cual se encargaba de promocionar sus películas, pero hacer un fortalecimiento a la identidad cultural promocionando el cine mexicano.

2.3 Café Baristi

Originario de Tijuana, ha desarrollado una comunicación local auténtica, centrada en la experiencia, la comunidad y la identidad fronteriza.

- Promueve el café de origen mexicano, apoyando a productores locales.
- Su programa social "Cafetón" en donde cada año en el mes de febrero se elige un día y todo lo recaudado se dona al 100% para la fundación Castro Limón,misma que se dedica a apoyar a niños contra el cáncer. Tras 17 años ha generado un impacto social, debido a que los Tijuanenses saben que Febrero es el mes de donar.

Café Baristi muestra que la autenticidad y la conexión emocional son potentes herramientas estratégicas para posicionar marcas locales con impacto social

Los hallazgos confirman lo planteado por Costa, Cornelissen, Castells y Martínez Garza: la comunicación no es únicamente difusión de mensajes, sino elemento estructural en la legitimación social, cohesión colectiva y transformación cultural. En el contexto mexicano, la comunicación construye confianza, influye en agendas públicas, genera presión social y convierte a empresas y medios en actores políticos y éticos.

Resultados

Comunicación estratégica como motor de cambio social

La comunicación estratégica ha demostrado capacidad para influir en la percepción pública, fortalecer la participación ciudadana y construir identidad social. Casos como campañas de salud pública, estrategias institucionales del INE y movimientos sociales digitales evidencian la eficacia de la comunicación planificada como herramienta de transformación.

Comunicación organizacional con impacto social

Las organizaciones mexicanas han tenido que adaptar su comunicación a contextos éticos y sociales. El caso de Televisa evidenció el peso de la presión social en la toma de decisiones institucionales. Farmacias Similares consolidó identidad social a través del personaje del Dr. Simi. Cinépolis fortaleció la responsabilidad social y cultural. Café Baristi mostró cómo la comunicación local puede generar impacto comunitario.

Conclusiones

La comunicación organizacional y estratégica en México se han consolidado como uno de los factores fundamentales en el cambio social, ya no sólo basta con informar y persuadir, la comunicación se ha transformado en una herramienta de transformación cultural, de sentido de pertenencia hacia la ciudadanía y el fortalecimiento ético de las instituciones.

Los casos presentados durante esta ponencia tanto en el ámbito gubernamental como el empresarial demuestran que la manera de actuar, los comportamientos, discursos y desciciones tienen la capacidad de afectar emociones, cambiar percepciones y modificar estructuras sociales.

Experiencias como campañas de concientización para fomentar el voto, movimientos de libertad de expresión, casos como La Casa de los Famosos México o estrategias sociales como Farmacias Similares, Cinépolis y Café Baristi demuestran que la sociedad mexicana responde reactivamente ante los mensajes que perciben como atacantes, auténticos, éticos y comprometidos socialmente.

Cuando la comunicación se lleva a cabo de manera responsable y coherente se puede generar el cumplimiento de dichos factores mencionados en el párrafo anterior, sin embargo cuando se implementa con fines publicitarios o no transparentes, genera la desconfianza y desinformación de la misma.

En este sentido, el nuevo rol del comunicólogo enfrenta justamente un desafío a grandes escalas, "Ser el camino entre la construcción de sentido y la promoción del bien común" La tarea no se limita a generar estrategias efectivas, si no aportar a un eje de comunicación en donde se respete la dignidad humana, política, fomente la igualdad y haga más fuerte el sentido social.

Es por eso que la comunicación estratégica y organizacional en México debe buscar esa directriz que la lleve hacia una transformación ética, en donde cada mensaje transmitido tenga justamente un propósito, cada acción refleje coherencia y cada proyecto busque generar un impacto positivo ante la sociedad.

Referencias bibliográficas

• Animal Político. (2023, 15 julio). Marcas se retiran de "La Casa de los Famosos México" tras denuncias por violencia mediática. https://www.animalpolitico.com

• Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.

• Cornelissen, J. (2020). Corporate communication: A guide to theory and practice (6th ed.). London: SAGE Publications.

• Costa, J. (2011). La comunicación en acción: La empresa como sistema comunicativo. Barcelona: Paidós.

• Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2023). Informe sobre medios digitales y libertad de expresión en México. México: IFT. https://www.ift.org.mx

• Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). (2023). Lineamientos de comunicación con perspectiva de género. México: Gobierno de México. https://www.gob.mx/inmujeres

• Martínez Garza, M. (2016). Comunicación organizacional: Claves para la gestión estratégica. México: McGraw-Hill Education.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

• McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). London: SAGE Publications.

• Servaes, J. (2008). Communication for development and social change. London: SAGE Publications.

• Secretaría de Gobernación (SEGOB). (2024). Comunicado sobre ética y responsabilidad en medios masivos. México: SEGOB. https://www.gob.mx/segobv

TRABAJO EN RED PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS.

Jhon Jairo Herrera
UniversidaddeManizales

Resumen

Esta ponencia analiza el proceso de surgimiento y consolidación de la Red de Medios Ciudadanos del Eje Cafetero, como resultado de la trayectoria histórica de la radio comunitaria en Colombia.

Se abordan los antecedentes del movimiento radial participativo, los retos actuales de sostenibilidad, y la necesidad de articulación en red como estrategia de fortalecimiento. A partir de fuentes institucionales y estudios recientes como IRSCOM Colombia (2023) y Ramírez Bernate (2022), se examinan los aprendizajes regionales y el impacto social de la radio comunitaria.

Palabras clave

Radio comunitaria, redes, sostenibilidad, participación, comunicación ciudadana.

1. Antecedentes

La radio como medio y su apropiación comunitaria en Colombia

La radio, como medio de difusión masiva, nació a inicios del siglo XX y se consolidó en la década de 1920 como el primer medio electrónico de masas. En Colombia, la radio comenzó a emitir en 1930, pero su carácter comunitario emergió asociado a los movimientos sociales que antecedieron la Constitución Política de 1991.

Según el Ministerio de Cultura (s.f.), 'el proceso de las radios comunitarias es un proceso muy interesante, largo, que se arranca con los movimientos sociales que anteceden a la Constitución del 91'. Estos procesos reivindicaron la participación directa de las personas en los espacios públicos, convirtiendo la comunicación en herramienta de transformación social.

José Ignacio López Vigil (1997) plantea que la radio comunitaria es 'la devolución de la palabra secuestrada', un medio que empodera a la ciudadanía desde la participación y la diversidad cultural. Este enfoque coincide con la visión de Kaplún (1983), quien considera la radio como un proceso de educación popular y comunicación horizontal.

Como señala AREDMAG (2023), las redes de emisoras comunitarias son 'espacios de articulación territorial que potencian la comunicación popular y fortalecen los vínculos entre comunidades con intereses y realidades compartidas' (p. 41). Asimismo, permiten que 'las comunidades logren incidir más allá de su territorio inmediato, generando procesos de comunicación colaborativa que amplían su capacidad de interlocución social y política' (p. 42).

2. Problemática

Desafíos estructurales y aprendizajes en el Eje Cafetero

En 2010, la Universidad de Manizales desarrolló un proyecto de caracterización de las emisoras comunitarias del Eje Cafetero, evidenciando dificultades en la sostenibilidad económica, la gestión administrativa y la producción de contenidos propios. Estudios recientes como el de Ramírez Bernate (2022) en el Quindío y el informe IRSCOM Colombia (2023) confirman que el principal desafío de estas emisoras está en medir su rentabilidad

social y fortalecer su gestión organizativa.

Modelos de redes de radio en Colombia

La Asociación Mundial de Radio Comunitaria AMARC – ALC (s.f.) ha sido uno de los referentes de asociatividad de la radio comunitaria y sostiene que su misión "es promover la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de nuestros pueblos: DEMOCRATIZAR LA PALABRA PARA DEMOCRATIZAR LA SOCIEDAD."

Para Téllez (2021) en Colombia las redes de medios comunitarios, han pasado por 4 etapas de su trayectoria: la primera tiene que ver con su surgimeinto en los años 80, luego su fortalecimiento interno y externo respaldados por movimientos sociales y liderazgos individuales, una tercera etapa en la que se busca consolidar su legalidad a partir de la expedición de la Constitución de 1991 y la cuarta etapa el ingreso al Siglo XXI que evidencia un compromise de los operadores como proyecto de vida y en un pretexto para aportar al desarrollo comunitario.

Esto nos refiere la necesidad de asociatividad de los medios de comunicación comunitarios para su visibilidad y sostenibilidad en e tiempo, para el cumplimiento de sus propósitos.

Tabla comparativa de la naturaleza, principios y objetivos de las redes de radio comunitaria, más representativas en Colombia.

Red	Año/ Región	Naturaleza	Principios	Objetivos	Aportes
ASORE-DES	2001– Antioquia	Asociación regional	Participación, democratización, formación, sostenibilidad	Fortalecer la colaboración, capacitación, defensa de derechos fundamentals.	Modelo asociativo y pedagógico para élfortalecimiento regional
RESAND-ER	1998– Santander	Cooperativade medios comunitarios	Cooperativismo, autonomía, innovación, desarrollo local	Articularmedios, producir contenidos, empresa social	Modelo cooperativo pionero que promueve sostenibilidady paz territorial
RRUC	2003– Nacional	Redacadémica universitaria	Solidaridad, cooperación, educación, cultura	Integraremisoras, coproducciones, sostenibilidad	Modeloeducativo de colaboración institucional y cultural

FUENTE: Elaboraciónpropia

3. Red de Medios Ciudadanos del Eje Cafetero

La Red de Medios Ciudadanos (RMC) surge en 2015 con el liderazgo de la Asociación Cívica de Medios de Comunicación La Merced ASOCMECOM, que opera la emisora comunitaria Brisa FM. El grupo está integrado por emisoras comunitarias de Caldas, Risaralda y Quindío bajo principios de sostenibilidad, capacitación, colaboración y representación. Su programa insignia, "Entérate Eje", ahora denominado "El Canasto del Eje" representa una experiencia de coproducción regional en el marco de la comunicación para el desarrollo y la cohesión territorial.

Las actividades de la RMC, partieron de encuentros esporádicos, concentrados en un centro recreacional llamado "La Rochela", que facilitó en varias ocasiones la Caja de Compensación Familiar de Caldas Confa. Allí los representantes legales de las emisoras se dedicaron a estudiar sus necesidades de tipo legal, técnico y económico a partir de capaciotaciones, orientados por profesores de comunicación social y periodismo de la Universidad de Manizales y otros invitados, así mismo el espacio permitía el relacionamiento con los jefes de Comunicaciones de las entidades regionales e incluso del Ministerio de la Información y las Comunicaciones Min TIC y de Culturas, que también se hacían presentes.

Hoy la RMC se viene constituyendo como un referente para la region y se apalanca financieramente con la agencia Mix Medios, que gestiona pauta y proyectos propios de sus objetivos.

Conclusiones

La creación de la RMC refleja la madurez del movimiento de radio comunitaria en el Eje Cafetero. Los

modelos de ASOREDES, RESANDER y RRUC, junto con los aportes de AREDMAG, muestran que las redes fortalecen el tejido social, la formación y la sostenibilidad. En contextos de digitalización y concentración mediática, la articulación en red se consolida como estrategia de democratización de la palabra y defensa del derecho a la comunicación.

Los procesos de asociatividad y trabajo colaborativo han permitido que la Red siga ampliando su grupo de aliados y se mantengan en el tiempo con nuevas estrategias para su sostenibilidad.

Referencias bibliográficas

• Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y el Caribe. (s.f.).

• Quiénes somos. https://amarc-alc.org/quienes-somos/

• AREDMAG. (2023). Módulos: Saberes de la Radio Comunitaria. Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio.

• Beltrán, L. R. (2005). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo.

• Bolaño, C. (2012). Comunicación, cultura y hegemonía. Buenos Aires: CLACSO.

• Friedrich Ebert Stiftung. (2023). Adaptación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) al contexto de las emisoras comunitarias en Colombia.

• Kaplún, M. (1983). El comunicador popular. Quito: CIESPAL.

• López Vigil, J. I. (1997). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: ALER.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

• Ramírez Bernate, D. (2022). Escenarios de la radio comunitaria en el departamento del Quindío. En Estrada, J. L. & Mendieta, A. (Eds.), Las radios comunitarias y el desarrollo social. México: UAEM.

• Téllez Garzón, M. (2021). Sostenibilidad y medios comunitarios en Colombia. Una aproximación a su realidad en esta coyuntura de posconflicto. Signo y Pensamiento,

• 40(79). https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.smcc

• Universidad de Manizales. (2010). Informe de caracterización de las emisoras comunitarias del Eje Cafetero.

OPTIMIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD FÍSICA EN EL INSTITUTO DE DEPORTE Y RECREACIÓN DEL META

Este proyecto mezcla:
Marketing digital + Política pública + Deporte

Diego Armando Gutiérrez
Gheraldine León Montoya
Juan Felipe Rodríguez Murillo
Lina María Vigoya Garcia

Resumen

La transformación digital ha modificado de manera sustancial las dinámicas de interacción entre las instituciones públicas y la ciudadanía, generando nuevas exigencias para la gestión de la comunicación, la promoción de servicios y la creación de valor público. En este contexto, el marketing digital adquiere especial relevancia en entidades vinculadas al deporte y la recreación, dado que su capacidad de incidencia depende, en buena medida, de la efectividad con la que logren posicionar mensajes, convocar públicos y promover hábitos de vida saludables. El presente estudio analiza las estrategias de marketing digital del Instituto de Deporte y Recreación del departamento del Meta, con el propósito de diseñar, validar e implementar un modelo de optimización adaptado al sector público.

La investigación parte del reconocimiento del sedentarismo como un problema estructural de salud pública. Diversos organismos internacionales han advertido que la inactividad física afecta a una proporción significativa de la población mundial y constituye un factor de riesgo determinante en la aparición de enfermedades no transmisibles. En Colombia, y particularmente en el Meta, esta problemática se ve influenciada por transformaciones urbanas, cambios en los hábitos cotidianos y una limitada apropiación de prácticas institucionales de promoción del movimiento. A ello se suma la insuficiente consolidación de estrategias digitales en el sector público, lo que restringe la capacidad de las instituciones para conectar de manera eficaz con sus audiencias.

Metodológicamente, el estudio se desarrolla desde un enfoque mixto. La dimensión cuantitativa contempla el análisis de indicadores de rendimiento digital, tales como tráfico web, alcance, engagement, interacción y conversión, mientras que la dimensión cualitativa se orienta a comprender los procesos internos de gestión, las capacidades institucionales y las lógicas de producción comunicativa del Instituto. A partir del diagnóstico resultante, se formula el Modelo NODO, una propuesta conceptual y operativa compuesta por cuatro dimensiones: nivel de diagnóstico digital, optimización basada en datos, desarrollo de estrategias adaptativas y operacionalización institucional.

Los hallazgos preliminares evidencian que la entidad cuenta con presencia en canales digitales, pero mantiene limitaciones relacionadas con la segmentación de públicos, la planeación estratégica de contenidos, el uso analítico de métricas y la articulación entre objetivos institucionales y comunicación digital. En respuesta a estas limitaciones, el Modelo NODO propone una ruta integral de mejora continua orientada a fortalecer la efectividad de las estrategias de marketing digital, incrementar la participación ciudadana y consolidar capacidades autónomas de gestión en el ámbito institucional.

El aporte principal del estudio radica en la construcción de un modelo replicable para instituciones públicas deportivas, capaz de articular marketing digital, gestión pública y promoción del bienestar social desde una perspectiva basada en datos, adaptabilidad y sostenibilidad organizacional.

Palabras clave

Marketing digital, gestión pública, deporte, actividad física, transformación digital, valor público.

Introducción

En las últimas décadas, la digitalización ha transformado profundamente las dinámicas de comunicación, interacción y promoción de servicios tanto en el sector privado como en el público. El marketing digital se ha consolidado como una herramienta estratégica para mejorar la visibilidad institucional, fortalecer la relación con los públicos objetivo y optimizar la gestión de recursos comunicativos en entornos cada vez más competitivos y digitalizados.

En el ámbito del deporte y la recreación, estas herramientas adquieren una relevancia particular, dado que la promoción de la actividad física depende en gran medida de la capacidad de las instituciones para generar procesos de comunicación efectivos que motiven la participación ciudadana. Sin embargo, múltiples estudios evidencian que muchas organizaciones públicas aún presentan dificultades en la implementación estratégica de herramientas digitales, lo que limita su impacto social y comunicativo.

En Colombia, aunque el 83% de las organizaciones reconoce la importancia del marketing digital, menos de la mitad considera que sus estrategias actuales son realmente efectivas (IAB Colombia, 2023). Esta situación evidencia una brecha entre la adopción de herramientas digitales y su implementación estratégica.

En este contexto, el Instituto de Deporte y Recreación del departamento del Meta enfrenta el desafío de fortalecer sus estrategias de comunicación digital para promover estilos de vida activos y combatir el sedentarismo, problemática que representa uno de los principales retos de salud pública a nivel global.

Planteamiento del problema

El sedentarismo se ha convertido en uno de los principales problemas de salud pública en el mundo. La Organización Mundial de la Salud señala que uno de cada cinco adultos y cuatro de cada cinco adolescentes no realizan suficiente actividad física, situación que contribuye al aumento de enfermedades no transmisibles como enfermedades cardiovasculares, diabetes y ciertos tipos de cáncer.

En América Latina, la problemática adquiere dimensiones significativas, ya que aproximadamente tres cuartas partes de la población presenta niveles insuficientes de actividad física. En Colombia, diversos estudios evidencian que más del 50% de la población no realiza actividad física de manera regular, lo que refleja la necesidad de fortalecer las estrategias institucionales orientadas a la promoción de hábitos saludables.

En el departamento del Meta, el crecimiento urbano, la transformación de los estilos de vida y el aumento del uso de dispositivos tecnológicos han contribuido al incremento del sedentarismo. Estas condiciones generan la necesidad de implementar estrategias innovadoras que permitan fomentar la actividad física y fortalecer la participación ciudadana en programas deportivos.

En este escenario, el Instituto de Deporte y Recreación del Meta enfrenta el reto de optimizar sus estrategias de comunicación digital para ampliar su alcance y mejorar su capacidad de convocatoria. Sin embargo, la ausencia de modelos estructurados de marketing digital limita el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas disponibles.

En consecuencia, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo optimizar el rendimiento de las estrategias de marketing digital en el Instituto de Deporte y Recreación del departamento del Meta

mediante el desarrollo, validación e implementación de un modelo basado en el diagnóstico del rendimiento actual, garantizando su efectividad y adaptabilidad en el sector público?

Objetivo general

Optimizar las estrategias de marketing digital en el Instituto de Deporte y Recreación del departamento del Meta mediante el desarrollo, validación e implementación del Modelo NODO, basado en el diagnóstico del rendimiento actual y orientado a garantizar su efectividad y adaptabilidad en el sector público.

Objetivos específicos

- Diagnosticar el rendimiento actual de las estrategias de marketing digital del Instituto a partir del análisis de indicadores de tráfico, interacción, alcance, conversión y engagement.
- Diseñar el Modelo NODO como propuesta de optimización de estrategias digitales, articulando principios de marketing basado en datos, segmentación de públicos y comunicación adaptativa.
- Validar la aplicabilidad del modelo mediante pilares institucionales que permitan contrastar su efectividad en el mejoramiento del desempeño digital.
- Determinar el impacto del modelo en el fortalecimiento de capacidades institucionales para la gestión autónoma, sostenible y escalable del marketing digital.

Metodología

La investigación adopta un enfoque metodológico mixto que integra técnicas cuantitativas y cualitativas con el propósito de obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado.

Desde el enfoque cuantitativo, se analizarán indicadores de rendimiento digital asociados a las estrategias comunicativas del Instituto, tales como tráfico web, tasas de conversión, alcance de publicaciones y niveles de interacción en redes sociales. Estos datos permitirán identificar patrones de comportamiento digital y determinar áreas estratégicas de mejora.

Por otra parte, el enfoque cualitativo permitirá comprender los procesos institucionales relacionados con la gestión del marketing digital, así como las percepciones del personal encargado de la comunicación institucional respecto al uso de herramientas digitales. Este análisis contribuirá a la construcción de un modelo de optimización adaptado a las necesidades específicas del contexto institucional.

El desarrollo del estudio contempla tres fases principales:

1. Diagnóstico del estado actual de las estrategias de marketing digital del Instituto.
2. Diseño de un modelo de optimización basado en principios de marketing digital basado en datos.
3. Validación del modelo mediante pilotajes y evaluación del impacto en el rendimiento digital institucional.

Resultados esperados

La investigación espera demostrar que la optimización del marketing digital en el Instituto de Deporte y Recreación del Meta puede generar mejoras significativas en tres niveles.

En primer lugar, en el nivel comunicativo, se proyecta un incremento en los indicadores de alcance, interacción, engagement y recordación institucional, lo que permitirá fortalecer la presencia del Instituto en el ecosistema digital.

En segundo lugar, en el nivel organizacional, se espera consolidar capacidades internas para la planeación, ejecución, evaluación y ajuste de estrategias digitales, reduciendo la dependencia de acciones improvisadas o no sistematizadas.

En tercer lugar, en el nivel social, se prevé una mayor efectividad en la promoción de programas de actividad física y recreación, contribuyendo a ampliar la participación ciudadana y a posicionar el deporte como componente central del bienestar colectivo..

El principal aporte de esta investigación radica en la formulación de un modelo de optimización del marketing digital diseñado específicamente para instituciones públicas deportivas. A diferencia de enfoques centrados exclusivamente en organizaciones privadas o comerciales, esta propuesta reconoce la singularidad del sector público y la necesidad de articular comunicación digital, misión institucional y generación de valor social. En ese sentido, el estudio no solo busca mejorar indicadores de rendimiento digital, sino contribuir a la comprensión de cómo las estrategias comunicativas pueden incidir en la promoción de estilos de vida saludables y en la relación entre ciudadanía e institucionalidad.

Conclusiones

La optimización de las estrategias de marketing digital representa una oportunidad significativa para fortalecer la promoción de la actividad física desde el sector público. En un contexto donde la digitalización redefine las dinámicas de comunicación institucional, resulta fundamental que las organizaciones públicas adopten enfoques estratégicos basados en datos que les permitan maximizar el impacto de sus acciones comunicativas.

El desarrollo de un modelo de marketing digital adaptativo orientado al contexto institucional del Instituto de Deporte y Recreación del Meta puede contribuir no solo a mejorar su visibilidad y capacidad de convocatoria, sino también a generar un impacto positivo en la salud pública mediante la promoción de estilos de vida activos.

Asimismo, la investigación aporta al campo académico al proponer un modelo de análisis y optimización del marketing digital en instituciones públicas, área que aún presenta escasa exploración en el contexto latinoamericano.

Referencias bibliográficas

• Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson. Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing management. Pearson.

• Organización Mundial de la Salud. (2018). Global action plan on physical activity.

• Tiago, M., & Veríssimo, J. (2014). Digital marketing and social media. Business Horizons.

• IAB Colombia. (2023). Estudio de inversión en publicidad digital en Colombia.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN OPTIMIZADO EN DINÁMICAS DEL SERVICIO PARA LA SECRETARÍA DE CULTURA DE MOSQUERA, CUNDINAMARCA

Lina María Barriga Duarte

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los canales y herramientas de comunicación interna y externa de la Secretaría de Cultura de Mosquera, con el fin de caracterizar los canales y herramientas para posteriormente diseñar un plan estratégico que optimice los procesos comunicativos de la entidad; Para ello, se aplicó una encuesta de satisfacción abierta a publico interno y externo, se desarrolló un taller participativo con el personal interno, esté permitió recoger percepciones, experiencias y propuestas sobre la manera en que fluye la información dentro de la Secretaría.

Con base en los resultados se aplicó una matriz DOFA que reveló aspectos como: la necesidad de crear canales de comunicación directos y eficaces para mejorar la claridad de la información, fortalecer las dinámicas del servicio y generar mayor apropiación de los mensajes tanto en el público interno como externo. El diagnóstico permitió diseñar un PECO (Plan Estratégico de Comunicación Organizacional), basado en nueve acciones; Desde la implementación de grupos digitales con información inmediata, capacitaciones de servicio al personal interno, capacitación de voceros y embajadores de marca, hasta la creación de boletines y periódicos institucionales.

En la primera fase se implementa el plan piloto que mostró resultados satisfactorios: la creación de un grupo institucional de WhatsApp y la construcción del primer boletín interno, fortalecieron la fluidez informativa, mejorado la coordinación entre equipos y potenciado la apropiación de los canales de comunicación.

Estos avances evidencian que una estrategia de comunicación construida colectivamente y basada en diagnósticos rigurosos, se convierte en un recurso fundamental para garantizar la eficiencia organizacional y la proyección cultural hacia la comunidad. Además, esta investigación no solo permitió diagnosticar el estado actual de la comunicación, también propuso acciones concretas y sostenibles que contribuyen a consolidar una gestión cultural más coherente, participativa y efectiva.

Palabras clave

Comunicación estratégica, Comunicación Publica, plan estratégico, servicio al ciudadano

Introducción

La construcción de una sociedad participativa genera una demanda creciente por parte del estado, la apuesta del gobierno es conectar con cada uno de los intereses y problemáticas municipales, priorizarlas y darles solución con un carácter realista desde la escucha activa. Sin embargo, el aumento de requerimientos por la información clara, oportuna y accesible dentro y fuera de las instituciones públicas es una solicitud recurrente, enfrentando y asumiendo el desafío de rediseñar sus estrategias de comunicación.

Según el DANE (2024), El municipio de Mosquera cuenta con 151.244 habitantes de los cuales, cerca de 12.000 accedieron a la oferta de los programas de la Secretaría de Cultura en el transcurso del año 2024. Desde las escuelas de formación se apoyaron 4617 procesos artísticos, en la

movilización de eventos participaron 3480 personas y la biblioteca contó con 2796 usuarios. Adicionalmente, 122 estudiantes del técnico laboral fueron beneficiados por los servicios de la Secretaría de Cultura.

Pero, la secretaría no cuenta con medios digitales ni físicos que promuevan, informen y recuerden sus servicios, que comuniquen los avances o alcances dentro de la comunidad. Teniendo el objetivo de cumplir con el plan de gobierno 2024-2027, la meta 202 indica la necesidad de beneficiar más de 40.000 habitantes desde la Secretaria de Cultura, se evidencia que se ha cumplido apenas en un cuarenta por ciento, lo que permite analizar múltiples factores desde la comunicación interna y externa, los canales y herramientas que se usan, la eficacia de los mismos, entre otros aspectos que estén afectando los propósitos de la Secretaría. A partir de lo anterior, la pregunta de investigación que compete a esta investigación es: ¿Cómo construir un plan estratégico que optimice las dinámicas de servicio en la comunicación interna y externa de la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Mosquera, mediante la implementación eficiente de canales y herramientas digitales?

MetodologíEn busca de Diseñar un plan estratégico que optimice las dinámicas de servicio en la comunicación tanto interna como externa de la Secretaría de Cultura del municipio de Mosquera, se establecieron metodologías mediante la creación e implementación de canales y herramientas digitales.

Dando cumplimiento a los objetivos de esta investigación se trabajó en primera estancia, en caracterizar los flujos actuales de comunicación interna y externa en torno a las dinámicas del servicio.

En segundo lugar, se implementó una sistematización dentro de una Matriz DOFA, con sus respectivos cruces estratégicos, para identificar la eficiencia, manejo e interacción con los públicos en los canales digitales de comunicación empleados actualmente por la misma.

Finalmente se propuso un PECO (Plan Estratégico de Comunicación, Organizacional) con lineamentos como: definición de públicos, mensajes, planes de acción e indicadores, esté articulo recursos, mensajes, capacitaciones, herramientas y medios digitales que establecen la propuesta de implementación de un plan acción, enfocado en el fortalecimiento de la prestación del servicio por parte de la Secretaría, alineado a las necesidades administrativas, institucionales y culturales de sus públicos.

La investigación se fundamenta en un enfoque metodológico mixto, partiendo del argumento de Creswell (2014) que plantea esta combinación como la fuerza de los métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión de los fenómenos sociales rigurosa; Con el objetivo de recopilar datos no solo numéricos, sino también incorporar una perspectiva social amplia y precisa de la comunidad, que permitan al proceso la comprensión de la situación actual en las dinamias de comunicación internas y externas de la Secretaria de Cultura.

Depende directamente de las herramientas y canales de comunicación eficientes, para diseñar una comunicación fluida, eficaz y pertinente, el enfoque mixto permite acceder a un diagnóstico general, aportando a la construcción de fundamentos técnicos y humanos que mejoren el entorno comunicativo.

Para ello nos basamos en las etapas básicas del proceso de elaboración de un plan estratégico de la organización de Aljure (2015) definiendo el proceso de elaboración en cinco etapas nombradas a continuación: 1. Análisis de la situación interna y externa, 2. Diagnostico DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) 3 Definición de objetivos de la organización según los resultados 4. Definición de ejes de intervención y técnicas y 5. Establecimiento de cronogramas.

Discusión

El desarrollo de esta investigación se realizó con múltiples debates con

respecto a dos aspectos importantes, la estrategia y la cooperación, puesto que la opinión de los participantes en la encuesta realizada es: "la estructura jerárquica de la institución no permite que se construya de forma colectiva", así se estableció este como el primer objetivo dentro de la investigación, caracterizar a la población interna para crear las herramientas pedagógicas necesarias.

Este plan estratégico dispuso una gestión pública más transparente y cercana con eficiencia en los canales y herramientas de comunicación de forma digital, permitió optimizar los flujos de información interna y externa mejorando los servicios, la gestión y la percepción de la Secretaría de Cultura, que enfrenta el desafío de fortalecer sus dinámicas de servicio a través de canales de comunicación más efectivos, accesibles y participativos, que contribuyan a la intercomunicación entre el estado y la comunidad.

Resulta crucial implementar estrategias que respondan a las necesidades reales de sus habitantes promoviendo una relación más horizontal y eficiente entre la institución y sus públicos, identificándose como una dependencia que culturalmente desempeña un rol clave en la preservación, promoción y fortalecimiento de la identidad local. Una estrategia de comunicación bien estructurada y gestionada permite visibilizar las expresiones artísticas, impulsar la participación en eventos y programas culturales y reconocer el trabajo desde las escuelas de formación del municipio.

En este sentido, mejorar la comunicación interna y externa no solo favoreció la organización y difusión de las actividades culturales, sino que también fortaleció el tejido social a través del arte y la cultura. En cuanto al servicio, esta investigación se orientó a mejorar la calidad de la atención institucional, optimizando los canales de comunicación digital para brindar respuestas más claras, oportunas y eficientes a los usuarios. Una comunicación orientada al servicio implica comprender al ciudadano como centro de la gestión, facilitando su acceso a la información, resolviendo sus inquietudes y creando una experiencia más positiva en su relación con la Secretaría. Así mismo, fortalecer la comunicación interna contribuye a alinear los equipos de trabajo, mejorar el clima organizacional y exaltar el servicio interno.

Se realizó la encuesta compuesta por veinte preguntas dividida en tres bloques dirigida a publico interno y externo durante los días 6, 7 y 8 de junio de 2025; esta permitió analizar y reconocer algunos factores y opiniones con respecto al manejo, la eficiencia y la estructura de los canales de comunicación en la Secretaría.

Caracterización de la población encuestada: se compone de cinco preguntas con el propósito de reconocer a los participantes donde se determina una participación de personas entre los 20 y 29 años con el 63% seguida por los adultos entre 40 y 50 años con el 18.2% y con una mínima participación de la población entre los 51 y 60 años y los jóvenes entre los 15 y los 19 años con el 10.9% y el 7.3% respectivamente, lo que establece que las personas adultas tienen mayor interés por temas culturales o incluso por la situación actual de la Secretaría, y de esta forma se identifica una participación del 61.8% por mujeres y un 38.2% por hombres.

También reflejó que el 65.5% de los encuestados son universitarios, seguidos por tecnólogos, técnicos y bachilleres, que es un dato positivo dentro de la socialización y si bien, la encuesta fue rotada por los equipos internos, el cual representa un interés más alto por los usuarios como publico externo con el 54.5% seguido por los contratistas con un 30.9% logrando la participación de cincuenta y cinco personas.

Teniendo en cuenta la amalgama de factores positivos y negativos que se recopilaron, se determina que en efecto existen canales de comunicación que llegaron a un público especifico, pero para expandir esta población efectivamente se requiere en primer lugar crear una estrategia que optimice la comunicación interna con base en principios del servicio para generar herramientas colectivas que impacten a publico exter-

no, por medio de WhatsApp como la aplicación más nombrada y sugerida por los encuestados promoviendo elementos de logística, organización y plantación que permita que la información llegue correctamente.

En segunda estancia se crea un taller participativo diseñado para el personal interno a partir de once preguntas divididas intencionalmente dentro de un matriz DOFA, que logro estructurar la situación frente a los Canales y herramientas de comunicación que usa la Secretaria de Cultura de Mosquera, analizar su eficacia en entornos internos y externos, para este taller se crearon tres equipos representativos compuestos por artistas formadores, contratistas, docentes de técnico laboral y trabajadores de planta, con la participación de treinta y cinco personas en total.

Para la metodología del taller participativo, se capacitó entorno al servicio como elemento de prioridad dentro de la comunicación estratégica, como lo argumenta Costa (2015) pag.75 "La comunicación estratégica debe estar alineada con la experiencia del cliente, y el servicio es una de sus expresiones clave", Seguido por explicar la herramienta DOFA y su propósito, la actividad se desarrolló por medio de post-it de cuatro colores correspondientes a debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, teniendo como resultado una lluvia de ideas representadas en un mapa gráfico y en uno de los equipos el ejercicio se realizó de manera virtual con Miro como herramienta compartida; Dentro de la observación y escucha activa se identificaron factores internos y externos que repercuten directamente en el ejercicio de comunicación.

Con ánimo de darle sostenibilidad al plan estratégico de comunicación en busca de mejorar y fortalecer todos los ejes internos y externos de la Secretaria de Cultura, se planteó ejecutarlo en tres fases; La primera fase fue desarrollada en el marco de esta investigación con la implementación de una prueba piloto, la segunda con la correspondiente entrega del PECO, se solicita la aprobación de cada una de las acciones, elaboración de formatos y diseños, para finiquitar con la tercera fase, la ejecución total del Plan estratégico y la formulación de un segundo diagnóstico para comprobar su efectividad.

Resultados

Esta investigación se fundamentó en procesos participativos y diagnósticos rigurosos, permitió identificar los procesos de comunicación en los canales actuales; Desde la indagación en sesiones fundamentadas en el plan de acción estratégico, la comunicación pública y los canales de comunicación convergentes, evidenciaron la necesidad de estructurar un plan estratégico que articulara la comunicación interna y externa de la Secretaria de Cultura, por medio de instrumentos metodológicos medibles y concretos como la encuesta publica y el taller participativo, se logró consolidar una visión colectiva sobre las dinámicas comunicacionales.

En el taller participativo se encontraron varios factores en común, en las debilidades se mencionó de forma repetitiva el no conocer al equipo, no tener acercamiento, no tener en cuenta a todos los integrantes y no tener sentido de pertenencia, trabajar hasta donde es una obligación y la más nombrada "No hay un canal de comunicación interno para la Secretaría". Hay múltiples canales de comunicación lo que provoca llegar a una población sectorizada, Se sugiere entre los elementos, canales y herramientas de comunicación dar uso a la aplicación de WhatsApp al destacarse por su eficiencia, lo que lleva a la construcción de una matriz DOFA, posteriormente, el diseño de un PECO con una estrategia comunicativa; Consolidar el ecosistema de comunicaciones enfocado al servicio de la Secretaría de Cultura de Mosquera Cundinamarca.

El objetivo de comunicación definido en fortalecer los canales de comunicación internos y externos, tanto de forma física como digital, encaminados desde la cercanía eficaz al servicio al ciudadano, de tal manera que la percepción de los funcionarios, contratistas, estudiantes y ciudadanos mejore en un 30% a lo largo de un año con acciones concretas, responsables definidos en tiempos claros, que se pondrán en análisis de efectividad, esta mejoría será medible remitiendo una segunda vez la encuesta desarrollada y estudiar sus respectivos resultados. En el proceso se presentan falencias individuales naturalizadas, que obstaculizan la construcción de relaciones sólidas y la consolidación de un entorno organizacional favorable que repercuten en la coordinación de tareas, el sentido de Pertenencia, la confianza y cohesión grupal; Siendo estos elementos indispensables para el desarrollo comunicacional.

Estableciendo como primer resultado concreto, una sistematización de reflexiones mediante una matriz DOFA digital. Se logró identificar factores clave que inciden en la eficiencia comunicacional tanto al interior de la entidad como en su relación con la comunidad.

En el componente de debilidades, se evidenció una falta de claridad en la asignación de responsabilidades comunicativas, escasa articulación entre áreas y una limitada apropiación de herramientas digitales, lo que redunda en una comunicación fragmentada y poco efectiva. Los canales existentes, como WhatsApp, no operan como medios oficiales ni cuentan con mecanismos de retroalimentación.

Frente a las oportunidades, se identificó un aprovechamiento parcial de herramientas digitales como WhatsApp e Instagram, así como una cercanía institucional con la comunidad, lo cual representa un potencial para consolidar modelos de comunicación bidireccional. Además, la existencia de bases de datos organizadas en Google Drive representa un insumo valioso para futuras acciones.

En cuanto a las fortalezas, destaca la existencia de grupos de comunicación internos y externos, la presencia de una estructura jerárquica estable y la organización de cronogramas operativos, elementos que bien articulados podrían robustecer la red comunicacional.

Sin embargo, persisten amenazas externas como la cultura artística en la comunidad, la escasa interacción entre funcionarios y ciudadanía, y la alta rotación de personal, factores que limitan la apropiación social del que hacer institucional. Durante el taller participativo, emergieron aspectos recurrentes como el desconocimiento entre miembros del equipo, la falta de pertenencia institucional y la carencia de un canal oficial de comunicación interna, elementos que afectan la motivación y efectividad del equipo.

A partir del cruce estratégico de variables, se plantearon acciones como:

- (FO) unificación de canales y optimización de herramientas digitales para difundir contenidos estructurados.
- (DO) creación de un grupo oficial de WhatsApp, acompañado de capacitaciones para fortalecer vínculos y sentido de pertenencia.
- (FA) implementación de una estrategia de vocerías comunitarias y participación activa en jornadas territoriales.
- (DA) desarrollo de boletines físicos y guías de inducción para funcionarios y ciudadanía, orientadas a estandarizar procesos y mejorar

A partir del análisis de las fases diagnósticas y los hallazgos de la encuesta, se estructuró la Matriz PECO, herramienta que permite alinear tácticas, acciones y medios con los objetivos estratégicos de comunicación. Esta planificación se fundamentó en los factores identificados por la matriz DOFA, priorizando acciones medibles, viables y sostenibles para percepción institucional de funcionarios, contratistas, estudiantes y ciudadanía en un año. Principales tácticas y estrategias.

1. Comunicación directa desde la empatía y la humanidad:

1.1 Creación de un grupo oficial de WhatsApp para contratistas y equipo técnico, con información diaria sobre cronogramas, eventos y requerimientos. Meta: integrar al 90% del equipo en el primer mes.

1.2 Escuela de voceros: capacitaciones mensuales para representantes de cada equipo interno en herramientas comunicativas. Meta: formar a 15 voceros en seis meses.

1.3 Escuela de embajadores de marca: tres sesiones al año con líderes comunitarios y gestores culturales, promoviendo la difusión responsable de información. Meta: capacitar a 20 embajadores externos.

1.4 Capacitación en servicio al cliente para personal interno, con sesiones presenciales virtuales, fortaleciendo el clima organizacional. Meta: capacitar al 100% del personal en tres meses.

1.5 Taller ciudadano de servicio: dirigido a públicos externos, enfocado en la cultura como bien Meta: 50 participantes en los primeros tres meses.

2. Fortalecimiento de herramientas digitales y físicas.

2.1 Diseño y publicación mensual de boletines institucionales con secciones fijas de interés colectivo. Meta: publicar 10 boletines en el año.

2.2 Implementación de un tablero de logística en Project para consolidar solicitudes, actividades y necesidades de los técnicos; Meta: gestionar al menos 10 eventos con éxito desde esta plataforma.

2.3 Creación de un periódico impreso trimestral, como herramienta de difusión institucional voceros. hacia públicos menor acceso con Meta: imprimir 400 ejemplares anuales, 100 por edición.

2.4 Participación activa en eventos y ferias, a través de muestras artísticas y maratones culturales, visibilizando el trabajo de las escuelas de formación. Meta: participar en al menos cinco eventos públicos al año.

Todas las acciones propuestas están unificadas bajo mensajes sombrilla que refuerzan la identidad institucional: “Cultura formidable, equipo magnífico”, “Cultura somos todos”, “Estamos para servirle”, entre otros, buscando posicionar una imagen coherente, empática y proactiva de la Secretaría ante sus públicos estratégicos.

Con ánimo de darle sostenibilidad al plan estratégico de comunicación en buscó mejorar y fortalecer todos los ejes internos y externos de la Secretaria de Cultura, se planteó ejecutarlo en tres fases; La primera fase se desarrolló en el marco de esta investigación con la implementación de una prueba piloto, la segunda con la correspondiente entrega del PECO, se solicita la aprobación de cada una de las acciones, elaboración de formatos y diseños, para finiquitar con la tercera fase, la ejecución total de Plan estratégico y la formulación de un segundo diagnóstico para comprobar su efectividad.

Primera fase

Acción No 1: El Secretario de Cultura, revisa y aprueba el PECO, dando inicio a la ejecución de las acciones según se acuerda en el plan piloto; Se delega a los voceros de cada equipo que se mantendrá en toda la aplicación conformado por: Alejandro Triana, delegado de Escuelas de Formación; Maira Cortés, técnico laboral artístico; Jorge Acosta, responsable de la Biblioteca Municipal; Jimmy Clavachi, delegado de Patrimonio; Catalina Gonzales, delegada de Artes y Oficios; Manuela Rubiano delegada de Centros de interés y David Fiquitiva delegado de Logística.

Por ello, se crea el grupo de WhatsApp inicialmente con los voceros de los equipos, quienes se han encargado de difundir el directorio de funcionarios y contratistas, actualizarlo y finalmente se agregan 122 participantes de 140 contratistas y funcionarios, dando cumplimiento a la meta del 90%. Se encuentran comportamientos individuales naturalizados dentro de los roles laborales, como posponer los compromisos de cada equipo; Los integrantes responden con interés y disponibilidad en el momento que el Secretaría de Cultura comparte las directrices del ejercicio y delega la organización de las actividades a nombre de la investigación. Grupo oficial de WhatsApp Grupo oficial de WhatsApp Grupo oficial Secretaría de Cultura.

Acción No 2: Con los logros de la acción número uno, se delega a los voceros para que elijan un evento o noticia que consideren relevante publicar en el boletín informativo interno. Se inicia la creación del boletín informativo desde la estructura gráfica hasta el contenido definiendo las secciones de la siguiente manera:

- Nuestro vínculo cultural: será un espacio donde el Secretaría generará conexión con el equipo.
- Protagonistas culturales: sección en la que participara cada uno de los equipos delegados.
- Esto es lo nuevo: se enfoca en un espacio para generar protagonismo a las iniciativas creativas nuevas que fortalecen los ámbitos culturales.
- La fuerza detrás de cada éxito: se exalta la labor logística y organizacional de cada evento.
- Divulgación, conservación y protección del patrimonio cultural: prioriza la importancia del patrimonio en Mosquera expandiendo cada una de sus labores al conocimiento general.
- Marca tu calendario: esquema básico que reflejará los eventos o actividades durante los próximos meses.
- Reconocimiento y bienestar: sección que mostrará los alcances personales y laborales del equipo, cumpleaños y/o logros personales.

Este en su primera versión se publica el lunes 19 de agosto del 2025, recibido con grata acogida por los contratistas y funcionarios de la Secretaría, exaltándose como una herramienta eficaz para la divulgación de información en un solo canal. Dentro de las acciones del PECO se estipula una versión por mes, por ende, se hace entrega de la planilla gráfica y del cronograma para su efectiva realización por el equipo de comunicaciones.

Confirmando así la pertinencia de la estrategia diseñada que se convierte en un factor determinante para mejorar la gestión cultural; es de vital importancia que desde la comunicación social se considere posible la construcción de estos proyectos, ya que incentiva no solo a cooperar al fortalecimiento de estructuras académicas, adicionalmente es posible aportar elementos innovadores para el crecimiento cultural, artístico, político y social.

En ese sentido, la investigación no solo cumplió con el propósito de diagnosticar el estado de la comunicación, también aporto soluciones y sostenibles, que se sugiere se lleve a cabo por el personal de comunicaciones proyectando un camino de mejora continua que favorece y amplía la capacidad organizacional de la Secretaría para relacionarse con la ciudadanía de manera efectiva, coherente y cercana.

Referencias bibliográficas

- Corrieri, Miguel E. (2020) Estrategiacomunicación.pdf. (s/f). Google Docs. https://drive.google.com/file/d/136AHIY3bjB8z6q2OQWgbMLT4c1MBuc/view?usp=drive_link
- Blandón Maryina, Blandón Josseline. (2020) Estrategias de Comunicación en las empresas públicas y privadas... pdf. (s/f) Juigalpa, Chontales, GoogleDocs.https://drive.google.com/file/d/19Myd_yhcP1BibEe5PSnM3SMLi23FedXY/view?usp=drive_link

• Cornelissen, J. (2020). Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice (6th ed.). Sage Publications.

• Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.

• Margarida krohling kunsch (2015) Dialnet LaComunicacionEnLaGestionDeLaSostenibilidadEnLasOr-5381951.pdf. Google Docshttps://drive.google.com/file/d/1T9dPl-8cYxTpY7VDC rtylL0cnXeeLLz9/view?usp=drive_link

• Garcia, Vilamizar (2017) Impacto_de_la_comunicacion_en_la_percepc.pdf. (s/f). Google Docs. uam xochimilco | méxico | 2017 https://drive.google.com/file/d/1WIhq9pRHO_PppgAKmCJkvayvaL0WtKn/view?usp=drive_link

• Gonzalez, Pirela (s/f). (2013) (La_comunicacion_como_fundamento_para_el.pdf. (s/f). Google Docs. https://drive.google.com/file/d/1Oz0uGqRDeuA yflTgHouAPVEQ_5VpFvT/view?usp=drive_link

• Mayoral, M. (2009). Comunicación organizacional estratégica: fundamentos y herramientas. Trillas

IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE COMUNICACIÓN: UN ESTUDIO EN MUJERES CAMPESINAS CAFETERAS DEL QUINDÍO.

Dra. Julia Castaño González
Directora del proyecto
Laura Grisales Ramírez
Residente en línea

Abstract

This study analyzes the social imaginaries surrounding communication constructed by rural coffee-growing women in the Colombian Coffee Region, with the aim of understanding how these imaginaries shape their everyday communicative practices in family, community, and productive contexts. Grounded in a qualitative approach and guided by a phenomenological–hermeneutic perspective, the research explores communication as a symbolic, relational, and culturally situated process rather than a merely instrumental one, and social imaginaries as collective identity, but also as forms of agency and resistance in the face of structural inequalities associated with gender and rurality. The study contributes to communication research by offering a situated and interpretive understanding of rural women's communicative practices, highlighting their relevance for community cohesion, cultural continuity, and emotional well-being in coffee-growing territories.

Palabras clave

Comunicación, mujer rural

Introducción

En los territorios cafeteros del Eje Cafetero colombiano, la vida social, productiva y cultural se encuentra profundamente mediada por prácticas comunicativas cotidianas que han permitido la transmisión de saberes, la cohesión comunitaria y la sostenibilidad del territorio. En este entramado, las mujeres campesinas cafeteras han desempeñado un papel central como cuidadoras del hogar, transmisoras de la memoria oral y articuladoras de las relaciones comunitarias. No obstante, sus formas de comunicación, los sentidos que atribuyen a esta y los imaginarios sociales que las orientan han sido escasamente abordados desde el campo de los estudios de la comunicación.Esta investigación surge de la necesidad de comprender la comunicación más allá de su dimensión instrumental, reconociéndola como una práctica simbólica, relacional y situada que estructura la vida cotidiana en contextos rurales. En particular, se propone indagar los imaginarios sociales que las mujeres campesinas cafeteras del departamento del Quindío construyen en torno a la comunicación y analizar cómo dichos imaginarios influyen en sus prácticas comunicativas en los ámbitos familiar, comunitario y productivo.

La pregunta que orienta el estudio, ¿cuáles son los imaginarios sociales que construyen las mujeres campesinas cafeteras del Quindío en torno a la comunicación y cómo estos influyen en sus prácticas comunicativas cotidianas?, permite situar la investigación en la intersección entre comunicación, género y ruralidad, visibilizando las formas en que estas mujeres producen sentido, regulan las relaciones sociales y ejercen agencia desde sus contextos territoriales. De este modo, el estudio busca aportar a la comprensión de la comunicación como un eje fundamental de identidad, cohesión comunitaria y bienestar social en los territorios cafeteros.

Metodología:

El estudio se desarrolla desde un enfoque cualitativo con orientación fenomenológico-hermenéutica, el cual permite comprender los significados que las mujeres campesinas cafeteras atribuyen a la comunicación a partir de su experiencia vivida. Desde la fenomenología, se privilegia la descripción de las experiencias tal como son percibidas por las participantes; desde la hermenéutica, se profundiza en la interpretación de los sentidos culturales, simbólicos y relacionales que atraviesan dichas experiencias.

La estrategia metodológica principal fue la realización de entrevistas semiestructuradas diseñadas para propiciar narrativas abiertas y reflexivas en torno a la comunicación en los contextos familiar, comunitario y productivo. Las entrevistas se estructuraron a partir de preguntas orientadas a provocar relatos, evitando definiciones abstractas y privilegiando la evocación de experiencias concretas.

La población participante estuvo conformada por 12 mujeres campesinas cafeteras, seleccionadas mediante un muestreo intencional. Cada participante representa un municipio distinto del departamento del Quindío, decisión metodológica que responde a la diversidad cultural, geográfica y productiva del territorio, considerando las diferencias entre zonas de cordillera y planicie, así como las particularidades locales de la cultura cafetera.

De manera complementaria, se llevó a cabo un ejercicio de observación participante durante las visitas a las fincas y espacios cotidianos de las mujeres, el cual fue sistematizado a través de un diario de campo. Este instrumento permitió registrar comportamientos, dinámicas relacionales, usos del espacio, gestualidades y formas no verbales de comunicación, constituyéndose en una fuente adicional de información que enriquece la lectura del contexto y fortalece el análisis interpretativo.

Discusión: Los hallazgos preliminares permiten comprender la comunicación como un eje estructurante de la vida social en los territorios cafeteros, configurado desde imaginarios profundamente relacionales, comunitarios y éticos. La resignificación del silencio, la centralidad de la oralidad y la legitimidad de la comunicación informal cuestionan visiones hegemónicas de la comunicación que privilegian la visibilidad, la confrontación y la formalidad discursiva.

Desde la perspectiva de género, los resultados invitan a repensar categorías tradicionalmente asociadas a la subordinación femenina para entenderlas como estrategias comunicativas situadas, cargadas de agencia y saber práctico. Lejos de representar pasividad, estas prácticas revelan formas complejas de gestión de las relaciones, el conflicto y el poder en contextos rurales.

Asimismo, el estudio aporta a los debates sobre comunicación y ruralidad al evidenciar que la palabra, la conversación y la memoria oral son elementos fundamentales para la sostenibilidad cultural y social del territorio cafetero. La

comunicación, en este sentido, no solo transmite información, sino que conserva el territorio, fortalece identidades y sostiene redes de cuidado y cooperación.

En conjunto, esta investigación se consolida como un aporte relevante al campo de la comunicación, al proponer una lectura situada, sensible y crítica de las prácticas comunicativas de las mujeres campesinas cafeteras, reconociéndolas como productoras legítimas de conocimiento, sentido y vida comunitaria.

Resultados

Si bien el análisis de resultados aún no se encuentra consolidado en su totalidad mediante el proceso de codificación sistemática en MAXQDA, el trabajo de campo y la revisión preliminar del material han permitido identificar una serie de hallazgos relevantes y recurrentes que evidencian la riqueza simbólica de los imaginarios comunicativos de las mujeres campesinas cafeteras.

De manera transversal, la comunicación es concebida por las participantes con una connotación positiva, asociada a la alegría, el encuentro, la conversación y la construcción de relaciones. Para ellas, comunicarse implica "llevar la fiesta en paz", fortalecer los vínculos y sostener la armonía familiar y comunitaria. En este marco, el chisme es identificado como una práctica que rompe y deteriora la comunicación, al generar conflictos, desconfianza y fragmentación de las relaciones.

Un hallazgo significativo es la centralidad del silencio como estrategia comunicativa. Lejos de ser entendido como ausencia de voz, el silencio es resignificado como un mecanismo de protección y observación, utilizado para preservar la armonía, evitar confrontaciones innecesarias y elegir de manera consciente cuándo, cómo y con quién hablar.

Las mujeres describen un ideal de "buena mujer" profundamente vinculado a prácticas comunicativas específicas: hablar sin pelear, escuchar, saber tratar a los vecinos, mantener el respeto y actuar con prudencia. En este sentido, la comunicación aparece atravesada por una ética del cuidado y de la convivencia.

Asimismo, se evidencia que la comunicación informal posee mayor legitimidad y autoridad que la comunicación formal. La transmisión oral emerge como el principal mecanismo de memoria y conservación del territorio, siendo la palabra el medio a través del cual se preservan saberes, historias y prácticas caficultoras. Aunque muchas mujeres no se reconocen a sí mismas como "buenas comunicadoras", demuestran una notable capacidad para narrar con fluidez, explicar procesos productivos y transmitir conocimientos con claridad.

Finalmente, se destacan las redes femeninas como espacios seguros de empoderamiento comunicativo. Entre mujeres, la comunicación fluye con mayor libertad, confianza y reflexividad, convirtiéndose en escenarios de aprendizaje colectivo, apoyo emocional y lectura compartida de la realidad. Estas prácticas evidencian una alta capacidad de adaptación comunicativa, en la que las mujeres ajustan tono, lenguaje y actitud según el contexto, demostrando un agudo control del discurso y una lectura situada de las relaciones sociales.

Referencias bibliográficas

• Adams, S., Carleheden, M., Gaonkar, D., & Taylor, C. (2015). Social imaginaries in debate. Social Imaginaries. https://www.pdcnet.org/si/content/si_2015_0001_0001_0015_0052?-file_type=pdf

• Adams, W. C. (2015). Conducting semi-structured interviews. In K. E. Newcomer, H. P. Hatry, & J. S. Wholey (Eds.), Handbook of practical program evaluation (4th ed., pp. 492–505) https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/252993/ml-guideli ne-conducting-semistructured-interviews-221112-en.pdf;jsessionid=776BB1DAB14BD947B72C417C0D387F93?sequence=13

• Arango Valencia, R., Ortiz Rúa, M., Quintero Mejía, M., & Hernández García, J. (2024). Brecha digital y apropiación tecnológica de las mujeres rurales en Urabá, Colombia. Revista Facultad Nacional de Salud PúblicaArruda, A.,

• Banchs, M. A., de Alba, M., & Permanadeli, R. (Eds.). (2014). Special Issue: Imaginaries, representations and social memories. Papers on Social Representations Peer Reviewed International Journal, 23(2).https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11528815/?

• Butler, J. (2006). Deshacer el género. https://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/practic as_profesionales/825_rol_psicologo/material/descargas/unidad_2/optativa/

deshacer_genero.pdf

• Bourdieu, P. (1990). El sentido práctico. Siglo XXI Editores. https://www.sigloxxieditores.com/libro/el-sentido-practico_17671/

• Calzada, I. (2023). Smart Rural Communities: Action Research in Colombia and Mozambique. Sustainability, 15(12), 9521.

• https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v15y2023i12p9521-d1170440.html

• Castoriadis, C. (1983). La institución imaginaria de la sociedad. https://www.solidaridadobrera.org/ateneo_nacho/libros/Cornelius%20Castoriadis%2 0-%20La%20institucion%20imaginaria%20de%20la%20sociedad.pdf

• Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2020). Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC) – Hogares. Bogotá, Colombia.

• Dittus, R. (2006). El imaginario social y su aporte a la teoría de la comunicación: Seis argumentos para debatir. Revista Moebio. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2138832

• Durkheim, É. (2000). Las reglas del método sociológico (Edición original 1895). Fondo de Cultura Económica.

• Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. American Journal of Theoretical and Applied Statistics https://www.sciencepublishinggroup.com/article/10.11648/j.ajtas.20160501.11

• Flick, U. (2018). An introduction to qualitative research (6th ed.), https://methods.sagepub.com/book/mono/managing-quality-in-qualitative-research-2e/toc#_Guzmán, L., & Fajardo, C.

• (2022). Imaginarios colectivos en deconstrucción. Perspectivas desde las voces de las mujeres villaleyvanas (Boyacá).

• Hall, S. (2010). Cultural representations and signifying practices. https://fotografiaeteoria.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/05/the_work_of_r epresentation stuart_hall.pdf

• Hall, S. (2004). Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79. Hutchinson. https://www.academia.edu/11328854/Culture_Media_Language_Stuart_Hall

• Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P. (2014).

• Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill.

• Higuera-Mendieta, D., De La Vega-Taboada, E., Banchoff, A., Rodríguez Maturana, A. C., & Sarmiento, O. L. (2022). Our Voice in a rural community: empowering Colombian adolescents to advocate for school community well-being through citizen science. BMC Public Health, 22, Article 2411. https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-022-14559-x?u tm_source=chatgpt.com

• Jiménez-Gálvez, P. A. (2021). Imaginarios sociales, violencia física y medios de comunicación audiovisual.

• http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-8031202 1000200710

• Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. Journal of Advanced Nursing, 72(12), 2954–2965.

• Kvale, S. (2011). Doing interviews. SAGE.

• Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing (3rd ed.). https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/interviews/book239402

• Lacoste, P. S. (2018). Imaginarios sociales y representaciones: su aplicación a los estudios culturales. Revista de Ciencias Sociales

• https://www.redalyc.org/journal/2971/297165396004/

• La República. (21 de junio de 2025). Cuatro de cada diez hogares campesinos cuentan con acceso al servicio de internet.

• Luo, R., Feng, W., & Xu, Y. (2022). Collective memory and social imaginaries of the epidemic situation in COVID-19 — based on the qualitative research of college students in Wuhan, China. Frontiers in Psychology

• https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022. 998121/full

• López Rueda, B. A., y Gómez Mora, H. M. (2020). Imaginarios sociales sobre el territorio y los retos que desencadenan para construir paz en Colombia. Revista Palobra "Palabra Que obra&Quot;, 20(2), 251–272.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía (3.ª ed.). Editorial Gustavo Gili.

• Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R. M. Farr & S. Moscovici (Eds.), Social Representations (pp. 3–69). Cambridge University Press.

• Múnera Uribe, P. A. (2003). Comunicación empresarial: una mirada corporativa. Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica. Recuperado de https://biblioteca.usco.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?-biblionumber=20501

• Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative research. Journal of Nursing Scholarship, 33(1), 93–96.https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11253591/

• Palacios Ibáñez, M. C. (2023). Guaimy: vivencias en territorio rural.

• Imaginarios y prácticas comunitarias. Universidad del Valle.

• Papers on Social Representations. (2014). Special Issue: Imaginaries, representations and social memories (Vol. 23, No. 2).

• https://psr.iscte-iul.pt/index.php/PSR/issue/view/17?

• Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.).

• Pintos de Cea Naharro, J. L., & Torres Cubeiro, M. (2022). Social Imaginaries: the construction of reality and the “politics of things”. https://imagonautas.upaep.mx/index.php/imagonautas/article/view/181

• PNUD. (2020). Informe de desarrollo humano: desigualdades en Colombia.

• Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.

• Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). Qualitative interviewing: The art of hearing data (3rd ed.). Sage Publications.

• Segovia Lacoste, P., Basulto Gallegos, O., & Zambrano Uribe, P. (2018). Imaginarios sociales y representaciones: su aplicación a análisis discursivos en tres ámbitos diferentes. Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales, (41), 79–102. https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22605

• Smith, J. A., & Osborn, M. (2015). Interpretative phenomenological analysis. In J. A. Smith (Ed.), Qualitative psychology: A practical guide to research methods (3rd ed., pp. 25–52). https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4616994/

• Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory

(2nd ed.).

• https://books.google.com.co/books/about/Basics_of_Qualitative_Research.ht ml?id=w-TwYUnHYsmMC&redir_esc=y

• Taylor,C. (2004). Modern social imaginaries. https://www.dukeupress.edu/modern-social-imaginaries

• Torres Cubeiro, M., & Carretero, Á. E. (2020). The social imaginaries: The beginning of a needed conceptual clarification. Imagonautas, 10(1), 33–50. https://www.researchgate.net/publication/369511560_The_social_imaginaries_the_ beginning_of_a_needed_conceptual_clarification

• Williams, R. (1997). Marxism and Literature. Oxford University Press. https://mykelandrada.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/06/raymond-william s-marxism-and-literature.pdf

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MUNDOS POSIBLES

Martha Lucía Mejía Suárez
Comunicadora social periodista
Magistra en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos
UCentral Bogotá. Docente – investigadora.

Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá.
Ángela Marcela Castellanos Barbosa
Comunicadora social
doctoranda en Comunicación de la Universidad de La Plata (Arg)
Docente – investigadora
Pontificia
Universidad Javeriana - Bogotá.
Adriana Tobón Botero.
Comunicadora Social
Magister en Responsabilidad Social, ESERP Business School, España.
Docente, investigadora y consultora
Pontificia
Universidad Javeriana.

Resumen

Esta ponencia propone una reflexión crítica sobre las estrategias de comunicación comprendidas no como fórmulas cerradas, sino como construcciones situadas que emergen en contextos específicos y en procesos colectivos de producción de sentido. El estudio se fundamenta en un ejercicio de sistematización de experiencias desarrollado a partir de prácticas de docencia universitaria e intervención profesional, con el propósito de problematizar las concepciones hegemónicas del concepto de estrategia, tradicionalmente asociadas al ámbito militar, administrativo y funcionalista.

Desde el enfoque de la teoría crítica y en el pensamiento comunicacional latinoamericano, se aborda la estrategia como una práctica relacional, política y cultural. Metodológicamente, la investigación se estructura en tres momentos propios de la sistematización: reconstrucción, interpretación y potenciación de las experiencias, lo que permitió identificar tres “mundos posibles” para entender la estrategia de comunicación.

El primero corresponde a una visión técnico-instrumental, que concibe la estrategia como un plan orientado a la transmisión eficaz de mensajes para el logro de objetivos organizacionales, común en contextos productivos y de mercado. El segundo desplaza el énfasis hacia el diálogo y la interacción, entendiendo la estrategia como un proceso de co-construcción de significados entre organizaciones y públicos, donde la comunicación se configura como un escenario simbólico compartido. El tercero, asociado a movimientos sociales y organizaciones sociales y comunitarias, plantea la estrategia como una práctica emancipadora, orientada a la transformación social mediante la autorreflexión crítica y la ruptura de relaciones de dominación.

Como hallazgo transversal, se identifica la conversación como un agenciamiento central que articula los tres escenarios y posibilita el tránsito entre ellos. Esta categoría se consolida como eje conceptual y metodológico para resignificar las estrategias de comunicación tanto en la formación académica como en la intervención profesional, aportando a una comprensión más ética, política y situada del campo comunicacional.

Palabras clave

Comunicación, Conversación, Estrategias, Sistematización.

Introducción

Aquí, como en otras reflexiones acerca del sentido de la comunicación, plantear una definición sobre un concepto clave es imposible, en tanto podemos construirla desde

diversas perspectivas. La noción de estrategia representa este reto: pensar en alternativas para considerarla desde colectivos sociales en diferentes contextos situados, como

los planteados entre 2020 y 2025 en la asignatura Colaboratorio Estrategias de Comunicación en la Pontificia Universidad Javeriana. De ahí, el sentido del título: considerar su potencialidad para mundos posibles. La ponencia refleja la sistematización que se tradujo en notas, reflexiones y búsquedas conceptuales para reconstruir la experiencia en el aula, las cuales se confrontan en diálogos con el grupo de estudio de profesoras que hoy nos presentamos. Sus hallazgos permiten considerar que la estrategia es una noción que alcanza su diferenciación y también conexión a través de tres trayectos que influyen, también, en la experiencia pedagógica, mediados por la conversación.

Metodología

La sistematización retoma los proyectos de aula realizados por estudiantes del colaboratorio quienes abordan problemáticas en colectivos empresariales, mediáticos, comunitarios, organizaciones y movimientos sociales, en los cuales problematizan situaciones de comunicación, experimentan sobre posibles estrategias que implementan y evalúan, para lograr una resignificación de su sentido en cada experiencia, con lo cual se abre la puerta para llegar a nuevas ideas y formas de intervenir.

En cinco años la reflexión se ha orientado a categorías como: tipología de las organizaciones y sus comunicaciones, así como el enfoque de la gestión en cuanto a producción e intervención y su evolución en organizaciones y problemáticas relacionadas con medio ambiente, conflicto y paz, incorporación de tecnologías, política y democracia. En promedio, en cada semestre se trabaja con cinco organizaciones con resultados diversos en relación con la idea de estrategia, como por ejemplo, casos centrados en la producción con una visión utilitarista de la comunicación; otros, con una idea más orientada hacia la negociación y el diálogo por parte de organizaciones que buscan integrar poblaciones, aunque aún persisten aquellos que buscan en la estrategia la materialización del asistencialismo; finalmente, organizaciones vinculadas a movimientos sociales, para quienes la transformación social es fundamental, como es el caso de los colectivos feministas, las comunidades LGBTIQ+, indígenas, campesinos, afro y otras voces silenciadas. La sistematización desde la teoría vincula aproximaciones iniciales desde la Escuela Crítica y la comunicación con perspectiva latinoamericana que promueve la estrategia como encuentros socioculturales para el cambio y la transformación. El diálogo entre experiencia y aportes conceptuales permite el acercamiento a tres alternativas para la construcción del concepto de estrategia desde mundos posibles con el ánimo de generar conversaciones.

Resultados y su análisis

Un primer acercamiento entre experiencias y aportes conceptuales vinculó la propuesta de Habermas (2023) desde la cual se proyecta el sentido de una estrategia de comunicación, a partir de tres alternativas, según el campo de aplicación: una técnico-instrumental que se expresa en información, teniendo como objetivo la necesidad de predeterminar y controlar la comunicación; marca la relación entre un experto que conoce un objeto, la organización misma, con el fin de producir información acerca de ella, en el mundo del trabajo. El segundo es el interés práctico que se establece a partir del diálogo entre sujetos; se concreta en el lenguaje y se realiza en las interacciones; su finalidad es llegar a interpretaciones en relación con las prácticas discursivas. Por último, está el interés emancipatorio que libera a los sujetos de imposiciones de un sujeto consigo mismo; su finalidad es la liberación mediante la autorreflexión para develar mecanismos de control para transformarlos.

De manera similar se observan las reflexiones de Nosnik (1991), desde la comunicación estratégica, para quien las alternativas se identifican como comunicación lineal, dinámica y productiva. En las dos primeras guarda coherencia con la propuesta de Habermas; en la última se observa una propuesta más ligada a las conversaciones transformadoras que constituyen a los colectivos sociales organizados; en Habermas, es más político, aunque ambos comparten la idea de constitución de sujetos.

Estrategias como información y medios

Usualmente, nos referimos a la idea de estrategia de comunicación como un plan que define la manera como una organización aborda sus problemáticas desde la producción y difusión de mensajes clave para públicos específicos, tanto internos como externos, a través de medios y actividades con la finalidad de alcanzar sus objetivos. Esta noción, muy ligada a sistemas de producción, implica planificar el proceso para lograr los resultados predeterminados.

Autores que dan cuenta de estas propuestas son: Gerald Goldhaber, considerado el padre de la comunicación organizacional (1998) para quien la comunicación es un proceso y herramienta que permite la gestión de la misma en relación con el flujo de mensajes destinados a construir relaciones entre sus destinatarios. Teóricos con una línea similar desde la comunicación, la psicología y la administración, son Chester Barnard, Ludwig von Bertalanffy, Henri Fayol, Charles Redding, Daniel Katz, Robert Kahn y Everett Rogers

quienes aportan la idea de sistema, eficiencia y eficacia, la estructura, su funcionalidad y la manera como se formaliza la propuesta para legitimar procesos; desde aquí, la

comunicación se constituye en una variable organizativa que puede medirse, controlarse y mejorarse.

Nosnik denomina a esta alternativa comunicación lineal y a quienes la gestionan, fuentes egoístas; considera, como Habermas, que se trata de un enfoque técnico-instrumental en el cual la información es el centro de una estrategia; por eso, desde las organizaciones que aquí se mueven, es fundamental que se establezca una línea de coherencia entre su misión-visión, valores, objetivos y metas para concretar una estrategia que los lleve a metas predeterminadas, con márgenes mínimos de error. No podría tildarse de improcedente por cuanto su aplicación resulta coherente en organizaciones centradas en la producción y lejos de los contextos sociales, políticos y culturales que no son abordados más que como referencia.

Estrategias desde el diálogo

Una estrategia de comunicación, desde una perspectiva latinoamericana, se concibe desde la diversidad cultural y la integración de enfoques políticos y sociales. Su propósito es vincular a los sujetos, mediante prácticas comunicacionales que potencien el diálogo y la participación. Aquí iniciamos con la precisión en la forma de nombrar; no hablamos de lo comunicativo centrado en medios e información; aquí hablamos de lo comunicacional en relación con las prácticas, los vínculos y la construcción de sentido, como lo advierte Sandra Massoni (2003). O como lo expone Uranga (2016): lo comunicacional como prácticas de enunciación que se construyen, mediante narrativas y habilidades expresivas, en un discurso que surge de las experiencias de los actores sociales.

Además de Massoni y Uranga, están las voces de Marcelo Manucci (2024), cuando se pregunta por lo simbólico y los vínculos; también, las propuestas de Luis Ramiro Beltrán, quien enfatizó en la participación para democratizar los procesos organizacionales; Mario Kaplun con la acción educativa en propuestas organizacionales; Daniel Prieto Castillo, quien analizó la comunicación en las organizaciones como un proceso de construcción de sentidos desde alternativas participativas; finalmente, Jesús Martín Barbero (2010) por sus ideas sobre mediaciones y cultura popular, las cuales son retomadas por S. Massoni para entender la co-

municación en los colectivos como encuentros conversacionales en contextos sociales y culturales.

Es el terreno de la comunicación dinámica de Nosnik, en la cual la participación es la clave para el fortalecimiento del proceso que constituye las organizaciones. En Habermas se habla de un nivel práctico donde la preocupación se centra en las interpretaciones y su valor se encuentra en la medida en se vinculen a la tradición cultural, en esta discusión, de las organizaciones y sus contextos sociales. Es el caso de proyectos de aula se encuentra en colectivos vinculados a la reconstrucción de la memoria a partir de las orientaciones del informe de la Comisión de la Verdad; de estrategias que desde colectivos como editoriales, librerías y medios comunitarios, intentan comprender sus propios contextos a partir del lenguaje del arte, la comunicación y la cultura popular.

Ahora bien, como lo advierte Uranga, aquí la comunicación está atravesada por el conflicto y por ello no es erróneo afirmar que las estrategias se convierten en escenarios para el encuentro en la diversidad. En los casos de proyectos de aula, la conflictividad se originaba en la dificultad que tenemos para conversar; por lo general se trataba de organizaciones que hablan de la importancia de establecer relaciones de confianza, de abrirse a las demandas de otros pero que continúan centradas en la información y los medios, con discursos sin apertura; ellas terminan por asumir posiciones de poder, negando al otro posibilidades de creación, con problemas éticos de coherencia entre el decir y el hacer. Por ejemplo, los buzones de sugerencias que nunca se responden o encuentros para sugerir cambios que nunca tienen eco.

Estrategia para la emancipación

Desde Habermas, emancipación es liberación de toda sumisión a un poder ajeno para instaurar la propia autonomía. En el ámbito de los colectivos sociales, se emancipa de las objetivaciones sociales, de categorías que generalizan como clientes, beneficiarios, usuarios, ocultando sus diferencias. ¿Cómo se emancipa? A través de la autorreflexión: ponerse ante sí mismo como 'otro' para reconocerse en su identidad, develando sus procesos de formación, evoluciones y trayectos. Esta acción, mediada por el lenguaje, sus discursos y narrativas evidencia rupturas, vacíos y olvidos que impiden reconstruir y transformar. En el caso de las experiencias de aula, fueron los retos que les impusieron a los y las estudiantes maneras diversas de pensar las estrategias en colectivos feministas, de la comunidad LGBTIQ+, indígenas, campesinos y afro.

Ahora bien, lo más interesante en Habermas y que destaca Gabas (1980), se encuentra en que la autorreflexión implica una relación con las anteriores alternativas: la técnica y la dialógica, en tanto su proceso de constitución como sujeto social pasa por momentos de instauración en trayectos que vinculan la información en el trabajo mediada por lo tecnológico, las interpretaciones mediadas por las prácticas discursivas y la emancipación en la mediación que permite alcanzar grados de libertad (Martín Serrano, 2008).

En términos comunicacionales, la conexión entre las tres alternativas se encontraría en la conversación. En Nosnik este nivel se llamaría comunicación productiva y surge en tanto existan, precisamente, conversaciones; en Sandra Massoni (2025) es el movimiento que permite el encuentro de saberes y experiencias en la diversidad. En los ejercicios de aula, ante la resistencia de los estudiantes que habían transitado previamente por espacios académicos más ligados a la técnica y la interacción, fueron las comunidades y los colectivos quienes presionaron para la creación de escenarios de conversación; por ejemplo, los círculos de la palabra, originarios de culturas ancestrales como la Muisca, hoy adoptados por colectivos históricamente silenciados, que encuentran en su movimiento, la posibilidad de comprenderse y actuar. Aquí no valen productos predeterminados como páginas web y redes

sociales; se buscan otros espacios. Lo advertía Deleuze, para quien las discusiones y los debates no tienen el poder de crear algo nuevo (incluso negó la comunicación por encontrarla atrapada en el capitalismo); es en la conversación donde se supera el simple intercambio de información para convertirse en un acto de resistencia (García, 2024).

Autores Sandra Massoni, Jesús Martín Barbero, Erick Torrico se ubican aquí en clave latinoamericana, enfatizando la identidad y los enfoques críticos participativos; también Armand Mattelart quien repensó las estructuras de poder y comunicación en América Latina.

A modo de cierre

La reflexión nos muestra que es legítimo y necesario asumir el rescate de la comunicación en colectivos sociales, en el que se proyecten las estrategias como posibilidades para diseñar trayectos entre las tres alternativas: la técnica-lineal, la dialógica-dinámica y la emancipatoria, para consolidar la acción en contextos situados. El eje que lo permite es la conversación para promover acercamientos a mundos posibles que en el movimiento, abra posibilidades para realizar estos tránsitos.

En un momento de la reflexión no se pensó en estos tránsitos, por lo cual se circunscribían las estrategias a tipologías fijas de colectivos sociales; pero, con la experiencia en el aula y en diálogo con las organizaciones, que dichos tránsitos mediados por la conversación son fundamentales, especialmente hoy cuando el mundo atraviesa por transformaciones en el orden mundial, las relaciones de poder, las tensiones que originan, la desconfianza y la incertidumbre.

Los riesgos de no proceder así son claros: si los colectivos sociales persisten en continuar con la comunicación lineal-técnica terminarán por incentivar y preservar las sociedades de control, caracterizadas por la potencia y el poder de sus máquinas de producción y de expresión (Lazzarato, 2006); o con la dialógica-dinámica, ignorando los llamados por la transformación que llevará a un vacío de sentido de la participación y a negar, incluso, las problemáticas y potencialidades de Latinoamérica.

Estos tránsitos nos llevan a considerar la estrategia comunicacional como la creación de escenarios conversacionales para el agenciamiento colectivo de la expresión donde se forjan deseos, creencias y aspiraciones que constituyen las condiciones de toda formación en valores (Lazzarato, 2006). Siendo así, la conversación se ubica como acción comunicacional esencial de la vida cotidiana de los colectivos que permite la co-construcción de sentido y de vínculos.

Entender la comunicación como horizonte y como camino implica reconocer que toda organización se constituye, construye, se sostiene y se transforma a través de procesos comunicacionales: en las conversaciones, en los acuerdos, en los conflictos, en las narrativas compartidas y en las prácticas cotidianas de sentido. En este marco, siguiendo a Dominique Wolton (2007), la comunicación puede comprenderse como una negociación permanente para cohabitar, coexistir y, ojalá, convivir, lo que la convierte en una estrategia estructurante para cualquier tipo de organización, ya sea social, comunitaria, rural, urbana o institucional, más allá de campañas, planes o productos comunicativos específicos.

En cuanto a la experiencia pedagógica, persiste la pregunta: ¿Cómo acercar a los estudiantes a la experiencia de pensar, sentir y vivir las estrategias de comunicación? Un dispositivo pedagógico como el colaboratorio permite que la experiencia del aula los lleve a vivir situaciones en las tres alternativas, por ejemplo, mediante estudios de caso y análisis de coyuntura, cuestionando su legitimidad en contextos situados así como las posibilidades para diseñar tránsitos entre ellas, sin descontar el valor que puede tener la experiencia para resignificar y transformar sus interpretaciones sobre la comunicación misma.

En cualquier caso, la estrategia

también se encuentra en el aula y se construye de manera colectiva con los y las estudiantes, en función de los siguientes componentes (Cuadros et al. 2015): el diálogo, la responsabilidad social, el contexto histórico-cultural y los propósitos que nos unen como colectivo de aprendizaje.

Quizás, así, las miradas de Nosnik y Habermas así como la de investigadores latinoamericanos en comunicación pueda desarrollarse y llegar a una apertura hacia la liberación de las organizaciones y de la comunicación misma en un aula de clase diseñada para la conversación.

Referencias bibliográficas

• Cuadros, J.; Arias S.; Valencia A. (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 111-122.

• DOI: http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.353

• Gabas, R. (1980). J. Habermas: dominio técnico y comunidad lingüística. Ed. Ariel. Barcelona.

• García. R. (2024). La conversación inventiva y su condición poética y política: el habla y el ejercicio de la libertad. En: Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social. Vol. 24 No. 1. URL:

• https://atheneadigital.net/article/view/v24-n1-garcia/1955.

• Goldhaber, G. (1998). Comunicación Organizacional. Trillas, México. Habermas, J. (2023). Conocimiento e interés. Taurus. Madrid.

• Lazzarato, M. (2006). Políticas del Acontecimiento. Buenos Aires, Tinta Limón.

• Manucci, M. (2024). Comunicación Corporativa Estratégica. La Gestión de los Vínculos Organizacionales en Tiempos de Incertidumbre, Cambios y Virtualidad. Unknown Frontier y Pensamiento en Acción Grupo SAF.

• Martín-Barbero, M. (2010). De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. Anthropos, México.

• Martín S. M. (1977). La mediación social. Madrid, Akal.

• Martín S. M. (2008). La mediación social en la era de la globalización. Madrid, Akal.

• Massoni, S. (2007). Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. Homo Sapiens, Argentina.

• Massoni, S., Bussi, M. (2025). Guía IEC. Investigación Enactiva en Comunicación. La Ciencia de la Articulación. Enactiva Comunicación Ed. Argentina.

• Nosnik, A. (1995). Linealidad, dinamismo y productividad: tres concepciones de la comunicación humana y social. Universidad de Tepeyac, Tepeyac.

• Uranga, W. (2016). Conocer, Transformar, Comunicar. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Patria Grande.

• Wolton, Dominique. (2007). Pensar la Comunicación: Punto de Vista para Periodistas y Políticos. Prometeo, Buenos Aires.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026





Mesa 4

Discursos, Retóricas y Lenguaje en la Comunicación

EMPRESAS Y CONFLICTO EN EL DISCURSO DIGITAL: UN ANÁLISIS DE TÓPICOS SOBRE LA GUERRA DE GAZA (2023–2025) EN X

Juana Victoria Duarte Castro
juanaduca@unisabana.edu.co
Sophia Sierra Rodríguez
sophiasiro@unisabana.edu.co
Sara Lucía Vélez Díaz
saravedi@unisabana.edu.co
Estudiantes de 7°. Semestre,
Programa de Comunicación Corporativa
Semillero de Investigación Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa y Organizacional, Cicco
Facultad de Comunicación
Universidad de La Sabana, Chía, Cundinamarca.
Profesoras asesoras
Ángela Preciado Hoyos
María Paula Arbeláez Linares
maria.arbelaez@unisabana.edu.co

Resumen

El activismo contra las grandes corporaciones se ha visto incrementado en las redes sociales, entorno digital que se ha convertido en un campo de batalla crítico para la reputación de las empresas que se han visto involucradas en conflictos bélicos, alrededor de los cuales los públicos les exigen tomar posición. En este trabajo se analizan los tópicos más recurrentes presentados en las conversaciones sostenidas sobre el conflicto de Gaza, por usuarios hispanohablantes en la red social X, entre octubre de 2023 y agosto de 2025, en relación con el papel que tuvo un grupo de empresas en ese conflicto.

El análisis examinó cómo la distribución de los tópicos varía en función de la empresa mencionada y del autor de las publicaciones, mediante pruebas estadísticas de asociación, con el fin de identificar diferencias en los marcos discursivos y en las formas de interpretación del conflicto en X. Metodológicamente, se desarrolla en dos etapas: en primer lugar, se aplican técnicas de topic modeling, basadas en Latent Dirichlet Allocation (LDA) e implementadas en Python, para agrupar las temáticas presentes en las publicaciones de los usuarios; en segundo lugar, se seleccionan empresas relevantes con base en XX, y se utilizan pruebas estadísticas –incluyendo chi-cuadrado y correlaciones– para examinar la relación entre los tópicos identificados, los usuarios de X y dichas empresas.

Para obtener los datos se utilizó la herramienta Web Data Research Assistan (web scrapping), a partir de la cual se recopilaron 11.236 publicaciones que confoirman el corpus analizado en este estudio. Los resultados muestran que las conversaciones analizadas giran en torno a denuncias de complicidad empresarial con Israel, llamados al boicot y el establecimiento de vínculos entre corporaciones globales y dinámicas bélicas.

Palabras clave

Activismo, empresas, conflicto, guerra, modelado de temas, Gaza, Palestina, red social, X.

Introducción

El conflicto bélico que se inició el 7 de octubre de 2023 en el Medio Oriente, conocido como la Guerra de Gaza, y que hace parte de las guerras que se vienen dando entre Israel y Palestina desde el siglo XX (1967), generó una crisis humanitaria.

A partir de esta emergieron numerosos movimientos activistas alrededor del mundo en contra de compañías que se vieron involucradas. Estos activismos se expresaron mediante denuncias, críticas, señalamientos, e incluso solicitudes de boicot en medios de comunicación, particularmente en redes sociales. Francesca Albanese, Relatora Especial de las Naciones Unidas sobre la situación

de los derechos humanos en los territorios palestinos ocupados desde 1967, presentó ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, celebrada en julio de 2025, el informe "De la economía de ocupación a la economía de genocidio", en el cual señala directamente, y por su nombre, a varias compañías como cómplices de Israel en lo que calificó como genocidio, palabra utilizada desde el título del informe. El documento ha sido citado por numerosas ongs y organismos multilaterales de derechos humanos en el planeta (Amnistía Internacional, 2025; America Friends Service Comitee, 2025) y desde el inicio del conflicto, en octubre de 2023, varios movimientos activistas utilizaron todos los medios posibles para dar a conocer su posición y presionar a los ciudadanos para constituir una fuerza o mecanismo de presión con el propósito de que cesaran los ataques.

De esta manera se gestó y desarrolló un movimiento global con el que se buscaba que un número relevante de instituciones suspendieran su apoyo a Israel. Las compañías son descritas en el informe de Albanese (2025) como beneficiarias de la economía israelí, por lo que reclama responsabilidades para ellas y sus ejecutivos, amparada en el derecho internacional.

En vista de la relevancia que involucran los procesos de activismo asociados a marcas y empresas y dada la actualidad y la repercusión que este tiene en la reputación de las compañías (López-Aza et al., 2020; Kotler y Sarkar, 2017), se ha realizado un análisis del caso en la red social X.

La metodología utilizada para el análisis de este caso se basa en un enfoque cuantitativo mediante el cual se han identificado tendencias temáticas mediante el uso del lenguaje de programación Python y se ha hecho análisis de contenido utilizando herramientas tecnológicas. Este método permitió cumplir con el objetivo del estudio, el cual ha consistido en examinar cómo la distribución de los tópicos varía en función de la empresa mencionada y del autor de las publicaciones, mediante pruebas estadísticas de asociación, con el fin de identificar diferencias en los marcos discursivos y en las formas de interpretación del conflicto. La pregunta de investigación ha sido: ¿Cuáles fueron las empresas más mencionadas y qué tópicos relativos al conflicto fueron los que más se asociaron a ellas?

Metodología

El análisis se desarrolló en dos etapas: Primero, se aplicaron técnicas de topic modeling, basadas en Latent Dirichlet Allocation (LDA) e implementadas en Python, para agrupar las temáticas presentes en las publicaciones de los usuarios. En segundo lugar, se seleccionaron empresas relevantes con base en la muestra estudiada, de la que hicieron parte 50 compañías tomadas de informes de Naciones Unidas y Amnistía Internacional, y se utilizaron pruebas estadísticas –incluyendo chi-cuadrado y correlaciones– para examinar la relación entre los tópicos identificados, los usuarios de X y dichas empresas. Como resultado, se analizaron 11.236 publicaciones hechas entre el 7 de octubre de 2023 y el 1 de agosto de 2025, en la red social X en idioma español. Las palabras que orientaron la búsqueda fueron: Israel, Palestina, Gaza, Guerra, Genocidio, hechas entre el 7 de octubre de 2023 y el 1 de agosto de 2025.

Tabla 1. Muestra de empresas analizadas

Número	Empresa
1	Airbnb
2	Alphabet
3	Amazon
4	AXA
5	Barclays
6	BlackRock
7	Bright Dairy & Food
8	Boeing
9	Booking

10	BP
11	BNP Paribas
12	Caltex
13	Carrefour
14	Caterpillar Inc.
15	Chevron
16	Corsight
17	Dell
18	Disney
19	Drummond Energy Inc.
20	Elbit Systems Ltd.
21	Expedia
22	Fanuc
23	Glencore
24	Google
25	Hikvision
26	HD Hyundai
27	HP
28	IBM
29	Intel
30	Lockheed Martin
31	Leonardo
32	McDonald’s
33	Microsoft
34	Mekorot
35	Nestlé
36	Orbia
37	Palantir Technologies
38	Puma
39	Rada
40	Reebok
41	Siemens
42	Sodastream
43	Spotify
44	Starbucks
45	Teva
46	Texaco
47	TripAdvisor
48	Unilever
49	Vanguard
50	Volvo Group

Fuente: Elaboración propia.

Resultados y discusión

1. Selección del número de tópicos (K)

Como se mencionó, se utilizó la herramienta de modelamiento de temas, o topic modelling, para agrupar las publicaciones en temáticas. Primero se identificó cuántos grupos se podían hacer. Por las pruebas que se corrieron el resultado óptimo fue de seis (K: número de grupos o tópicos). Para llegar a este número se evaluaron los modelos considerando tres métricas principales: perplejidad (donde valores más bajos son mejores), coherencia NPMI (donde valores más altos indican mayor interpretabilidad de los tópicos) y estabilidad (que mide la consistencia de los tópicos entre diferentes ejecuciones).

Los seis tópicos presentan equilibrio, pues su coherencia llega a 0.086, un nivel aceptable para este tipo de análisis, mientras que la estabilidad asciende a 0.53, lo que lo convierte en uno de los modelos más consistentes.

Estas características se reflejan en un puntaje final de 0.599, el mejor registrado entre las configuraciones probadas y evidencia que este número de tópicos logra un balance sólido entre calidad semántica y robustez estadística.

En este primer grupo de resultados se concluyó, con ayuda del algoritmo, que K=6 es el punto más equilibrado (score más alto = 0.5995). Para justificar los seis tópicos y que aunque K=12 tiene mejor coherencia, su estabilidad es baja y la interpretación se hace más difícil (demasiados temas dispersos).

2. Descripción de los tópicos y etiquetas sugeridas

Tabla 2. Palabras clave por tópico

Tópico	Etiqueta sugerida	Palabras clave
0	Google Microsoft / Amazon Google	Google, Microsoft, Amazon, Israel, palestino, genocidio, Gaza, Google Microsoft, niño, Palestina
1	Ejército israelí / Inteligencia artificial	Microsoft, israelí, Amazon, ejército, Google, Gaza, nube, servicio, militar, inteligencia, guerra
2	Microsoft despedir / Guerra civil	Gaza, Microsoft, Israel, genocidio, empleado, guerra, despedir, boicot, palestino, civil
3	Apoyar Israel / Starbucks	Starbucks, Israel, Palestina, Mcdonalds, apoyar, gente, hacer, poder, ver, decir
4	Apoyar genocidio / Financiar genocidio	Genocidio, apoyar, Israel, Starbucks, palestino, Gaza, financiar, boicot, Amazon, Palestina
5	Guerra mundial / Guerra	Guerra, Israel, microsoft, IBM, Amazon, Apple, Spotify, McDonalds, mundial, primero, nuevo

Tópico 0: “Google Microsoft / Amazon Google”

Este se centra en el rol de grandes tecnológicas (Google, Microsoft, Amazon) y su vínculo con acusaciones de complicidad en el conflicto Israel-Palestina. Palabras clave: Google, Microsoft, Amazon, Israel, palestino, genocidio, Gaza.

Organizaciones civiles han lanzado iniciativas exigiendo que las empresas de tecnología interrumpan la venta de herramientas usadas en el conflicto o fortalezcan sus políticas de derechos humanos. Al respecto, ha habido llamados a boicotear a Palantir, la firma estadounidense de análisis de datos fuertemente ligada a Israel, tras ser mencionada por la relatora de la ONU como una de las empresas que se benefician del conflicto. En resumen, las grandes tecnológicas están bajo creciente escrutinio social y financiero, y su reputación corporativa se ve amenazada por la percepción de que sus tecnologías puedan contribuir a la violencia en Gaza (Klomp, 2025).

Tópico 1: “Ejército israelí / Inteligencia artificial”

Relaciona a empresas tecnológicas con el ejército israelí y el uso de servicios en la nube en contextos militares. Palabras clave: Microsoft, israelí, Amazon, ejército, inteligencia, guerra. La transformación de Israel en el ámbito militar ha mostrado en los últimos años un cambio estratégico que da relevancia al uso de la tecnología y al desarrollo de innovaciones; es reconocido por su fortaleza militar en el Medio Oriente y los avances tecnológicos que han sustentado su fortaleza bélica han sido desarrollados por el Estado, pero también por empresas privadas el servicio de este (Ramírez Benítez y Jiménez Reina, 2017). De hecho se le reconoce como un país exportador de soluciones de defensa a gran escala (Martí Martínez, 2024).

Tópico 2: “Microsoft despedir / Guerra civil”

Debate sobre despidos en Microsoft y llamados a boicot, enmarcados en un discurso de guerra y resistencia. Palabras clave: Gaza, empleado, despedir, boicot, palestino, civil.

Al respecto, y como se publicó en The Guardian, ha habido despidos de ejecutivos que cuestionaban el apoyo de esa compañía al gobierno israelí en el conflicto (Pratt, 18 de abril de 2025).

Tópico 3: “Apoyar Israel / Starbucks”

Conversaciones sobre empresas como Starbucks y McDonald ‘s acusadas de apoyar a Israel, con un tono de denuncia. Palabras clave: Starbucks, McDonald ‘s, apoyar, Palestina, gente. Al iniciarse el conflicto, McDonald ‘s anunció la donación de miles de comidas a las fuerzas militares y a los hospitales israelíes, lo que se in-

terpretó como una toma clara de posición de apoyo a ese país y el rompimiento de condiciones equitativas de seguridad alimentaria en un contexto de guerra. Kemmerling et al. (2022) exponen que en medio de los conflictos se debe garantizar la alimentación como un derecho humano y destacan la necesidad de superar el pensamiento compartimentado de las organizaciones de ayuda. Ayudar a uno de los bandos, y en este caso, al que se toma como opresor, muestra una tendencia de la marca a favorecer al más fuerte.

Tópico 4: "Apoyar genocidio / Financiar genocidio"

Discursos más explícitos de acusación sobre el financiamiento y apoyo empresarial al genocidio. Palabras clave: genocidio, financiar, boicot, Palestina, Amazon. Este resultado muestra cómo actualmente, una de las razones principales para que las empresas participen en la financiación de las tecnologías de armamento está en la búsqueda de la maximización del retorno financiero.

Tópico 5: "Guerra mundial / Guerra"

En este grupo de conversaciones se hacen referencias más amplias a un conflicto global, evocando la "guerra mundial" y el rol de corporaciones como IBM, Spotify y Apple. Palabras clave: guerra, mundial, Israel, Microsoft, Amazon, Apple. Este resultado evoca el hecho de que en las redes sociales las conversaciones son poco profundas, los problemas tienden a simplificar, a magnificar, o bien, a llamar los asuntos de maneras poco precisas.

Agnew (2024) apunta hacia ello, al analizar cómo el lenguaje utilizado en este conflicto ha generado lo que ha calificado como "una guerra mundial de la opinión pública". El autor destaca que las complejidades históricas de la situación geopolítica se han reducido a lemas sobre el "derecho" absoluto de un bando u otro para no sólo ignorar sino también destruir potencialmente al otro.

En general, estos resultados muestran que la agrupación temática tiene sentido, al lograr diferenciar muy bien unos asuntos de otros. En conjunto, los seis tópicos revelan que las conversaciones giran en torno a denuncias de complicidad empresarial con Israel, llamados al boicot y la asociación entre corporaciones globales y dinámicas bélicas.

3. Asociaciones estadísticas

Para analizar la consistencia entre los resultados obtenidos en cada uno de los K=6 tópicos y el grupo de empresas, se aplicó una prueba de correlaciones utilizando Chi cuadrado, ya que esta se utiliza cuando una o dos variables son cualitativas (variables: empresas y tópicos).

La prueba aplicada, Chi^2, indica que existe una asociación significativa entre la distribución de tópicos y las dos variables ($p < 0.001$).

La variable empresa significa que, dependiendo de la empresa sobre la que se hable, cambia la forma como se habla de los temas. Ello también depende del autor, lo que significa que no todos los que postean en X, están viendo el asunto de igual manera. Al medir la fuerza de asociación de las variables (Cramér's V), se encuentra que en el caso de la variable Empresa, esta es moderada ($V \approx 0.30$), lo que sugiere que se presenta una diferencia sustantiva entre lo que se dice cuando se habla de las empresas, versus el resultado de la variable Autor, la cual es muy alta ($V \approx 0.88$). Este último resultado sugiere que la producción temática varía fuertemente por autor, lo que es coherente con estilos y focos de publicación.

Conclusiones

Los resultados aquí presentados muestran que existen diferencias sobre lo que se habla de cada empresa y el lenguaje que se utiliza. Se presentan bloques temáticos por marca y, en ese sentido, los asuntos asociados a tecnología y guerra vinculan a Microsoft, IBM, Spotify y Amazon. Los llamados a boicot tienden a ser asunto de conversación más vinculados a Starbucks y a McDonalds, además de varias marcas que han mostrado una sobre representación de la temática, y que son Chevron, Nestlé, Drummond, Puma, Siemens y Volvo. Estos patrones confirman que la asociación que se hace con la empresa condiciona fuertemente el marco discursivo; por ejemplo, Starbucks/McDonald 's se asocian a boicot, mientras Microsoft/Amazon/IBM se enmarcan en infraestructura tecnológica y de uso militar.

Las conversaciones sobre Microsoft estuvieron significativamente más asociadas a los tópicos T0, Google Microsoft/Amazon Google; T1, Ejército israelí/Inteligencia artificial; T2, Microsoft despedir/ Guerra civil y T5, Guerra Muandial/Guerra ($z>10$ en todos), y evitó T, Apoyar Isarael/Starbucks 3 y T4, Apoyar genocidio/Financiar genocidio ($z<-14$). Las conversaciones sobre Starbucks están altamente sobrerrepresentadas en T3, Apoyar Isarael/Starbucks ($z \approx +25$) y T4, Apoyar genocidio/Financiar genocidio ($z \approx +6$), eje dominante de su conversación (boicot/apoyo). Por su parte Amazon se asocia a T0, Google Microsoft/Amazon Google, T1 Ejército israelí/Inteligencia artificial (tecnología/nube y vínculo con Israel) y aparece infra-representado en marcos de boicot (T3, Apoyar Isarael/Starbucks – T4, Apoyar genocidio/Financiar genocidio). Las conversaciones sobre IBM y Spotify concentran su presencia en T5, Guerra Muandial/Guerra, con $z>+17$ y $z>+19$, respectivamente.

Referencias bibliográficas

• Agnew, J. (2024). La guerra de Gaza: cómo el lenguaje de destrucción sobre Israel y los

• palestinos pasa por alto la tragedia más amplia del Estado-nación. Geopolítica(s), 5(1), 17-32.

• Albanese, F. (2025). From economy of occupation to economy of genocide. ONU (A/HRC/59/23)

• Efimovich, J. V. (2010) Naturaleza y esencia del activismo. Contribuciones desde Coatepec, 18, enero-junio, 2010, pp. 131-140. Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/281/28120715009.pdf el 28 de noviembre de 2025.

• Flores, D. (2017). La búsqueda del cambio social en la era digital: Activismo y expresión pública en Internet. Disertaciones, 10 (1), 125-139.

• Kemmerling, B., Schetter, C. y Wirkus, L. (2022). The logics of war and food (in)security. Global Food Security, 33, 100634.

• Klein, J. G. y John A. (2004) Why We Boycott: Consumer Motivations for Boycott Participation. Journal of Marketing, 68 (3), 92-109. DOI:10.1509/jmkg.68.3.92.34770

• Klomp, J. (2025). The impact of the Hamas-Israel conflict on the U.S. defense industry stock market return. Plos One, 20(2), e0314677.

• Kotler, Ph. y Sarkar, Ch. (2017). Finally, Brand Activism! The Marketing Journal. Recuperado de: https://www.marketingjournal.org/the-case-for-brand-activism-a-discussion-with-philip-kotler-and-christian-sarkar/#:~:text=and%20Christian%20Sarkar-,%E2%80%9CThe%20Case%20for%20Brand%20Activism%E2%80%9D%20%E2%80%93%20A%20Discussion%20with,Philip%20Kotler%20and%20Christian%20Sarkar&text=Christian%20Sarkar:%20Phil%2C%20we',to%20societal%2Ddriven%20Brand%20Activism.

• López-Aza, C., Pintado, T. y Sánchez, J. (2023). Empresas con valores: un modelo conceptual del activismo corporativo. Palabra Clave, 26 (2), e2624.

• Martí Martínez, P. (2024). La industria de defensa israelí: Un enfoque en la exportación de soluciones de seguridad. Universidad Pontificia de Comillas.

• Pratt, T. (18 de abril de 2025). Microsoft se enfrenta a un creciente malestar por su papel en la guerra de Israel contra Gaza: "Cerca de un punto de inflexión". The Guardian.

• Ramírez Benítez, E. P. y Jiménez Reina, J. (2017). Israel: la transformación estratégica-militar frente a nuevas amenazas. Estudios en seguridad y defensa, 1.

LENGUAJE DE INCIVILIDAD Y POLARIZACIÓN EN X: UN ANÁLISIS DE LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL DE COLOMBIA (2022)

Laura Camila Gómez Rivero
Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana.

María Fernanda Ortiz García
Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana
Valeria López Rodríguez
Comunicación Social y Periodismo
Universidad de La Sabana

Ana María Córdoba Hernández
Directora de Profesores e Investigación
Facultad de Comunicación
Universidad de La Sabana

Abstract

This study examines political incivility on X during Colombia's 2022 presidential runoff. Using a mixed-methods approach, it analyzes user responses to candidates' tweets, classifying forms of incivility such as mockery, insults, defamation, and intolerant language to assess their implications for democratic debate quality.

Palabras clave

Comunicación política; polarización política; incivilidad; redes sociales digitales; X (Twitter); elecciones presidenciales; Colombia 2022.

Introducción

En las últimas décadas, las redes sociales han adquirido un papel central en la comunicación política, transformando la interacción entre actores políticos, medios de comunicación y ciudadanía. Plataformas como X (antes Twitter) se han consolidado como espacios clave para la circulación de comunicación política, donde se debaten discursos públicos y se configuran dinámicas de polarización, deliberación y desinformación (Ackland et al., 2023). En estos contextos, las dinámicas digitales no solo reflejan el clima político, sino que también contribuyen a intensificar emociones, reforzar identidades políticas y amplificar conflictos.

La polarización política en la era digital es un fenómeno estructural de las democracias contemporáneas y se intensifica en contextos electorales, donde se expresa no solo a través de diferencias ideológicas, sino también mediante dimensiones afectivas y discursivas como emociones negativas, desconfianza y lenguaje agresivo (Hernández et al., 2020).

Las elecciones presidenciales de Colombia, en 2022, constituyen un caso de estudio relevante para analizar estas dinámicas. En la recta final de la contienda se enfrentaron Gustavo Petro y Francia Márquez, representantes de la coalición de izquierda, Pacto Histórico, contra Rodolfo Hernández y Marelen Castillo, una fórmula cívica apoyada principalmente por sectores de la centroderecha (MOE, 2023 y Registraduría Nacional, 2022). La segunda vuelta, comprendida entre el 30 de mayo y el 19 de junio de 2022, se desarrolló en un contexto de crisis social y alta confrontación política, que se trasladó al espacio digital. En este escenario, X funcionó como un espacio central de debate.

Este trabajo analiza el lenguaje de incivilidad utilizado por los usuarios de X en respuesta a los tweets publicados por los candidatos presidenciales de Colombia, en sus cuentas oficiales, durante la segunda vuelta electoral, que a su vez presentaban algún tipo de incivilidad, aplicando las categorías de análisis propuestas por Rega y Marchetti (2021) en un estudio similar en las elecciones italianas de 2018.

Gracias a un enfoque metodológico mixto, se identifican y clasifican

distintas formas de incivilidad, como la burla, los insultos, la difamación y el lenguaje intolerante, con el fin de comprender sus implicaciones para la calidad del debate democrático en Colombia.

Marco teórico

La polarización política en campañas electorales se configura como un proceso mediante el cual preferencias, identidades y percepciones ciudadanas se reorganizan en polos cada vez más distantes, lo que conduce a una intensificación de las emociones políticas y a una mayor propensión a la hostilidad entre grupos (Iyengar & Westwood, 2015). Estas dinámicas se tornan particularmente visibles en periodos de campaña, cuando los actores políticos —a través de marcos de amenaza, apelaciones identitarias y mensajes simplificados— buscan movilizar adherentes y demarcar diferencias, trasformando la competencia electoral en un escenario de confrontación simbólica (Mason, 2018).

La polarización electoral se expresa en dos dimensiones interrelacionadas: por un lado, la polarización ideológica, que remite a la ampliación de las distancias en posiciones sobre políticas públicas; y, por otro, la polarización afectiva, entendida como la aversión y la desconfianza emocional hacia quienes se perciben como miembros del bando contrario (Iyengar & Westwood, 2015). En contextos digitales, estas formas se retroalimentan: la exposición reiterada a contenidos partidistas y la arquitectura de las plataformas facilitan la circulación de mensajes emocionales que refuerzan la identificación grupal y la deslegitimación del adversario (Barberá, 2020; Papacharissi, 2015).

Ahora bien, la polarización política en las campañas de los candidatos trae consigo reacciones emocionales que, naturalmente, fomentan comportamientos agresivos entre los usuarios (Rega & Marchetti, 2021). Dichas dinámicas se manifiestan en el uso del lenguaje incivil, entendido como aquel fenómeno multidimensional que vulnera normas de cortesía, afecta normas públicas de civilidad y disminuye la calidad democrática de las discusiones en línea (Rega & Marchetti, 2021).

Este lenguaje suele clasificarse bajo distintos niveles que abarcan el uso de expresiones vulgares, insultos, ridiculizaciones e incluso declaraciones discriminatorias (Bentivegna & Rega, 2022). Estos pueden dirigirse no solo contra personas concretas —desde su dimensión individual— sino también contra las instituciones democráticas y los mecanismos que las regulan —desde su dimensión pública—. Además, investigaciones recientes muestran que este repertorio discursivo no se limita a los usuarios, sino que forma parte de un ecosistema interactivo que incluye a figuras públicas (Theocharis, Barberá, Fazekas & Popa, 2020).

Justamente, el presente estudio clasifica el lenguaje incivil bajo cuatro categorías especificadas en el libro de código de la siguiente manera: burla, entendida como comentarios irrisorios, lenguaje irónico acentuado y uso del sarcasmo (Papacharissi, 2004); insultos, como uso de lenguaje ofensivo, degradantes y/o menospreciadores; difamación, acusaciones y lenguaje incendiario, referido a la distorsión o exageración negativa en referencia a comportamientos o ideologías de los candidatos, así como también tácticas difamatorias, ataques implacables y mensajes infundados. Finalmente, se analizó el lenguaje intolerante y/o discriminación, referido a aquellos comentarios que desconocen derechos básicos e iguales para todos los individuos en una sociedad democrática y pluralista; uso de estereotipos para etiquetar grupos sociales o étnicos (Papacharissi, 2004).

Metodología

Para analizar el lenguaje incivil presente en los comentarios de los usuarios de X, durante la segunda vuelta, se analizaron primero todos los mensajes publicados por los

los dos candidatos y que tuvieran a su vez, presencia de lenguaje incivil (Rega y Marchetti, 2021). Una vez delimitado el corpus de estos mensajes, 88 en total, se descargaron los comentarios publicados por usuarios en respuesta a dichos tweets mediante la herramienta Export Comments, que permite descargar en su versión gratuita más de 100 comentarios de manera aleatoria.

Cuenta	Tweets publicados	Tweets con lenguaje incivil	Comentarios descargados	Comentarios descargados (limpios)	Muestra
@petrogustavo	362	63	6.450	5.859	691
@ingrodolfohdez	208	25	2.397	2.114	249
Total	570	88	8.847	7.963	940

Tabla 1. Fuente: elaboración propia.

Al universo de comentarios N=8.847 se aplicaron 5 criterios de limpieza para depurar la base de datos: mensajes sin texto —como aquellos que únicamente contenían un enlace—; mensajes sin texto, solo con emoticones; mensajes que solamente hacían mención a otras cuentas; textos no entendibles y respuestas de los propios candidatos. Tras esta labor, el corpus de mensajes se redujo a N=7.963, del que se sacó una muestra de 940 comentarios, teniendo en cuenta un nivel de confianza del 95% y de error del 3%.

Variables

Una vez obtenida la muestra de análisis, se elaboró un libro de códigos que incluyó variables de control (fecha, nombre de la cuenta, ID del mensaje y contenido textual) y variables cuantitativas de incivilidad, clasificadas en: burla/sarcasmo, insultos, difamación/ acusación y lenguaje intolerante o discriminación.

Tipo de variable	Variable	Opciones de respuesta
Variable de control	Fecha	
	Nombre	
	ID	
	Texto	
Variable cuantitativa de incivilidad	Burla / sarcasmo	Ausencia = 0 Presencia = 1
	Insultos	Ausencia = 0 Presencia = 2
	Difamación / acusaciones	Ausencia = 0 Presencia = 3
	Lenguaje intolerante / discriminación	Ausencia = 0 Presencia = 4

Tabla 2. Variables de acuerdo con su tipología. Fuente: elaboración propia

Índice de medición

Partiendo de estas variables, se propuso un índice de medición de incivilidad que asignó un valor a cada categoría. Este índice permitió cuantificar los niveles de incivilidad en una escala de 0 a 10, donde 0 indicaba ausencia de incivilidad y 10 completamente incivil.

Variable	Valor de incivilidad
Burla / Sarcasmo	1
Insultos	2
Difamación / acusaciones	3
Lenguaje intolerante / discriminación	4

Tabla 3. Valores asignados a las variables cuantitativas de incivilidad. Fuente: elaboración propia.

Fiabilidad

Para garantizar la claridad y consistencia del libro de códigos, participaron tres codificadores, cada uno con un porcentaje específico de análisis. Se realizó un proceso riguroso de fiabilidad entre los codificadores,

asegurando así la aplicación uniforme de los criterios metodológicos que permitió un análisis preciso del escenario político en el período estudiado.

En el registro, si se identificaba alguno de los cuatro tipos de lenguaje incivil, la codificadora debía marcar "1" en la casilla correspondiente; si no presentaba incivilidad, se registraba "0". Al finalizar, la medición de incivilidad se estableció a partir de la suma total de puntos asignados a cada categoría de lenguaje.

Para evaluar la fiabilidad de los resultados por variable, se utilizó el coeficiente de Krippendorff's Alpha, un indicador ampliamente empleado en estudios de análisis de contenido. Este coeficiente oscila entre 0 y 1, donde 0 representa el desacuerdo entre los codificadores, y 1, máximo acuerdo.

"Suele considerarse que un buen grado de fiabilidad se encuentra entre 1 y 0,8. Por el contrario, si cae por debajo de 0,667 hablaríamos de un grado de acuerdo inaceptable" (Segado-Boj, 2019).

Para demostrar la objetividad de los evaluadores en el análisis de los mensajes, se siguieron los siguientes pasos metodológicos:

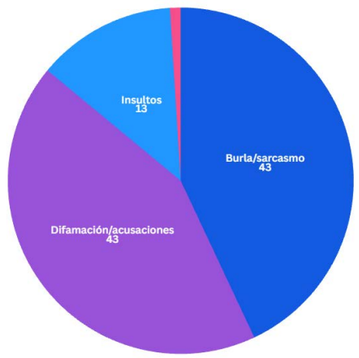
- Copiar y pegar los resultados del formulario de Google en documentos separados para cada variable: no se incluyeron variables abiertas en este proceso.
- Estos documentos se cargaron en la herramienta utilizada para calcular la fiabilidad
- Se analizó el Krippendorff's Alpha obtenido, como medida cuantitativa de la consistencia en la evaluación de las variables.
-

Además de la revisión de la fiabilidad mediante el coeficiente de Krippendorff's Alpha, se realizó un análisis cualitativo de los comentarios de los usuarios en X, conforme al libro de código y las variables previamente establecidas. Este enfoque permitió identificar patrones de interacción y temas recurrentes, proporcionando una comprensión más profunda de la dinámica política durante el periodo examinado.

Resultados

El análisis se realizó sobre una muestra de 940 comentarios codificados, extraídos de las respuestas de los usuarios a las publicaciones de las cuentas oficiales de @petrogustavo y @ingrodolfohdez durante la segunda vuelta presidencial de 2022

La categoría con mayor recurrencia fue la de burla y sarcasmo, con 443 comentarios (43%), seguido de la difamación y acusaciones, con 439 comentarios (43%). Este hallazgo sugiere que buena parte de la interacción se estructuró alrededor de narrativas de señalamiento y deslegitimación del adversario político, más que en el intercambio argumentativo de propuestas. Por su parte, el lenguaje intolerante o discriminatorio presentó una frecuencia considerablemente menor, con 6 registros (1%).



A partir de la ponderación de las variables, se construyó un índice de incivilidad, cuyo promedio general fue de 2,18 puntos, lo que indica un nivel moderado de incivilidad en el conjunto de la muestra. El análisis por cuartiles muestra que el 25% de los comentarios presenta un índice igual o inferior a 1, mientras que la mediana se sitúa en 2 puntos. El 75% de los

comentarios no supera los 4 puntos y ningún mensaje alcanzó el valor máximo teórico del índice, lo que sugiere una normalización de prácticas inciviles de intensidad media.

Categoría estadística descriptiva	Valores	Interpretación
Mean	2.18	El índice promedio de incivilidad es 2.18 sobre 10. La mayoría de los comentarios tienen niveles bajos de incivilidad.
Min	0	Hay comentarios sin incivilidad en absoluto.
25%	1	El 25% inferior tiene un índice ≤1.
50%	2	La mitad de los comentarios tiene un índice ≤2.
75%	4	El 75% de los comentarios tiene un índice ≤4
max	9	El valor máximo observado es 9 sobre 10.

Al comparar por candidato, los comentarios en respuesta a las publicaciones de @ingrodolfohdez presentan un índice ligeramente superior de incivilidad (2,20) frente a los dirigidos a @petrogustavo (2,16). Además, se observa una mayor presencia de burla y sarcasmo en los comentarios dirigidos a Petro, mientras que en los dirigidos a Hernández predominan los insultos y las acusaciones, siendo la difamación la categoría dominante en ambos casos.

Discusión

Los resultados permiten comprender la polarización discursiva en X durante la segunda vuelta presidencial de 2022 como un fenómeno principalmente afectivo y comunicativo, más que solo ideológico. La recurrencia de acusaciones y narrativas deslegitimadoras indica que la confrontación política se expresó, en gran medida, mediante la construcción simbólica del adversario como amenaza, desplazando el debate sustantivo sobre propuestas.

La predominancia de formas de incivilidad de intensidad media sugiere una normalización del lenguaje agresivo dentro de la interacción política digital, especialmente en contextos de alta tensión electoral. Aunque las expresiones abiertamente discriminatorias fueron poco frecuentes, la constante presencia de burla, insultos y acusaciones contribuye al deterioro del clima deliberativo y refuerza dinámicas de polarización afectiva.

Las diferencias observadas según el candidato muestran que las estrategias discursivas de incivilidad varían en su forma, pero no en su lógica central: en ambos casos, la deslegitimación del adversario opera como eje transversal de la conversación política. En conjunto, estos hallazgos evidencian los desafíos que la polarización y el lenguaje incivil plantean para la calidad del debate democrático en entornos digitales, al consolidar un espacio público caracterizado por la confrontación persistente más que por la deliberación racional.

Referencias bibliográficas

- Ackland, R., Gumbert, F., Pütz, O., Gertzel, B., & Orlikowski, M. (2023). Reciprocal Communication and Political Deliberation on Twitter. Social Sciences, 13(1), 5. https://doi.org/10.3390/socsci13010005
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. En N. Persily & J. A. Tucker (Eds.), Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform (pp. 34–55). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108890960.003
- Bentivegna, S., & Rega, R. (2024). Politicians Under Fire: Citizens' Incivility Against Political Leaders on Social Media. Social Media + Society, 10(4). https://doi.org/10.1177/20563051241298415 (Original work published 2024).
- Hernández, E., Anduiza, E., & Rico, G. (2020). Affective polarization and the salience of elections. Electoral Studies, 69, 102203. https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102203
- Iyengar, S., & Westwood, S. J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. American Journal of Political Science, 59(3), 690–707. https://doi.org/10.1111/ajps.12152
- Mason, L. (2018). Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity. University of Chicago

Press.

• Misión de Observación Electoral (MOE). (2023, 17 de julio). Informe de Observación Elecciones Nacionales 2022: Congreso y Presidencia de la República. MOE.

• Papacharissi, Z. (2015). Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. Oxford University Press.

• Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. New Media & Society, 6(2), 259–283. https://doi.Org/10.1177/1461444804041444

• Rega R. & Marchetti R. (2021) The strategic use of incivility in contemporary politics. The case of the 2018 Italian general election on Facebook, The Communication Review, 24:2, 107-132, DOI: 10.1080/10714421.2021.1938464

• Registraduría Nacional del Estado Civil. (2022, 29 de mayo). Resultados Elecciones Presidenciales 2022 – Segunda vuelta. https://www.colombia.com/elecciones/2022/resultados/

• Segado-Boj, F. (2019). Fiabilidad en el análisis de contenido: cómo calcular fácilmente el alfa de Krippendorff. Recuperado de https://franciscosegado.wordpress.com/2019/04/14/fiabilidad-en-el-analisis-de-contenido-como-calcular-facilmente-el-alfa-de-krippendorff/

• Theocharis, Y., Barberá, P., Fazekas, Z., & Popa, S. A. (2020). The Dynamics of Political Incivility on Twitter. Sage Open, 10(2). https://doi.org/10.1177/2158244020919447 (Original work published 2020).

MÁS QUE PALABRAS: “DISCURSOS DESDE LOS TERRITORIOS, RETÓRICAS INCLUSIVAS Y LENGUAJES EN RESISTENCIA”

Martha Lucìa Jaramillo Gutièrrez
Martha Lucìa Ospina Gòmez
Cesar Mauricio Guerra Romero
Institución:
Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Eje Temático:
Discursos, retóricas y lenguaje en la comunicación.

Resumen

Esta ponencia analiza el programa radial Más que palabras, comunicación transformadora, una iniciativa del Programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), desde una perspectiva crítica, territorial e intercultural. El programa, desarrollado en las zonas ZCBC-JAG y ZSUR, explora cómo el lenguaje -oral, escrito, musical y gestual- se convierte en un dispositivo de resistencia, inclusión y reconfiguración simbólica en contextos marcados por la violencia histórica, la exclusión lingüística y la fragmentación mediática.

A través de quince emisiones (2025), ha abordado temáticas como el lenguaje excluyente, la violencia simbólica, la construcción de paz, la identidad lingüística y la comunicación en redes, articulando voces juveniles, comunitarias y académicas. Examina las estrategias retóricas empleadas como la antítesis entre “palabras que curan” y “palabras que hieren”, el uso performativo del lenguaje inclusivo, y la incorporación de la Lengua de Señas Colombiana (LSC) y las sitúa en diálogo con experiencias latinoamericanas e internacionales como Radio Sutatenza (Colombia), Radio Payumat (Norte del Cauca) y Sawa Shabab (Sudán del Sur).

Se destaca también la producción de una canción original con inteligencia artificial y letra humana, así como la proyección hacia un videopodcast accesible en 2026. Esta experiencia demuestra que, desde los territorios, la comunicación radial puede operar como un espacio de enunciación múltiple, capaz de disputar sentidos y proponer lenguajes más justos y plurales.

Palabras clave

Discursos territoriales, lenguaje y poder, retórica inclusiva, comunicación radial, LSC, resistencia simbólica.

Introducción

En América Latina, los territorios no son solo espacios geográficos, sino también lugares de enunciación, donde se tejen memorias, lenguas, resistencias y formas propias de nombrar el mundo. En este contexto, la comunicación radial especialmente la universitaria y comunitaria ha sido históricamente un canal privilegiado para la reivindicación lingüística, la denuncia simbólica y la construcción de contra-narrativas. La presente ponencia se inscribe en el eje temático “Discursos, retóricas y lenguaje en la comunicación” del Congreso AFACOM 2026, al analizar cómo el programa Más que palabras se posiciona como una mediación discursiva desde los territorios colombianos, en diálogo con dinámicas globales de exclusión, violencia simbólica y lucha por la accesibilidad comunicativa.

Lejos de concebirse como un mero formato informativo, este programa radial se entiende como un acto de comunicación situado, que reconoce la palabra como campo de disputa política y ética. En un momento en que los discursos mediáticos tienden

a la homogenización o la polarización, iniciativas como esta ofrecen alternativas: lenguajes que escuchan, que incluyen, que curan.

Metodología

El programa se desarrolla con una metodología participativa, situada y crítica, que combina:

- Diagnóstico comunitario para selección de temáticas
- Entrevistas sonoras en territorios rurales, urbanos y étnicos
- Producción de notas periodísticas con análisis lingüístico y social
- Invitación de expertos y líderes comunitarios a los estudios
- Evaluación cualitativa mediante retroalimentación de audiencias y métricas de alcance
- Laboratorio de Lenguajes Inclusivos: Observación participante sobre la integración de la LSC y el uso performativo del lenguaje, evaluando su impacto en la accesibilidad como derecho cultural.

El corpus analizado incluye las quince emisiones (mayo–noviembre 2025) en la Radio UNAD Virtual, con énfasis en los recursos retóricos, la representación de voces y la construcción de narrativas alternativas.

Discusión

Más que palabras se inscribe en una tradición latinoamericana de comunicación comprometida con los territorios, que va desde Radio Sutatenza hasta las emisoras indígenas contemporáneas. Su aporte radica en articular esta herencia con los desafíos actuales:

- La fragmentación digital
- La invisibilización de lenguas minoritarias
- La banalización del discurso en redes.

Al hacerlo, el programa propone una ética del lenguaje que no se limita a "decir bien", sino a nombrar con justicia, escuchar con intención y comunicar con inclusión.

Resultados

El análisis de las quince emisiones producidas en 2025, bajo la lupa arroja los siguientes resultados fundamentales:

- Narrativas de Reexistencia: Se identificó que el uso del lenguaje como territorio, como lugar de enunciación, un espacio en el que se transite de relatos de victimización hacia narrativas de "reexistencia", donde el poder de la palabra se convierte en un activo político para la paz.
- Retórica de Sanación: El monitoreo de audiencias y el análisis discursivo demostraron que la antítesis entre "palabras que curan" y "palabras que hieren" generó una mayor conciencia ética en los jóvenes, quienes identificaron y categorizaron formas de violencia simbólica presentes en las redes sociales locales.
- Apropiación Cultural de la Tecnología: Se logró la producción de una pieza sonora original que integra Inteligencia Artificial para la composición rítmica con letras de autoría humana basadas en testimonios y conocimientos, demostrando que la innovación tecnológica puede estar al servicio de la sensibilidad cultural y no solo de la automatización.
- Justicia Comunicativa (LSC): Se estableció la ruta técnica y narrativa para la transición al videopodcast en 2026, integrando la Lengua de Señas Colombiana (LSC) no como un recuadro adicional, sino como un elemento estético y narrativo que garantiza el derecho a la información de la comunidad sorda.
- Vinculación Academia Territorio: Mediante el análisis Crítico del Discurso (ACD) y la producción transmedia, vinculando la teoría académica con la transformación real de sus entornos comunicativos inmediatos.

Referencias bibliográficas

- Areiza Londoño, R. (2012). Sociolingüística: Enfoques pragmático y variacionista. Ecoe Ediciones.
- Barreto, A., Parra, J., y Rebolledo, C. (2021). Sistema colombiano de notación fonética para las lenguas de señas (FonALS versión 2.5.x).
- García Canclini, N. (2004). La producción simbólica: Teoría y método en sociología del arte. Gedisa.
- Martín-Barbero, J. (1993). Comunicación y cultura: Entre la modernidad y la posmodernidad. Universidad de Antioquia.
- Moreno, Ó. J. C. (2012). Investigaciones radiofónicas: De la radio a la radio indígena. Ánfora, 19(33), 165–183.
- Radio Payumat. (2017). Tejido de Comunicación.
- Skliar, C. (2003). La diferencia como experiencia ética. Novedades Educativas.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. En D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton (Eds.), The Handbook of Discourse Analysis. Blackwell.

ANÁLISIS DE LA POLARIZACIÓN POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA, EN EL MARCO DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2026

Anly Dayanna Posada
estudiante de Comunicación Social y Periodismo
Universidad del Tolima
adposadar@ut.edu.co
Sandra Catalina Puello
estudiante de Comunicación Social y Periodismo
Universidad del Tolima
scpuellor@ut.edu.co
Juan David Varón
estudiante de Comunicación Social y Periodismo
Universidad del Tolima
jdvaronca@ut.edu.co

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo: analizar el escenario de polarización política construido por los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Tolima, en el marco de las elecciones presidenciales del 2026. En este contexto electoral, cualquier comentario sobre temas políticos puede ser interpretado como afiliación a una posición política, problemática ahondada por las redes sociales virtuales que, en muchas ocasiones, facilitan y amplifican discursos que invisibilizan la posibilidad de construir un escenario político sobre diferentes perspectivas.

Este fenómeno, también es agudizado por la mayoría de los medios tradicionales que reproducen narrativas de odio en contra de las posiciones contrarias, a las producidas por los centros de poder. En este escenario, de supresión de la diferencia, el capitalismo de vigilancia se convierte en una herramienta de poder utilizada por las empresas y los ciudadanos para perfilar a los usuarios diferentes a través de los contenidos que consumen, para posteriormente, atacarlos por tener una posición disidente a la hegemónica, acción que fractura lo poco que nos queda de humanidad.

Para desarrollar este trabajo, se utilizan las siguientes categorías de análisis: polarización política, educación superior, comunicación social, política electoral, filtro burbuja y la teoría de capitalismo de vigilancia, partiendo de un enfoque cualitativo, un diseño de estudio de caso y un alcance descriptivo utilizando grupos focales y entrevistas a profundidad, semiestructuradas, haciendo énfasis en la opinión de los estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo.

Palabras clave

polarización política, educación superior, comunicación social, política electoral y capitalismo de vigilancia.

Abstract

This research aims to: analyze the scenario of political polarization constructed by Social Communication and Journalism students at the University of Tolima, within the framework of the 2026 presidential elections. In this electoral context, any comment on political issues can be interpreted as affiliation with a political position, a problem deepened by virtual social networks, which on many occasions facilitate and amplify discourses that make invisible the possibility of building a political scenario based on different perspectives.

This phenomenon is also exacerbated by the majority of traditional media outlets that reproduce hate narratives against positions contrary to those produced by centers of power. In this context of the suppression of difference, surveillance capitalism becomes a tool of power used by companies and citizens to profile different users through the content they consume, in order to subsequently attack them for having a dissident position to the hegemonic one, fracturing the little humanity we have left.

To develop this work, the following categories of analysis are used: political polarization, higher education, social communication, electoral politics, and surveillance capitalism, starting from a qualitative approach, a case study design, and a descriptive scope using focus groups and semi-structured in-depth interviews, emphasizing the opinion of Social Communication and Journalism students.

Keywords

political polarization, higher education, social communication, electoral politics, and surveillance capitalism.

Introducción

Es común observar cómo se intensifican las diversas opiniones en las contiendas electorales, las cuales, de una u otra forma, se ven influenciadas por los conceptos de los expertos, los medios de comunicación y por los contenidos que las personas consumen a través de las redes sociales digitales. En Colombia, las elecciones presidenciales de 2026 se desarrollan en un entorno caracterizado por la tensión entre distintas posturas políticas, la circulación constante de opiniones en redes sociales y la dificultad de sostener discusiones que reconozcan la complejidad de los problemas sociales y políticos del país. En este contexto, cualquier postura crítica tiende a ser entendida como una afiliación política, lo que reduce el espacio para el debate y profundiza las divisiones entre distintas posiciones.

Las redes sociales han adquirido un papel central en la construcción de la opinión política, ya que, no solo funcionan como espacios de expresión, sino también como canales de circulación de discursos, que influyen en la forma en que las personas interpretan la realidad. En este sentido, resulta importante analizar cómo estos discursos se producen y circulan, así como la influencia que ejercen los mismos partidos políticos. Desde el enfoque del Análisis Crítico del Discurso, propuesto por (Van Dijk, 2017), se evidencia que el lenguaje no es neutral y que, en contextos políticos, puede contribuir a la reproducción de desigualdades, estereotipos y formas de dominación. Los discursos que circulan tanto en medios tradicionales como en plataformas digitales tienden a simplificar los conflictos sociales y a reforzar divisiones, influyendo en la manera en la que se forman las opiniones políticas de quienes los consumen.

En esta línea, las dinámicas actuales de las redes sociales pueden entenderse desde el concepto de capitalismo de la vigilancia, desarrollado por Shoshana Zuboff citada por (Jiménez, 2024). Desde esta perspectiva, las redes sociales operan bajo una lógica en la que las interacciones, opiniones y emociones de los usuarios se convierten en datos que son recolectados y utilizados con fines comerciales. En el ámbito político, este funcionamiento favorece la visibilidad de contenidos que generan mayor reacción, como el conflicto y la confrontación, lo que permite evidenciar que la polarización política es parte de un sistema que prioriza ciertos contenidos y condiciona la forma en la que las personas debaten y se informan.

En relación a lo anterior, el concepto de filtro burbuja, propuesto por Eli Pariser citado por (Bajaña Tovar, 2021), permite profundizar en la forma en la que los contenidos que circulan en redes sociales no llegan de igual manera a todos los usuarios. A partir de los datos que las personas dejan en su interacción cotidiana con las plataformas, los algoritmos seleccionan y priorizan información acorde con intereses y comportamientos previos, reduciendo el acceso a puntos de vista distintos. De este modo, la circulación de información en redes sociales no es uniforme, sino

que se estructura según patrones de uso que terminan influyendo en los temas y opiniones, con los que las personas entran en contacto durante la contienda electoral.

En otras palabras, las redes pueden convertirse en espacios donde los usuarios interactúan principalmente con contenidos afines a sus propias posturas, lo que refuerza ciertas creencias y limita el encuentro con perspectivas diferentes. Esta dinámica adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta que, para muchos jóvenes y estudiantes, las redes sociales forman parte de su vida cotidiana y funcionan como uno de los principales espacios para informarse y construir sus opiniones y posturas políticas.

Estas dinámicas, adquieren especial relevancia al ser utilizadas por los estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo, de la Universidad del Tolima, quienes participan activamente en redes sociales y se están formando como futuros profesionales. Su relación con la información política y con los contenidos que circulan en redes sociales resulta clave para entender cómo se configuran sus opiniones y sus posturas frente a los procesos electorales y a las problemáticas sociales del país. Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación se propone analizar cuáles son algunas de las causas de la polarización política de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Tolima, en el marco de las elecciones presidenciales de 2026, a partir de enfoques teóricos que permiten comprender cómo el uso de las redes sociales influye en la forma en que se informan, interactúan y participan políticamente.

A continuación, se desarrolla la teoría y una de las cinco categorías que se tienen en cuenta en la presente investigación:

En relación con el impacto de la teoría del capitalismo de la vigilancia en la participación ciudadana, el análisis se orienta a partir del modelo económico propuesto por la socióloga de la Universidad de Harvard Shoshana Zuboff. Según sus propias palabras, “El capitalismo de la vigilancia reclama unilateralmente para sí la experiencia humana, entendiéndola como una materia prima gratuita que puede traducir en datos de comportamiento.” (Zuboff, 2019, pág. 17). Este concepto se retoma como base para orientar el análisis del proceso investigativo, al identificar similitudes entre esta lógica económica y las dinámicas observadas en los temas abordados en el estudio.

En el entorno de las redes sociales, esa “materia prima gratuita” se refleja en las interacciones cotidianas de los usuarios, especialmente en el consumo de contenidos políticos. Estas interacciones, marcadas por el desacuerdo entre ciertas posturas, generan mayor actividad en las plataformas. A su vez, esta actividad produce “tráfico de datos” que son recolectados y procesados por las empresas tecnológicas, convirtiéndose en una fuente central de valor económico. Es decir, las dinámicas del capitalismo de la vigilancia no solo influyen en la forma en que circula la información política, sino también en las condiciones en las que se construye la participación ciudadana dentro de los entornos digitales.

En línea con lo anterior, resulta pertinente tomar como referente la teoría del filtro burbuja de (Pariser, 2017), quien señala que:

La democracia precisa de ciudadanos que vean las cosas desde el punto de vista de otros, pero en vez de eso cada vez estamos más encerrados en nuestras burbujas. La democracia demanda una dependencia con respecto a hechos compartidos, pero en su lugar se nos ofrecen universos paralelos separados. (p. 44).

Cuando un ciudadano busca informarse, principalmente a través de canales digitales, entra en un entorno informativo mediado por algoritmos personalizados que priorizan contenidos afines a sus intereses y comportamientos previos. Esto puede generar sesgos políticos en los que predominan ciertas ideologías, reforzando así lo que Pariser describe como burbujas informativas. Dentro de estas dinámicas, no siempre se propicia un análisis que trascienda

la visión política personal, y puede resultar difícil reconocer hasta qué punto las posturas adoptadas han sido fortalecidas por una exposición limitada a perspectivas diferentes.

Esta dinámica tiende a generar escenarios circulares en los que las personas perciben como amenaza o ataque aquellas opiniones que contradicen su visión. Situaciones como las confrontaciones entre seguidores de distintas corrientes políticas, por ejemplo, entre sectores identificados como Petristas y Uribistas en los cuales se evidencia cómo el debate puede transformarse en polarización, cuando no existe un terreno común de información compartida. En otras palabras, enfrentarse a posturas distintas implica salir de condiciones contextuales habituales que muchas veces han sido configuradas por la propia lógica del algoritmo.

Metodología

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo, mediante un diseño de estudio: de caso centrado en los estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Tolima, con el fin de comprender, qué piensan y qué opinan los estudiantes en el contexto de las elecciones presidenciales de 2026. Para la recolección de la información, se implementa la técnica del grupo focal, orientada a observar las interacciones de grupos sociales y la formación de opiniones en conjunto frente a la polarización, complementada con entrevistas semiestructuradas que permiten explorar de manera individual las percepciones de los estudiantes sobre las categorías centrales del estudio. Para analizar los datos, organizaremos las opiniones de los estudiantes por temas principales, centrándonos en lo que piensan como futuros comunicadores, para entender cómo lo que ven en redes y medios influye en su visión política del país.

Referencias bibliográficas

• Bajaña Tovar, F. (2021). Filtro burbuja:¿ Cuál es el costo de la personalización digital? Revista chilena de derecho y tecnología, 10(1), 29 - 52. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-25842021000100029&script=sci_arttext

• Jiménez, J. (2024). Shoshana Zuboff. La era del capitalismo de la vigilancia. Papeles de Cultura Contemporánea, Hum736(27), 346-350.

• Pariser, E. (2017). El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus. Obtenido de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=eeEBDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA40&dq=el+filtro+burbuja+eli+pariser&ots=Evu9vrQC3u&sig=mMF4GwK0V-q0P4I9NphQFbUF6zo&redir_esc=y#v=onepage&q=el%20filtro%20burbuja%20eli%20pariser&f=false

• Van Dijk, T. A. (10 de Diciembre de 2017). Análisis Crítico del Discurso. Portal de Revistas Académicas de Ciencias Sociales(30), 203 - 222. Obtenido de https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10

• Vera Jaramillo, L. (27 de Diciembre de 2024). El Palacio de Justicia revela cómo la memoria, al enfrentar tensiones históricas, puede abrir caminos hacia una paz más justa y crítica. Memoria y paz: voces en resonancia. Obtenido de https://www.senalmemoria.co/articulos/toma-palacio-de-justicia-memoria-paz

• Zuboff, S. (2019). La era del capitalismo de viigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder. Paidós. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/filosofia/wp-content/uploads/sites/210/2023/06/ZUBOFF_1.pdf

CARACTERIZACIÓN DE LA NOTICIA SOBRE LA VIOLENCIA FÍSICA EN LOS DISCURSOS DE NOTICIEROS AUDIOVISUALES NACIONALES COLOMBIANOS

Paula Andrea Jiménez Gálvez
Universidad de Manizales

Resumen

Esta ponencia es una de las aristas tratadas y desarrolladas en la tesis doctoral Imaginarios sociales sobre violencia física en los televidentes de noticieros nacionales colombianos en la que, aparte de realizar grupos focales con televidentes de tres noticieros audiovisuales para desentrañar los imaginarios sociales sobre la violencia, se realizó una observación de noticias sobre violencia física durante 21 días, en la que se analizaron 7 emisiones en distintos horarios, entre semana y fin de semana, de los tres noticieros de mayor rating, en el momento. Esta observación permitió caracterizar estos productos informativos desde sus aspectos técnicos y discursivos, además, encontrar regularidades y diferencias entre los noticieros y su manera de narrar la noticia sobre violencia física. Se trata de una investigación de corte cualitativo que no busca la generalización, sino la comprensión de este fenómeno que es ampliamente abordado en los noticieros audiovisuales nacionales desde el inicio mismo de los telenoticieros en Colombia.

Palabras clave

Noticia, violencia física, noticieros audiovisuales

Introducción

La relación entre violencia, en general, y medios de comunicación audiovisual ha sido fuente de múltiples investigaciones, de hecho, su estudio empezó desde la década de los 50 del siglo XX cuando los investigadores Horton y Wohl (1956) identificaron que los televidentes generaban una "relación parasocial" (p. 215) con aquellos que consumen. Esto podría explicarse por la ilusión de realidad que ofrece este medio a través de las características que le son propias: la imagen en movimiento y el sonido sincrónico. Estas características podrían explicar lo que los investigadores mencionados encontraron a mediados del siglo XX "la ilusión de la relación cara a cara con el artista intérprete o ejecutante". (Horton y Wohl, 1956, p. 215). Esta ilusión de relación cara a cara es la que genera la relación parasocial entre televidente y medios audiovisuales. En el caso de los telenoticieros, esa relación se genera tanto con los presentadores, periodistas y fuentes, pues es con ellos con quienes el espectador siente, cree, que interactúa.

Esta sensación se interacción es propia de los medios audiovisuales gracias a las cualidades ludicoafectivas y dramáticas propias del lenguaje audiovisual que chileno Valerio Funzalida describió a inicios de este siglo. Algunas de estas cualidades mencionadas por el autor, están:

Ser concreto, gracias a la analogía que tiene con aquello que representa, lo que le da facultad de estar plagado de particularidades que hacen sentir aquello visto como si estuviera pasando aquí y ahora, en sincronía con la realidad del espectador.

Contar con riqueza informativa, pues no sólo comunica la palabra dicha, también los gestos, la luz, el movimiento, los objetos, la vestimenta de quien habla, en encuadre visual, el sonido ambiente, la música. Esta riqueza informativa se suma a los marcos de referencia, de creencias del televidente y, a partir de allí, interpreta el mensaje y la realidad a la que se refiere ese mensaje. En este caso, las noticias sobre violencia transitan hacia la interpretación que el espectador hace del fenómeno total.

Tener potencial efectivo, pues a través de las imágenes y los sonidos, tan cercanos a la realidad que vive el televidente, en el sentido de ya haber visto o escuchado imágenes y sonidos similares en su vida cotidiana, en la mente del espectador se hacen presentes "recuerdos, asociaciones, sentimiento y emociones" (Fuenzalida, 2002, p. 118) lo que permite a estos discursos impactar, de entrada, afectivamente al espectador.

Sin embargo, no todos los mensajes audiovisuales logran construir con el espectador una relación de identificación, esto sólo ocurre cuando el contenido, en este caso, la noticia audiovisual, transita hacia la emoción del televidente, lo que ocurre cuando hay consonancia entre lo que se ve y lo que se prefiere (Fernández, Rivillas, Domínguez, 2011). Cuando este proceso se da con éxito, en la mente del televidente ocurre la identificación especular que no es otra cosa que "ponerse en el lugar del otro, verse reflejado en la imagen en algún rasgo, identidad, problema, acción, pauta, sentir que lo que ocurre tiene que ver con el espectador, apela a él y le dice algo" (2011, p. 15). En el caso de las noticias audiovisuales sobre violencia física, esta identificación especular se da y, gracias a ella, las condiciones de modo, tiempo y lugar, entran a ser parte de la red de significaciones que, posteriormente, se harán evidentes en los imaginarios sociales.

Si se suman la relación parasocial (Horton y Wohl,1956) y la identificación especular (Fernández, Rivillas, Domínguez, 2011) es posible encontrar un camino para comprender cómo los contenidos audiovisuales sobre violencia física, en este caso, las noticias, afectan la mente del espectador y empiezan a ser parte de las interpretaciones que hacen del mundo. Pero para llegar a esto, a desentrañar lo que ocurre en el pensamiento de las personas con los contenidos que consumen, yo he considerado necesario, primero, ver, caracterizar y comprender las estructuras y encuadres de los contenidos. Si bien los mensajes mediáticos no determinan los imaginarios sociales de sus televidentes, todos los medios son, en palabras del sociólogo chileno, Manuel Antonio Baeza (2019) "vectores de significación social… y esta significación constituye realidad" (Comunicación personal, abril 22 de 2019) y, como tal, hacen parte del andamiaje que les permite dar sentido al mundo, a su contexto y a su propia vida.

Metodología

Para la caracterización de las noticias se realizó una observación de noticias sobre violencia física durante 21 días, en tres noticieros que, en ese momento, marcaban el mayor rating – Noticias Caracol, RCN Noticias y Noticentro Uno CM&-. De cada uno de ellos se observaron analíticamente 7 emisiones distribuido en sus distintos horarios de lunes a viernes y de fin de semana.

Cada noticia se transcribió en una matriz de análisis en la que se transcribieron los aspectos de la banda de la imagen como de la banda de sonido. Contar con esta matriz permitió hacer una codificación de datos de la que emergieron categorías superficiales, organizados en una malla. Por efectos del tiempo y el espacio, sólo se abordarán tres de las categorías superficiales emergentes. Es importante hacer claridad en que estas características corresponden a las noticias analizadas de estos tres noticieros durante la observación de 21 días que se hizo de sus emisiones y no son generalizables. La investigación completa puede ser consultada en internet, bajo mi nombre.

Resultados

Características de las noticias so-

bre: Abuso sexual, ataque y homicidio (Jiménez-Gálvez, 2021).

Abuso sexual

Se trata de la acción violenta de carácter sexual que un victimario comente contra una víctima. En el momento de la observación, se dio un extenso cubrimiento al abuso sexual cometido por miembros del Ejército Nacional a menores de edad, especialmente pertenecientes a comunidades indígenas. Así pues, tanto las víctimas como los victimarios fueron identificados por sus grupos de procedencia y pertenencia. Tanto en RCN como en Caracol, el cubrimiento se centró no en el hecho violento, sino en quién los victimarios, mientras que, Noticentro Uno CM&, centró el cubrimiento las víctimas. El cubrimiento de estas noticias se adelantó durante varios días, y fue mostrado como un hecho frecuente, a través de varios casos ocurridos en varios departamentos colombianos contra niñas de diferentes etnias indígenas. Cabe señalar que en ninguno de los casos se identificó una víctima en particular, tampoco a un victimario específico, así, los discursos sobre este tipo de actos violentos, construyeron una representación del Ejército como victimario y de las comunidades indígenas como víctimas.

Pero estos no fueron los únicos casos sobre este hecho violento, sin embargo, en el periodo de observación de 21 días, todos los casos expuestos en los noticieros analizados fueron contra menores de edad. Fueron 3 casos en los que las víctimas fueron caracterizadas por la edad y los victimarios fueron plenamente identificados por tratarse de casos que ya habían sido juzgados o el sujeto estaba muerto (linchamiento).

En la banda de la imagen, en el caso de los abusos sexuales de miembros del Ejército contra niñas indígenas, muchas de las imágenes fueron desenfocadas en edición, así no tuvieran presencia de personas identificables en el plano. Los planos no desenfocados obedecían a partes de los cuerpos de uniformados o material de intendencia. El victimario, en el discurso visual, también fue construido como institución y no como un individuo, existió el victimario, pero nunca tuvo rostro. Lo mismo ocurrió con las víctimas, fueron narradas en grupo, indistintamente de su comunidad indígena, sólo en el discurso oral se les diferenciaba, pero el visual las imágenes se presentaron de manera indistinta, con cualquier imagen de comunidad indígena. Así, las víctimas tuvieron una construcción discursiva como un todo con su comunidad y con cualquiera de las demás existentes en el país. Todas estas imágenes fueron de archivo, sin identificación.

El discurso oral sobre fue predominantemente descriptivo: de los hechos, avances de las investigaciones o las reacciones desde las instituciones. Sin embargo, hay adjetivos calificativos frente a los hechos como doloroso, atroz, terrible, pero cabe resaltar que se hicieron presentes en una noticia en la que el victimario fue un civil y no un miembro del Ejército Nacional. En esta misma banda del sonido, se cuentan las fuentes que fueron, predominantemente, institucionales, siendo la más visible el Ejército Nacional a través de altos mandos y comunicados que fueron leídos dentro de las noticias y apoyados con graficación. Las voces ciudadanas fueron poco escuchadas. Estas fuentes también atribuyen adjetivos a los hechos, algunos resonantes con el discurso de los periodistas y otros más como: terrible e imperdonable, entre otros.

Características de las noticias sobre ataque:

Aunque en las noticias analizadas se detectaron varias subcategorías como ataque contra propiedad y maltrato animal, en este momento sólo me centraré en las que se refirieron a ataque a personas, entre civiles o de la fuerza pública hacia civiles.

En cuanto a la banda de la imagen, en estas noticias predominan los videos captados en la calle por personas desde sus dispositivos móviles. Por esta razón, las imágenes, muchas veces fueron de baja calidad técnica, pero con valor periodístico. También se recurrió al uso de imágenes de archivo sin identificar. Estas imágenes fueron usadas como apoyos al discurso oral del periodista o para recordar un hecho anterior. Al no identificarlas, el televidente las puede leer como parte de un discurso actual.

En esta categoría los victimarios son individualizados a través de la exhibición de su rostro en medio de los operativos, aunque todavía no hayan sido declarados culpables en un juicio. Si se compara con la categoría anterior, se evidencia que los victimarios presuntamente pertenecientes a organizaciones al margen de la ley fueron identificados e individualizados, pero los de la fuerza pública no. Esto se refuerza en el cubrimiento realizado por Noticias Caracol a dos casos de ataque que involucraron a miembros de la Policía Nacional: en el primero, los victimarios fueron civiles y las víctimas, dos policías. En este caso, el discurso visual fue expuesto a través de imágenes captadas a través de un celular que se repitió y, en ningún momento, los rostros de los victimarios fueron desenfocados, tampoco el de las víctimas. En el segundo, el victimario es un policía y la víctima es presentada como un presunto delincuente. En las imágenes que se usan para narrar la noticia, sí se recurre al desenfoque para cubrir el rostro del policía.

Esta diferencia en el tratamiento también se hizo evidente en la banda del sonido, donde el sonido de los disparos en el caso del ataque a los policías, fue dejado en primer plano (fue un policía quien disparó) mientras que, en las demás noticias sobre ataques, el sonido ambientes queda en segundo plano, cubierto por la voz en off que cumple una función descriptiva y de índole especulativo, en el sentido de mencionar posibles razones de los ataques sin contar con pruebas o testimonios que lo prueben. En cuanto al discurso de las fuentes, las voces institucionales siguen presentes, pero las ciudadanas cobran más relevancia como víctimas o como testigos de los hechos, incluso, en una oportunidad se le dio voz a uno de los victimarios.

Características de las noticias sobre homicidio:

A diferencia de las anteriores categorías, en ésta, las víctimas tienen el protagonismo en el discurso periodístico, en su mayoría, miembros de la sociedad civil, identificados dentro de del discurso como líderes sociales. Además, están los enfrentamientos entre bandas criminales y o de la fuerza pública contra grupos al margen de la ley. Por su relevancia, sólo se expondrán las relacionadas con líderes sociales.

En la banda visual, las víctimas fueron identificadas a través de fotografías cuando vivían, y fueron mostradas a través de imágenes de video captadas desde celulares de testigos, éstas fueron desenfocadas por tratarse de planos generales de su cuerpo una vez ocurrido el homicidio o con presencia de sangre. También se muestran partes de sus cuerpos muertos o de sus objetos personales. El discurso visual es complementado con imágenes que dan a entender el hecho violento como impactos de bala en paredes y casquillos. Por su parte, los victimarios fueron mostrados a través de imágenes que no los hacen identificables, enunciados por su pertenencia a un grupo y presentados en las imágenes de espalda, por partes de sus cuerpos uniformados o sus armas. En esta categoría esto es importante porque al mostrarlos de ese modo, tampoco es posible identificar al grupo al que pertenecen desde las imágenes exhibidas.

La banda del sonido tiene una predominancia de la voz off que construye un discurso descriptivo de los hechos y el estado de la investigación judicial, acompañado de un ejercicio especulativo de las causas. El sonido ambiente es casi inaudible o retirado. Las fuentes predominantes son institucionales y a las ciudadanas sólo se les da voz si están directamente implicadas en el hecho como víctimas adyacentes al homicidio.

Conclusiones

Las noticias sobre los actos violentos sobre abuso sexual, ataque y homicidio presentadas por los noticieros analizados, tienen algunas regularidades identificables como:

La construcción de un victimario por grupo de pertenencia, ya sea de la fuerza pública o de grupos al margen de la ley, implica que el victimario no sea identificable como un sujeto, sino como un grupo, es decir, no tiene un rostro concreto, se trata de un conjunto y es narrado así tanto en los discursos verbales como visuales de las noticias audiovisuales de los medios nacionales analizados.

La construcción de la víctima es un poco más diversa y depende del tipo de noticia violenta. Si se trata de menores de edad, es presentada por su edad. Si se trata de miembro de una comunidad, es presentada como procedente de un grupo específico. En ninguno de estos casos, es construida como un sujeto víctima, y se representa a través de un grupo que es blanco de ese tipo de violencia expuesta en la noticia. En el caso de los líderes sociales, son construidos de manera individual en la banda de la imagen, pero en la de sonido no se profundiza, pues el centro está en la descripción de los hechos.

Las fuentes más consultadas en el periodo de observación fueron las institucionales, lo que indica que la violencia es preferentemente narrada desde la institucionalidad en los telenoticieros observados, y siguen siendo estas fuentes las de mayor peso de credibilidad para los periodistas de medios audiovisuales. Las voces ciudadanas, en estas tres categorías, fueron poco escuchadas y no existe equilibrio entre sus voces y las de la institucionalidad.

Aunque se trata de discursos audiovisuales, donde el sonido resulta indispensable para representar el fragmento de realidad que se expone en pantalla, el sonido ambiente de las imágenes es casi inexistente y fue frecuente su eliminación. La banda del sonido es predominantemente oral, restando riqueza informativa a los discursos audiovisuales noticiosos.

Referencias bibliográficas

• Baeza (2019). Comunicación personal

• Horton y Wohl (1956). Mass Communication and Para-social interaction; observations on intimacy at a distance. Psychiatry, 19, 125 – 219

• Fernández, Rivillas, Domínguez (2011). Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión. Comunicación y sociedad. Vol. XXIV. Num 1. 7 - 33

• Fuenzalida (2002). Televisión abierta y audiencia en América Latina. Grupo editorial Norma.

• Jiménez-Gálvez (2021). Imaginarios sociales sobre violencia física de televidentes de noticieros audiovisuales nacionales. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Manizales]. https://repositorio.autonoma.edu.co/items/fecade7b-d030-4a54-8fd1-6245fae1f647

SUBJETIVIDADES POLÍTICAS EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: FACTORES PSICOSOCIALES EN LA ELECCIÓN DE CANDIDATOS EN AMÉRICA LATINA, EL CASO DE TUNJA (2023)

Juan Carlos Barreto Piña, PhD
Karen Julieth Pedraza Vargas
Stephany Pérez Pérez

Grupo de investigación:
Medición y Evaluación Psicológica en Contextos Básicos y Aplicados
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)

Eje de investigación:
Ambiente y subjetividad en diversos contextos.
Escuela de psicología
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, UPTC.

Nota de autores:
El presente Documento de memorias de la ponencia deriva de la ponencia presentada en el VIII congreso Internacional de Comunicación. Si bien mantiene la estructura y hallazgos originales, el título ha sido ajustado para ofrecer una mayor precisión conceptual y claridad argumentativa en el marco de esta publicación.
Documento de memorias de la ponencia Subjetividades políticas en la encrucijada digital: factores psicosociales en la elección de candidatos en América Latina, el caso de Tunja (2023)

Resumen

La transformación de las campañas políticas en entornos digitales ha generado nuevas formas de construcción de legitimidad electoral. Esta ponencia analiza cómo las emociones políticas, las narrativas colectivas y los símbolos digitales inciden en la configuración de subjetividades políticas en América Latina. A partir de un enfoque cualitativo, se desarrolló una revisión sistemática de literatura siguiendo el modelo PRISMA y un análisis de contenido situado sobre la campaña del candidato Mikhail Krasnov durante las elecciones locales de 2023 en Tunja, Colombia.

El corpus incluyó publicaciones difundidas en Facebook, Instagram, X (antes Twitter) y TikTok. Los resultados evidencian que las candidaturas outsiders logran capitalizar la desafección institucional mediante narrativas emocionales de autenticidad, cercanía y cambio. Asimismo, las plataformas digitales operan como espacios diferenciados de interacción política, donde las emociones, los símbolos territoriales y la exposición de la vida cotidiana del candidato facilitan procesos de identificación ciudadana.

Se concluye que la convergencia entre el giro digital y el giro afectivo ha reconfigurado la arena pública contemporánea, haciendo indispensable su análisis desde una perspectiva psicosocial para comprender la construcción de sentido político y la participación ciudadana en entornos digitales.

Palabras clave: psicología política, emociones políticas, narrativas colectivas, símbolos digitales, campañas digitales.

Introducción

En las últimas décadas, el estudio de las campañas electorales mediadas por tecnologías digitales ha adquirido una relevancia creciente dentro de las ciencias sociales. Sin embargo, gran parte de la literatura ha tendido a analizar por separado dimensiones como las emociones políticas, las narrativas discursivas o los símbolos de identidad colectiva. Esta fragmentación limita la comprensión de un fenómeno complejo: la producción de subjetividades políticas en un espacio público cada vez más mediado por plataformas digitales.

Desde la psicología política contemporánea se reconoce que las emociones no constituyen un residuo irracional del comportamiento electoral, sino un componente estructural de la cognición política. En los entornos digitales esta dimensión afectiva

se intensifica debido a la lógica algorítmica que privilegia contenidos capaces de generar interacción emocional. De esta manera, los mensajes políticos no solo informan, sino que también movilizan identidades, pertenencias y percepciones colectivas.

En América Latina estos procesos se articulan con una persistente crisis de representación institucional. La disminución de la confianza en los partidos tradicionales ha favorecido el surgimiento de candidaturas denominadas outsiders, caracterizadas por presentarse como alternativas externas al sistema político. En este contexto, las redes sociales se convierten en escenarios privilegiados para la construcción de legitimidad política mediante narrativas de autenticidad, cercanía y ruptura con la política tradicional.

El caso de Tunja resulta particularmente relevante para analizar estas dinámicas. Históricamente dominada por partidos tradicionales, la ciudad experimentó en las elecciones locales de 2023 la irrupción de un candidato identificado como outsider, Mikhail Krasnov, cuyo triunfo electoral se apoyó de manera significativa en estrategias de comunicación digital.

A partir de este contexto, la presente investigación busca responder a la siguiente pregunta: ¿de qué manera los factores psicosociales presentes en los discursos digitales —como las emociones políticas, las narrativas colectivas y los símbolos culturales— inciden en la formación de subjetividades políticas en campañas electorales locales?

Metodología

El estudio se fundamenta en un diseño cualitativo de alcance descriptivo-analítico. La estrategia metodológica se estructuró en dos fases complementarias: una revisión sistemática de literatura y un análisis de contenido situado sobre la campaña electoral analizada.

En primer lugar, se desarrolló una revisión sistemática de literatura siguiendo las directrices del modelo PRISMA. El objetivo fue identificar investigaciones empíricas que examinan la relación entre emociones políticas, narrativas colectivas, símbolos digitales y procesos de elección de candidatos en América Latina. La búsqueda se realizó en bases de datos académicas como Scopus, SciELO y Redalyc, priorizando artículos publicados entre 2018 y 2025. Tras aplicar criterios de inclusión y pertinencia temática, se consolidó un corpus de veinte estudios que sirvió como base comparativa para el análisis.

En segundo lugar, se realizó un análisis de contenido cualitativo centrado en la campaña digital de Mikhail Krasnov durante las elecciones locales de 2023 en la ciudad de Tunja. El corpus analítico estuvo conformado por cincuenta unidades de análisis, incluyendo publicaciones, videos, reels, comentarios, memes y hashtags difundidos en Facebook, Instagram, X y TikTok.

La selección se concentró en contenidos públicos con relevancia emocional, narrativa o simbólica durante el periodo de campaña electoral. El análisis se organizó a partir de tres categorías principales de subjetivación política:

- distanciamiento de la política tradicional,
- cambio y novedad,
- vida personal del candidato.
-

Estas categorías permitieron examinar la forma en que los discursos digitales construyen sentidos de cercanía, autenticidad e identificación colectiva.

Resultados

Los resultados muestran que la construcción de legitimidad electoral en entornos digitales se basa en una combinación de emociones políticas, símbolos culturales y narrativas de autenticidad. Tanto la revisión de literatura como el análisis del caso de

estudio evidencian que las campañas digitales funcionan como dispositivos de producción de sentido político, donde las emociones cumplen un papel central en la movilización electoral.

Una de las estrategias más recurrentes en candidaturas outsiders consiste en la construcción discursiva de un distanciamiento frente a la política tradicional. En el caso analizado, esta narrativa se expresó mediante representaciones simbólicas que destacaban la independencia del candidato frente a las élites políticas. Más que negar el sistema político, el discurso enfatizó la idea de renovación y cercanía con la ciudadanía.

Otro hallazgo relevante fue el uso estratégico de símbolos territoriales. Elementos culturales asociados con la identidad local —como la ruana, los mercados tradicionales y los espacios emblemáticos de la ciudad— funcionaron como mediadores simbólicos que reforzaron la percepción de pertenencia y cercanía entre el candidato y la ciudadanía. Estos recursos permitieron resignificar la noción de novedad política en términos de autenticidad y reconocimiento cultural.

Asimismo, se identificó la activación de emociones positivas como esperanza, empatía y confianza. Estas emociones operaron como mecanismos de legitimación política en un contexto marcado por la desafección institucional. La narrativa emocional permitió desplazar parcialmente el énfasis en propuestas programáticas hacia formas de identificación cotidiana con el candidato.

El análisis por plataformas digitales evidenció diferencias significativas. Facebook e Instagram funcionaron principalmente como espacios de validación comunitaria, caracterizados por discursos positivos centrados en la cercanía y la confianza. En contraste, X se configuró como un entorno más confrontativo, donde el humor, la ironía y el debate político coexistieron con expresiones de apoyo ciudadano.

Por su parte, TikTok desempeñó un papel clave en la conexión con el electorado joven. A través de contenidos audiovisuales breves y dinámicos, los usuarios no solo consumieron mensajes políticos, sino que también los reinterpretaron y difundieron mediante formatos virales, participando activamente en la construcción simbólica de la campaña.

Discusión

Los hallazgos permiten interpretar la emergencia de una política de las percepciones en el contexto latinoamericano, donde las emociones, las narrativas y los símbolos locales adquieren un papel estructurante en la construcción de legitimidad electoral. En contraste con los escenarios nacionales altamente polarizados, los contextos locales ofrecen mayores posibilidades para canalizar la inconformidad ciudadana mediante afectos positivos asociados a la cercanía y la identificación comunitaria.

En este marco, las redes sociales no operan únicamente como canales de difusión, sino como espacios con lógicas comunicativas propias que influyen en las formas de participación política. Cada plataforma activa registros emocionales diferenciados que configuran modos específicos de interacción ciudadana.

No obstante, la creciente centralidad de la emocionalidad digital también plantea interrogantes sobre la naturaleza de la autenticidad política en entornos caracterizados por la segmentación algorítmica y la gestión estratégica de la atención. Los vínculos afectivos construidos en redes sociales pueden oscilar entre procesos genuinos de conexión ciudadana y estrategias sofisticadas de comunicación política.

En consecuencia, el análisis sugiere que la política contemporánea en América Latina atraviesa un proceso de transformación desde una crisis de representación hacia lo que podría denominarse una democracia de la autenticidad, en la cual la legitimidad política depende cada vez más de la capacidad de los actores políticos para conectar simbólica y emocionalmente con la ciudadanía

en entornos digitales.

Conclusiones

El estudio demuestra que la configuración de subjetividades políticas en campañas digitales se sustenta en la interacción entre emociones, narrativas y símbolos culturales. En el caso de Tunja, la campaña analizada evidencia cómo las candidaturas outsiders pueden construir legitimidad electoral mediante estrategias de comunicación que enfatizan la autenticidad, la cercanía y la identificación territorial.

Asimismo, las plataformas digitales generan espacios diferenciados de participación política que transforman la relación entre candidatos y ciudadanía. Comprender estas dinámicas resulta fundamental para analizar las transformaciones contemporáneas de la comunicación política en América Latina.

Finalmente, se destaca la necesidad de continuar investigando los efectos de la emocionalización del discurso político en contextos digitales, particularmente en escenarios locales donde las redes sociales desempeñan un papel creciente en la construcción de legitimidad democrática.

EL MUSEO DEL RÍO MAGDALENA: UNA PANTALLA QUE OCULTA CUANDO EL RÍO SUENA

Luis Miguel López Londoño
Profesor titular
Escuela de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de Manizales

Resumen

El Museo del Río Magdalena instaló en septiembre de 2015 una exposición permanente en la antigua ciudad colonial de Honda, Tolima. El museo presenta una narrativa dominante que exalta su historia comercial y económica, su folclor y su riqueza cultural. No obstante, oculta y omite la relación histórica entre el río y la violencia. Por tal motivo, el museo no logra el propósito de restablecer los vínculos que conectaban a la sociedad colombiana con el río. El río-memoria que se presenta no es el mismo río que las comunidades recuerdan y habitan.

Palabras clave

Memoria, museo, Río Magdalena, omisión, violencia.

Introducción

El Museo del Río Magdalena instaló en septiembre de 2015 una exposición permanente en la antigua ciudad colonial de Honda, Tolima. La misión del museo, según su página web oficial, establece: "El Museo del Río Magdalena es un aula viva que busca restablecer y potenciar los vínculos de la sociedad colombiana con el río-país, a partir de una apuesta museal contemporánea, de emoción, conocimiento y reflexión, generando una experiencia transformadora en sus visitantes".

Sin embargo, sostengo que la misión declarada de restablecer los lazos fracturados que conectaban a la sociedad colombiana con el río no se cumple. El museo oculta la relación duradera entre el Río Magdalena y la violencia, al mismo tiempo que exhibe una narrativa dominante que enaltece su historia comercial y económica, su folclor y su riqueza cultural. Al admitir abiertamente la ruptura de estos lazos pero ocultar las razones —es decir, el impacto de la guerra y el uso del río como espacio de desaparición de cuerpos — el museo presenta una historia incompleta del río que no logra reponer tales vínculos. El río-memoria que se muestra en el Museo no es el mismo río que las comunidades recuerdan y habitan.

Metodología

La crítica retórica pertenece a un grupo de métodos que, según Black (1978), exigen decisiones personales y están permeados por contingencias. De ahí que, como método subjetivo, "la crítica retórica se resista a la sistematización, lo que significa, en consecuencia, que el crítico se resista a dar cuenta de sus propios procedimientos" (McKinnon et al., 2016, p. 1-2). Sin embargo, considero importante aclarar que en este análisis abordo la retórica como "cualquier discurso, forma artística, performance, objeto cultural o evento que-por medios simbólicos y/o materiales-tiene la capacidad de 'mover' a alguien" (Ott & Dickinson, 2013, p. 2).

Esta caracterización de la retórica permite comprender que el Museo del Río Magdalena, como pieza artística y cultural, tiene la capacidad de "crear, reforzar o desafiar estructuras sociales y relaciones de poder particulares; de generar, fomentar, o impedir el cambio social, cultural, y político; y de afirmar o subvertir ideologías y sistemas de creencias pre-

valecientes" (Ott y Dickinson, 2013, p. 11). En esencia, el guion museológico está diseñado para omitir representaciones históricas y promover una narrativa que borra cualquier relación del Río Magdalena con la violencia.

Discusión y resultados

La sala principal del museo se denomina El Buque. En su forma rectangular se asemeja a un barco, con una hélice oxidada en la parte trasera y un timón al otro extremo, frente a una pantalla de televisor que simula el lento movimiento del barco río arriba. El sonido del Magdalena, que corre muy cerca, contribuye a generar un ambiente acústico que llena al visitante de una experiencia más auténtica. Siguiendo una dimensión temporal, el museo está dispuesto cronológicamente de atrás hacia adelante. Es aquí donde el visitante inicia su viaje a través del tiempo.

Placas de madera y vidrio con textos informativos cuelgan de las distintas paredes de esta sala, ofreciendo descripciones detalladas de las complejas tareas realizadas por la tripulación de las embarcaciones de ruedas impulsadas por vapor y de las empresas navieras del Magdalena; de otros medios de transporte como chalupas, piraguas, ferris y champanes; así como de los conocimientos, la división del trabajo, las habilidades, los instrumentos y las técnicas utilizadas en el arte de la pesca. Fotografías en blanco y negro complementan y decoran estas descripciones mostrando cargueros en los puertos o navegando; dibujos en paredes de criaturas sobrenaturales y legendarias que han habitado las riberas; folletos usados por las empresas de transporte fluvial para vender boletos y maletas antiguas de pasajeros y libros con crónicas de viaje. El museo exhibe diferentes objetos artesanales únicos de la cultura y la fauna del río: especies animales, redes de pesca, canoas de madera, remos, costales de café, canastos de mimbre y sombreros tejidos con hojas de palma nativa. Todos estos artefactos recrean una atmósfera que mezcla pasado y presente. La interacción entre los múltiples objetos y recursos visuales guía al visitante a redescubrir un río histórico y geográficamente distante.

Sin embargo, ni la violencia ni el conflicto armado se incluyen como factores que alteraron la vida en las zonas ribereñas. Ni el agua ni los moradores de las orillas son presentados como víctimas de una guerra devastadora. Estas omisiones son evidentes y consistentes con la narrativa dominante sobre el río. Como afirmó Zelizer (1995), en la fabricación de memorias colectivas "las cuestiones de exactitud y autenticidad histórica son desplazadas para dar cabida a otros asuntos" (p. 127). El museo da cabida y proyecta las particularidades de las comunidades ribereñas como elemento constitutivo de la identidad colombiana, mientras encubre la historia de la violencia. La exposición presentada también está destinada al olvido. Como sostuvo Vivian (2010), el olvido también es un instrumento del recuerdo.

Cuando los visitantes caminan por el corredor exterior de El Buque, se encuentran con un dibujo a lo largo de un muro de unos veinte metros de longitud que representa, en dirección horizontal, el recorrido del río Magdalena. Este muro forma parte de un balcón desde el cual los visitantes pueden ver el río a lo lejos. El dibujo muestra sus afluentes y algunos de los pueblos y ciudades ubicados en sus riberas. La única mención a la violencia en el museo está inscrita en este muro, pero debido a su tamaño y a su aparente irrelevancia puede pasar desapercibida. La escasez de información es coherente con la política del museo. El mensaje dice:

NOSOTROS: LOS EXINTEGRANTES DEL BLOQUE DE AUTODEFENSAS DE PUERTO BOYACÁ, PEDIMOS DE CORAZÓN PERDÓN A TODAS LAS VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA.

El texto está precedido por un dibujo de la bandera y el escudo de Colombia en la esquina superior izquierda. Las figuras que aparecen debajo del mensaje representan y evocan las tumbas de quienes fueron asesinados por este grupo armado. Este mensaje está presente en una valla a la entrada de Puerto Boyacá y reemplaza aquella en la que este municipio daba la bienvenida a los visitantes proclamándose como la capital antisubversiva de Colombia. No obstante, esta súplica de perdón no explica la relación entre el río Magdalena y el paramilitarismo, ni los repertorios de violencia que este último empleó. Tampoco constituye una disculpa dirigida al río ni una explicación de cómo fue utilizado para ocultar las pruebas de crímenes atroces.

A pesar de su presunta insignificancia, este mensaje quiebra sutilmente la narrativa dominante del museo, destinada a guiar al visitante a través del patrimonio vivo de los pescadores y de los habitantes que se han asentado en las tierras a orillas del río. Pero este episodio se presenta como algo intrascendente. La descripción es mínima y poco detallada, lo que desvía el interés del visitante. Aunque se reconoce tímidamente que la violencia sí golpeó a esta región, existe una historia más allá que no se cuenta. Una solicitud de perdón sustituye toda una narrativa histórica, privando así al visitante del museo de un pasado en el que el río llegó a convertirse en un epicentro de la guerra.

En la pared de la recepción, a la entrada del museo, cuelga una placa de vidrio titulada "Navegación y rostro de un río-mundo" que informa:

El Magdalena, aguas arriba, aguas abajo, un espejo en el que reconocemos nuestra ardua y conflictiva construcción de la nación. El país se tejió en su cuenca y la nación fluyó, como nuestro río, entre la vida y la muerte, el olvido y la esperanza. El río Magdalena es un río-memoria habitado por diversos grupos humanos, cuyo rostro este museo desea hacer visible; ellos han hecho del Magdalena un río-mundo, cultura en movimiento.

Sin embargo, la retórica del museo fluye a contracorriente de esta afirmación. En primer lugar, como "espejo", el museo no produce imágenes mediante la reflexión, sino a través de la ofuscación. Oscurece la relación del río con la violencia, en lugar de producir y reflejar imágenes de las aguas manchadas por el derramamiento de sangre de la guerra. La ausencia de descripciones detalladas sobre las repercusiones de la violencia refleja una representación incompleta del río. En efecto, la "construcción de la nación" ha sido ardua y conflictiva también por una fuerza destructiva llamada violencia, pero esta se oculta y se cubre con nociones de armonía y unidad pacífica.

En segundo lugar, el fluir de la nación y del río "entre la vida y la muerte" está notoriamente ausente en la exposición del museo. A pesar de representar de manera implícita los ciclos biológicos de la vida y la muerte, así como la existencia de distintas generaciones, el museo excluye la violencia de este "fluir", aun cuando ha sido el factor más perturbador y amenazante en la historia de nuestra nación. Phillips (2010) ha sugerido que no es el olvido, sino "la posibilidad de recordar de manera diferente lo que constituye el fracaso fundacional de la memoria" (p. 212). El museo pretende que los visitantes recuerden el río de otra manera, es decir, sin la impronta de la violencia; y fracasa en ello. El museo es una puesta en escena retórica que los engaña al "aplicar erróneamente una imagen a la huella dejada por la experiencia pasada" (Phillips, 2010, p. 11). En otras palabras, el museo articula un "río-memoria" que es históricamente distinto de aquel que está grabado en la conciencia colectiva colombiana.

En tercer lugar, al tiempo que el museo convoca al recuerdo de las actividades económicas, las historias de navegación y las dinámicas sociales y culturales que surgieron de la relación entre el río y su gente, también promueve la supresión de la violencia como una memoria competidora e incómoda. El museo impone un borramiento represivo y presenta un guion que es "abierto en sus actos de conmemoración cele-

bratoria, pero encubierto en sus actos de edición y borradura" (Connerton, 2008, p. 61). El museo opera para ocultar y borrar la guerra, la mayor tragedia de la sociedad colombiana (Melo, 2017), de la historia del río. Al hacerlo, el museo absuelve al Estado de su responsabilidad política. El Magdalena es un "río-memoria" incompleto y deformado. Así como un río erosiona la tierra, el "río-memoria" aquí exhibido erosiona la historia mediante la acción del ocultamiento y la fragmentación. Pese a su objetivo declarado, el museo invisibiliza a los "diversos grupos humanos" y los rostros que soportaron y resistieron el embate de una guerra que convirtió al río en un cementerio en movimiento o en el camposanto de la nación, como muchos de esos rostros lo han descrito. El museo lo hace presentando una serie de retratos de pescadores sonrientes que proyectan alegría y un estado de bienestar.

Al omitir la relación del río con la violencia, el museo no cumple con su misión declarada: ni restablece los vínculos ni genera un momento transformador. Esta misión supone la existencia de una ruptura, pero nunca exhibe los factores ni las consecuencias que subyacen a dicha fractura, y de este modo fracasa en reconciliar al pueblo colombiano con el río. Lejos de "generar una experiencia transformadora" en sus visitantes, el museo está deformando esa experiencia. Entrevistado por el escritor británico Wade Davis en su magnífico libro "Magdalena: Historias de Colombia", el director del museo, Germán Ferro, señaló: "Limpiar el río sería lavar el alma de la nación. Si alguna vez hemos de reconciliarnos, necesitamos afrontar el pasado, la violencia, la muerte y un tiempo en el que los ríos corrían rojos de sangre" (Davis, 2020, p. 145). No obstante, el museo nunca afronta ese pasado violento. El río corrió rojo de sangre en las narrativas de muchos colombianos que habitaron sus riberas, pero no dentro de los textos y objetos exhibidos en esta casa de estilo antiguo en el municipio de Honda. El río como "el alma de la nación" reconoce abiertamente el papel crítico que este desempeñó en la historia. El río, tal como es representado en el museo, es el alma de la nación pero exhibida sin sus dolores y miserias, sin su angustia ni sus cicatrices.

Mientras Colombia atraviesa un proceso de transición política y reconciliación, hacer irrecuperables las imágenes del pasado va a contracorriente del objetivo de reestablecer vínculos sólidos. Como argumentó Doxtader (2007), la reconciliación es una "abstracción peligrosa si no está precedida por el reconocimiento, un proceso orientado a reconocer la experiencia histórica… y a recuperar la identidad y la dignidad de quienes han sido sometidos y divididos por la violencia" (p. 120). En un país que se encuentra inmerso en una redefinición significativa de su historia nacional, enfrentar el pasado a través de omisiones y del acuerdo final no permite confrontar el dolor y la angustia dejados por la guerra. En otras palabras, el museo constituye una oportunidad perdida para sanar y restaurar la condición saludable de nuestra nación.

Conclusión

El museo pudo haber contado una historia distinta. A partir del curso de las aguas del Magdalena, podría narrarse la historia de la violencia y la resistencia durante la Conquista, de las guerras civiles que moldearon nuestra vida política y republicana, y del período más reciente de violencia engendrado por guerrillas, paramilitares y narcotraficantes. La misma dimensión temporal que se exhibe en el museo podría utilizarse para contar la historia de nuestra nación a través del lente de la violencia. El Museo del Río Magdalena falsea la realidad: presenta una apariencia incompleta e inconsistente con ese pasado y ese presente. Retomando la analogía de Ferro entre el río y el alma de la nación, borrar la violencia del río equivale a borrar la violencia de Colombia. El río Magdalena es la arteria que recorre el metabolismo del país, irrigando sus células y tejidos con vida, pero también con muerte.

Referencias bibliográficas

- Black, E. (1978). Rhetorical criticism: A study in method. University of Wisconsin Press.
- Connerton, P. (2008). Seven types of forgetting. Memory Studies, 1, 59–71.
- https://doi.org/10.1177/1750698007083889
- Davis, W. (2020). Magdalena: Historias de Colombia. Crítica.
- Doxtader, E. (2007). The Faith and Struggle of Beginning (with) Words: On the Turn
- Between Reconciliation and Recognition. Philosophy & Rhetoric, 40, 119–146.
- https://doi.org/10.1353/par.2007.0011
- McKinnon, S. L., Asen, R., Chávez, K. R., & Howard, R. G. (Eds.). (2016). Text + field: Innovations in rhetorical method. The Pennsylvania State University Press.
- Melo, J.O. (2017). Historia mínima de Colombia. Turner Publicaciones.
- Misión. (2026, Febrero 12). Museo del Río Magdalena. https://museodelriomagdalena.org/el-museo
- Ott, B.L., & Dickinson, G. (2013). Entering the unending conversation: An introduction to rhetorical criticism. En B. Ott & G. Dickinson (Eds), The Routledge reader in rhetorical criticism (pp. 1-13). Routledge.
- Phillips, K. (2010). The Failure of Memory: Reflections on Rhetoric and Public
- Remembrance. Western Journal of Communication, 74, 208–223.
- https://doi.org/10.1080/10570311003680600
- Vivian, B. (2010). Public forgetting: The rhetoric and politics of beginning again. The Pennsylvania State University Press.
- Zelizer, B. (1995). Reading the Past Against the Grain: The Shape of Memory Studies.
- Critical Studies in Mass Communication, 12, 214-239.
- https://doi org/10.1080/15295039509366932

ENTRE EL DEBER Y LA DISTANCIA: LA NARRATIVA DE LA PATRIA DE MANIZALES SOBRE LA GUERRA DE COREA (1950–1953)

Sebastián Cárdenas Zuluaga
Programa de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de Manizales
Semillero de Investigación
Historia Regional del Periodismo Caldense
Dra. Adriana Villegas
13 de febrero de 2026

Resumen

Esta ponencia analiza como el periódico regional colombiano "La Patria", narró los hechos de este conflicto, desde la lejanía, pero siempre con la determinación de cumplir con el deber periodístico documentando la guerra con noticias, crónicas y reportajes, por la comunicación análoga de la época, el periódico tomaba las noticias de fuentes de primera mano, de reporteros estadounidenses que estaban en el campo de batalla; las crónicas y reportajes también se ayudaban de estos reporteros, pero también de entrevistas a militares colombianos y de cartas y recibimientos que le realizaban a los soldados en su ciudad natal.

Abstract

This article analyzes how the Colombian newspaper 'La Patria' narrated the facts of this conflict, Korea´s War, from the periphery, but always with determination of accomplishing their journalist duties, documenting the war with news and chronicles with the analogue communication of the age, the newspaper took the sources on the conflict from first hand, from journalist entering battlegrounds; the chronicles and reports also depended on this brave journalists, but also relied on interviews to military personnel, correspondences and welcomes that the soldiers received in their hometowns.

Palabras clave

Guerra de Corea; Prensa colombiana; La Patria; memoria histórica, soldados, Batallón Colombia, valentía.

Introducción

La Guerra de Corea (1950–1953) constituyó un acontecimiento central en la política exterior colombiana del siglo XX. Colombia fue el único país latinoamericano que envió tropas al conflicto bajo el mando de las Naciones Unidas, lo cual tuvo importantes repercusiones simbólicas, diplomáticas y mediáticas. En este contexto, la prensa desempeñó un papel fundamental en la construcción de sentido sobre la guerra y la participación nacional, también en compadecer este conflicto debido a la participación de 5100 hombres de las Fuerzas Armadas Colombianas en este conflicto.

Metodología

La investigación se apoya en la arqueología hemerográfica, se remitió directamente al archivo físico y regional de La Patria. El corpus analizado incluye textos periodísticos entre 1948 y 1955, así como publicaciones contemporáneas que recuperan la memoria del conflicto. Se examinaron detenidamente folios de cada año mencionado, para encontrar que historias había en cada edición del periódico, por minúscula que fuera, sirve para conocer, que tipo de información recibieron las personas de la región sobre el conflicto y si llegaron a tener noticias de soldados de Caldas en Corea.

Análisis histórico del contenido de La Patria (1948–1955)

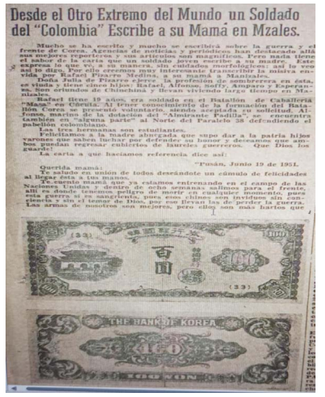
Durante el periodo analizado, "La Patria" construyó un discurso coherente con el clima ideológico de la Guerra Fría. Las noticias y editoriales tendieron a legitimar la participación colombiana en un conflicto lejano, narrado desde el centro regional en Corea como un deber moral y político asumido desde la distancia geográfica y cultural del conflicto, enmarcado en la defensa de la libertad y el orden internacional frente al comunismo. Este posicionamiento se apoyó en un lenguaje épico, referencias a la alianza con Estados Unidos y la ONU, y una narrativa de sacrificio patriótico.

Este sentimiento patrio se pudo ver reflejado en la época, en la connotación de cómo se abordaba las noticias del Batallón Colombia, y a como se refería a un militar colombiano cuando lo entrevistaban, con términos como "honorable", "valientes", incluso despotricando de los jóvenes de la ciudad, llamándolos "mediocres" por llevar una vida en la ciudad de manera simple y no estar luchando de manera valerosa en el campo de batalla.

Imágenes y relatos de la guerra, contado desde los soldados

La Prensa Manizaleña de la época, monopolizada prácticamente por "La Patria", también dejó espacio para contar historias de la guerra y actos en la ciudad referentes a este hecho histórico, que permeó al mundo; a Colombia, y Caldas en ese momento no fue la excepción, dejándonos en las páginas de los diarios de la época, cartas de soldados a la familia y eventos de recibimiento a los hombres que disputaban esta guerra al otro lado del mundo. Brindando una parte más humana de este conflicto, dándole protagonismo a los que Vivian la guerra en realidad. Como fue en la impresión del 7 de agosto de 1951, que presentó una carta que envió el soldado manizaleño, Rafel Pizarro Medina a su madre, doña Julia Medina De Pizarro, contándole los horrores de la guerra y enviándole una remesa de 100 Wones de ese año, equivalente a 16,5 dólares aproximadamente señalado en la misma carta, lo que serían 32.34 pesos colombianos de la época, según calculadora de inflación de world bank data (2026), haciendo el cálculo el resultado arroja que son 440 mil pesos de hoy en día, una historia que resalta en medio de miles ediciones en La Patria, no fue algo escrito, permeado de ideas o con excelente escritura de los periodistas del periódico, fue algo transparente, que vale la pena darle la connotación que merece.

Figura 1


Desde el Otro Extremo del Mundo un Soldado del "Colombia" Escribe a su Mamá en Mzales.

Mucho se ha escrito y mucho se escribirá sobre la guerra y el frente de Corea. Agencias de noticias y periodistas han derrochado tinta en sus crónicas y sus artículos son magníficos. Pero nada tiene el sabor de esas cartas que llegan de allá, escritas por los soldados que la ven y la viven, sin cortapisas mentirosas; así la vemos en el día. Por ello creemos muy interesante transcribir la misma enviada por el soldado Rafael Pizarro Medina a su madre, doña Julia de Pizarro viuda, la profesión de sombrerera es esta, de viuda y tiene cinco hijos: Rafael, Alfonso, Sofía, Amparo y Esperanza, estudios de Chachara y llevan viviendo largo tiempo en Manizales.

Rafael tiene 19 años, era soldado en el Batallón de Caballería "Maza" cuando se produjo el llamamiento para la guerra de Corea. Como se recuerda, se pregonó voluntario, sin necesidad de llamamiento, fue a la defensa del "Almirante Padilla", se encuentra actualmente en el frente de batalla por parte al Norte del Paralelo 38 defendiendo el pueblo coreano.

Las tres hermanas son estudiantes.

Nos dirigimos a la madre abnegada que supo dar a la patria hijos valientes que saben luchar por defender su honor y defensa que amparan nuestras instituciones de hierro y acero. Que Dios los guarde.

La carta a que hacemos referencia dice así:

"Pusan, Junio 19 de 1951.

Querida mamá:

Te saludo en unión de todos deseándote un cúmulo de felicidades al lado de tus manos.

Yo estoy mamá que ya estamos entrando en el campo de las Naciones Unidas, en el frente de batalla, en el campo de la muerte, donde tenemos peligro de morir a cualquier momento, pero esta guerra si es sangrienta, pero con chinos son invisibles sin cara. Los aviones son mejores, pero ellos también se preparan para la guerra. Las armas de nosotros son mejores, pero ellos son más bárbaros que nosotros y así se pasan a veces en igual nivel. Busquele a Dios que te ve vaya a caer en manos de esa gente como prisionero porque ellos se hacen de nosotros, tratarlos bien y darles buena comida, sino que los torturan, pues son muy sanguinarios y degradados.

Mamá yo me parezco que ya no conocerá más ahora un hermano y poderse ver, pues tiene tres años de estar en la guerra. Aquí hay americanos, portorriqueños, ingleses, franceses, en fin, de todas las partes del mundo.

Mamá, cuando nosotros vamos de propulsión a ahorro, los cuales, no se pueden ver pero se da una cuenta de que pasan por el cuerpo de humo que dejan.

Mamá, yo no sé que decirles pues me es necesario saber lo ti. A Yranchie que no escribe, la misma que dicha tarde, Amparito, Esperanza, a Tía Angelina que yo le ruego a Dios por ella.

Tienes que escribirme pues antes de Agosto me llegan después no. Esta carta la escribo desde el radar en la colina número 7 en Uncheon, en la línea escrita.

Te pido su bendición.

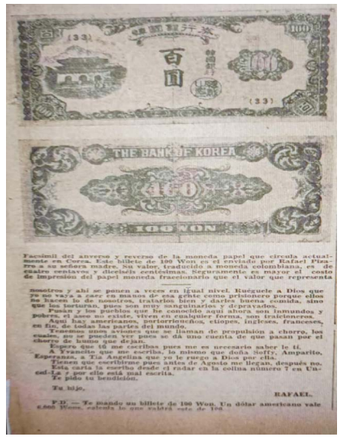
Tu hijo,

RAFAEL.

P.D. — Te mando un billete de 100 Won. Un dólar americano vale cien Won, calcula lo que valdrá esto de 100.

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria.

Figura 2



Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria

En los archivos que datan de la fecha cercana al término de la guerra, como en el siguiente caso, es el testimonio de un soldado colombiano, que narra la muerte de dos compañeros, y que se estaba quedando sin granadas para su defensa. En una nota sobre el ataque a “Old Baldy”, según el soldado Fabio Valencia (1953), solo le quedaban dos granadas cuando él y dos camaradas resolvieron que era mejor retirarse del lugar. Antes de lograrlo los chinos estaban en una posición privilegiada, donde podían hacer fuego, así les dieron muerte a los dos compañeros de valencia.

Figura 1


EL ATAQUE AL "OLD BALDY"

"Tuvimos que ahorrar muchas granadas" dice un Soldado Colombiano

RELATO DE LA LUCHA HACE UN SOLDADO

Por Robert Urick, Corresponsal de la United Press.

Con el Batallón Colombiano marzo 26.—(U.P.).—El curtido soldado colombiano guardaba en los bolsillos de su uniforme de faena casi todas las granadas de mano.

Hacía cuatro horas que había sido evacuado del cerro Old Baldy, pero mientras conversaba llevaba inconscientemente la mano hasta los bolsillos para cerciorarse de que todas las granadas, como querían los servicios de que estaban allí.

El soldado estaba relatando como él y dos camaradas habían estado a punto de perder una trinchera en el Old Baldy.

El soldado Fabio Valencia, de Bogotá, dijo al oficial que le interrogaba, pero tener una idea más clara de lo ocurrido. "Sólo sé que tuvimos que ahorrar muchas granadas".

(Pasa a la tercera)

El Gral. Berrío llegará mañana a Manizales

El Gobernador le ofrece rá agasajo.

Para mañana se ha anunciado que llegará a la ciudad el general Gustavo Berrío, destacado oficial del ejército nacional, elevado recientemente al rango de General de División, y ascendido, y quien hasta hace pocos días estuvo al mando de la cuarta brigada del ejército nacional, con sede en Cali, pero que en estos momentos se halla en Bogotá, donde fue llamado por el Ministerio de Guerra para

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria

Figura 2


"Tuvimos que...

(Viene de la primera)

Valencia tenía la cabeza gacha mientras hablaba, como si no pudiese vencer el cansancio que sentía. Su uniforme había sido desgarrado por las alambradas de púa y estaba cubierto de tierra. Su pantalón presentaba cuatro orificios.

"Comenzamos.", siguió diciendo Valencia, "con veinticinco granadas y algunas balas. Cuando hacíamos fuego con los fusiles el estampido atraía mucha atención, de modo que esperamos que los chinos escurrieran delante de nosotros antes de que usáramos las granadas para rechazarlos".

Sólo le quedaban a Valencia dos granadas cuando él y dos camaradas resolvieron que era mejor retirarse del lugar. Pero antes de que lograran hacerlo los chinos se habían instalado en una posición desde donde podían hacer fuego, y así dieron muerte a los dos compañeros de Valencia.

Valencia guardó en sus bolsillos las dos últimas granadas, salió de la trinchera y echó a correr hasta llegar a las líneas colombianas. Pero todavía no sabe cómo consiguió hacerlo.

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria

Un relato histórico de este conflicto en Colombia, después de esta guerra, fue la lucha por la supervivencia del Batallón Colombia; donde el relato ha comentado siempre, que los soldados acudieron a machetes, piedras y palos; para defender su vida. Situación que fue narrada por el periódico, gracias a una entrevista del Periodista Robert Urick , corresponsal de la United Press, al teniente del Batallón Colombia, José Rodríguez, donde le narraba incluso con los ojos encharcados como fue la supervivencia en el combate. Algunos se dejaban rodar por las laderas del monte, haciéndose los muertos al ver: la inminencia de que se lanzara sobre ellos la multitud de chinos. Otros bajaban ocultándose, zigzagueando. y defendiéndose de los asaltantes a pedradas. Las piedras eran las únicas armas que les quedaban, pues habían defendido sus posiciones de la cumbre hasta que se les acabaron las municiones (Rodríguez,1953, La Patria). Testimonio que da veracidad al relato creado de supervivencia de los colombianos.

Figura 1


LA PATRIA

DIARIO DE LA MAÑANA. — EDITORIAL "LA PATRIA". — VALOR DEL EJEMPLAR: $ 0.10.

República de Colombia Departamento de Caldas — Manizales, jueves 24 de Marzo de 1951 — Tarifa reducida en el Servicio Postal Interior - Regis tro N°

A PIEDRA SE DEFENDIO EL BTLLON. COLOMBIA

Un homenaje Nal. al Dr. Ospina Pérez rendirá el Conservatismo

Pagina de Heroismo escribieron nuestros compatriotas en Corea

Las Exequias de la Reina Abuela serán el próximo Martes

Sigue bajando el Café

A U.S. $ 59.½ se cotizó ayer

Para Colombia será siempre grato cumplir deberes de Fraternidad con Ecuador y su Ilustre Gobierno

DICE EL MINISTRO DE GOBIERNO EN UN MENSAJE

Muy lamentada la muerte de Ezequiel Paz, fundador de "La Prensa" argentina

Nota. Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria

Figura 2


Página de Heroismo escribieron nuestros compatriotas en Corea

Los cascos de la metralla causaron estragos al alcanzar a muchos de los colombianos, pero un puñado de ellos se aferró al terreno y se dispuso a unirse a los refuerzos norteamericanos para el contraataque.

RELATO DEL TTE. JOSE RODRIGUEZ

Por Robert Urick
Corresponsal de la United Press

CON EL BATALLON COLOMBIA EN COREA, jueves marzo 26, (UP). El pequeño teniente de ceño severo estaba tan conmovido que se le humedecían los ojos al decirme lo orgulloso que se sentía de tener aquellos hombres a su defensa.

El Teniente bogotano José Rodríguez estaba al mando de una pequeña posición enclavada a mil metros de la cumbre del batido monte Old Baldy. Varias horas después de comenzar la lucha empezaron a llegar más hombres a su posición. Venían de la cima.

Algunos se dejaban rodar por las laderas del monte, haciéndose los muertos al ver la inminencia de que se lanzara sobre ellos la multitud de chinos. Otros bajaban, ocultándose, zigzagueando y defendiéndose de los asaltantes a pedradas. Las piedras eran las únicas armas que les quedaban, pues habían defendido sus posiciones de la cumbre hasta que se les acabaron las municiones.

Rodríguez tenía las municiones y la determinación necesarias para impedir que los rojos ganasen más terreno. Antes de que sus comunicaciones quedasen cortadas, uno de los jefes había dicho: "Si no conservamos nuestras posiciones, la gente va a hablar de nosotros".

Entonces fué cuando Rodríguez dijo a sus soldados que había que morir antes de ceder más terreno.

Y, a pesar del imponente tronar de la artillería y los morteros rojos que estremecía la colina que ocupaban, los colombianos, la resistían, salieron de sus parapetos y

Sigue bajando el Café

A U.S. $ 59.½ se cotizó ayer

Nueva York, marzo 25—(UP)—El café fuerte "S" para entregas futuras, cerró con 51 a 65 puntos y se vendieron 125 contratos.

En el mercado de entrega inmediata, los precios bajaron medio centavo de dólar por libra, cerrando el Santos 4 y los colombianos Manizales, Medellín, Armenia y Girardot, a 59½ centavos la libra.

Los contratos abiertos de la entrega del "S" al iniciarse las operaciones de hoy alcanzaron a 2.172, o sea uno menos que ayer.

trincheras, y emplearon en los lugares más estratégicos las ametralladoras con que harían frente al ataque comunista, que era seguro.

Los cascos de metralla causaron estragos al alcanzar a muchos de los colombianos, pero un puñado de ellos se aferró al terreno, y se dispuso a unirse a los refuerzos norteamericanos para el contraataque.

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1951, La Patria

Los testimonios en la prensa local no fueron solo de tristeza, melancolía o heroísmo patrio; en esta investigación arqueológica de todos los archivos hemerográficos de la época, se encuentran recibimientos entre jolgorios y la algarabía, eso narró “La Patria” un año después del comienzo de la travesía de los 5100 hombres a tierras coreanas, cuando llegó a Neira, Caldas el cabo oriundo de esta tierra, Edelberto Grajales Tobón que, del Batallón Pichincha de Cali, pasó a las filas del Batallón Colombia , su regreso a su tierra se debe a que cayó herido en combate.

Figura 1


Cálido homenaje tributó Neira a un ex-combatiente coreano

Neira, junio. (De nuestro corresponsal Cardonabo). Como a compatriotas y a conciudadanos, la admiración y el afecto nos hicieron hablar en ocasión anterior de Edelberto Grajales Tobón, que hasta hace unos meses luchó valientemente en Corea, en cuyos campos cayó una vez herido y de los cuales regresó al fin con bien, para dicha de sus familiares y para complacencia de toda la ciudadanía neirana que siempre estuvo pendiente de las heroicas acciones y vida de este bravo muchacho.

Del Batallón Pichincha de Cali tocó a Grajales Tobón pasar a las filas gloriosas del Batallón Colombia en marzo de 1951, para luchar en el trentaitanvo regimiento de la séptima división en los ejércitos de las Naciones Unidas. Ya en el sangriento campo de batalla, fue herido en acción el día 31 de octubre del mismo año, mientras veía caer muertos a su lado a dos de sus más apreciados compañeros; fue entonces cuando hubo de pasar en un hospital de Tokio, al lado de su propio comandante de quien son sientes palabras de elogio, en una de las bellas sencillas de este soldado que se gloría de haber servido a las órdenes de un tal oficial, que honra a Colombia al frente de su batallón.

En los momentos en que con orgullo nos ocupamos hoy semanas a la par con el cabo Grajales, observa mos que hoy en día el mismo que de orgullosas palabras, y sentimos haber dicho verdad cuando de él dijimos en nuestra anterior: Que su nombre es de más gloria para su tierra chica, que todos los nombres de nuestra juventud mediocre y nulidad. Sobre el uniforme verde del compatriota, obtuvo aun a heridas, pólvora, lágrimas y sangre, cinco plumas con más orgullo que cortan del El mando de los dos ríos enlazados sobre rojo, de Combatientes colombianos; la medalla de bronce Campaña en Corea; la cinta de los Estados Unidos; la Cita Presidencial de Corea; la medalla y diploma Corazón de Plegaria, y en fin todos aquellos individuales reservados a los grandes divisores desde la sangrienta y la enemiga Francia de Napoleón hasta nuestros días en que se inmortalizan los nombres de los héroes independ. El campo de batalla con la amplitud de recuerdos de nuestro pueblo, salud con el blanco expresivo de las Naciones Unidas, con rifles y cañones con los bellos perfumes de una bahía de Hollywood, los comandos guiñones con los de fantasía chaira japonesa, la mujer linda novia de Colombia con la imagen de la madre amorosa y sumisa y de el compañero con la más alegre juerga.

Homenaje

Y era evidente que, para la sociedad de Neira, no podía en manera alguna pasar inadvertida la nueva y heroica presencia del compatriota amigo. Así, en la tarde del día domingo y a partir de las cuatro, en los salones del club, en un acto lleno de simbolismo, nuestra sociedad ofreció una copa de champaña al cabo Grajales, quien se vio así rodeado de la amistad y del afecto de la más selecta ciudadanía: autoridades municipales, sociedad de mejoras públicas, profesionales, empleados públicos, amigos y familiares; estuvieron allí presentes como invitados de honor, y al lado de Grajales, su señora madre doña Laura Tobón v. de Grajales, su hermana señorita Eulma Grajales Tobón, y el joven Gustavo Arias, compañero de campaña y de lucha. A cargo del señor Antonio Morales Arias estuvo el ofrecimiento de la copa, en palabras vibrantes de afecto y de orgullo, a las que el cabo Grajales respondió impresionado, pues no es ofrecer las propias gracias a la siempre añorada tierra nativa. La fiesta, continuada por animado baile se prolongó hasta las horas de la madrugada del lunes en un cálido ambiente de cordialidad.

Distintos oradores por medio de estas columnas, y en nombre de todo Grajales Tobón, la más cálida manifestación de gratitud a todos los numerosos asistentes que esta vez escribimos a nuestros queridos y admiración, que por cierto el muy bien se merece.

Gustavo Arias

Como hemos dicho, al homenaje de la ciudadanía neirana al cabo Grajales Tobón, siguió otro igual en el especialísimo al cabo Arias, su compañero, nacido en Pácora y Pregado a Neira por especial sentimiento y a quien hablaremos en ulteriores manifestaciones como a verdadero caballero.

Nuevamente

Una calcalla más alegra el hogar formado por nuestro amigo don Guillermo Páres G. y su señora esposa, doña Estela Galle de Pares. Felicitaciones.

A Bogotá

Salió para la capital de la república el señor don Alfonso Blas Restrepo Ospina Maria del Pilar. Atenta despedida.

—Para Pereira, doña Clara Monto de Gonzalez.

—Para Popayán, el joven Alberto Gonzalez M.

—Para Cali, doña Margarita Ld Pas de Holguín.

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1953, La Patria

Corea y Colombia: Una alianza que continuó en una amistad

Según la Embajada de Colombia en Corea (2022), La cooperación educativa entre Colombia y Corea del Sur, consolidada tras sus lazos históricos desde la Guerra de Corea (1951-1954) y relaciones diplomáticas de 1962, se enfoca en transferencia tecnológica, becas de alto nivel y fortalecimiento de competencias digitales. El excanciller Álvaro Leyva, presentó el libro conmemorativo “Colombia y Corea. 60 años de Relaciones Diplomáticas”, según Leyva (2023) la alianza Colombia-Corea, es la “alianza de la hermandad”, Hace 70 años, Colombia enfrentaba múltiples desafíos internos. Sin embargo, Colombia atendió el llamado de las Naciones Unidas para enfrentar la invasión a la que estaba siendo sometida la República de Corea. Hoy, siete décadas después, Corea se

consolida como un socio fundamental para la implementación del Acuerdo de Paz, con un apoyo decidido a proyectos pensados en la superación definitiva de nuestro conflicto armado interno.

El país asiático ha ayudado a Colombia en diferentes sectores en diferentes épocas, por haberlo ayudado en la guerra, pero esa ayuda no solo fue militar, también se brindó la ayuda necesaria, para que la juventud coreana tuviese la oportunidad de estudiar en Colombia, no reduciendo esa ayuda, solo en el aspecto bélico.

Figura 1



6 Jóvenes de Corea Vendrán a Estudiar a Colombia pronto

BOGOTA 23. (De nuestra oficina de redacción). El doctor Pablo Vásquez Botero, Secretario general del Ministerio de Educación expresó que el Comando general de las Fuerzas militares ha pasado al Gobierno la lista de los jóvenes coreanos que serán becados para adelantar estudios superiores en Bogotá.

El ofrecimiento fué hecho hace algún tiempo por intermedio del Batallón Colombia y ahora, al conocerse la nómina de los aspirantes se convierte en una verdadera realidad.

Los becados

Entre los jóvenes seleccionados para adelantar estudios en Colombia se encuentran los siguientes quienes además ya han expresado su voluntad de seguir determinada carrera: Kim Ki Bak, Derecho y Ciencias Políticas; Chon Ok Okyu, Economía; Kim Tu Huen, Economía; Wei Duk Yung, estudios secundarios; Moon Chang Yung, estudios secundarios; Kim Young Chum, Derecho y Ciencias Políticas. Entre los universitarios mencionados, actualmente enrolados en las filas al servicio de las Naciones Unidas Kim Yung Chung desempeñó el cargo de ayudante del coronel Polanía Puyo, Comandante del Batallón Colombia.

Tomada del archivo de La Patria. Autor desconocido,1952, La Patria

Contraste con la cobertura contemporánea

En publicaciones recientes, *La Patria* ha resignificado la Guerra de Corea desde una perspectiva memorial. Crónicas como “Huella caldense en trincheras coreanas” y “Viaje con el cabo Villescas: la trinchera coreana” se centran en la experiencia humana del combatiente, el trauma de la guerra y la memoria individual y regional que acentúa la distancia temporal y simbólica con la guerra. Este desplazamiento discursivo evidencia una transición desde la narración desde la monotonía del conflicto, hacia una narrativa crítica y humanizante.

Discusión

El contraste entre el discurso histórico y el contemporáneo revela un cambio significativo en la función social del periodismo. Mientras que en los años cincuenta “La Patria” actuó como reproductor del discurso oficial del Estado; cuando no criticaba la decisión del gobierno colombiano en enviar jóvenes soldados a una guerra entre potencias militares, cuando se ensalza la participación militar sobre una posible neutralidad o no hay un discurso crítico sobre la realidad de la posición de Colombia dentro del conflicto de los dos coreas. En la actualidad el medio se posiciona como un agente de memoria histórica, dando voz a testimonios individuales y problematizando el sentido de la guerra.

Resultados

El análisis permite afirmar que “La Patria” a pesar de no tener la tecnología de esta época, si logró documentar de manera diaria y oportuna todo lo que pasaba en Corea, pero lamentablemente, no se encontraron críticas a los gobiernos colombianos, donde se le pidiera explicación al gobierno Nacional del verdadero beneficio de enviar tropas al continente asiatico. Sin embargo, sus producciones contemporáneas muestran una revisión crítica del pasado, incorporando enfoques éticos y humanos.

Conclusiones

La evolución del discurso de “La Patria” sobre la Guerra de Corea evidencia que la prensa no solo informa sobre los conflictos armados, sino que construye y reconstruye su significado histórico. Este caso demuestra cómo los medios adaptan sus marcos discursivos a los cambios políticos, culturales y sociales. Hoy en día puede ser tomado por gran parte de la audiencia como algo inconcebible que, en medio de las líneas de la prensa, enaltezcan el “arte” de matar en una guerra que no es propia. También se observó la capacidad y profesionalismo de cómo se logró cubrir este suceso sin el poder mediático y tecnológico de hoy en día, dándole la información a la región de distintos

sucesos que ocurrían y experiencias que vivían en el Batallón Colombia.

Referencias bibliográficas

• La Patria. (s. f.). *Huela caldense en trincheras coreanas*. Archivo La Patria, https://archivo.lapatria.com/en-domingo/huella-caldense-en-trincheras-coreanas-30428

• La Patria. (s. f.). *Viaje con el cabo Villescas: la trinchera coreana*. Archivo La Patria. https://archivo.lapatria.com/entretenimiento/viaje-con-el-cabo-villescas-la-trinchera-coreana-452558

• Uribe López, M. (s. f.). *Respice polum*. La Patria, https://archivo.lapatria.com/opinion/columnas/mauricio-uribe-lopez/respice-polum Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa.

• Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis*. Longman.

• https://www.radionacional.co/actualidad/mundo/rol-de-colombia-en-la-guerra-de-corea

• https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/canciller-alvaro-leyva-presento-libro-conmemorativo-colombia-corea-60-anos-relaciones

• Capítulo+5+-+La+península+de+Corea+y+sus+dinamicas (1)

REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LAS PRÁCTICAS DISCURSIVAS EN LOS CUENTOS INFANTILES COLOMBIANOS

Sara Yuliana Mejia Paredes.
CC: 1085896672
Tel: 3157549013

Palabras clave

Representaciones género, Cuentos Infantiles, Práctica Lingüísticas y Semióticas.

Introducción

Esta investigación analiza las representaciones de género en cuentos infantiles colombianos contemporáneos, entendiéndose como herramientas que transmiten valores y significados culturales. Mediante un análisis crítico del discurso y la semiótica, se busca identificar estereotipos en personajes e ilustraciones. El proyecto culmina con la propuesta de un libro ilustrado sobre mujeres colombianas extraordinarias, diseñado como una herramienta educativa y un medio de comunicación alternativo frente a los cuentos infantiles actuales colombianos.

Metodología

El estudio analiza las representaciones de género en dos cuentos infantiles colombianos: Guapa (2016) y La niña en el espejo (2012), a través del análisis de contenido como estrategia metodológica, empleando una matriz para clasificar elementos lingüísticos y semióticos.

La investigación se inscribe en el paradigma cualitativo, con un enfoque histórico-hermenéutico que, siguiendo a Gadamer, concibe la lectura como un diálogo activo entre el lector y el texto, mediado por horizontes culturales e históricos. Desde esta perspectiva, las representaciones de género no son elementos aislados, sino construcciones simbólicas que emergen del cruce entre discursos sociales, tradiciones culturales y experiencias individuales. La dimensión histórica permite situar los cuentos en el marco de

las transformaciones sociales y políticas de Colombia —movimientos feministas, políticas de igualdad, dinámicas de poder—, identificando continuidades y rupturas en la configuración de lo masculino y lo femenino.

El método de análisis del discurso parte del supuesto de que el lenguaje no es neutral, sino un espacio donde se producen y reproducen ideologías y relaciones de poder. En la literatura infantil, esto cobra especial relevancia porque los textos funcionan como dispositivos que modelan identidades y roles de género en las nuevas generaciones.

Finalmente, el tipo de investigación es descriptivo, sustentado en Roland Barthes, quien plantea que el análisis literario consiste en identificar los códigos, funciones y estructuras que configuran el relato. El objetivo no es explicar las causas del fenómeno, sino mapear y caracterizar las estructuras simbólicas y narrativas a través de las cuales los discursos de género se manifiestan en los textos.

Discusión

Los discursos funcionan como vehículos de significados que participan en la formación de la identidad individual y colectiva. Desde la perspectiva de Saussure (2012), la lengua es un sistema de signos que, a través de prácticas semióticas y lingüísticas, permite comprender cómo los cuentos infantiles operan como medios de comunicación que inciden en la socialización infantil y en la internalización de roles de género.

La infancia, según la UNICEF (2007), constituye una etapa fundamental en el desarrollo de la personalidad. En este período, los cuentos cumplen una función esencial: Bettelheim (1976) sostiene que los relatos contribuyen al desarrollo emocional del niño y a su comprensión del entorno, ofreciendo estructuras narrativas que configuran aspiraciones e imaginarios. Por su parte, Campbell (1949) identifica arquetipos como el héroe, el sabio y el mago, que influyen en la construcción de personajes sin una carga valorativa negativa, a diferencia de los estereotipos.

No obstante, desde la perspectiva de Butler (2007), el género no es una categoría fija sino un sistema productor de significados que opera desde la infancia mediante la repetición de comportamientos y discursos. Los cuentos, como actos performativos, reproducen normas de género al asociar lo femenino con la pasividad y lo masculino con la acción heroica. Esta investigación examina precisamente cómo la literatura infantil colombiana contemporánea aborda estas representaciones, tomando como ejemplo la obra Guapa (2016) de Harold Cenizales, en la que la protagonista refleja cómo la presión social y la dependencia de la validación externa inciden en la construcción de la autoestima femenina.

Resultados

La presente investigación se encuentra en curso y, por tanto, no cuenta aún con resultados definitivos. Sin embargo, el marco teórico construido hasta el momento ofrece fundamentos sólidos que respaldan la pertinencia y viabilidad de la propuesta.

Los planteamientos de Saussure (2012), Bettelheim (1976), Campbell (1949) y Butler (2007) permiten sostener que los cuentos infantiles no son relatos neutros, sino dispositivos simbólicos que inciden activamente en la construcción de identidades de género desde la infancia. La literatura infantil colombiana contemporánea, en particular obras como Guapa (2016) de Harold Cenizales y La niña en el espejo (2012), constituye un objeto de estudio relevante para examinar de qué manera los discursos narrativos reproducen o cuestionan los estereotipos de género dirigidos a las nuevas generaciones.

El enfoque histórico-hermenéutico y el método de análisis del discurso adoptados garantizan un abordaje riguroso e interpretativo del fenómeno, reconociendo que el lenguaje no es neutral sino un espacio donde se producen y reproducen relaciones de poder e ideologías. Una vez concluida la fase de análisis, se espera que los resultados permitan identificar los patrones discursivos y simbólicos presentes en los textos seleccionados, así como valorar en qué medida estos contribuyen a la equidad de género o, por el contrario, perpetúan representaciones limitantes para la identidad infantil.

Referencias bibliográficas:

• Amanta Aguilar, D., & Tito Caiza, M. (2019). El cuento infantil en el desarrollo de la conciencia lingüística de los niños y niñas de 5 a 6 años [Tesis de grado]. [Institución no especificada].

• Asamblea General de las Naciones Unidas. (1979). Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer.

• https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women

• Asamblea General de las Naciones Unidas. (1989). Convención sobre los Derechos del Niño.

• https://www.ohchr.org/es/in-

struments-mechanisms/instruments/convention-rights-ch ild

• Asamblea General de las Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Resolución 70/1.

• Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Constitución Política de Colombia. Barthes, R. (1957). Mitologías. Siglo XXI Editores.

• Bettelheim, B. (1976). Psicoanálisis de los cuentos de hadas. Crítica.

• Butler, J. (1990). El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad. Paidós.

• Calvo, W. M. (2013). Teorías del texto en las hermenéuticas de H. G. Gadamer. Universidad de La Rioja.

• Campbell, J. (1949). El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito. Fondo de Cultura Económica.

• https://drive.google.com/file/d/1gE4_eskWMBQNg8b-VIw25qNxexGhAOGY-/vie w

• Canizales, H. (2016). Guapa. Apila Ediciones.

• Castro, M. (2014). Literatura infantil y construcción de identidades. Universidad Nacional de Colombia.

• Cerda, H. (1991). Los elementos de la investigación. El Búho.

• Congreso de la República de Colombia. (1981). Ley 51 de 1981, por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer". Diario Oficial No. 35.794.

• Congreso de la República de Colombia. (1982, 28 de enero). Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. Diario Oficial No. 35.949.

• Congreso de la República de Colombia. (1991). Ley 12 de 1991, por medio de la cual se aprueba la Convención sobre los Derechos del Niño. Diario Oficial No. 39.640.

• Congreso de la República de Colombia. (1994). Ley 115 de 1994, por la cual se expide la ley general de educación. Diario Oficial No. 41.214.

• Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 397 de 1997, por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política. Diario Oficial No. 43.102.

• Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1098 de 2006, por el cual se expide el Código de Infancia y Adolescencia. Diario Oficial No. 46.446.

• Congreso de la República de Colombia. (2008). Ley 1257 de 2008, por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres. Diario Oficial No. 47.193.

• Congreso de la República de Colombia. (2012, 17 de octubre). Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Diario Oficial No. 48.587.

• Congreso de la República de Colombia. (2013). Ley 1620 de 2013, por la cual se crea el Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para el Ejercicio de los Derechos Humanos. Diario Oficial No. 48.733.

• Congreso de la República de Colombia. (2015). Ley 1761 de 2015, por la cual se crea el tipo penal de feminicidio como delito autónomo. Diario Oficial No. 49.565.

• Congreso de la República de Colombia. (2018, 12 de julio). Ley 1915 de 2018. Por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos. Diario Oficial No. 50.658.

• Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2013). CONPES 161: Política Pública Nacional de Equidad de Género

para las Mujeres. Departamento Nacional de Planeación.

• Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. (1886, 9 de septiembre). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

• Corte Constitucional de Colombia. (2013). Sentencia T-562 de 2013. M.P. Jorge Iván Palacio Palacio.

• Corte Constitucional de Colombia. (2015). Sentencia T-478 de 2015. M.P. Gloria Stella Ortiz Delgado.

• Corte Constitucional de Colombia. (2017). Sentencia T-565 de 2017. M.P. Gloria Stella Ortiz Delgado.

• Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. (1995). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Naciones Unidas.

• Delaunay, I. (1986). El cuento como universo imaginativo. Didáctica.

• Della Ventura González, A. F. (2016). Género, identidad y performatividad en Judith Butler

• [Tesis de grado, Universidad de La Laguna].

• Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2025). Resultados de búsqueda: Identidad de género.

• https://www.dane.gov.co/index.php/lista-de-resultados-de-busqueda?q=identidad+de+-genero

• Departamento Nacional de Planeación. (2021). CONPES 4068: Política Nacional de Lectura, Escritura, Oralidad y Bibliotecas Escolares.

• https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B-3micos/4068.pdf

• Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2007). Estado mundial de la infancia 2007.

• https://www.unicef.org/colombia/media/2451/file/Estado%20Mundial%20de%20la%20Infancia%202007.pdf

• Gerbner, G. (1970). Indicadores de cultura: El caso de la violencia en televisión. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 388(1), 69-81.

• Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications.

• Hernández, L. (2024). Género y lenguaje en la literatura infantil colombiana. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

• Hernández Sampieri, R. (1998). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

• Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.

• Jacobo, A., & García, A. (2014). Los cuentos infantiles en el desarrollo del lenguaje oral. Revista Científica Multidisciplinaria.

• Ministerio de Cultura. (2019, 5 de diciembre). Leer es mi cuento. Maguaré. https://maguare.gov.co/leer-es-mi-cuento/

• Montsaye Academy. (s.f.). Theories of language acquisition [Archivo PDF]. https://www.montsaye.northants.sch.uk/assets/Uploads/English-Language-Summer-Work-2.pdf

• Organización de las Naciones Unidas. (2024). Objetivo 5: Igualdad de género. Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/

• Ortega Delgado, N., & Delgado Zambrano, A. C. (2005). Identidad de género: ¿Obstáculo al desarrollo o acceso a la equidad? [Trabajo de investigación no publicado]. Universidad de Nariño.

• Propp, V. (1928). Morfología del cuento. Akal.

• Riascos, Y., & Vergara, M. (2022).

Performatividad de género en narrativas infantiles. Editorial Universidad del Valle.

• Ricœur, P. (1987). Tiempo y narración I: Configuración del tiempo en el relato histórico

• (A. Neira, Trad.). Cristiandad. (Obra original publicada en 1983) Ricœur, P. (1990). Oneself as another. University of Chicago Press.

• Russell, J. (2001). Adquisición del lenguaje y desarrollo cognitivo. Psicología Infantil.

• Saussure, F. de. (2012). Curso de lingüística general. Losada. https://archive.org/details/saussure-ferdinand-curso-de-linguistica-general/mode/2up

• Serrano, M. (1990). La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento. Revista Telos.

• Socha, E. (2020). Ilustración y narrativa en la literatura infantil colombiana contemporánea. Norma.

• Van Dijk, T. A. (1998). Ideology: A multidisciplinary approach. Sage Publications. Van Dijk, T. A. (2001). Discurso y poder. Gedisa.

• Van Dijk, TA (2001).AnálisisCríticodelDiscurso. EnDSchuffrin,D.Tannery-HeHamilton, Manualdeanálisisdeldiscurso(pp.352-371),BlackwellPublisher.

• Velasco, P. N., & Pinilla, A. C. (2022). El mundo de los niños y cuentos de buenas noches para niñas rebeldes: Una mirada desde los imaginarios de género.

NARRATIVAS EMOCIONALES Y NIÑAS MIGRANTES V E N E - ZOLANAS EN CONTEXTOS ESCOLARES COLOMBIANOS: REVISIÓN SOBRE SU CONTRIBUCIÓN A LAS PEDAGOGÍAS DE LA PAZ

Ana María López Valencia
Universidad de Medellín
amlopez@udemedellin.edu.co

Maestranda en Comunicación de Marca de la Universidad de Medellín. Auxiliar de investigación en el proyecto "Niñas Migrantes Venezolanas: una apuesta de comunicación para el cambio desde las pedagogías para la paz, aplicadas en el oriente antioqueño".

Resumen

Cruzar una frontera es un acto de reinvención que obliga a cada persona a reconocerse en el otro, y hoy las escuelas son el escenario donde esa transformación ocurre a diario. Más allá de los 7.9 millones de venezolanos reportados por las estadísticas, existen historias reales de miedos y esperanzas que se encuentran en el aula. En Colombia, el reto no es solo recibirlos, sino aprender a acompañar la experiencia emocional de la niñez construir, entre todos, una identidad compartida. Esta investigación busca comprender el papel de las narrativas emocionales como mediaciones pedagógicas para la paz que influyen en la inclusión de niñas migrantes venezolanas en el contexto escolar colombiano. Desde lo metodológico, recurre a la revisión narrativa de literatura en un corpus de artículos (n = 25) que permite narrar el fenómeno abordado bajo un enfoque cualitativo y exploratorio. El análisis de la literatura revela tres puntos clave: el reto de reconstruir la identidad frente al desarraigo, el afecto como motor de dignidad y la necesidad de que la escuela sea un refugio que propicie entornos de paz. Pese a la importancia de dimensiones económicas, políticas y culturales de la migración, el mundo emocional de estas niñas venezolanas sigue siendo poco explorado. Por ello, este trabajo propone revisar la narrativa emocional como herramienta pedagógica que transforme la convivencia y convierta el aula en un entorno más humano.

Palabras clave

Migración venezolana, pedagogías para la paz, migración y género, narrativas emocionales, escuela e inclusión.

Introducción

Este artículo se desarrolla en el marco del proyecto de investigación en curso titulado

"Niñas migrantes venezolanas: una apuesta de comunicación para el cambio desde las pedagogías para la paz, aplicadas en el oriente antioqueño", realizado entre la Universidad de Medellín y la Universidad Católica de Oriente.

Desde hace siete años, Venezuela atraviesa una transformación profunda que ha redibujado el rostro de América Latina, impulsada por las difíciles realidades políticas, sociales y culturales que se viven en el país (Konrad Adenauer Stiftung, 2020). Detrás de las estadísticas, hay millones de historias: según la Organización Internacional para las Migraciones (2025, 28 de marzo), cerca de 7,9 millones de venezolanos han salido al mundo buscando la oportunidad de volver a empezar, encontrando en América Latina y el Caribe un nuevo hogar. Se destaca que 56% de quienes llegan son niños, niñas y adolescentes (DANE, 2024).

En la historia de la nación colombiana estos procesos inmigratorios

han sido el primero de carácter masivo y ha reflejado y cuestionado las condiciones y capacidades de acogida del país. Ahora bien, hechos como la cercanía geográfica y cultural de Colombia con Venezuela, compartir el mismo idioma y tener una historia marcada por el diálogo de saberes y costumbres, han llegado a que Colombia se constituya en un destino primario para miles de migrantes (Aliaga Sáenz, De la Rosa Solano, Baracaldo Amaya & Romero Soler, 2022, pp.160 -161).

Según la plataforma de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela R4V (2025), detrás de las cifras existe una realidad que define hoy a Colombia: al convertirse en el hogar de cerca de 2.8 millones de venezolanos que, en busca de un nuevo comienzo, han cruzado la frontera para integrarse y reconstruir sus vidas.

Ampliando esta información

Según la actualización de marzo de 2025 de las autoridades migratorias de Colombia, la población de personas migrantes y refugiadas venezolanas en el país asciende a 2.810.358. Esta cifra refleja un aumento de 1.390 personas (-0,05 %) en comparación con la actualización anterior de septiembre de 2024, cuando se registraron 2.808.968 personas refugiadas y migrantes venezolanas en el país.

A marzo de 2025, el número de personas venezolanas con estatus regular en Colombia es de 2.358.056, incluyendo 335.253 personas en proceso de obtener el Estatuto de Protección Temporal, 1.941.299 con Permisos de Protección Temporal (PPT) emitidos y 81.504 con otro tipo de documentación regular (R4V, 2005, junio).

Así, el análisis de este informe de refugiados y migrantes, identifica como necesidades prioritarias de la población venezolana, el acceso al empleo formal, la vivienda digna y la protección frente a la xenofobia (Acurero, Pérez, Díaz & Mosquera, 2023). En el caso de la niñez, uno de los desafíos principales es su acceso e integración al sistema educativo colombiano (Aliaga Sáenz, et.al, 2022).

Entender la migración implica, mirar más allá de las cifras para reconocer cómo esta experiencia transforma la identidad y los vínculos de quienes la viven. En respuesta, este texto se centra en comprender las narrativas emocionales como mediaciones pedagógicas para la paz, que influyen en la inclusión de niñas migrantes venezolanas en el contexto escolar colombiano.

Metodología

Desde un enfoque cualitativo y exploratorio, se desarrolló una revisión no sistemática de carácter narrativo–descriptivo, orientada a analizar cómo la literatura académica ha abordado las narrativas emocionales asociadas a la migración infantil en el ámbito escolar.

Siguiendo a Baumeister & Leary (1997), la revisión narrativa como técnica, permite organizar y problematizar los marcos conceptuales para construir teoría e identificar patrones y vacíos en la literatura.

El estudio examina el papel de estas narrativas como mediaciones pedagógicas para la paz y su incidencia en los procesos de inclusión de niñas migrantes venezolanas en el contexto educativo colombiano. Para ello, se realizó una búsqueda en bases de datos como

Google Scholar, Dialnet, Redalyc y Scopus, que permitió seleccionar 25 artículos pertinentes para el desarrollo del análisis.

El tema central de la búsqueda respondió a la ecuación: “narrativas emocionales AND pedagogía para la paz AND migración venezolana”. La ventana temporal se estableció de 2010 a 2025 y el campo disciplinar enfocado en las ciencias sociales. El tipo de documentos se centró en artículos científicos, libros y capítulos de libro.

Resultados

A partir de la literatura encontrada,

se identificaron tres ejes temáticos al proporcionar una estructura que permite comprender a profundidad las narrativas emocionales en la infancia migrante venezolana en Colombia:

- Violencia simbólica, memoria y narrativas emocionales.
- El afecto como categoría crítica y sociocultural.
- La escuela como territorio simbólico y pedagógico para la paz
- Violencia simbólica, memoria y narrativas emocionales
-

El análisis de esta primer eje temático, muestra que las violencias no son hechos aislados, sino que nacen de conflictos por el acceso a las necesidades básicas y los recursos que permiten una vida digna. Por esta razón, la historia de los individuos no solo se define por el despojo o la confrontación, sino también por la capacidad de convivir, compartir valores y construir objetivos comunes con los demás.

En esta línea de trabajo se destaca que, La visión del transcurrir humano en el mundo se ha construido en torno a las violencias y la visión según la cual sin estas no sería posible hablar de historia humana. No obstante, es necesario recordar que no hay un relato único sobre la historia, sino relatos tejidos a través de un prisma particular de múltiples versiones que a su vez evolucionan (Oviedo-Córdoba & Fernández-Cediel, 2020, p.134).

Vanegas (2019), en la investigación denominada Imaginario Emocional de la Violencia en Narrativas Colombiana Recientes aborda el concepto de “imaginario emocional”, entendido como el entramado simbólico y afectivo mediante el cual una sociedad interpreta la violencia. Además, dichas construcciones simbólicas o sesgos cognitivos emocionales reflejan no solo los traumas, sino las formas de resistencia y la reconstrucción simbólica que emergen de la experiencia violenta.

El análisis que realiza de las narrativas literarias colombianas muestra que el arte y la literatura se transforman en espacios pedagógicos y éticos de sanación colectiva, donde narrar el dolor se convierte en un acto de reconstrucción simbólica y de resistencia emocional.

Para la autora lo emocional es “una respuesta psíquica, íntima, tradicionalmente pensada como especie de -energía nomádica- que atraviesa los cuerpos y que está privada de razón” (2019, p.318). Este eje muestra cómo las narrativas emocionales funcionan como mediaciones simbólicas para procesar la violencia y reconstruir el tejido social.

Cuando se analiza la literatura acerca de las vivencias de las niñas migrantes, el aula se convierte en un espacio para sanar las heridas. Al permitirles contar su historia, sus miedos y sus esperanzas, la educación va más allá de los libros y se convierte en un acto de empatía que ayuda a reconstruir su identidad y a crear una convivencia más pacífica.

3.2. El afecto como categoría crítica y sociocultural

Moraña & Sánchez Prado (2012) plantean en su publicación El lenguaje de las emociones: afecto y cultura en América Latina. Iberoamericana. el concepto de “giro afectivo”, como un cambio epistemológico que revaloriza las emociones como esas fuerzas sociales y políticas que configuran identidades, vínculos y territorios.

Otro de los aspectos que plantean los autores se fundamenta en que el sentido de pertenencia se construye en la escuela a través de tejidos afectivos, donde la esencia del ser radica en la capacidad de afectar y dejarse conmover por los demás.

De esta manera, se entiende que el afecto es la herramienta para reconstruir la identidad y el sentido de comunidad cuando la violencia rompe los lazos sociales. El afecto no es solo una emoción individual, sino una energía relacional, un lenguaje compartido que organiza las experiencias colectivas y que les permite reconec-

tarse con los demás.

Además, es un lenguaje social que permite comprender cómo se constituyen las identidades, las pertenencias y las experiencias colectivas en contextos de exilio y desigualdad.

La escuela como territorio simbólico y pedagógico para la paz

La educación es una actividad humana por excelencia. Es un proceso que se da entre humanos. Un conjunto de acciones y discursos que tienen lugar en interacciones a partir de las cuales se conservan, elaboran, transmiten y transforman las creaciones humanas individuales y colectivas, la cuales obran como constitutivos y constituyentes de la identidad y del mundo (Oviedo-Córdoba & Fernández-Cediel, 2020, p.136).

Las emociones en el aula no son complementarias al aprendizaje, son estructurales a la convivencia y al sentido de inclusión. De allí que la búsqueda de la aceptación se convierte en una necesidad humana vital para la construcción de sentido de la vida.

Desde un enfoque estructural se advierte que:

La educación para la paz es un proceso continuo y permanente, fundamentado en los conceptos de paz positiva y en la perspectiva creativa del conflicto, como elementos significantes y definidores, y que a través de la aplicación de enfoques socioafectivos y problematizantes pretende desarrollar un nuevo tipo de cultura, la cultura de la paz que ayude a las personas a desvelar críticamente la realidad para poder situarse en ella y actuar en consecuencia (Jares,1999, p.124).

Otro de los aspectos a resaltar, es la idea de la escuela como territorio donde se configuran vínculos y procesos de reconocimiento. Los textos analizados coinciden en que la narración permite una práctica simbólica de reconocimiento, integración y sanación colectiva.

De esta línea conceptual se destaca cómo se profundiza en el papel trascendental que ocupa la escuela para el aprendizaje y la convivencia con los otros. Esta concepción es discutida por Kaplan & Szapu (2019) quienes sostienen:

La escuela, aún en contextos adversos, es un territorio simbólico que, bajo ciertas condiciones institucionales y pedagógicas, abre horizontes y renueva esperanzas. Pensar el lugar que ocupan las instituciones educativas en nuestras sociedades desiguales es comprender la tramitación del sufrimiento social (Kaplan & Szapu, 2019, p.15).

Por esta razón, las metodologías educativas deben considerar la insterseccionalidad para el análisis multidimensional y la construcción de un ambiente antirracista, antisexista y antihomofóbica en la escuela, alrededor de la infancia migrante (Amézquita-Aguirre & Trimiño-Velásquez, Celina, 2020) y especialmente las niñas migrantes venezolanas.

Discusión y conclusiones

Los resultados de la investigación muestran cómo las emociones son lenguajes simbólicos que median la experiencia de la violencia, la migración y la identidad. Desde los imaginarios emocionales estudiados en Vanegas (2019), pasando por el giro afectivo en Morana & Sánchez Prado (2012), hasta las narrativas de Martínez del Campo, (2023) y el territorio escolar en Kaplan & Szapu (2019), se configura un marco que permite comprender a las niñas migrantes venezolanas como sujetos emocionales y narrativos, capaces de reconstruir su sentido de pertenencia.

Se concluye que las narrativas emocionales representan la voz de una identidad que busca reconstruirse, además que funcionan como una pedagogía para la paz, transformando la escuela en un espacio vinculante donde se tejen relaciones basadas en el reconocimiento del otro y en la comprensión de lo que significa vivir en comunidad.

Además, la palabra narrada se convierte en una herramienta poderosa para sanar el desarraigo y en una práctica de cuidado mutuo. Al priorizar este enfoque se logra que la inclusión sea un acto de justicia emocional para la infancia migrante.

Referencias bibliográficas

• Acurero Luzardo, M. T., Pérez Prieto, M. E., Díaz Pertuz, L. A., & Guerrero Mosquera,

• N. (2023). Migración venezolana hacia América Latina: causas y consecuencias. Una visión desde el desarrollo humano. Jurídicas CUC, 19(1), 339–364. https://doi.org/10.17981/juridcuc.19.1.2023.12

• Albrecht, Y. (2016). Emotions in motion. How feelings are considered in the scope of migration sociological studies. Digithum, 18, 25-33. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/550/55045670005.pdf

• Aliaga Sáez, F. A., De la Rosa Solano, L., Baracaldo Amaya, P. V., & Romero Soler, L.

• X. (2022). Dificultades y desafíos de integración de los estudiantes venezolanos en Colombia desde la voz de sus docentes. Foro de Educación, 20(2), 159–184. https://doi.org/10.14516/fde.1006

• Amézquita-Aguirre, Luisa & Trimiño-Velásquez, Celina. (2020). Pedagogías para la paz, la relevancia de la perspectiva de géneros y la interseccionalidad. Revista Historia De La Educación Latinoamericana, 22(35). https://doi.org/10.19053/01227238.11918

• Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. Review of General Psychology, 1(3), 311–320. https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.3.311

• Kaplan, C. V., & Szapu, E. (2019). Conflictos, violencias y emociones en el ámbito educativo. Buenos Aires: Noveduc.

• Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). Encuesta PULSO de la migración venezolana, ronda 7. Abril–mayo de 2024. DANE. https://bit.ly/42aQeS6

• Konrad Adenauer Stiftung. (2020). Retos y oportunidades de la integración migratoria en Bogotá. https://bit.ly/3K5cPsD

• Martínez del Campo, L. G. (2023). Ciudadanos melancólicos. Narrativas emocionales sobre la inmigración en el Bilbao franquista. Investigaciones Históricas. Época Moderna y Contemporánea, (43), 209–235.

• Moraña M. & Sánchez Prado, I. (2012). El lenguaje de las emociones: afecto y cultura en América Latina. Iberoamericana. 20190509-0327c99100752846360 3936.jpg (1757×2664)

• Plataforma de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes Venezolanos (R4V). (2024). Personas refugiadas y migrantes venezolanas: Mapa de mayo 2024. R4V. https://bit.ly/3G4lUjw

• Organización Internacional para las Migraciones. (2025, 28 de marzo). Respuesta a la situación de los migrantes y refugiados venezolanos. https://www.iom.int/es/respuesta-la-situacion-de-los-migrantes-y-refugiados-venezolanos

• Oviedo-Córdoba, M., & Fernández-Cediel, M. C. (2020). Perdón-arte: una experiencia de educación para la paz desde las voces de niños y niñas en situación de vulnerabilidad. Praxis, 16(2), 133–149. https://doi.org/10.21676/23897856.3443

• Vanegas V., O. K. (2019). Imaginario Emocional De La Violencia en Narrativas Colombianas Recientes. Revista Chilena de Literatura, 100, 317–339.





Mesa 5

Inteligencia Artificial, Tecnologías Emergentes y Comunicación

COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA E IAG: TRAYECTOS DEL ECOSISTEMA DIGITAL A LA INNOVACIÓN SOCIAL COMUNICATIVA.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza
Universidad Nacional Abierta Y A Distancia-UNAD
Escuela De Ciencias Sociales, Artes Y Humanidades

Resumen

La ponencia analiza cómo la irrupción de la inteligencia artificial generativa (IAG) y la automatización algorítmica han reconfigurado las ecologías comunicativas contemporáneas, tensionando nociones clásicas de autoría, verdad y participación. Este escenario plantea riesgos como la datificación masiva, la manipulación algorítmica y la estandarización cultural, que pueden profundizar desigualdades y limitar la deliberación democrática. Frente a ello, se propone la Comunicación Transformadora como un marco ético, político y cultural que concibe la comunicación como práctica emancipadora, orientada al bien común y a la democratización del conocimiento.

Se considera que la Comunicación Transformadora, consolidada como un enfoque desde la UNAD, se complementa con la alfabetización mediática crítica y la competencia algorítmica, indispensables para enfrentar la opacidad tecnológica y la desinformación en entornos digitales. La alfabetización mediática, entendida como dispositivo emancipador, se amplía hacia la alfabetización algorítmica, que permite comprender cómo operan los sistemas de recomendación y generación automática de contenidos, fortaleciendo la autonomía cognitiva y la resistencia cultural.

En el proceso, se aborda la relación entre IAG y educación superior, destacando que la incorporación de tecnologías emergentes debe acompañarse de marcos normativos centrados en derechos humanos, transparencia e inclusión. La IAG, lejos de ser una amenaza, puede convertirse en una mediación cognitiva y cultural que amplifique capacidades humanas, siempre que se oriente hacia fines públicos y se articule con pensamiento crítico y participación ciudadana.

Metodológicamente, se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y hermenéutico mediante revisión documental, diseño de una matriz epistémica y triangulación conceptual. Esta matriz integró cuatro dimensiones: ontológica, epistemológica, metodológica y teleológica. Los hallazgos evidencian que la comunicación contemporánea es relacional, sistémica y coconstruida, donde humanos y tecnologías participan en la producción de sentido.

Adicional, se identificaron tensiones clave: automatización vs. autonomía, datos vs. sentido, universalismo vs. localidad e innovación técnica vs. innovación social.

En síntesis, se concluye que la articulación entre Comunicación Transformadora, competencias mediáticas e inteligencia artificial permite configurar un horizonte formativo y social orientado al bien común. Este modelo promueve la alfabetización mediática inclusiva, la innovación social y la ciudadanía crítica, consolidando un humanismo tecnológico que amplifique la creatividad, la ética y la deliberación democrática, los cuales son marcos de referencia para plantear una categoría: la innovación social comunicativa.

Palabras claves: Comunicación Transformadora, Inteligencia Artificial, competencias mediáticas, alfabetización mediática, innovación social comunicativa.

Introducción

La expansión acelerada de la inteligencia artificial generativa (IAG) y los sistemas algorítmicos han reconfigurado las ecologías comunicativas contemporáneas, situándolas en un entorno de abundancia informativa y opacidad técnica (Islas-Carmona et al., 2024; Floridi, 2022). En esta era de automatización cognitiva, la comunicación corre el riesgo de reducirse a un proceso técnico-administrativo gobernado por la eficiencia del dato. Como advierten Couldry y Mejías (2020), la datificación masiva actúa como un mecanismo de "extracción de valor" que profundiza las desigualdades y expande lo que Sousa Santos (2018) denomina el "imperio cognitivo", una forma de dominación que margina los saberes subalternos en favor de la hegemonía algorítmica.

Esta arquitectura no solo gestiona flujos de información, sino que modula identidades e imaginarios colectivos (Helberger, 2021). Ante la crisis de agencia humana provocada por la delegación de decisiones en sistemas no humanos, se hace imperativo un "giro biocéntrico" (Barranquero & Sáez-Baeza, 2017) que recupere la relacionalidad y la sostenibilidad cultural. En este escenario, la Comunicación Transformadora, consolidada por el Programa de Comunicación Social de la UNAD desde 2014, emerge como una respuesta ética y política para la "democratización del sentido" y la emancipación cognitiva frente a los desafíos sociotécnicos del siglo XXI.

Comunicación Transformadora

La Comunicación Transformadora constituye el eje epistemológico del programa de Comunicación Social de la UNAD, profundizando en las raíces del pensamiento crítico latinoamericano y la educación emancipadora. Se vincula estrechamente con el Proyecto Académico Pedagógico Solidario (PAPS), concibiendo la comunicación como un ejercicio metacurricular capaz de integrar saberes para la transferencia social. Este enfoque busca incidir en las relaciones asimétricas de poder para lograr cambios verificables que apunten al "Buen Vivir", entendiendo la realidad como un entramado dinámico donde sujetos humanos y tecnológicos coproducen significados en una búsqueda incesante de justicia social.

Inteligencia Artificial Generativa

La IAG no es una herramienta neutral, sino un agente cognitivo-cultural que interviene en la producción de conocimiento y la circulación de imaginarios. Si bien autores como Russell y Norvig (2021) resaltan su potencial para ampliar capacidades, su implementación desregulada conlleva riesgos de estandarización cultural. Frente a ello, se propone un humanismo tecnológico (Floridi, 2022; Terrones, 2020) que direccione el desarrollo algorítmico a marcos de derechos humanos, transparencia y la ética del cuidado, garantizando que la tecnología potencie la agencia humana en lugar de sustituirla.

Competencias Mediáticas

La evolución del concepto de competencia mediática, desde las dimensiones de Ferrés y Piscitelli hacia la "competencia mediática algorítmica" (D'Ignazio y Klein, 2020), es hoy una necesidad democrática. El ciudadano actual debe transitar del consumo pasivo a la comprensión de las mediaciones invisibles del código. Las habilidades clave incluyen:

- Identificación de sesgos y opacidades en sistemas automatizados.
- Comprensión crítica de los modelos predictivos y sistemas de recomendación.
- Evaluación de la producción automática de contenidos frente a la veracidad.

• Capacidad de rastrear decisiones algorítmicas para asegurar la autonomía informativa.

Alfabetización Mediática

Entendida como un proceso pedagógico y político, la alfabetización mediática busca analizar las relaciones de poder e ideologías implícitas en el ecosistema digital. En la era de la IAG, esta se reformula como una alfabetización algorítmica indispensable para la defensa de la democracia. Actúa como un dispositivo de emancipación digital que dota a los sujetos de herramientas para cuestionar y reconfigurar las mediaciones tecnológicas desde una perspectiva inclusiva y territorialmente situada.

Innovación Social ¨comunicativa¨

La innovación social trasciende lo puramente técnico para enfocarse en la transformación cultural y el bienestar comunitario. La innovación social comunicativa articula saberes locales y tecnologías digitales para fortalecer el tejido social. Aquí, la IAG y las competencias mediáticas actúan como catalizadores de cocreación simbólica y diseño participativo, permitiendo que las comunidades reinterpreten sus problemas y generen soluciones colaborativas con un impacto social verificable.

La ponencia se articula al proyecto de investigación, "Estrategia de servicio social estudiantil que promueve el desarrollo de pensamiento crítico, competencias ciudadanas y competencias comunicativas digitales en los estudiantes de grado 10 y 11 en Palmira (Valle del Cauca), mediante actividades que conecten la formación académica con la transformación social de las comunidades" , específicamente en el objetivo, Identificar los componentes de pensamiento crítico y competencias comunicativas digitales que deben fortalecerse en estudiantes de grado 10 y 11 para fomentar una ciudadanía crítica y resiliente en entornos algorítmicos.

METODOLOGÍA

La investigación adopta un enfoque cualitativo-hermenéutico y un diseño documental-analítico fundamentado en la epistemología de la complejidad. El proceso se estructuró en tres fases:

• Revisión Documental: Análisis de 75 documentos (2015-2024) en bases de datos Scopus y WoS, priorizando perspectivas críticas de la comunicación y la tecnología.

• Diseño de Matriz Epistémica: Siguiendo a Cerrón Rojas (2014) y fundamentada en los principios de Samaja (2004), Bunge (1999) y Dewey (2000), se construyó una matriz para asignar significados interdisciplinarios a los hechos comunicativos.

• Triangulación Conceptual: Ejercicio dialéctico y ascendente (Cisterna Cabrera, 2005) que permitió validar los hallazgos en los niveles teórico, discursivo y epistémico, identificando convergencias y tensiones.

RESULTADOS

Tabla 1. Matriz Epistémica

Dimensión	Definición	Relación con la Comunicación	Autores Clave
Ontológica ¿QUÉ REALIDAD SE CONCIBE?	Naturaleza de la realidad comunicativa digital.	Ecosistema híbrido, complejo y relacional de mediaciones.	Barbosa et al. (2025), Repo & Matschoss (2020)
Epistemológica ¿CÓMO SE CONOCE?	Formas de conocimiento y mediación cognitiva.	Conocimiento situado, transdisciplinar y crítico; ponderación cognitiva.	Narváez (2021), Pastor Pérez & Balbinot (2021), Gálik et al. (2023)
Metodológica ¿CÓMO SE INVESTIGA?	Modos de investigar e intervenir lo social.	Praxis mixta, participativa y hermenéutica; investigación-acción.	Aguilar-Pérez (2024), Crompton (2023)
Teleológica ¿PARA QUÉ SE INVESTIGA?	Finalidad transformadora de la acción.	Emancipación cognitiva, justicia social y humanismo tecnológico.	Arias & Rodríguez (2023), UNESCO (2021)

Fuente. Elaboración propia

Análisis Ontológico

La realidad se concibe como un ecosistema socio-tecnológico complejo donde la comunicación es el tejido simbólico que articula prácticas, instituciones y tecnologías. Esta ontología reconoce que las crisis económicas y ambientales impulsan procesos de innovación social que emergen desde los márgenes comunitarios. En una lógica biocéntrica, la IAG redefine la producción de sentido, exigiendo entender la realidad como una red de hipermediaciones donde la transformación social es el fin último.

Análisis Epistemológico

El conocimiento es un proceso situado y reflexivo que integra saberes académicos y comunitarios. Conocer en la era de la IAG implica una "ponderación cognitiva" para interpretar la opacidad algorítmica y validar las narrativas locales como fuentes legítimas de saber frente a la desinformación. La epistemología aquí es transdisciplinar, enfocada en democratizar el acceso a los sentidos y potenciar la agencia ciudadana sobre el código.

Análisis Metodológico

Se privilegian metodologías mixtas y participativas que integran la universidad con el territorio. La investigación se asume como una práctica hermenéutica y emancipadora, utilizando desde el análisis de redes y la bibliometría hasta la experimentación con IAG (chatbots, modelos generativos) para generar aprendizaje social y fortalecer competencias mediáticas en las comunidades.

Análisis Teleológico

La finalidad es la emancipación cognitiva y el fortalecimiento de la ciudadanía crítica. Se investiga para empoderar al sujeto frente a la volatilidad informativa, promoviendo un futuro donde la inteligencia artificial amplifique la capacidad ética y deliberativa humana en función del bien común y la equidad digital.

Triangulación Conceptual

Nivel Teórico: Se identifica un desplazamiento hacia una sensibilidad posthumanista y decolonial. La tecnología se asume como coagente en la producción de sentido, exigiendo un equilibrio entre los estándares globales de la IA y los saberes biocéntricos-situados.

Nivel Discursivo: Emerge una macronarrativa del cambio que resignifica la crisis (automatización, brechas) como una gramática de posibilidad (cooperación, ética). El metalenguaje de mediaciones sitúa a la IAG bajo una semántica de cuidado y responsabilidad democrática.

Nivel Epistémico: Se resuelven cuatro tensiones fundamentales:

Automatización vs. Autonomía: resuelta mediante la alfabetización algorítmica que preserva la agencia.

• Datos vs. Sentido: donde la hermenéutica traduce el mapa cuantitativo en orientación social.

• Universalismo vs. Localidad: mediante traducciones interculturales que evitan la colonialidad del saber.

• Innovación Técnica vs. Innovación Social: supeditando la novedad técnica a criterios de bienestar social y sostenibilidad cultural.

Ejes Teóricos-Empíricos

La comunicación como ecosistema socio-tecnológico La comunicación contemporánea es un sistema

complejo e interdependiente. Sujetos humanos y no humanos participan en la coconstrucción del sentido, reconfigurando la interacción social a través de redes de mediaciones que demandan una visión relacional y sistémica.

Epistemología crítica y transdisciplinar

La producción de conocimiento integra la reflexividad sociotécnica con los saberes locales. Se propone una formación que articula el pensamiento crítico y la ética como defensa ante la mediación algorítmica, valorando la experiencia comunitaria como eje de verdad.

Metodologías participativas y emergentes

Se consolida una praxis donde el investigador actúa como mediador social. La innovación tecnológica se dinamiza a través de la investigación-acción, permitiendo que el análisis de datos masivos conviva con la sistematización de experiencias territoriales.

Teleología humanista y equidad

El horizonte final es la búsqueda del equilibrio comunicativo. La IAG debe orientarse a extender la creatividad y la conciencia crítica de las comunidades, asegurando que la tecnología sea una herramienta para la justicia social y la sostenibilidad.

Discusión

La integración de la Comunicación Transformadora con la IAG ofrece un marco pedagógico robusto para la innovación social orientada al bien común. Siguiendo a Mulgan (2021), la innovación es real solo cuando las comunidades reinterpretan sus problemas mediante una apropiación crítica. Este enfoque dialoga con la epistemología de la complejidad (Morin, 2021) y las epistemologías del sur (Sousa Santos, 2018), al defender un conocimiento intercultural frente al extractivismo de datos. El futuro digital no es un destino inevitable, sino una construcción política que dependerá de si las instituciones logran formar ciudadanos con capacidades para disputar los sentidos del mañana y evitar que la tecnología reproduzca la colonialidad del conocimiento.

Conclusiones

Tránsito Paradigmático: Es imperativo pasar de visiones instrumentales de la tecnología a una epistemología compleja y humanista donde la IAG sea entendida como una mediación cultural.

Autonomía Digital: La alfabetización algorítmica constituye el eje central para garantizar la autonomía cognitiva y la resistencia frente a la manipulación mediática.

Subordinación de la Técnica: La innovación tecnológica solo deviene en transformación social cuando se subordina a finalidades sociales y éticas verificables.

Papel de la UNAD: El modelo de educación abierta y a distancia es fundamental para construir una ciudadanía digital territorial que sea inclusiva, pertinente y capaz de liderar el cambio social en la era de la IA.

La innovación social comunicativa se puede plantear como una categoría que incorpore reflexiones y prácticas de la comunicación en esencia, desde una postura metacurricular como se propone en la UNAD, una directriz transversal hacia la transformación y ante todo, una invitación a que implica innovar en la comunicación más allá de lo tecnológico.

Referencias bibliográficas

• Aguaded, I., & Romero-Rodríguez, L. (2021). Alfabetización mediática en entornos digitales. Comunicar, 29(66). https://doi.org/10.3916/C66

• Aguaded, I., & Vizcaíno, M. (2022). Media literacy for democracy. Comunicar, 30(70).

• Aguilar-Pérez, J., & Gómez-García, M. (2024). La investigación sobre inteligencia artificial en comunicación: revisión y perspectivas. Revista Latina de Comunicación Social, 82(2), 45–68. https://doi.org/10.4185/RLCS-2024-1852

• Arias, C., & Rodríguez, P. (2023). Los desafíos éticos y jurídicos de la inteligencia artificial en la sociedad digital. Derecho y Tecnología, 15(3), 102–128. https://doi.org/10.14198/dyt.2023.15.3.6

• Barbosa Alfonso, C. C., Ruiz Rodríguez, A. C., Acosta Cifuentes, A. M., Pino Perdomo, F. M., Campo Menco, G. A., Gamboa Durán, C. M., & Mejía Rocha, K. (2025). La comunicación en tiempos de IA: Reflexiones académicas y desafíos comunicativos. Ecoe Ediciones.

• Barranquero Carretero, A., & Sáez Baeza, C. (2017). Latin American Critical Epistemologies toward a Biocentric Turn in Communication for Social Change: Communication from a Good Living Perspective. Latin American Research Review, 52(3), 431–445. doi:10.25222/larr.59

• Barranquero, A., & Herrera (2023). Latin American Critical Epistemologies: Toward a Biocentric Turn in Communication for Social Change.

• Bunge, M. (1999). Buscar la Filosofía en las Ciencias Sociales. Siglo XXI Editores.

• Cerrón Rojas, W. J. (2014). Conocimiento y matrices epistémicas. Horizonte De La Ciencia, 4(6), 87–90.

• Cisterna Cabrera, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. Theoria, 14(1), 61–71.

• Couldry, N., & Mejías, U. (2020). The Costs of Connection. Stanford University Press.

• D'Ignazio, C., & Klein, L. (2020). Data Feminism. MIT Press.

• Dewey, J. (2000). La Miseria de la Epistemología. Editorial Biblioteca Nueva.

• Floridi, L. (2022). The Ethics of Artificial Intelligence. Springer.

• Gálik, S., Kačinová, V., & Sádaba, C. (2023). The relationship between media literacy and well-being: Developing ethical awareness in the digital society. Digital Education Review, 43(2), 89–106.

• Helberger, N. (2021). Algorithmic Citizenship. Internet Policy Review, 10(2).

• Islas-Carmona, O., Gutiérrez-Cortés, F., Arribas-Urrutia, A., & Strate, L. (2024). La ecología de medios: un ambiente y un territorio complejos por reconocer. Palabra Clave, 27(1), e2711. https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.1

• Morin, E. (2021). La vía para el futuro de la humanidad. Paidós.

• Mulgan, G. (2021). Big Mind: How Collective Intelligence Can Change Our World. Princeton University Press.

• Narváez, A. (2021). Competencias Mediáticas para la Era Algorítmica. Editorial UOC.

• Pastor Pérez, A., & Balbinot, G. (2021). La educación como motor del aprendizaje social y la innovación ciudadana. Revista de Educación y Desarrollo Social, 15(2), 55–78.

• Repo, P., & Matschoss, K. (2020). Social innovation and sustainability: How to foster social innovations for sustainable development. Sustainability, 12(3),

319–336.

• Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson.

• Samaja, J. (2004). Epistemología y metodología: elementos para una teoría de la investigación científica. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

• Sousa Santos, B. de (2018). The End of the Cognitive Empire. Duke University Press.

• Terrones, A. L. (2020). Humanismo tecnológico: fundamento para una inteligencia artificial responsable. Pensamiento Actual, 19(33), 15–24.

• UNESCO. (2021). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence.

• UNESCO. (2023). Guidelines for the Governance of Generative AI in Education and Research.

COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA Y ESCENARIOS DE SIMULACIÓN: UNA APUESTA PEDAGÓGICA PARA EL APRENDIZAJE PRÁCTICO EN EL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNAD

Luis Carlos Ospino Castro
Comunicador Social-Periodista
Docente UNAD

Resumen

La presente ponencia expone la propuesta pedagógica “Simula, Teje y Transforma: de la simulación al territorio”, desarrollada por el Programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), como una experiencia formativa orientada a fortalecer las competencias prácticas de los estudiantes mediante el uso de simuladores y la apropiación crítica del enfoque de Comunicación Transformadora, eje articulador del programa. Esta apuesta se fundamenta en la comprensión de la comunicación como un proceso situado, crítico y socialmente comprometido, capaz de aportar a la reducción de desigualdades, exclusiones e injusticias estructurales en los territorios, tal como lo plantea el Proyecto Educativo Institucional del programa (UNAD, 2023).

El reto académico integró cuatro escenarios de práctica: Redacción Periodística, Producción Audiovisual, Producción de Radio y Fotografía, cada uno mediado por plataformas de simulación que recrean situaciones reales de producción comunicativa. A partir de estos entornos, los estudiantes desarrollaron productos originales: noticias, jingles, videos para TikTok y fotografías que representaron, narraron y evidenciaron el potencial transformador de la comunicación social en contextos territoriales. La experiencia se concibió como un laboratorio de innovación pedagógica que articula teoría y práctica, promoviendo procesos colaborativos, creatividad, toma de decisiones y comprensión ética de la labor comunicativa.

Metodológicamente, el reto convocó a duplas o pequeños grupos de trabajo colaborativo de máximo cinco (5) estudiantes para diseñar, planificar y producir un producto comunicativo a partir de un problema o situación de carácter social. Los simuladores permitieron transitar por las fases de preproducción, producción y postproducción, generando una aproximación experiencial a las dinámicas profesionales del periodismo, la producción radial, audiovisual y la fotografía. Asimismo, se incorporaron criterios de evaluación orientados a valorar la innovación, la calidad técnica, la coherencia narrativa, el trabajo colaborativo y la integración del enfoque transformador.

Los resultados permitieron identificar tres hallazgos relevantes. En primer lugar, los estudiantes fortalecieron su comprensión del concepto de comunicación transformadora al aplicarlo a situaciones concretas y traducirlo en narrativas, imágenes y mensajes con sentido social. En segundo lugar, los simuladores funcionaron como dispositivos pedagógicos potentes para la toma de decisiones, el reconocimiento del rol profesional y la comprensión de los procesos técnicos de producción. En tercer lugar, el reto promovió aprendizajes colectivos que potenciaron el trabajo en red, la creatividad y la reflexión crítica sobre la responsabilidad social del comunicador.

La experiencia demostró que la integración de simuladores y enfoques críticos de comunicación constituye una estrategia pedagógica pertinente para escenarios de educación a distancia, al permitir procesos de experimentación, análisis situado y construcción colaborativa. Se concluye que “Simula, Teje y Transfor-

ma" es una propuesta replicable y escalable que fortalece la formación práctica desde una perspectiva ético-transformadora, contribuyendo a la consolidación de una comunicación social comprometida con los territorios y con el cambio social.

Palabras clave:

Comunicación transformadora, simulación, educación a distancia, innovación pedagógica, UNAD, producción comunicativa.

Introducción

En los escenarios contemporáneos de América Latina, la comunicación social se ha configurado como un campo estratégico para la comprensión y transformación de las realidades sociales. Lejos de limitarse a la transmisión de información, la comunicación se reconoce hoy como un proceso social complejo, atravesado por relaciones de poder, disputas simbólicas y contextos históricos, culturales y territoriales específicos. En este marco, la formación de comunicadores sociales enfrenta el reto de trascender los enfoques instrumentales y tecnicistas, para asumir una perspectiva crítica, ética y comprometida con la transformación social.

El enfoque de la Comunicación Transformadora emerge como una respuesta a este desafío, al concebir la comunicación como un proceso situado, participativo y orientado al cambio social. Desde esta perspectiva, comunicar implica reconocer a las comunidades como sujetos activos en la construcción de sentidos, promover el diálogo horizontal y contribuir a la reducción de desigualdades, exclusiones e injusticiasestructurales (UNESCO, 2021; UNAD, 2023). La comunicación transformadora no se limita a la denuncia de problemáticas sociales, sino que propone la gestión estratégica de procesos comunicativos sostenibles, capaces de generar impactos verificables en los territorios.

El Programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) asume este enfoque como su eje articulador y apuesta formativa, tal como se establece en su Proyecto Educativo Institucional (PEI, 2023). Desde allí, se concibe la formación profesional como un proceso integral que articula saberes teóricos, competencias técnicas y una profunda reflexión ética sobre el rol social del comunicador. Esta visión resulta especialmente pertinente en el contexto de la educación superior a distancia, modalidad que amplía el acceso a la formación, pero que también plantea desafíos en la articulación entre teoría y práctica.

Frente a estos retos, el uso de escenarios de simulación se ha consolidado como una estrategia pedagógica innovadora que permite recrear contextos profesionales reales en entornos virtuales, favoreciendo el aprendizaje experiencial, la toma de decisiones y el desarrollo de competencias prácticas. En el Programa de Comunicación Social de la UNAD, los simuladores se integran a los cursos del componente práctico: Redacción Periodística, Producción Audiovisual, Producción de Radio y Fotografía, como mediadores del aprendizaje, posibilitando la aplicación de conocimientos en situaciones comunicativas concretas.

En este contexto se desarrolla el reto académico "Simula, Teje y Transforma: de la simulación al territorio", una experiencia pedagógica que busca fortalecer el aprendizaje práctico de los estudiantes a través de la innovación, la creatividad y el trabajo colaborativo, articulados desde el enfoque de la Comunicación Transformadora. El reto propone la creación de productos comunicativos que evidencien el potencial de la comunicación social para generar cambios reales en los territorios, integrando el uso de simuladores y la reflexión crítica sobre la práctica comunicativa.

La presente ponencia tiene como objetivo analizar esta experiencia como una estrategia pedagógica innovadora en la educación superior

a distancia, destacando sus aportes a la formación de comunicadores sociales comprometidos con la transformación social. Asimismo, se reflexiona sobre el papel de la simulación como mediadora del aprendizaje práctico y sobre los aprendizajes derivados del trabajo colaborativo y creativo de los estudiantes.

Metodología

El análisis de los 30 productos comunicativos desarrollados en el marco del reto "Simula, Teje y Transforma" se evidenció una apropiación progresiva y significativa del enfoque de Comunicación Transformadora por parte de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la UNAD. Esta apropiación se manifiesta, en primer lugar, en la capacidad de los participantes para identificar problemáticas sociales relevantes y traducirlas en narrativas comunicativas con sentido territorial, coherencia ética e intencionalidad de cambio social, lo cual coincide con lo planteado por Gumucio-Dagron (2011) respecto a la necesidad de que los procesos comunicativos surjan de las realidades locales y promuevan transformaciones concretas.

En los productos periodísticos, audiovisuales, sonoros y fotográficos analizados se observa una clara intención de visibilizar voces y realidades tradicionalmente marginadas, así como de cuestionar relaciones de poder presentes en los contextos abordados. Este hallazgo dialoga con los planteamientos de Couldry y Mejias (2022), quien señala que la comunicación adquiere sentido transformador cuando logra articular mediaciones culturales y sociales, permitiendo la resignificación de los mensajes desde las experiencias cotidianas de los sujetos.

Los estudiantes enviaron sus productos periodísticos, audiovisuales, sonoros y fotográficos y estos fueron revisados por pares y de allí se escogieron los tres mejores productos de acuerdo con las categorías dadas en el reto académico "Simula, Teje y Transforma: de la simulación al territorio" realizado en el mes de octubre de 2025.

En relación con el uso de los escenarios de simulación, los resultados muestran que estos entornos facilitaron la comprensión integral de los procesos de producción comunicativa, permitiendo a los estudiantes transitar de manera estructurada por las fases de preproducción, producción y postproducción. Este proceso fortaleció competencias técnicas y narrativas, pero, sobre todo, promovió una reflexión crítica sobre la toma de decisiones comunicativas y sus posibles impactos sociales. Tal como lo plantea Kolb et al. (2021), el aprendizaje experiencial se consolida cuando el estudiante reflexiona sobre la experiencia y la integra a su marco conceptual, aspecto que se evidenció en la coherencia y profundidad de los productos finales.

Asimismo, los simuladores funcionaron como espacios pedagógicos seguros para la experimentación, el error y la mejora continua, reduciendo la ansiedad asociada a la práctica profesional real y favoreciendo aprendizajes significativos. Este aspecto resulta especialmente relevante en contextos de educación a distancia, donde la simulación permite aproximaciones prácticas que, de otro modo, serían limitadas. En este sentido, la experiencia confirma que la mediación tecnológica, cuando está orientada pedagógicamente, puede potenciar procesos formativos críticos y contextualizados.

Otro resultado relevante corresponde al fortalecimiento del trabajo colaborativo. La conformación de duplas y grupos propició la distribución de roles, la negociación de ideas y la construcción colectiva de los productos comunicativos. Estas dinámicas contribuyeron al desarrollo de habilidades comunicativas, organizativas y relacionales, coherentes con una visión de la comunicación como proceso dialógico y participativo, en línea con los planteamientos de Giroux (2020) sobre la educación como práctica de la libertad.

Finalmente, los resultados permiten evidenciar que el reto no solo impactó el desarrollo de competencias

prácticas, sino también la comprensión del rol social del comunicador. Los estudiantes reconocieron la comunicación como una herramienta estratégica para la transformación social y no únicamente como un ejercicio técnico o mediático. Este hallazgo reafirma lo planteado en el Proyecto Educativo Institucional del Programa de Comunicación Social de la UNAD (2023), al consolidar una formación que integra saberes técnicos, reflexión crítica y compromiso ético con los territorios.

Discusión

Los resultados obtenidos permiten afirmar que la articulación entre el enfoque de Comunicación Transformadora y el uso de escenarios de simulación pedagógica constituye una estrategia formativa pertinente frente a los desafíos actuales de la educación superior en comunicación social. Diversos estudios recientes señalan que la formación de comunicadores requiere integrar competencias técnicas con una comprensión crítica del contexto social y territorial, especialmente en entornos mediados por tecnologías digitales (UNESCO, 2021).

Desde una perspectiva contemporánea, la comunicación se concibe como un campo atravesado por relaciones de poder, mediaciones tecnológicas y disputas simbólicas que inciden en la producción de sentido y en la participación social. En este marco, experiencias pedagógicas basadas en simulación permiten a los estudiantes aproximarse de manera crítica a escenarios profesionales complejos, favoreciendo procesos de reflexión ética y toma de decisiones informadas (Couldry & Mejias, 2019).

El trabajo colaborativo evidenciado en el reto dialoga con planteamientos pedagógicos críticos que destacan el aprendizaje como un proceso social, dialógico y situado. En este sentido, la construcción colectiva de productos comunicativos fortalece no solo habilidades técnicas, sino también competencias ciudadanas, éticas y comunicativas necesarias para el ejercicio profesional en contextos de desigualdad y diversidad cultural (Giroux, 2020).

Por su parte, la simulación pedagógica se inscribe en los enfoques de aprendizaje experiencial que subrayan la importancia de la reflexión sobre la práctica para la consolidación de aprendizajes significativos. Investigaciones recientes confirman que estos entornos favorecen la integración entre teoría y práctica cuando se articulan a propósitos formativos claros y socialmente relevantes (Kolb & Kolb, 2017).

En síntesis, la experiencia analizada reafirma los lineamientos del Proyecto Educativo Institucional del Programa de Comunicación Social de la UNAD (2023), al demostrar que es posible articular innovación pedagógica, tecnologías educativas y enfoques críticos de comunicación para formar profesionales comprometidos con la transformación social y el desarrollo de los territorios.

Referencias

• Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford University Press.

• Giroux, H. A. (2020). On critical pedagogy (2nd ed.). Bloomsbury Academic.

• Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2017). Experiential learning theory as a guide for experiential educators in higher education. Experiential Learning & Teaching in Higher Education, 1(1), 7–44.

• UNESCO. (2021). Media and information literacy: Policy and strategy guidelines. UNESCO Publishing.

• Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. (2023). Proyecto Educativo Institucional del Programa de Comunicación Social. UNAD.

DIAGNÓSTICO PRELIMINAR DE ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS POR LAS IES DEL G8 DE MEDELLÍN FRENTE A LA IAGEN EN PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Isabella Navarrete Barrero
Estudiante de Periodismo
Quinto semestre
Universidad de Antioquia
isabella.navarrete@udea.edu.co

Iván Felipe Adans Camargo
Estudiante de Periodismo
Quinto semestre
Universidad de Antioquia
ivan.acamargo@udea.edu.co

Resumen

El artículo presenta los primeros hallazgos del proyecto "Reconocimiento de las estrategias implementadas por las IES del G8 en relación con el uso y apropiación de las IAGen en los procesos de enseñanza-aprendizaje" que ha investigado entre abril de 2025 y febrero de 2026 la implementación de las inteligencias artificiales generativas (IAGen) en la educación superior, enfocándose en las instituciones de educación superior (IES) del G8 de Medellín.

La investigación busca aportar a la comprensión de los desafíos que estas herramientas representan para la transformación de la enseñanza, desde automatizar tareas, hasta personalizar el aprendizaje y generar contenido educativo. Además, el proyecto reconoce que la integración de la inteligencia artificial plantea desafíos éticos, regulatorios y metodológicos tanto en docentes como en estudiantes, pues entran en la discusión la brecha digital, la necesidad de alfabetización y la convergencia que busca equilibrarse entre los métodos de enseñanza tradicional y la adaptación a una era digital que se transforma a diario.

Este estudio se enmarca en el Semillero P-4RI, que significa Periodismo para la Cuarta Revolución Industrial, donde investigamos la tecnología en la educación, y sobre todo en el Periodismo y las distintas áreas que nos permite abarcar. Este semillero que surge como un espacio de investigación y formación busca consolidar una escuela latinoamericana de pensamiento en torno a la relación entre las tecnologías de la 4RI y el periodismo. Su propósito central es reflexionar sobre los impactos que estas transformaciones generan en el campo comunicativo, así como en la preparación de futuros profesionales capaces de comprender y aprovechar estas herramientas.

Palabras clave

Inteligencia Artificial Generativa (IAGen), educación superior, enseñanza-aprendizaje, implementación de estrategias, lineamientos institucionales, políticas educativas.

Abstract

The article presents the initial findings of the project "Recognition of the strategies implemented by G8 higher education institutions in relation to the use and appropriation of Generative Artificial Intelligence (GAI) in teaching–learning processes", which examined, between April 2025 and February 2026, the implementation of generative artificial intelligence (GAI) in higher education, focusing on the G8 higher education institutions (HEIs) in Medellín.

The research aims to contribute to an understanding of the challenges these tools pose for the transformation of teaching, ranging from task

automation to personalized learning and the generation of educational content. Additionally, the project acknowledges that the integration of artificial intelligence raises ethical, regulatory, and methodological challenges for both teachers and students, as issues such as the digital divide, the need for digital literacy, and the convergence between traditional teaching methods and adaptation to a constantly evolving digital era come into play.

This study is framed within the P-4RI Research Group (Journalism for the Fourth Industrial Revolution), where we investigate technology in education, particularly in journalism and the multiple areas it encompasses. Conceived as a space for research and training, this group seeks to consolidate a Latin American school of thought around the relationship between Fourth Industrial Revolution technologies and journalism. Its central purpose is to reflect on the impacts these transformations generate in the field of communication, as well as on the preparation of future professionals capable of understanding and leveraging these tools.

Keywords

Generative Artificial Intelligence (GenAI), higher education, teaching–learning processes, strategy implementation, institutional guidelines, educational policies.

Introducción

La inteligencia artificial ha evolucionado desde su introducción en 1956 y se ha integrado de manera crucial en sectores como la educación, mejorando la personalización del aprendizaje, la optimización de contenidos y la automatización de tareas administrativas. Esta tecnología permite adaptar los contenidos a las necesidades individuales de los estudiantes y fomenta una enseñanza más inclusiva y equitativa. No obstante, su implementación plantea desafíos éticos y de seguridad, como la protección de datos, la transparencia en la toma de decisiones automatizadas, la privacidad y la deshumanización del proceso educativo. (Chávez, Jenny Maritza; Aguirre, Sandy Nohemí, 2025).

En la educación, las inteligencias artificiales generativas (IAGen) se han convertido desde su popularización a finales del 2022 en herramientas esenciales para los procesos de enseñanza-aprendizaje, pues han traído ventajas como la automatización de tareas y la creación de contenidos, junto a desafíos como la apropiación ética de estas herramientas. (Canvia, 2023). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [Unesco] (2023) destaca que las IAGen "se revelan como herramientas valiosas de apoyo personalizado para profesores y estudiantes, pero también plantean preguntas sobre la brecha digital, la confidencialidad de los datos y la preponderancia de las grandes empresas mundiales en ese sector" (p. 5).

Es así que, en esta investigación tomamos como eje de estudio la inteligencia artificial generativa (IAGen), con especial énfasis en conocer cuáles son las estrategias que han implementado las universidades del G8 (Grupo de las Ocho Universidades de Antioquia; EAFIT, UdeA, CES, UPB, Lasallista, Universidad Nacional, Universidad de Medellín, EIA, una alianza de cooperación entre ocho de las universidades más importantes de la región para fomentar la calidad educativa, la investigación y el desarrollo social) en Medellín, en relación con el uso y apropiación de las inteligencias artificiales generativas en los procesos de enseñanza-aprendizaje a partir de 2023. Una propuesta que se alinea con el Semillero Periodismo para la Cuarta Revolución Industrial (P-4RI), que se concibe como un laboratorio que conecta la práctica periodística con los retos y oportunidades de las herramientas tecnológicas, apostando por una interdisciplinariedad con las áreas STEM y las hibridaciones del oficio con las herramientas 4.0. Y aunque la IAGen tiene el potencial de transformar significativamente la educación, su implementación exitosa requiere un enfoque colaborativo y transversal que involucre a todos los actores del ecosistema educativo. A medida que exploramos este nuevo horizonte, es imperativo considerar las implicaciones éticas y garantizar que la tecnología se utilice de manera que signifique un beneficio para la sociedad en general, sin

obviar los riesgos y retos que ya existen o que aparecerán con el desarrollo acelerado de estas tecnologías tan potentes (García-Peñalvo, Francisco José; 2024).

Metodología

El proyecto "Reconocimiento de las estrategias implementadas por las IES del G8 en relación con el uso y apropiación de las IAGen en los procesos de enseñanza-aprendizaje" se propuso desde el paradigma de investigación cualitativo, que nos permite "examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados" (Lindlof et al., 2008, como se citó en Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 390).

La construcción de esta investigación nace a raíz de la problematización de una de las líneas de investigación del semillero P-4RI: narrativas periodísticas y la cuarta revolución industrial (4RI), que estudia cómo las nuevas tecnologías influyen en el desarrollo de la profesión misma aun con todas sus variables y ramificaciones.

Teniendo en cuenta esta premisa, nos permitimos decir que el quehacer investigativo de este grupo se nutre de experiencias, análisis y construcción de conocimiento en la corresponsabilidad para el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje; razón principal que orienta la investigación en las universidades del G8 de la ciudad de Medellín: el qué hacer de la Inteligencia Artificial Generativa (IAGen) y cómo hacerlo sin dejar de lado aspectos como el contexto, la opinión pública, la popularización o la misma rigurosidad individual de los profesionales con sus proyectos y propuestas.

Al comienzo del proyecto realizamos una exploración documental agrupada en diferentes matrices de información para identificar, filtrar y clasificar lo que están haciendo las universidades respecto a la IAGen en sus aulas de clase, pero también en la formación docente y la capacitación en este tipo de herramientas que convergen, y requieren corresponsabilidad y distintos conocimientos.

Esta exploración fue dividida en dos categorías: Estrategias de implementación de la IAGen, con sus variables de lineamientos institucionales (que hacen referencia a la definición por parte de las instituciones en la implementación de la IAGen como herramienta formativa dentro de los reglamentos internos académicos) y procesos de

formación (los cursos, pregrados, posgrados, diplomados y demás ofertas académicas para docentes y estudiantes en IAGen); e Impacto en los procesos de enseñanza-aprendizaje, con su variable de transformación metodológica (cómo han cambiado o pretender cambiar las metodologías de enseñanza-aprendizaje con la incorporación de la IAGen en las universidades)

Luego de trabajar en la exploración documental y construir nuestro primer instrumento de recolección de información, pasamos a la segunda fase que consiste en la realización de entrevistas a las personas directamente involucradas con este tema o que pueden dar respuesta de las actividades universitarias frente a él. Nos propusimos contactar con vicerrectores de docencia y/o encargados del componente misional en las universidades, con el fin de contrastar, corroborar o derribar la información que encontramos previamente. Dichas fuentes testimoniales están siendo entrevistadas a través de un esquema semiestructurado (que permite anexar preguntas, comparar o contra preguntar) para obtener información homogénea que no solo dé lugar a la comparación, sino que

amplíe la comprensión del panorama al que nos enfrentamos en este momento.

La tercera parte de este proceso metodológico consiste en la caracterización de la información recolectada a través de una matriz más expandida que la de los momentos previos, la cual será utilizada para un análisis comparativo sobre el panorama los lineamientos planteados sobre el uso y apropiación de las IAGen en las universidades del G8. Nuestra principal comparación será lo que ofertan y en lo que trabajan internamente las universidades, con lo que dicen y proponen en las entrevistas. Dicho análisis será el pilar de los resultados que arroje la investigación para su divulgación. Se divulgarán los resultados en formato audiovisual por medio de videos cortos ilustrativos y una serie de ponencias que promuevan la discusión y uso de los resultados de la investigación en las instituciones estudiadas (y otros escenarios como congresos y coloquios).

Discusión

Esta investigación marca un recorrido, hallazgos y algunas críticas con respecto a la comprensión de la IA no solo como un recurso técnico o un anexo en algún plan de estudios o un curso de formación continua, sino también entender que es un fenómeno social y educativo que transforma la manera en que se enseña, se aprende, se informa y se relacionan las personas.

P-4RI procura el reconocimiento de problemas, posibilidades y habilidades en potencia que se pueden desarrollar en el área del periodismo, en este caso, en el reconocimiento de las estrategias implementadas por las IES del G8 en relación con el uso y apropiación de las IAGen en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Pues la interdisciplinariedad académica es un factor irrefutable cuando se habla de periodismo y cuarta revolución industrial, por lo que hacer acercamientos a la Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática (STEM, por sus siglas en inglés) brinda un campo de estudio aún más profundo y expande a otras áreas las aptitudes y herramientas propias de las comunicaciones.

Asimismo, se considera que la reflexión frente a las inteligencias artificiales se está expandiendo a distintos campos del conocimiento, al punto de integrarse de diferentes formas en la vida diaria; no podemos aislarla ni depender de ella, la propuesta siempre ha sido verla como una aliada en la construcción de conocimientos y estrategias que impulsen actividades, proyectos o ideas, sobre todo en la formación y ejercicio profesional. En P-4RI, se reconoce a la IA como un apoyo a la actividad periodística y al área de las comunicaciones, en tareas que van desde la estrategia de optimización de procesos hasta la recolección y difusión de datos, pues el factor social lo aporta el profesional que se construye a través de experiencias y habilidades.

Para este punto de la investigación nos permitimos hablar de un diagnóstico preliminar de estrategias implementadas por las IES del G8 de Medellín frente a la

IAGen en procesos de enseñanza-aprendizaje, donde se recogen los principales hallazgos que hemos encontrado durante estos meses de investigación y que nos dibujan un panorama inicial respecto a cómo se está articulando, incorporando o, incluso forzando, la IAGen en la educación superior.

Manteniendo el orden en el que se ha desarrollado el proyecto, estos son los primeros hallazgos derivados de la fase de revisión y análisis documental:

En un primer momento, a través de la observación del contexto y el ambiente, se reconoció que la IA y la IAGen están generando dinámicas nuevas en ambientes educativos. Estas herramientas ofrecen eficiencia en la creación de contenidos, métodos pedagógicos y evaluación, pero también revelan una brecha entre las competencias educativas y las demandas del mercado laboral.

Primero: hay una presencia considerable en la formación continua y los programas académicos que ofertan las universidades del G8. Estas ofrecen cursos (38), diplomados (14) yo programas de posgrado (4) relacionados con la IA, sumando 56 ofertas académicas; un número amplio pero que deja mucho qué desear si retomamos que son unas de las ocho universidades más importantes de la región, pioneras en la investigación, la innovación y algunas, en la extensión.

Segundo: la cantidad de procesos de formación varía en cada universidad, UPB (19), EAFIT (11), EIA (7) lideran esta categoría de oferta académica y externa.

Tercero: los enfoques en los que utilizan la IA son diversos y dependen de cada unidad académica. Entre algunas similitudes temáticas encontramos aplicaciones técnicas como Machine Learning y Big Data, así como usos en contextos específicos como la gestión documental, creatividad, gerencia y análisis social.

Cuarto: las universidades con menos oferta formativa son la Universidad de Antioquia (4), Universidad de Medellín (1) y Universidad Nacional (2), estando por debajo de las expectativas preliminares de la investigación.

Quinto: la universidad "más preocupada" por establecer en su política institucional la implementación de la IA, es la Universidad Nacional. Teniendo 5 estrategias entre columnas, artículos e informes que se enfocan directamente en una transformación metodológica interna de sus programas y estrategias de formación.

Sexto: las universidades han generado y participado, en diferentes medidas, en espacios de reflexión académica con respecto al tema de la IAGen. Las unidades académicas (facultades, escuelas, institutos) han promovido conversatorios, seminarios y eventos que abordan los impactos, riesgos y oportunidades de esta herramienta. Aquí destacan la participación de la Universidad CES en el foro Internacional AcademIA universidad 2030 y el primer conversatorio sobre IA de la Universidad de Antioquia en la Facultad de Comunicaciones y Filología titulado ¿Qué *#?@ hacemos con el ChatGPT en la academia?

Séptimo: a pesar de que universidades como la UdeA, CES, EAFIT y UPB han participado en distintos espacios académicos que evidencian un interés por generar discusión alrededor de este tema, en la mayoría es evidente que no hay una preocupación directa en las políticas pedagógicas y/o transformación metodológica interna, es decir, en implementar estrategias para el uso de la IA e IAGen en los procesos de enseñanza – aprendizaje.

Octavo: estas instituciones se enfocaron en promover cursos, talleres, diplomados, grupos de investigación y demás estrategias formativas con la IAGen, pero es muy poco o casi inexistente su apuesta en los lineamientos institucionales, pensado en la línea del rastreo en la transformación pedagógica/metodológica que estos cambios implican en las políticas institucionales.

Noveno: la Universidad de Medellín es la única universidad del G8 que no cuenta con más de una propuesta en la oferta de educación continua que incluye la Inteligencia Artificial Generativa (siendo esta una especialización en Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial ofertada desde 2023).

Décimo: las Universidades del G8 le apostaron a la formación continua a través de un amplio portafolio de cursos, diplomados y maestrías, seguro por la popularización de esta herramienta desde los fina-

les del 2022, pero no se enfocaron ni preocuparon por una modificación curricular de base con lo que ya existía en las aulas.

Décimo primero: las universidades más complejas de rastrear en esta investigación han sido la Universidad de Medellín y Lasallista debido a estos factores: desórdenes en sus portales institucionales, información confusa y poca/nula actualización de sus ofertas académicas. Además, de que dicha oferta no está centralizada.

Décimo segundo: las ofertas formativas varían tanto en modalidad (presencial, virtual, mixta) como en inversión económica. Los cursos cortos están entre los $300.000 y $1´250.000; los diplomados entre $1´800.000 y $3´500.000; y especializaciones y maestrías en promedio superan los $9´000.000 por semestre.

Décimo tercero: en cuanto a articulación de conocimientos, la Universidad de Antioquia integra la IA con campos disciplinares específicos. LA UPB, UdeM y CES propician espacios de reflexión ética y cultural. La Universidad Nacional se enfoca en aproximaciones críticas por medio de grupos y publicaciones académicas. LA EIA es la universidad más sólida en oferta de educación continua y posgrado. Lasallista y EAFIT proponen formación posgradual y no formal en áreas profesionales como negocios, gobernanza, educación, sector turístico y agropecuario.

Décimo cuarto: la universidad EAFIT cuenta con una de las iniciativas más sólidas en cuanto a la Inteligencia Artificial, por medio de un laboratorio que pretende educar, capacitar y plasmarse como un centro de servicios para empresas y nodo de investigación en el ámbito público. Además de paneles y conferencias que tienen como objetivo comprender cómo convergen la tecnología y la pedagogía de la mano de los aspectos sociales, familiares y políticos.

Décimo quinto: a pesar de ser un tema que se popularizó en 2022, parece ser un tema que permanece emergente y desequilibrado en las universidades, que parecen no estar preparadas para hacer transformaciones metodológicas desde un lineamiento concreto en el papel y se limitan a reflexionar y deliberar cómo se imaginan que la IAGen se integre algún día.

Por otra parte, es relevante anotar que la inteligencia artificial también nos problematiza como periodistas desde la perspectiva de la concientización de los cambios imprevisibles que se presentan en la actualidad, y que tarde o temprano se trasladan a las esferas formativas.

Teniendo en cuenta la información anterior y el orden en que se ha desarrollado la investigación, podemos hablar de los hallazgos que hemos recolectado en la segunda fase que corresponde a la realización de entrevistas semiestructuradas formuladas a partir de algunos datos e información que encontramos en la revisión documental.

Hasta el momento, las universidades entrevistadas han sido la UdeA, CES, EIA y UPB, con preguntas que mantienen un enfoque en los lineamientos universitarios y estrategias para la apropiación y uso de la IAGen en los espacios académicos, sin perder de vista la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 4) en los procesos de enseñanza aprendizaje.

Sin embargo, debido a dificultades en el contacto con las universidades e incluso una evasión a las entrevistas, la investigación permanece en el segundo punto de la ruta metodológica del proyecto.

La integración de la IA es una decisión sin profundidad estratégica

Durante todo este proceso en el que hemos permanecido más de cuatro y estamos próximos a completar cinco meses, las universidades parecen huirle a hablar de la temática, hipótesis que nos permitimos por la falta de respuestas, el desentendimiento de los correos e incluso agendamientos que no se concretan o se cancelan sobre el tiempo. Además, hemos notado una reasignación constante de las personas que pueden hablar del tema de la Inteligencia Artificial Generativa en cada universidad, como si se tratara de un salto interminable entre dependencias académicas. De acuerdo con lo que hemos encontrado y conversado a groso modo con las cuatro universidades entrevistadas, es que quizás no quieren hablar porque no hay una profundidad estratégica, curricular y metodológica en sus instituciones, sino un lanzamiento algo desbordado de educación continua para involucrar someramente el tema que es nuestro objeto de estudio y mantenerse activos y vigentes en la línea de popularización y cambios de la era digital. La pregunta es, ¿termina esto por ser realmente una estrategia competente en la enseñanza aprendizaje?

El equipo de investigadores espera concretar para el primer trimestre de 2026 las entrevistas faltantes en las universidades Lasallista, UdeM, UNAL y EAFIT, para pasar a la tercera fase de comparación y caracterización en otra matriz, concretando la entrega del producto multimedia. Aun así, nos permitimos afirmar que esta negación a hablar del tema, también es una respuesta de cara a la insistencia y al panorama que se nos presenta.

Resultados preliminares

¿Cuáles son nuestras expectativas con el proyecto?

A través de esta investigación buscamos definir el panorama actual respecto a las estrategias implementadas por las instituciones anteriormente mencionadas, con respecto a la apropiación de la IAGen en las estrategias de enseñanza - aprendizaje y su apuesta por innovar en la educación superior en la ciudad de Medellín y en Colombia.

Adicionalmente, mantenemos la intención de complementar los datos recolectados con la intervención de los actores responsables en la gestión académica institucional, sin embargo, como ya se mencionó, no hemos recibido respuesta. Es así, que la información con la que se cuenta comprende desde cursos, eventos, conferencias hasta procesos de posgrado y espacios de reflexión y está a la espera de ser completada.

En conclusión, el objetivo principal de esta investigación es construir un estado del arte que permita entender los cambios necesarios que deben adoptar las instituciones, así como la situación en la que se encuentran. Por ello, se proponen como productos finales el diseño de una cartilla que recoja y sistematice los resultados

obtenidos a partir de la investigación, y que les permita a los involucrados de las IES replantear la educación en la cuarta revolución industrial. El otro es un producto audiovisual y multimedial que exponga las apuestas, posturas, reflexiones y estrategias que implementan estas universidades en voz de vicerrectores de docencia o representantes académicos, quienes nos cuenten a través de las entrevistas mencionadas qué están haciendo en sus aulas respecto a la IAGen, y se contraste con la información encontrada por medio de gráficos y otros elementos visuales.

Es importante anotar que el Semillero P-4RI se ha presentado en otros espacios académicos como el Encuentro de Semilleros de Investigación y Jóvenes Investigadores ESI+EJI de la Universidad de Antioquia y el Encuentro Departamental de Semilleros de Investigación EDSI 2024, con otros proyectos y ponencias enfocados en nuestro objeto de estudio: el periodismo y cómo se ve permeado por la tecnología. Además, el año pasado estuvimos presentes en la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación (Afacom 2025) en la ciudad de Popayán y en la Maratón de Humanidades Digitales (Maratón HD 2025) en la Universidad EAFIT, en la ciudad de Medellín.

De igual manera, como semillero de investigación, buscamos a corto

y mediano plazo, continuar desarrollando conocimiento enfocado en el uso y apropiación de la IA y otras tecnologías que propician nuevas discusiones y dinámicas que afectan la esfera profesional, educativa y social; así como nutrir la escena académica con proyectos e investigaciones. Pues, a través de este proyecto identificamos que es necesario el análisis y la comprensión de estos procesos desde un lente investigativo que permita contribuir a la construcción de lineamientos que permitan a las universidades avanzar en una integración responsable y efectiva de la IA en sus metodologías de enseñanza.

Para finalizar, consideramos que, el impacto de las Inteligencias Artificiales Generativas (IAGen) en la educación superior es innegable y plantea un escenario de retos y oportunidades que las instituciones deben abordar. El proyecto evidencia porque son importantes estos impactos en la elaboración de lineamientos y metodologías en las IES, pues estas herramientas representan un gran avance en la dinamización de la enseñanza-aprendizaje la cual se pueden observar en la personalización del aprendizaje, la automatización de tareas y la eficiencia en la generación de contenido académico. Además, la investigación arrojó puntos/criterios de reflexión como el replanteamiento de la enseñanza, la brecha digital y la preparación de docentes y estudiantes para integrarlas de manera efectiva en los procesos educativos.

Referencias bibliográficas

- Canvia. (18 de octubre de 2023). 8 retos de la inteligencia artificial y cómo resolverlos. https://canvia.com/retos-inteligencia-artificial/
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación.
- Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612
- Giró Grácia, X., y Sancho-Gil, J. (2022). La Inteligencia Artificial en la educación: Big data, cajas negras y solucionismo tecnológico. RELATEC: Revista latinoamericana de Tecnología Educativa, volumen 21, número 1 (2022). 129-145. https://doi.org/10.17398/1695-288X.21.1.129
- Chávez Ruales, J.M. y Aguirre Rivera, S.N (2025). Regulación del uso de inteligencia artificial en la Educación Superior. Instituto Superior Tecnológico 17 de Julio. Vol. 1 Núm. 1 (2025): Revista Científica Dejando Huellas. Pág 64. https://liceoaduanero.edu.ec/revista/index.php/ojs/article/view/19
- García-Peñalvo, F. J. (2024). Inteligencia artificial generativa y educación: Un análisis desde múltiples perspectivas. Artículo. Volumen 25. https://revistas.usal.es/tres/index.php/eks/article/view/31942

EL CUERPO Y LA VIDA ÍNTIMA COMO MERCANCÍA EN EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA: APPS DE SALUD, RELOJES INTELIGENTES Y DATOS BIOMÉTRICOS

Sara Sofía Reyes Mendez
Estudiante de Comunicación Social – Periodismo
ssreyesm@ut.edu.co

Resumen

El presente trabajo analiza la manera en que el cuerpo y la vida íntima se convierten en mercancía mediante el uso de relojes inteligentes, entendidos como dispositivos wearables que median la relación entre las personas, su cuerpo y su bienestar. A partir de un análisis crítico del discurso, se examinan las narrativas que las empresas tecnológicas promueven sobre la salud, el rendimiento y el autocuidado, mostrando cómo estos discursos influyen en la forma en que los individuos interpretan y regulan su propio cuerpo.

El objetivo es comprender cómo el reloj inteligente no solo recolecta y comercializa datos biométricos, sino que también moldea comportamientos, emociones y hábitos, convirtiendo la gestión del cuerpo en una práctica guiada por la lógica extractiva del capitalismo digital. De esta manera, lo más íntimo de la vida cotidiana se transforma en información susceptible de ser medida, compartida y monetizada.

El marco teórico se fundamenta en las categorías de capitalismo de vigilancia, cuerpo, vida íntima, datos biométricos y salud digital, que permiten analizar cómo las tecnologías de monitoreo corporal participan en la producción de nuevos regímenes de control y autogestión del cuerpo.

La investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, mediante entrevistas semiestructuradas y grupos focales a estudiantes que asisten al gimnasio de la Universidad del Tolima, con el fin de explorar las percepciones de los usuarios y las transformaciones que estas tecnologías generan en su vida cotidiana.

Palabras clave

Capitalismo de vigilancia, ecología de los medios, cuerpo, vida íntima, datos biométricos, wearables, salud digital.

Abstract

This paper analyzes how the body and intimate life become commodities through the use of smartwatches, understood as wearable devices that mediate the relationship between people, their bodies, and their well-being. Based on a critical discourse analysis, it examines the narratives that technology companies promote about health, performance, and self-care, showing how these discourses influence the way individuals interpret and regulate their own bodies.

The objective is to understand how smartwatches not only collect and commercialize biometric data, but also shape behaviors, emotions, and habits, turning body management into a practice guided by the extractive logic of digital capitalism. In this way, the most intimate aspects of everyday life are transformed into information that can be measured, shared, and monetized.

The theoretical framework is based on the categories of surveillance capitalism, body, intimate life, biometric data, and digital health, which allow us to analyze how body monitoring technologies participate in the production of new regimes of control and self-management of the body.

The research is conducted from a qualitative approach, using semi-structured interviews and focus

groups with students who attend the University of Tolima gym, in order to explore users' perceptions and the transformations that these technologies bring about.

Keywords

Surveillance capitalism, media ecology, body, intimate life, biometric data, wearables, digital health.

Translated with DeepL.com (free version)

Introducción

En los últimos años, la tecnología ha dejado de estar solo en nuestras pantallas para instalarse también en nuestro cuerpo. Hoy muchas personas utilizan relojes inteligentes que miden la frecuencia cardíaca, los pasos diarios, las calorías quemadas, la calidad del sueño y hasta los niveles de estrés. Lo que parece una herramienta de bienestar también abre preguntas importantes sobre qué pasa con esa información y cómo influye en la manera en que nos relacionamos con nuestro propio cuerpo.

Para entender este fenómeno, resulta clave el concepto de capitalismo de vigilancia desarrollado por Shoshana Zuboff (2019), quien explica que las grandes empresas tecnológicas basan su modelo económico en la extracción y análisis de datos de comportamiento. Es decir, nuestras acciones cotidianas se convierten en datos que pueden ser procesados, analizados y utilizados con fines comerciales. En este contexto, el cuerpo también entra en esa lógica de extracción.

Los relojes inteligentes, producidos por empresas como Apple Inc. o Fitbit, se promocionan como aliados del autocuidado y la vida saludable. Nos animan a movernos más, a dormir mejor, a cumplir metas diarias. Sin embargo, como señala José van Dijck (2013), en la cultura digital muchas de nuestras prácticas diarias se transforman en datos que circulan dentro de plataformas y adquieren valor económico. Esto significa que aquello que parece íntimo y personal - como nuestro ritmo cardíaco o nuestras rutinas de ejercicio - también puede convertirse en información útil para el mercado.

Desde otra perspectiva, Michel Foucault (1976) habló de la biopolítica para explicar cómo el poder moderno gestiona la vida y los cuerpos. Aunque Foucault escribió en otro contexto histórico, sus ideas permiten pensar cómo hoy el control ya no siempre viene de una institución externa, sino que muchas veces se integra en tecnologías que usamos voluntariamente. En esa misma línea, Byung-Chul Han (2014) plantea que vivimos en una sociedad del rendimiento, donde cada persona se autoexige y se autoevalúa constantemente. Los relojes inteligentes encajan perfectamente en esa lógica: nos muestran métricas, comparaciones y metas que influyen en cómo percibimos nuestro propio desempeño físico.

Además, Deborah Lupton (2016) explica que las tecnologías de salud digital promueven una cultura del "yo cuantificado", en la que el cuerpo se convierte en un proyecto que debe medirse y optimizarse. Así, dormir, entrenar o incluso descansar dejan de ser solo experiencias personales para convertirse en números.

A partir de estas reflexiones surge la pregunta que guía esta investigación: aunque los relojes inteligentes se presentan como herramientas de bienestar, ¿hasta qué punto participan en una lógica que convierte el cuerpo y la vida íntima en mercancía? Y, sobre todo, ¿cómo viven y entienden esta dinámica los estudiantes que los utilizan?

Por eso, este estudio se centra en estudiantes que asisten al gimnasio de la Universidad del Tolima. El gimnasio es un espacio donde el rendimiento físico, la autoimagen y la disciplina corporal son importantes, y donde el uso de tecnologías de monitoreo puede intensificar esas dinámicas. Analizar este contexto permite comprender cómo el discurso del bienestar se cruza con la lógica del capitalismo digital en la vida cotidiana de jóvenes universitarios.

Metodología

Esta investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, ya que el interés principal no es medir datos estadísticos, sino comprender las percepciones, experiencias y significados que los estudiantes le atribuyen al uso de relojes inteligentes.

En primer lugar, se realizará un análisis crítico del discurso de las narrativas que las empresas tecnológicas construyen alrededor de los relojes inteligentes. Se revisarán páginas web oficiales, descripciones de productos y mensajes promocionales, con el fin de identificar cómo se presentan ideas como bienestar, rendimiento, autocontrol y superación personal. Este análisis permitirá entender qué tipo de valores y significados acompañan el uso de estos dispositivos.

En segundo lugar, se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas y grupos focales con estudiantes que asisten al gimnasio de la Universidad del Tolima y que utilizan relojes inteligentes o aplicaciones de monitoreo corporal. La selección será intencional, buscando participantes que cumplan con estas características. Las entrevistas permitirán conocer experiencias individuales, motivaciones para usar el dispositivo, percepción sobre sus datos biométricos y nivel de conciencia sobre el uso que las empresas pueden hacer de esa información. Los grupos focales, por su parte, facilitarán la conversación colectiva sobre temas como presión por el rendimiento, comparación con otros, autocuidado y privacidad.

El material recolectado será grabado con consentimiento informado, transcrito y posteriormente analizado mediante codificación temática. Algunas categorías iniciales de análisis serán: mercantilización del cuerpo, auto-vigilancia, rendimiento, percepción de privacidad y bienestar. Estas categorías se irán ajustando según lo que emerja en el proceso.

Finalmente, los resultados serán interpretados a la luz de los aportes de Zuboff (2019), Foucault (1976), Han (2014) y Lupton (2016), buscando conectar las experiencias de los estudiantes con las dinámicas más amplias del capitalismo de vigilancia y la salud digital.

Referencias bibliográficas

• Foucault, M. (1976). Historia de la sexualidad I: La voluntad de saber. Siglo XXI Editores. https://ia803400.us.archive.org/6/items/MichelFoucault_espanol/Michel%20Foucault%20-%20Historia%20de%20la%20sexualidad%20I.pdf

• Han, B.-C. (2010). La sociedad del cansancio. Herder. https://filosofia.udenar.edu.co/wp-content/uploads/2017/05/La-sociedad-del-cansancio-Byung-Chul-Han.pdf

• Han, B.-C., & Bergés, A. (2014). Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Herder. https://doi.org/10.2307/j.ctvt7x7vj

• Lupton, D. (2016). The quantified self: A sociology of self-tracking. Polity Press. https://doi.org/10.1111/1467-9566.12495Identificador Digital de Objeto (DOI)

• Van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001

• Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs. https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=56791

EL PERIODISMO ARTIFICIAL: DEL CONTRATO ALGORÍTMICO A LA ECOLOGÍA EPISTÉMICA DE LA VERDAD

Moisés Limia Fernández
Universidad Jorge Tadeo Lozano
Colombia
moises.limiaf@utadeo.edu.co

Resúmen

La expansión de la inteligencia artificial generativa en el campo periodístico no constituye únicamente una innovación instrumental orientada a la eficiencia productiva, sino un desplazamiento profundo en las condiciones epistémicas de producción de la verdad informativa. Este artículo propone el concepto de periodismo artificial para describir la emergencia de un régimen sociotécnico en el que funciones tradicionalmente asociadas al juicio humano —observación, interpretación, escritura y verificación— son progresivamente delegadas en sistemas algorítmicos. A partir de un enfoque tecnoepistemológico y hermenéutico, se argumenta que el periodismo contemporáneo opera dentro de una ecología epistémica híbrida, donde inteligencias humanas y no humanas co-producen la realidad mediática en ensamblajes de datos, modelos probabilísticos, rutinas profesionales y plataformas de distribución. En diálogo con Foucault, Latour, Floridi, Baudrillard y autores contemporáneos de la crítica algorítmica, el artículo examina cómo la automatización reconfigura la autoridad epistémica, transforma el régimen de veridicción periodística y consolida una veracidad computacional de carácter performativo. El análisis se apoya en tres casos paradigmáticos (Associated Press/RADAR, CNET y NewsGPT), que permiten observar tensiones entre eficiencia tecnológica, transparencia editorial y responsabilidad ética. Se concluye proponiendo una hermenéutica de lo artificial orientada a interpretar críticamente las mediaciones algorítmicas como textos culturales dotados de poder simbólico y efectos políticos, y a repensar colectivamente las condiciones de posibilidad de la verdad periodística en contextos de automatización avanzada.

Palabras clave

Periodismo artificial; inteligencia artificial; ecología epistémica; automatización periodística; verdad algorítmica.

Introducción

Del periodismo industrial al periodismo artificial

Durante el siglo XX, el periodismo se consolidó como una institución central de las democracias modernas, sustentada en un **pacto de veridicción** que combinaba profesionalización, normatividad ética, rutinas de verificación y legitimidad social. La figura del periodista como **testigo cualificado** —a la vez observador empírico, mediador institucional e intérprete simbólico de la realidad— funcionó como anclaje epistémico de la credibilidad informativa y como garante de un régimen de verdad basado en la autoridad profesional. Este modelo industrial del periodismo, aun atravesado por tensiones políticas, económicas y mediáticas, mantuvo relativamente estable el núcleo epistémico del oficio: la producción de verdad se fundaba en la experiencia humana, en la responsabilidad editorial y en la mediación institucional de los hechos.

La digitalización temprana transformó de manera significativa los ritmos de producción, circulación y consumo de noticias, introduciendo lógicas de inmediatez, hiperconectividad y fragmentación de audiencias. No obstante, estas transformaciones no alteraron de forma sustantiva el **principio epistémico** que sostenía al periodismo: las tecnologías digitales operaban fundamentalmente como **instrumentos al servicio del juicio humano**, ampliando la capacidad de registro, edición y difusión, pero sin sustituir la centralidad del sujeto profesional en la construcción de sentido. Incluso en el auge del periodismo de datos y de las primeras formas de automatización de contenidos, la mediación tecnológica era concebida como soporte, no como co-agente cognitivo.

La irrupción de la **inteligencia artificial generativa**, en cambio, introduce un **quiebre cualitativo** en esta arquitectura epistémica. Los sistemas avanzados de procesamiento del lenguaje natural no solo aceleran la producción de textos o automatizan tareas repetitivas, sino que **participan activamente en la construcción semántica y narrativa de los relatos periodísticos**, generando borradores, reformulaciones, resúmenes e incluso propuestas interpretativas. La automatización deja de operar en la periferia del proceso informativo para insertarse en su **centro cognitivo**, desplazando parcialmente la frontera entre herramienta y agente. Este cambio obliga a replantear categorías fundamentales de la teoría del periodismo y de la epistemología de la comunicación: autoría, objetividad, veracidad, responsabilidad editorial y autoridad epistémica.

El concepto de **periodismo artificial** propuesto en este trabajo no designa simplemente un periodismo "hecho por máquinas", ni se limita a describir la automatización de ciertas tareas redaccionales. Remite, más bien, a la emergencia de un **régimen socio-técnico de producción de verdad mediática** en el que la agencia cognitiva se distribuye entre humanos y artefactos algorítmicos. Esta distribución no es neutral ni contingente: responde a racionalidades económicas de eficiencia y escalabilidad, a lógicas de plataforma orientadas por métricas de atención y a promesas tecnocráticas de objetividad computacional que reconfiguran las **condiciones materiales y simbólicas de posibilidad del periodismo contemporáneo**. En este sentido, la automatización periodística no puede entenderse como un fenómeno técnico aislado, sino como un proceso político, económico y cultural que afecta los modos en que las sociedades producen, circulan y legitiman la verdad.

Desde una perspectiva foucaultiana, puede afirmarse que asistimos a la emergencia de un **nuevo régimen de verdad**, en el que la veracidad ya no se legitima exclusivamente por la autoridad profesional del periodista ni por la institucionalidad de los medios, sino por la **coherencia computacional** de los sistemas que producen los textos y por la performatividad de los discursos en ecosistemas mediáticos altamente mediados por plataformas. Este desplazamiento se inscribe en una transformación más amplia del campo informacional contemporáneo, caracterizado por la **datificación de la experiencia**, la centralidad de infraestructuras digitales privadas en la circulación del conocimiento y la creciente **opacidad de los procesos de mediación algorítmica** (Zuboff, 2019; Gillespie, 2014). El periodismo artificial emerge así como una expresión específica de un cambio civilizatorio más amplio en la relación entre conocimiento, tecnología y poder, en el que la verdad deja de ser únicamente un problema epistemológico para convertirse en un problema infraestructural.

Metodología

Enfoque tecnoepistemológico y análisis sociotécnico

La investigación adopta un **enfoque cualitativo de carácter teórico-crítico**, orientado a la problematización de las **condiciones epistémicas del periodismo en contextos de automatización avanzada**. Más que medir impactos instrumentales de la inteligencia artificial en rutinas productivas, el estudio se centra en interrogar las **transformaciones en los regímenes de verdad,**

las formas de autoridad epistémica y los dispositivos de mediación simbólica que emergen con la incorporación de sistemas algorítmicos en la producción informativa. Metodológicamente, el trabajo se estructura en tres niveles articulados, que permiten abordar el fenómeno desde una perspectiva multiescalar: conceptual, empírica e interpretativa.

Construcción del marco teórico-crítico

Se integran aportes provenientes de la **filosofía de la información** (Floridi, 2014), la **teoría actor-red** (Latour, 2005), los estudios foucaultianos sobre **regímenes de verdad y dispositivos de poder-saber** (Foucault, 1977), la **teoría del simulacro** (Baudrillard, 1981) y la crítica contemporánea de la **gubernamentalidad algorítmica** (Gillespie, 2014; Rouvroy & Berns, 2013). Este ensamblaje teórico permite conceptualizar la automatización periodística como un **fenómeno epistémico y político**, y no meramente técnico u operativo. A partir de este marco, se construyen las categorías analíticas de **periodismo artificial**, **contrato algorítmico**, **ecología epistémica híbrida** y **veracidad computacional**, que funcionan como ejes interpretativos para el análisis de los casos.

Análisis de casos paradigmáticos

Los casos seleccionados (Associated Press/RADAR, CNET y NewsGPT) funcionan como **dispositivos empíricos** que permiten observar materialmente la lógica del contrato algorítmico en **distintos grados de automatización** y con diferentes modelos de gobernanza editorial. El análisis se centra en:

- los **tipos de tareas delegadas a la IA** (redacción automatizada, síntesis, reformulación, clasificación de contenidos, etc.);
- los **marcos de gobernanza editorial** implementados (protocolos de supervisión humana, políticas de transparencia, lineamientos éticos);
- las **controversias públicas** asociadas a la legitimidad, la credibilidad y la rendición de cuentas;
- y los **efectos simbólicos** de la automatización sobre la percepción social del periodismo, la confianza en los medios y la idea de autoría informativa. Este análisis comparado permite identificar patrones comunes y divergencias en la implementación del periodismo artificial, así como las tensiones entre eficiencia tecnológica y legitimidad epistémica.

Hermenéutica de las mediaciones algorítmicas

Se propone una **hermenéutica de las mediaciones algorítmicas** que concibe los sistemas de inteligencia artificial no solo como herramientas técnicas, sino como **artefactos culturales e infraestructuras simbólicas** que inscriben valores, supuestos epistemológicos y relaciones de poder. Desde esta perspectiva, los algoritmos son entendidos como **textos socio-técnicos**: dispositivos que organizan la experiencia, jerarquizan visibilidades, establecen umbrales de verosimilitud y modelan los criterios de lo que cuenta como "información relevante" o "discurso creíble".

Esta hermenéutica busca ir más allá de la evaluación funcional de la IA (precisión, eficiencia, reducción de costos) para interrogar sus **efectos en la producción de sentido**, en la **redistribución de la autoridad epistémica** y en la **imaginación social de la verdad**. En particular, se analizan:

- los **supuestos epistemológicos implícitos** en los modelos de lenguaje (qué tipo de conocimiento se privilegia, qué formas de enunciación se normalizan);
- los **regímenes de visibilidad e invisibilidad** que producen las arquitecturas algorítmicas (qué voces son amplificadas, cuáles quedan marginadas);
- y los **efectos performativos** de la mediación algorítmica sobre la credibilidad pública del periodismo, en la medida en que la verosimilitud computacional tiende a naturalizarse como criterio de verdad.

Desde esta lectura interpretativa, la automatización periodística es abordada como un **proceso de reconfiguración cultural de la mediación informativa**, en el que la verdad deja de ser únicamente un problema de correspondencia con los hechos para convertirse en un **problema de diseño de infraestructuras epistémicas**. Esta hermenéutica de lo artificial permite, finalmente, abrir un espacio crítico para pensar **condiciones de gobernanza democrática de los sistemas algorítmicos** que intervienen en la producción de la realidad mediática.

Discusión

Contrato algorítmico, veracidad computacional y gobierno del discurso

El contrato algorítmico como nuevo pacto de veridicción

El **contrato algorítmico** redefine el pacto de veridicción que históricamente sostuvo la legitimidad del periodismo moderno. En el modelo industrial, la autoridad epistémica se anclaba en la figura del periodista profesional como **testigo cualificado**, respaldado por rutinas de verificación, códigos deontológicos, prácticas de contrastación de fuentes y marcos institucionales relativamente estables que operaban como garantes de credibilidad pública. La verdad periodística se producía dentro de una arquitectura de responsabilidad distribuida entre sujetos profesionales e instituciones mediáticas, en la que el error, la manipulación o el sesgo podían ser, al menos en principio, atribuibles y corregibles.

En el **periodismo artificial**, esta autoridad se **redistribuye hacia infraestructuras algorítmicas** que operan como mediadores epistémicos de la experiencia social. La confianza ya no se deposita prioritariamente en la pericia del sujeto profesional, sino en la **coherencia estadística de los sistemas**, en su capacidad de producir textos verosímiles a gran escala, con alta velocidad y aparente neutralidad. Este desplazamiento implica un cambio profundo en el régimen de legitimación: la veracidad deja de ser una cualidad atribuida al sujeto que enuncia y se convierte en un **efecto de funcionamiento del sistema**.

Este proceso no es neutro. Implica una **externalización de la responsabilidad cognitiva** hacia dispositivos opacos. Los modelos de lenguaje funcionan como "cajas negras" cuyo funcionamiento interno no es plenamente inteligible ni para las redacciones ni para las audiencias, lo que introduce una asimetría radical en el acceso al proceso de producción de la verdad. En términos de **gubernamentalidad algorítmica**, el contrato algorítmico naturaliza la mediación computacional como criterio de objetividad, reforzando una racionalidad tecnocrática en la que la verdad se vuelve un **efecto de cálculo**, de optimización de parámetros y de ajuste probabilístico. La autoridad epistémica se vuelve **procedimental**: lo verdadero es aquello que cumple con umbrales de consistencia computacional, eficiencia operativa y rendimiento en los circuitos de circulación informativa.

En este nuevo pacto de veridicción, la figura del periodista se desplaza de testigo a **supervisor de sistemas**, lo que reconfigura el estatuto profesional del oficio y plantea interrogantes sobre la erosión de la autonomía editorial en entornos donde las decisiones clave se toman en infraestructuras técnicas diseñadas fuera del campo periodístico.

Veracidad computacional y performatividad del discurso

La noción de **veracidad computacional** alude a un régimen de verdad en el que la credibilidad se produce por la **eficacia performativa** del discurso generado algorítmicamente. Los textos "funcionan" como verdaderos en la medida en que sostienen la confianza colectiva, mantienen la fluidez de los circuitos informativos y se integran sin fricción en ecosistemas de plataformas caracterizados por la hipercompetencia por la atención. La verdad se vuelve operativa: aquello que **circula sin interrupciones** adquiere estatuto de veracidad.

Este régimen se aproxima a la lógica del **simulacro**: no se trata de falsedad deliberada, sino de una producción de verosimilitud sustentada en patrones estadísticos que sustituyen la experiencia vivida como fuente de autoridad. La coherencia textual y la adecuación a expectativas discursivas preexistentes funcionan como sustitutos de la relación empírica con los hechos. En este contexto, la función informativa del periodismo se ve desplazada por una **función performativa de estabilización de la credibilidad**: la verdad ya no se define prioritariamente por la correspondencia con los acontecimientos, sino por la capacidad del discurso para **mantener operativo el circuito de confianza** entre medios, plataformas y audiencias.

La veracidad computacional introduce así un **riesgo estructural**: la normalización de sesgos incorporados en los datos de entrenamiento y la reproducción de marcos interpretativos dominantes bajo la apariencia de neutralidad técnica. En la medida en que los modelos de lenguaje aprenden de grandes volúmenes de textos producidos en contextos de desigualdad, sus salidas tienden a reproducir **jerarquías simbólicas preexistentes**, consolidando una "objetividad estadística" que invisibiliza las condiciones sociales de producción del discurso. La performatividad algorítmica no solo describe la realidad: contribuye a **configurarla** al fijar los marcos de inteligibilidad de lo que cuenta como hecho, problema o relevancia pública.

Ecología epistémica híbrida y redistribución de la agencia

El periodismo artificial opera dentro de una **ecología epistémica híbrida** en la que la producción de conocimiento es el resultado de **ensamblajes sociotécnicos**. La agencia epistémica se distribuye entre periodistas, editores, modelos algorítmicos, bases de datos, sistemas de recomendación, plataformas de distribución y métricas de engagement. En términos de la **teoría actor-red**, el "autor" periodístico se disuelve en una constelación de actantes que co-producen el relato informativo, erosionando la figura del sujeto soberano de la enunciación.

Esta redistribución problematiza la **atribución de responsabilidad** en casos de error, sesgo o daño: ¿quién responde por una noticia automatizada que reproduce estereotipos, amplifica desinformación o produce inferencias estadísticas erróneas? La dilución de la agencia favorece formas de **irresponsabilidad estructural**, en las que los fallos se atribuyen al "sistema" como entidad abstracta, desplazando la rendición de cuentas fuera del campo periodístico hacia infraestructuras tecnológicas externas.

La ecología epistémica híbrida transforma también la **temporalidad del periodismo**. La aceleración productiva y la automatización de flujos de trabajo intensifican la presión por

publicar, reduciendo los márgenes para la verificación profunda, el trabajo de campo y el contraste de fuentes. En este contexto, la **automatización de la urgencia** se convierte en un factor estructurante del régimen de verdad: la velocidad se integra como criterio de legitimidad informativa. El riesgo no es solo la producción de errores, sino la **reconfiguración de los estándares de calidad** hacia umbrales mínimos de plausibilidad, donde lo "suficientemente verosímil" reemplaza a lo rigurosamente contrastado.

Casos empíricos: AP/RADAR, CNET y NewsGPT

El análisis de los casos seleccionados permite observar **diferentes modalidades del contrato algorítmico** y sus efectos sobre la autoridad epistémica del periodismo. En **Associated Press/RADAR**, la automatización de noticias estructuradas convierte a la plantilla algorítmica en un **narrador invisible del acontecimiento**. La estandarización del relato reduce la variabilidad interpretativa y desplaza la intervención humana hacia tareas de supervisión y corrección posterior. El resultado es una producción informativa altamente eficiente, pero con una **homogeneización discursiva** que empobrece la diversidad narrativa y limita la contextualización crítica.

El caso **CNET** evidenció las tensiones entre eficiencia tecnológica y **transparencia editorial**. La publicación de artículos generados por IA sin una política clara de explicitación erosionó la confianza pública y mostró que el contrato algorítmico requiere **condiciones de legitimación simbólica** para sostenerse. La controversia puso de relieve la importancia de la **trazabilidad epistémica**: las audiencias demandan saber quién (o qué) produce la información, bajo qué criterios y con qué mecanismos de supervisión humana.

NewsGPT radicaliza la lógica del periodismo artificial al prescindir del juicio humano en la producción de contenidos. Aquí, la objetividad se redefine como **consistencia computacional**, y la autoridad epistémica se ancla casi exclusivamente en la capacidad del sistema para generar textos coherentes. Este caso ilustra el **horizonte límite del contrato algorítmico**: un periodismo sin testigos humanos, en el que la mediación algorítmica se convierte en **infraestructura de verdad**, con profundas implicaciones para la noción de responsabilidad pública.

Gobierno algorítmico del discurso y economía política de la automatización

El periodismo artificial no puede comprenderse al margen de la **economía política de las plataformas**. La automatización se inserta en un ecosistema de **extracción de datos**, optimización de flujos de atención y monetización de contenidos, donde la visibilidad se rige por lógicas de ranking, recomendación y viralidad. El **gobierno algorítmico del discurso** se articula con métricas de rendimiento que priorizan la circulación, la retención de audiencias y la maximización del engagement. En este contexto, la verdad se vuelve **funcional a los imperativos de circulación**: lo que circula mejor tiende a ser reconocido como más relevante o creíble, independientemente de su densidad informativa.

Este acoplamiento entre automatización periodística y lógica de plataformas intensifica la **datificación del testimonio**: la experiencia humana es traducida en datos que alimentan modelos predictivos. La consecuencia es una reconfiguración de la autoridad epistémica hacia **regímenes de predicción**, donde la anticipación de comportamientos de audiencia condiciona la producción de relatos informativos. La verdad se vuelve **anticipatoria**, orientada por métricas de probabilidad de impacto, lo que introduce un sesgo estructural hacia contenidos que "funcionan" mejor en términos de circulación, aunque empobrezcan el debate público.

Hermenéutica de lo artificial: hacia una lectura crítica de la mediación algorítmica

Frente a estos desplazamientos, se propone una **hermenéutica de lo artificial** que conciba las mediaciones algorítmicas como **textos culturales dotados de intencionalidad estructural**. Esta hermenéutica no atribuye intenciones morales a las máquinas, pero reconoce que los sistemas algorítmicos encarnan **decisiones de diseño, supuestos epistemológicos y relaciones de poder**. Leer críticamente la mediación algorítmi-

ca implica analizar **qué modelos de mundo** se inscriben en los datos de entrenamiento, qué formas de verosimilitud se privilegian, qué criterios de relevancia se normalizan y **qué voces quedan sistemáticamente subrepresentadas** en la producción automatizada de discurso.

Desde esta perspectiva, la automatización periodística debe ser comprendida como un **proceso de reconfiguración cultural de la mediación informativa**, en el que la verdad deja de ser únicamente un problema de correspondencia con los hechos para convertirse en un **problema de diseño de infraestructuras epistémicas**. La hermenéutica de lo artificial abre así un espacio crítico para pensar **condiciones de gobernanza democrática** de los sistemas algorítmicos que intervienen en la producción de la realidad mediática, reivindicando la necesidad de **re-politizar la verdad** en contextos de automatización avanzada.

Resultados

Aportes conceptuales y líneas de acción

1.Conceptualización del periodismo artificial como régimen socio-técnico de producción de verdad mediática, más allá de la noción instrumental de "automatización de noticias".

2. Formulación del contrato algorítmico como categoría analítica para describir la delegación cognitiva y la redistribución de la autoridad epistémica en redacciones mediadas por IA.

3. Identificación de la veracidad computacional como nuevo régimen de credibilidad, con riesgos de naturalización de sesgos y opacidad tecnológica.

4. Propuesta de una hermenéutica de lo artificial como marco crítico para la lectura cultural y política de las mediaciones algorítmicas en el periodismo.

5. Orientaciones éticas preliminares: necesidad de políticas de transparencia algorítmica, trazabilidad epistémica, auditorías de sesgos y reconfiguración de la responsabilidad editorial en entornos híbridos humano-máquina.

Referencias bibliográficas

• Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Galilée. Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society, 20*(1), 1–13. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147 Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human*

• *life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press. Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press. Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press. Foucault, M. (1977). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972–1977*. Pantheon. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press. Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press. Rouvroy, A., & Berns, T. (2013). Algorithmic governmentality and prospects of emancipation. *Réseaux, 177*(1), 163–196. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

EL PÓDCAST COMO DISPOSITIVO DE COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO

Ledy Paola Armirola Garces
Angie Bibiana Oviedo Suárez
Sofía Prada Bayona
Mariana Ruiz Díaz
Astrid Carolina Villa Morales
Universidad de la Sabana
Chía, Colombia.

Resumen

El pódcast se ha convertido en un formato estratégico dentro del ecosistema digital colombiano, al funcionar como un dispositivo de comunicación que facilita la divulgación de conocimiento y la actualización profesional. En un contexto donde el turismo adopta aceleradamente tecnologías basadas en inteligencia artificial (IA), surge la necesidad de explorar medios accesibles que permitan a los empresarios comprender y apropiar estas herramientas.

Esta investigación analiza el potencial del pódcast como recurso formativo para el sector turístico del país mediante una metodología mixta que incluye por una parte el mapeo de 71 pódcast publicados entre 2015 y 2025 en las principales plataformas de audio y por otra, el análisis de contenidos de los pódcast para identificar categorías clave de divulgación científica. Los resultados muestran una amplia presencia de contenidos sobre IA y transformación digital, pero una baja integración entre IA y turismo desde un enfoque educativo o empresarial en América Latina.

Se concluye que el pódcast representa una oportunidad para fortalecer procesos de alfabetización digital, fomentar la innovación y conectar a los empresarios turísticos con tendencias emergentes, consolidándose como un medio efectivo para la formación continua en un sector en transformación.

Palabras clave

Inteligencia artificial, turismo, pódcast, formación empresarial, transformación digital, comunicación digital

Introducción

El formato audio puede generar un impacto educativo real y medible. Diversos estudios demuestran que no se trata únicamente de un canal de difusión de información, sino de una herramienta capaz de fortalecer competencias, optimizar el tiempo de formación y favorecer una mayor apropiación del conocimiento (Pouw et al., 2023). En esta misma línea, se ha evidenciado que el uso del pódcast en procesos formativos, incluso en ámbitos especializados como la educación sobre enfermedades como el Parkinson, produce mejoras significativas tanto en el aprendizaje como en la práctica profesional (Crooks et al., 2023).

Asimismo, el pódcast ha evolucionado de manera exponencial desde su creación, se ha consolidado como un medio estratégico para la formación profesional y personal. Además de facilitar la divulgación de información, promueve la apropiación social del conocimiento al adaptarse a dinámicas de consumo flexibles y accesibles (García-Marín, 2022). Incluso, investigaciones recientes muestran que el formato audio —incluido aquel generado por inteligencia artificial— puede alcanzar niveles de comprensión comparables a la lectura tradicional, dependiendo de la complejidad del contenido (Stadler et al., 2025).

Por otra parte, el pódcast rompe las barreras que limitan el aprendi-

zaje exclusivamente a las instituciones de educación superior, ampliando su alcance hacia escenarios de educación abierta y accesible (Castillo-Prada, 2022). En este sentido, no solo fortalece procesos de formación interna, sino que también facilita la transferencia de conocimiento práctico en contextos de transformación digital, articulando educación, empresa y turismo.

Finalmente, el pódcast permite una conexión directa con las audiencias y amplía la participación de actores históricamente invisibilizados, como mujeres líderes del territorio. Más allá de su dimensión informativa, se posiciona como una herramienta de comunicación para el cambio social, capaz de resignificar espacios urbanos y rurales desde nuevas miradas (Gálvez Sapuy & Poveda Román, 2024). Este potencial resulta especialmente relevante en un contexto donde la inteligencia artificial y las tecnologías inteligentes se consolidan como ejes estratégicos en la transformación del turismo, evidenciado en la creciente adopción de robótica, automatización y reconocimiento facial en el sector de cruceros, con casos como Royal Caribbean (Gonzales-Santiago et al., 2023).

Metodología

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, integrando procedimientos cuantitativos y cualitativos para analizar el pódcast como dispositivo de comunicación orientado a la formación en inteligencia artificial dentro del sector turístico colombiano. Esta combinación permite articular la sistematización de datos con la interpretación de contenidos y significados presentes en el ecosistema del pódcast.

En una primera etapa se desarrolla una fase descriptiva cuantitativa, enfocada en la identificación y caracterización de pódcasts en español publicados entre 2015 y 2025 en las cuatro de las principales plataformas de distribución sonora: Spotify, YouTube Music, iVoox y Apple Podcasts. La selección responde a su relevancia en el consumo de audio digital en español: Spotify concentra el 87 % de preferencia según la EncuestaPod 2022; YouTube Music integra recursos sonoros y visuales; iVoox posee una comunidad hispanohablante activa y altos niveles de credibilidad; y Apple Podcasts destaca por su oferta académica y profesional según la EncuestaPod 2022.

En esta fase se sistematizan variables como temáticas, frecuencia de publicación, país de origen, vigencia, número de episodios y duración, con el fin de comprender la evolución del pódcast y su potencial formativo.

Posteriormente, se desarrolla una fase cualitativa basada en el análisis de contenido de las descripciones y metadatos de los pódcasts identificados. A partir de esta revisión se construyen categorías analíticas orientadas a reconocer las principales temáticas formativas, los enfoques comunicativos y la manera en que estos contenidos se dirigen al público empresarial, con especial atención al sector turístico. Este análisis permite identificar tendencias discursivas, enfoques pedagógicos y estrategias comunicativas presentes en la divulgación sobre inteligencia artificial.

Finalmente, se plantea una fase integradora, en donde se articulan los resultados obtenidos en las fases anteriores buscando posibilitar una comprensión estructural y contextual del pódcast como herramienta formativa para la apropiación de la inteligencia artificial en el ámbito empresarial, permitiendo relacionar los datos estadísticos con las dinámicas comunicativas y educativas observadas en los contenidos analizados.

Para la selección de la muestra se establecieron criterios de inclusión, considerando pódcasts cuyas temáticas estuvieran relacionadas con la Inteligencia artificial, el sector turístico, el ámbito empresarial o los procesos de transformación digital. Asimismo, se priorizaron contenidos con enfoque de divulgación científica, académica, formativa o profesional, publicados dentro del periodo comprendido entre 2015 y 2025.

Y los criterios de exclusión, sacando

de la investigación contenidos puramente promocionales, comerciales o de entretenimiento que no presentaran un componente formativo, analítico o reflexivo. También se descartaron programas turísticos centrados únicamente en experiencias de viaje sin abordar el uso estratégico de la tecnología o la inteligencia artificial, así como resultados duplicados entre plataformas digitales.

Discusión

El mapeo evidencia que la articulación entre inteligencia artificial y turismo, desde un enfoque formativo empresarial, aún es limitada. Por ello, se identifican seis puntos clave para su análisis.

La IA en turismo ha sido abordada principalmente desde perspectivas tecnológicas y operativas como automatización del servicio al cliente, precios dinámicos o sistemas de recomendación, dejando en segundo plano su dimensión educativa y de capacitación empresarial (Tussyadiah, 2020).

La incorporación de inteligencia artificial en el turismo ha sido analizada principalmente desde perspectivas tecnológicas y operativas, como lo es: automatización del cliente, sistemas de precios dinámicos, sistemas de recomendación personalizados, gestión inteligente de destinos, automatización de procesos internos, etc. Por lo que se ha dejado en segundo plano su dimensión educativa y de capacitación empresarial (Tussyadiah, 2020).

Herramientas como ChatGPT permiten ofrecer información personalizada y contextualizada, facilitando la comprensión de conceptos complejos y apoyando la toma de decisiones estratégicas, lo que representa una oportunidad educativa innovadora para el sector (Stergiou & Nella, 2024).

Además, los avances en IA están transformando la forma en que los turistas toman decisiones, integrándose a su experiencia como extensiones cognitivas (Stylos, 2020). Esto refuerza la importancia de herramientas formativas como el pódcast, que facilita la apropiación de conocimiento técnico y estratégico.

El pódcast se consolida como un ecosistema formativo en expansión para difundir contenidos sobre IA y transformación digital. Su presencia en plataformas consolidadas demuestra su relevancia en la actualización empresarial, permitiendo la circulación global de conocimiento especializado (Nwosu et al., 2017).

No obstante, predomina un enfoque general de negocios sobre uno sectorial, lo que evidencia una oportunidad para desarrollar contenidos más especializados en IA aplicada al turismo, especialmente ante su adopción aún incipiente (European Travel Commission, 2025).

Finalmente, existe una brecha entre divulgación tecnológica y aplicación estratégica, ya que muchos contenidos priorizan lo conceptual sobre lo metodológico. Esto subraya la necesidad de diseñar pódcast con mayor intencionalidad pedagógica y orientación práctica (Koppelman, 2013).

Resultados

Finalmente, en resultados, el análisis cuantitativo identificó 71 pódcasts en español sobre inteligencia artificial, transformación digital, empresa y turismo (2015–2025). La mayor presencia se concentra en Spotify (31,0 %), seguida de Apple Podcasts (28,2 %), iVoox (23,9 %) y YouTube Music (16,9 %). Estos datos evidencian que las plataformas consolidadas son los principales canales de difusión de contenidos formativos, en coherencia con lo señalado por la *EncuestaPod 2022: Un estudio colaborativo para conocer a la audiencia de pódcast en español*.

Tabla 1. Distribución de podcasts por plataforma (2015–2025)

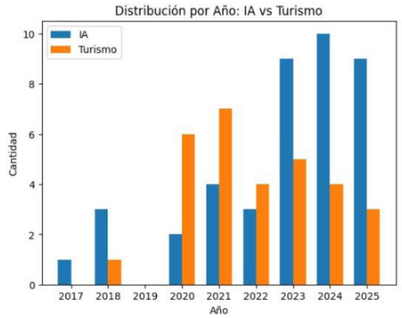
Plataforma	N	Porcentaje
Spotify	22	31,0%
Apple Podcast	20	28,2%
IVoox	17	23,9%
YouTube Music	12	16,9%
Total	**71**	**100%**

En cuanto al país de origen, se observa una concentración significativa en España (53,5 %), seguida por Colombia (19,7 %) y México (11,3 %). Esta distribución sugiere que la producción de contenidos sobre inteligencia artificial aplicada al ámbito profesional mantiene actualmente un liderazgo europeo, aunque se evidencia una participación latinoamericana en crecimiento, especialmente desde contextos empresariales emergentes interesados en la transformación digital.

Tabla 2. Distribución porcentual por país de origen

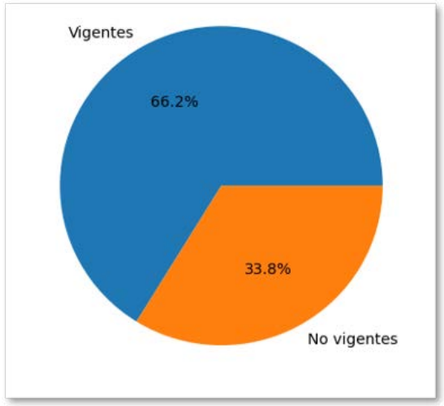
País	N	Porcentaje
España	38	**53,5%**
Colombia	14	**19,7%**
México	8	**11,3%**
Argentina	4	**5,6%**
Brasil	3	**4,2%**
Chile	1	**1,4%**
Uruguay	1	**1,4%**
Perú	1	**1,4%**
Ecuador	1	**1,4%**
Total	**71**	**100%**

El análisis temporal muestra que la producción de pódcasts relacionados con inteligencia artificial presenta un incremento sostenido a partir de 2020, coincidiendo con procesos acelerados de digitalización organizacional. Mientras tanto, los contenidos vinculados al turismo alcanzan su mayor desarrollo entre 2020 y 2022, evidenciando una adaptación del sector frente a cambios tecnológicos y nuevos modelos de gestión digital.

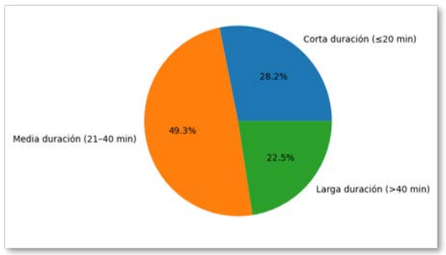


Año	Pódcast IA	Pódcast turismo
2015	0	0
2016	0	0
2017	1	0
2018	3	1
2019	0	0
2020	2	6
2021	4	7
2022	3	4
2023	9	5
2024	10	4
2025	9	3

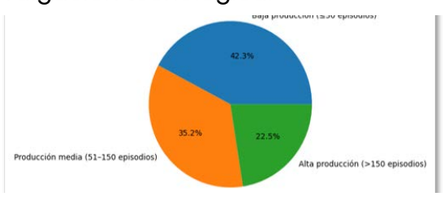
El 66,2 % de los pódcasts analizados se encuentran activos, lo que demuestra un ecosistema dinámico y en crecimiento en torno a la inteligencia artificial, la transformación digital y el turismo. Esta permanencia confirma al pódcast como un formato sostenible para la formación y actualización profesional.



El 49,3 % de los pódcasts tiene una duración de 21 a 40 minutos, lo que evidencia una preferencia por formatos intermedios que combinan profundidad temática y claridad narrativa, adecuados para audiencias profesionales.



La distribución del número de episodios muestra un ecosistema mixto, donde coexisten pódcasts recientes con baja producción y propuestas consolidadas con trayectorias amplias, lo que evidencia tanto experimentación como madurez en la divulgación tecnológica.



El análisis cualitativo identificó tres líneas temáticas principales.

La primera se centra en la inteligencia artificial aplicada a negocios y transformación digital, con enfoque en su implementación estratégica en empresas.

La segunda aborda la innovación tecnológica y gestión empresarial en turismo, destacando el uso de tecnologías emergentes en el sector.

La tercera corresponde a la formación y divulgación en inteligencia artificial con enfoque profesional, orientada a explicar fundamentos y aplicaciones prácticas para empresarios, emprendedores y estudiantes.

En coherencia con estas temáticas los resultados confirman que el pódcast es un formato vigente y dinámico dentro del ecosistema digital, evidenciado en su alta proporción de programas activos y continuidad de producción, lo que lo consolida como canal de formación en inteligencia artificial y transformación digital.

Se concluye que predominan los contenidos sobre inteligencia artificial aplicada a negocios, mientras que el enfoque específico en turismo aún es un campo en desarrollo, lo que representa una oportunidad de especialización.

La duración promedio de 30 a 35 minutos resulta adecuada para audiencias profesionales, al equilibrar profundidad y practicidad.

En conjunto, el ecosistema combina proyectos emergentes y consolidados, reflejando experimentación y madurez, y fortaleciendo el pódcast como herramienta estratégica para la apropiación tecnológica empresarial.

El principal reto es crear contenidos concisos, claros y atractivos que capten la atención de audiencias profesionales, especialmente en un entorno digital saturado de información sobre inteligencia artificial.

Aunque existen múltiples pódcast sobre Inteligencia Artificial y Turismo por separado, son pocas las propuestas que integran ambos campos con un enfoque formativo y estratégico. Esta investigación responde a esa brecha al posponer un espacio que

articule tecnología, empresa y turismo, promoviendo liderazgo con pensamiento crítico y enfoque humano.

Como proyección, se plantea la creación de un pódcast con expertos invitados, orientado a la capacitación y divulgación estratégica de la Inteligencia Artificial aplicada al turismo, dirigido especialmente a empresarios del sector.

Referencias bibliográficas

• Castillo-Prada, K. N. (2022). El podcast como herramienta de construcción y divulgación del aprendizaje. En J. I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, Á. Hernando-Gómez, & M. Bonilla-del-Río (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía: Ciberculturas para el aprendizaje* (pp. 1063–1071). Grupo Comunicar Ediciones. https://www.grupocomunicar.com/redes-sociales-y-ciudadania-2022

• Crooks, S., Stark, P., Carlisle, S., McMullan, J., Copeland, S., Wong, W. Y. A., Blake, D., Lyons, E., Campbell, N., Carter, G., Brown Wilson, C., & Mitchell, G. (2023). Evaluation of a co-designed Parkinson's awareness audio podcast for undergraduate nursing students in Northern Ireland. *BMC Nursing, 22*, 370. https://doi.org/10.1186/s12912-023-01544-x

• European Travel Commission & Kairos Future. (2025). *Artificial Intelligence (AI) in Tourism – Assessing and Supporting NTO's Research & Marketing Operations* (ETC Market Intelligence Report). European Travel Commission. https://etc-corporate.org/uploads/2025/09/2025_AI-in-tourism_Supporting-NTO-Operations.pdf

• Gálvez Sapuy, C. Y., & Poveda Román, J. (2024). Digital narratives and gender representation in peripheral territories: Podcasting as a strategy for sociocultural visibility in Arauca. *Nodo, 20*(39). https://doi.org/10.54104/nodo.v20n39.2305

• García-Marín, D. (2022). New media, new practices? A study of the first Spanish podcast community and its pioneers. *Social Sciences, 11*(7), 308. https://doi.org/10.3390/socsci11070308

• Gonzales-Santiago, M. S., Loureiro, S. M. C., Langaro, D., & Ali, F. (2023). Adoption of smart technologies in the cruise tourism services: A systematic review and future research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2022-0159

• Koppelman, H. (2013, July). *Using podcasts in distance education*. Paper presented at the IADIS International Conference on e-Learning, Prague, Czech Republic. International Association for Development of the Information Society. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED562304.pdf

• Nwosu, A. C., Monnery, D., Reid, V. L., et al. (2017). Use of podcast technology to facilitate education, communication and dissemination in palliative care: The development of the AmiPal podcast. *BMJ Supportive & Palliative Care, 7*(2), 212–217. https://doi.org/10.1136/bmjspcare-2016-001140

• Podcaster@s. (2022). EncuestaPod 2022: Un estudio colaborativo para conocer a la audiencia de podcast en español [Informe]. EncuestaPod. https://encuestapod.com/2022/Reporte_EncuestaPod2022.pdf

• Pouw, A. E., Cai, F., Redfern, A. J., Chow, J., & Young, B. K. (2023). Eyes for ears: Usage and efficacy of a podcast for ophthalmic education. *Clinical Ophthalmology, 17*, 2163–2170. https://doi.org/10.2147/OPTH.S413795

• Stadler, M., Richters, C., Fischer, M. R., & Hutmacher, F. (2025). Evaluating AI-generated podcasts versus traditional reading for learning from medical articles: Protocol for a mixed-design study among resident physicians. https://doi.org/10.2196/78505

• Stergiou, D. P., & Nella, A. (2024). ChatGPT and tourist decision-making: An accessibility-diagnosticity theory perspective. *International Journal of Tourism Research, 26*(5). https://doi.org/10.1002/jtr.2757

• Stylos, N. (2020). Technological evolution and tourist decision-making: A perspective article. *Tourism Review, 75*(1), 273–278. https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0167

• Tussyadiah, I. P. (2020). Artificial intelligence in tourism: Applications and implications for tourism management. *Journal of Tourism Futures, 6*(2), 203–216. https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0186

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

IMPLEMENTACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN ESTUDIO COMPARATIVO DESDE LAS DINÁMICAS TÉCNICAS, ESTÉTICAS, Y NARRATIVAS EN LA RADIO UNIVERSITARIA

Ana María Barbosa Cabeza

Resumen

La radio universitaria se consolida como un medio de comunicación clave, que integra educación e investigación y se ha transformado notablemente con la llegada de las nuevas tecnologías. En este sentido, la presente investigación aborda las lógicas, técnicas estéticas y narrativas involucradas en los procesos de preproducción, producción y posproducción de los programas radiales de Uniminuto Podcast, de Uniminuto, Colombia y la Universidad de Concepción, Chile

Este estudio cualitativo de carácter comparativo examina la implementación de la inteligencia artificial (IA) en las emisoras universitarias anteriormente señaladas. La finalidad es identificar y contrastar las dinámicas técnicas, estéticas y narrativas que emergen de esta integración en ambos entornos, teniendo en cuenta las particularidades de cada institución.

En ese orden de ideas, la metodología utilizada se fundamenta en un análisis de contenido que incluye entrevistas semiestructuradas en profundidad. Estas entrevistas están dirigidas a líderes de programas radiales de cada emisora universitaria, lo que permite indagar sobre la adopción de la IA y su impacto en la producción y difusión de contenidos radiales en cada institución.

El marco conceptual se apoya en teorías relacionadas con la innovación tecnológica en los medios de comunicación, así como en el efecto de la inteligencia artificial en la creación de contenido.

Se espera que los hallazgos ofrezcan una comprensión profunda sobre cómo la IA transforma la radio universitaria, brindando recomendaciones valiosas para maximizar sus beneficios en la producción de contenidos, adaptándose a las necesidades de los oyentes y mejorando la calidad de la programación.

Palabras clave

Inteligencia Artificial, Radio Universitaria, Estética, Técnica.

Introducción

Los inicios de la radio en Colombia datan de 1929 (Barrios, 2014) teniendo así un papel fundamental en la construcción de nación, siendo además un medio de comunicación clave para la integración de la educación y la investigación. (Canavilhas, 2022)

Ahora, en la denominada era de la información, la radio universitaria se ha visto notablemente transformada, no sólo permitiendo una mayor interacción y difusión de contenidos, sino también siendo un medio preponderante en la participación ciudadana, convirtiéndose en un espacio privilegiado para la reflexión y el dialogo.

Hoy en día hay muchos tipos de radios; nuestra sociedad de consumo, globalizada y post capitalista ofrece una amplia oferta de todo tipo de productos, incluidos los mediáticos. Las posibilidades tecnológicas y la presencia de un público variado favorecen la aparición de emisoras diversas y espacios radiofónicos de muy diversos contenidos (Aguaded, 2011, Pg. 83)

No obstante, el vertiginoso avance tecnológico ha traído consigo la adopción de la inteligencia artificial (IA) siendo un tema que genera un creciente interés y debate en la comunidad académica.

En este marco, la presente investigación propone examinar la implementación de la IA en las emisoras universitarias de Uniminuto, Colombia, y de la Universidad de Concepción, Chile. A través de un análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas en profundidad con líderes de programas radiales, este estudio cualitativo de carácter comparativo busca identificar y contrastar las dinámicas técnicas, estéticas y narrativas que emergen de esta integración en ambos entornos.

La investigación se fundamenta en teorías relacionadas con la innovación tecnológica en los medios de comunicación y el efecto de la IA en la creación de contenido. Los resultados de este estudio se espera que ofrezcan una comprensión profunda sobre cómo la IA transforma la radio universitaria, brindando recomendaciones valiosas para maximizar sus beneficios en la producción de contenidos, adaptándose a las necesidades de los oyentes y mejorando la calidad de la programación.

Asimismo, el objetivo general de la investigación es analizar la implementación de la inteligencia artificial en la radio universitaria de Uniminuto (Colombia) y la Universidad de Concepción (Chile), a partir de la evaluación de sus dinámicas estéticas, técnicas y narrativas. Este análisis busca comprender cómo la incorporación de esta tecnología incide en los procesos de producción y en las formas de difusión de contenidos radiales, permitiendo identificar los alcances y desafíos que supone la integración de herramientas digitales avanzadas en el ámbito de la comunicación universitaria.

En primer lugar, se propone identificar las herramientas y tecnologías de inteligencia artificial empleadas en la producción de programas radiales en ambas instituciones. Este objetivo permitirá reconocer las aplicaciones concretas que se utilizan en la generación de contenidos, así como analizar de qué manera dichas tecnologías repercuten en la calidad técnica de los productos radiales.

La caracterización de estos recursos resulta fundamental para entender el grado de innovación tecnológica que se está implementando en el campo universitario.

En segundo lugar, se plantea examinar cómo la inteligencia artificial influye en las narrativas desarrolladas en los programas de radio de Uniminuto y la Universidad de Concepción, prestando atención a los cambios producidos en la estructura, el estilo y la composición de los contenidos. La revisión de estos aspectos permitirá determinar si la incorporación de la inteligencia artificial transforma la forma de contar historias, genera nuevas estéticas radiales o introduce variaciones en los enfoques comunicativos tradicionales.

Por último, se propone diseñar estrategias de implementación de la inteligencia artificial en la radio universitaria de ambas instituciones, evaluando cómo estas pueden favorecer la interacción con la audiencia y la personalización de los contenidos. Este objetivo busca no solo ofrecer lineamientos prácticos para el aprovechamiento de la inteligencia artificial en la producción radial, sino también reflexionar sobre el papel de la tecnología como mediadora en la construcción de experiencias comunicativas más cercanas, dinámicas y ajustadas a las necesidades de los públicos contemporáneos.

Metodología

La presente investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, utilizando el análisis de contenido como técnica principal. Según Bardin, (1996, citado en Cáceres, 2003) este enfoque permite aplicar procedimientos sistemáticos y objetivos para la descripción y análisis del contenido de los mensajes, garantizando una comprensión profunda de las dinámicas comunicativas.

El objetivo metodológico es explorar las categorías técnicas, estéticas y narrativas en relación con la implementación (o ausencia) de la inteligencia artificial (IA) en dos contextos radiales universitarios: Uniminuto Podcast de UNIMINUTO, Colombia, y

la Radio UdeC de la Universidad de Concepción, Chile, durante el periodo comprendido entre 2023 y 2024.

La selección de los programas radiales se efectuará mediante un muestreo a conveniencia por afinidad temática. Dicho esto, se analizarán los programas "Chile tradición y costumbres", emitido por la radio de la Universidad de Concepción, y Ondas en la U de Uniminuto Podcast.

En virtud de ello, la elección de estos programas responde al interés de realizar un análisis comparativo que considere las formas particulares en que ambas producciones abordan y exponen aspectos culturales propios de sus contextos nacionales.

Por lo demás, este instrumento permitirá examinar los aspectos técnicos, estéticos y narrativos presentes en los programas seleccionados. De manera que, la matriz incluirá elementos como diseño sonoro, uso de la voz, musicalización, técnicas de grabación, edición, montaje, guion radiofónico y fluidez narrativa.

De igual manera, se empleará la matriz de análisis de contenido para analizar los programas seleccionados, identificando las dinámicas técnicas, estéticas y narrativas presentes en cada producción.

Los datos obtenidos a partir de la matriz de análisis de contenido permitirán identificar coincidencias, divergencias y oportunidades para la optimización de los procesos radiales.

En caso de trabajar con programas que no integren IA, se diseñará una propuesta para su incorporación, fundamentada en las categorías analíticas técnicas, estéticas y narrativas. Esta propuesta considerará las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas propias de cada contexto institucional y cultural, proporcionando recomendaciones específicas para las fases de preproducción, producción y postproducción.

Los resultados se presentarán en forma de categorías analíticas que integren las dinámicas técnicas, estéticas y narrativas, junto con recomendaciones concretas para optimizar la producción radial universitaria mediante la IA. Se espera aportar conocimientos relevantes para la innovación en este medio de comunicación, fortaleciendo su rol en la difusión del conocimiento y la educación.

Para comprender el alcance de la implementación de la inteligencia artificial, resulta necesario establecer algunos fundamentos conceptuales que orientan el análisis desarrollado en esta investigación, el marco teórico aborda la inteligencia artificial (IA) como una rama de las ciencias computacionales orientada al desarrollo de modelos capaces de realizar actividades propias del ser humano, basadas en el razonamiento y la conducta (López Takeyas, 2007). Desde esta perspectiva, la IA no solo impacta sectores como la industria o la medicina, sino que incide de manera significativa en el ámbito de la comunicación y, particularmente, en la radio universitaria.

La analogía con la psicohistoria propuesta por Asimov (1951) permite comprender la IA como una herramienta capaz de analizar patrones colectivos, especialmente en relación con las dinámicas de audiencia. En este sentido, su aplicación en la radio universitaria posibilita el estudio de preferencias, ritmos de consumo y temáticas emergentes, contribuyendo a una producción más informada y adaptativa. No obstante, esta potencialidad tecnológica implica una responsabilidad ética: la IA debe concebirse como un medio que fortalece la creatividad y la conexión social, sin reducir la expresión humana a simples datos.

Asimismo, la radio universitaria se reafirma como un servicio público de carácter cultural, educativo y formativo, cuya finalidad es la difusión y construcción del conocimiento (Herrera Huérfano, 2001). En el contexto de transformación digital que atraviesan los medios de comunicación (Bazán-Gil et al., 2021), la integración de tecnologías emergentes, como la IA, se presenta tanto como una oportunidad de innovación como un desafío de adaptación permanente (Yaguana et al., 2022).

En este escenario, la IA incide en tres dimensiones fundamentales de la producción radial: la técnica, la estética y la narrativa. En el plano técnico, contribuye a la automatización de procesos, la optimización de la edición y el análisis de datos de audiencia, mejorando la eficiencia operativa y la calidad del producto final. En el ámbito estético, amplía las posibilidades de diseño sonoro mediante la generación de entornos auditivos dinámicos y adaptativos, aunque plantea el riesgo de una excesiva dependencia algorítmica (van Dijck, 2016). Por su parte, en la dimensión narrativa, facilita la personalización de contenidos y la generación automatizada de estructuras discursivas; sin embargo, abre interrogantes sobre la originalidad y la autenticidad creativa (Han, 2017; Sennett, 2009).

En síntesis, el marco teórico sostiene que la inteligencia artificial constituye un factor de transformación en la radio universitaria; no obstante, su integración debe realizarse desde un enfoque equilibrado, en el que la tecnología complemente y no sustituya la sensibilidad, el juicio y la creatividad humana que caracterizan la producción radiofónica.

Discusión

Los resultados de la investigación permiten comprender la implementación de la inteligencia artificial en la radio universitaria como un proceso emergente, más asociado a la reflexión y proyección futura que a una aplicación efectiva en los contextos analizados. El estudio comparativo de los programas Ondas en la U de Uniminuto Podcast y Chile tradición y costumbres de Radio UdeC evidencia que, aunque actualmente no se utilizan herramientas de IA en la producción, existe una valoración compartida sobre su potencial para transformar las dinámicas técnicas, estéticas y narrativas del medio universitario.

En el ámbito técnico, los hallazgos muestran que ambas emisoras enfrentan limitaciones relacionadas con el tiempo de producción, los recursos disponibles y la optimización de los procesos. En este escenario, la inteligencia artificial se perfila como una herramienta que podría contribuir a la automatización de tareas como la edición de audio, el ajuste de niveles y la mejora de la calidad sonora, sin desplazar el rol humano. Más bien, su incorporación permitiría una reconfiguración de los procesos técnicos, orientando el trabajo de los productores hacia decisiones creativas y editoriales de mayor complejidad.

No obstante, la investigación evidencia que la adopción de la IA está condicionada por factores institucionales, entre ellos la infraestructura tecnológica, la formación del personal y la resistencia al cambio. Tanto en Uniminuto como en la Universidad de Concepción, estos elementos actúan como barreras que obligan a pensar la integración tecnológica como un proceso gradual, contextualizado y coherente con las particularidades de cada emisora.

Desde la dimensión estética, el análisis confirma la centralidad del diseño sonoro en la experiencia radiofónica. La inteligencia artificial podría ampliar las posibilidades creativas mediante la optimización de la mezcla, la generación de ambientes sonoros dinámicos y la adaptación de elementos musicales. Sin embargo, los resultados también advierten sobre el riesgo de una estetización excesivamente automatizada, que podría afectar la identidad sonora de los programas.

En este sentido, la IA se concibe como un recurso complementario que debe potenciar y no sustituir la sensibilidad artística humana.

En cuanto a la dimensión narrativa, los programas analizados continúan apoyándose principalmente en la guionización y conducción manual, reafirmando la centralidad de la creatividad humana. Aun así, se identifican oportunidades para que la inteligencia artificial apoye la estructuración de relatos y la personalización de contenidos según la audiencia, aspecto especialmente relevante en el contexto universitario, caracterizado por la diversidad de públicos.

En síntesis, la discusión permite afirmar que la inteligencia artificial no se presenta como una solución inmediata ni homogénea, sino como un catalizador potencial de innovación cuya efectividad depende de una integración progresiva, ética y contextualizada. La comparación entre los casos de Colombia y Chile demuestra que, pese a sus diferencias institucionales y culturales, ambas emisoras coinciden en concebir la IA como una herramienta al servicio del carácter educativo, cultural y comunitario de la radio universitaria, reafirmando la centralidad de lo humano en la producción radiofónica contemporánea.

Conclusiones

El análisis conjunto de los programas radiales de Uniminuto (Colombia) y la Universidad de Concepción (Chile) evidencia que la inteligencia artificial (IA) representa una vía estratégica para optimizar la producción técnica, fortalecer la dimensión estética y acompañar los procesos narrativos en la radio universitaria. Aunque los programas analizados no emplean actualmente IA en su producción, la revisión de la matriz de análisis de contenido y las entrevistas semiestructuradas

con líderes de programas de ambas emisoras muestran áreas donde su integración podría transformar significativamente los procesos.

En el plano técnico, la IA permitiría automatizar la edición de audio, ajustar niveles, eliminar ruidos y mejorar la calidad sonora, optimizando tiempos de producción y garantizando un acabado profesional. Además, herramientas de análisis de audiencia facilitarían la personalización de la programación según preferencias y métricas de interacción, incrementando la pertinencia de los contenidos.

En términos estéticos, los programas revelan la importancia del diseño sonoro para la experiencia auditiva, y la IA podría enriquecerla mediante la creación de ambientes más complejos y dinámicos, ajustando música, efectos y silencios de manera adaptativa. Algoritmos generativos también podrían componer piezas musicales únicas para cada programa, ofreciendo una experiencia auditiva más envolvente. Desde la perspectiva narrativa, aunque los guiones se elaboran manualmente, la IA podría intervenir en la automatización de procesos, permitiendo a los productores centrarse en la creatividad y en la adaptación del contenido según la audiencia, generando relatos más interactivos y relevantes. Las entrevistas realizadas con Sara Salazar (Radio UdeC) y Jorge Mario Pérez (Uniminuto Radio) refuerzan esta visión, al destacar que la IA debe complementar y no reemplazar la creatividad humana, preservando la autenticidad y el vínculo emocional con la audiencia.

Pese a las diferencias culturales entre los contextos colombiano y chileno —Uniminuto enfocado en la mediación informativa y la eficiencia periodística, y la Universidad de Concepción orientada a la experimentación estética y la gestión programática—, ambos coinciden en que la IA puede potenciar la producción radial sin sustituir la sensibilidad humana ni el compromiso comunitario. La investigación identifica barreras como infraestructura limitada, falta de capacitación y resistencia al cambio, que deberán abordarse mediante políticas universitarias y estrategias de formación, tal como evidencian las entrevistas con los líderes de programas. Estos diálogos permiten comprender no solo la implementación tecnológica, sino también la percepción de los profesionales sobre la integración de la IA en sus procesos creativos.

En síntesis, la investigación no solo aporta al debate sobre la transformación de la radio universitaria, sino que también ofrece una propuesta concreta: implementar un modelo híbrido en el que IA y creatividad humana coexistan, optimizando los procesos técnicos, estéticos y narrativos, y adaptando la programación a las necesidades de los oyentes. La comparación interregional entre Chile y Colombia, junto con los datos cualitativos de las entrevistas, demuestra que la IA puede actuar como catalizador de innovación en distintos contextos culturales, preservando la centralidad de la sensibilidad humana y el carácter social que definen a la radio universitaria. Esta propuesta fortalece su rol pedagógico, cultural y comunitario, consolidando su relevancia académica y mediática en la era digital.=S1024-94352003000500003&lng=es&tlng=es

Referentes bibliográficos

• Aguaded Goméz, J. (2011). La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática. Universidad de Huelva. https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/59cf53f7-4e0a-4309-917a-72e6f37fdedc/content

• Asimov, I. (1986). Foundation (P. Giralt, Trad.). Plaza & Janés Editores. (Trabajo original publicado en 1951). https://drive.google.com/file/d/0B9nPWHNqYcpcdEtnbnIYQWlVY2M/edit?resourcekey=0-PJZahYlPpuiutpfmwx4_gw

• Barbosa, A. (2025). Matriz de análisis de contenido sobre la implementación de la inteligencia artificial en la radio universitaria (método de análisis y categorías). Investigación no publicada.

• Barrios, A. (2014). La radio universitaria, ¿Una mezcla de experiencia, juventud y tecnología? Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (126), 66-75. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791217

• Bazán-Gil, V., Pérez-Cernuda, C., Marroyo-Núñez, N., Sampedro-Canet, P., & De-Ignacio-Ledesma, D. (2021). Inteligencia artificial aplicada a programas informativos de radio. Estudio de caso de segmentación automática de noticias en RNE. El Profesional de la Información, 30(3). https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.20

• Byung-Chul Han. (2017). La expulsión de lo distinto. Herder Editorial. Vista de HAN, Byung-Chul (2017): La expulsión de lo distinto, Barcelona: Herder.

• Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. Revista de Ciencias Sociales (Cr), II(100), 1-13. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171018074008

• Canavilhas, J. (2022). Inteligencia artificial aplicada al periodismo: traducción automática y recomendación de contenidos en el proyecto “A European Perspective” (UER). Revista Latina de Comunicación Social, 80, 1-13. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1534

• Fieiras-Ceide, C., Túñez-López, J. M., & Fernández-Lombao, T. (2025). De la frecuencia al algoritmo: implementación de IA en las emisoras de radio de España. Revista Latina de

• Comunicación Social, 83, 1-22. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2025-2457

• Haye, R. M. (2000). Sobre radio y estética. Una mirada desde la filosofía del arte. Convergencia Revista de Ciencias Sociales, (23). https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1815

• Herrera, R. (2001). Apuntes para pensar la producción radial desde la academia. Signo y Pensamiento, 20(38), 61-71. https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2955/2250

• López Takeyas, B. (2007). Introducción a la inteligencia artificial. Universidad Tecnológica de la Mixteca. https://www.utm.mx/~jjf/ia/A1.pdf

• Pariser, E. (2017). El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus. https://ia801608.us.archive.org/17/items/el-filtro-burbuja-eli-pariser/El%20filtro%20burbuja%20-%20Eli%20Pariser.pdf

• Pérez Martínez, A., & Acosta Díaz, H. (2003). La convergencia mediática: un nuevo escenario

para la gestión de información, ACIMED, 11(5). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000500003&lng=es&tlng=es

• Ramirez, R. (1994), El lenguaje radiofónico. https://www.academia.edu/2970674/El_lenguaje_radiof%C3%B3nicoRibes Guardia, X., & Monclús Blanco, B. (2025). Usos de la inteligencia artificial en el ciclo de un producto radiofónico: modelo para la clasificación de herramientas IA. Revista de Comunicación, 2025. https://revistadecomunicacion.com/article/view/3709/2945

• Scolari, C. A. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa Editorial. https://fhu.unse.edu.ar/carreras/comunicacionymedios/Libro-Scolary.pdf

• Sennett, R. (2009). El artesano. Anagrama.

• Turkle, S. (2017). En defensa de la conversación: El poder de la charla en la era digital. Ático de los Libros.

• Universidad César Vallejo. (2023). El impacto de la inteligencia artificial en la producción audiovisual: Un dilema contemporáneo. https://www.ucv.edu.pe/noticias/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-la-produccion-audiovisual-un-dilema-contemporaneo

• van Dijck, J. (2016). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores. http://catedradatos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf

• Yaguana Romero, H., Arrobo-Agila, J. P., & Rene Jaramillo, A. (2022). La inteligencia artificial en la narrativa sonora: Estudio de caso. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 66, 9–23. https://doi.org/10.5565/rev/analisi.34

LA IMAGEN ALGORÍTMICA Y EL CONTROL CREATIVO, DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CON IA GENERATIVA A PARTIR DEL PENSAMIENTO METAFÓRICO.

RELATO DE UNA EXPERIENCIA DOCENTE: LA IA COMO HERRAMIENTA Y EL DESAFÍO DE LA SOBERANÍA CREATIVA.

Adriana Mora Arango, PHD
Universidad Pontificia Bolivariana
Facultad Comunicación Social-periodismo

Resumen

El presente artículo analiza la integración de la Inteligencia Artificial (IA) generativa en los procesos de creación audiovisual académica, tomando como base una práctica experimental con estudiantes de producción de contenidos. El ejercicio consistió en la realización de videoclips fundamentados en el pensamiento metafórico y la narrativa no referencial, utilizando herramientas freemium y modelos de producción mixtos. Los resultados revelan una paradoja: aunque la IA automatiza tareas, su uso incrementa los tiempos de producción en las fases de generación y montaje. Se concluye que la soberanía del realizador reside en la claridad del concepto creativo previo (escaleta y guion), evitando que la herramienta dicte la estética final. La autoría, por tanto, se desplaza del "hacer" técnico al "dirigir" algorítmico mediante el prompting estratégico.

Palabras clave

IA Generativa, Producción Audiovisual, Pensamiento Metafórico, Autoría, Flujos de Trabajo.

Abstract

This article analyzes the integration of generative Artificial Intelligence (AI) into academic audiovisual creation processes, based on an experimental practice with content production students. The exercise involved producing music videos grounded in metaphorical thinking and non-referential narrative, utilizing freemium tools and mixed production models. The results reveal a paradox: while AI automates tasks, its use increases production times during the generation and editing phases. It is concluded that the filmmaker's sovereignty lies in the clarity of the prior creative concept (step outline and script), preventing the tool from dictating the final aesthetic. Authorship, therefore, shifts from technical "doing" to algorithmic "directing" through strategic prompting.

Keywords

Generative AI, Audiovisual Production, Metaphorical Thinking, Authorship, Workflows

Introducción

En el panorama actual de la comunicación audiovisual, la irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) generativa no representa simplemente una nueva herramienta técnica, sino un cambio de paradigma en la ontología de la imagen. Como sostiene Joan Fontcuberta (Fontcuberta, 2016), nos encontramos en la era de la post-fotografía, donde la imagen ya no funciona necesariamente como un referente de la realidad, sino como una construcción algorítmica y fluida. En este contexto, los estudiantes del curso Producción de Contenidos Audiovisuales se enfrentaron un reto conceptual: ¿cómo conceptualizar y crear, libremente, cuando al frente hay una herramienta que tiene la capacidad de proponer, decidir y, en ocasiones, imponer su propia estética?

Este artículo sistematiza una experiencia pedagógica cuyo objetivo fue la creación de imagen no referencial basado en el pensamiento metafórico. La premisa del ejercicio partió de una tensión fundamental: el uso de la IA no como una solución automática a problemas técnicos, sino como un colaborador complejo que pone a prueba la capacidad del realizador para mantener el control del proceso creativo.

El ejercicio se estructuró a partir de la traducción de metáforas visuales en escaletas técnicas, buscando que el resultado final fuera una ejecución fiel de la intención original del autor. A través del uso de herramientas accesibles (modelos freemium como Gemini o CapCut), se exploraron dos rutas de producción: la generación íntegra por IA y el modelo híbrido o mixto. Los hallazgos aquí expuestos sugieren que, ante la potencia descriptiva de los algoritmos, la única salvaguarda de la autoría es la solidez del concepto creativo. Sin un guion y una escaleta blindados por la intención humana, la obra corre el riesgo de convertirse en un subproducto de la aleatoriedad del software.

El diseño experimental se dividió en cuatro fases críticas, orientadas a desplazar el foco desde la ejecución técnica hacia la arquitectura conceptual.

Metodología

El flujo de trabajo entre la intención humana y la respuesta algorítmica

En la primera fase, denominada fase de abstracción metafórica, se seleccionó una pieza musical como base narrativa. El reto fundamental para los estudiantes fue evitar la referencialidad directa o la ilustración literal de la letra. Por el contrario, se les exigió la construcción de una metáfora visual que capturara la esencia emocional del tema. Esta etapa fue crucial, pues estableció el "norte" creativo antes de cualquier interacción con la máquina, asegurando que el concepto fuera el motor de la producción.

Este documento no funcionó simplemente como una guía de rodaje, sino como un instrumento de control y validación: el éxito del ejercicio dependía de qué tan fiel fuera el video final a lo consignado en la escaleta. En esta etapa, los estudiantes debieron previsualizar planos, ángulos y movimientos de cámara que luego intentarían "inducir" en la IA a través del lenguaje propio de la herramienta.

La tercera fase, la fase de ejecución y producción híbrida, implicó el uso de herramientas de IA generativa bajo modelos freemium (principalmente Gemini para la ideación de prompts y CapCut o generadores de video para la síntesis de imagen). Se establecieron dos rutas de trabajo: una producción íntegramente generada por IA y una producción de carácter mixto, que integraba imagen análoga (capturada por cámara) con capas de IA. Esta dualidad permitió observar los desafíos de la "brecha de textura" y las dificultades de montaje que surgen al intentar dar unidad estética a materiales de orígenes tan distintos.

Finalmente, se realizó la fase de evaluación de autoría y análisis de resultados. En este punto, se confrontaron las piezas finales con las escaletas originales. El análisis se centró en identificar los puntos de quiebre donde la IA tomó el control creativo —ofreciendo soluciones visuales ajenas a la voluntad del realizador— y aquellos donde el prompting preciso logró domar la herramienta. Se prestó especial atención a la consistencia de los personajes, la dirección de la mirada y la gestión de la continuidad, elementos que se convirtieron en los principales indicadores de la capacidad de control del realizador sobre el flujo de trabajo algorítmico.

La metodología empleada se define como un estudio de caso experimental de corte pedagógico, diseñado para observar las tensiones entre la autoría humana y la autonomía de la máquina. El proceso se estructuró en cuatro fases secuenciales que

buscaron desplazar el interés desde el resultado estético azaroso hacia la ejecución técnica controlada. En la primera fase, de Abstracción Metafórica, se seleccionó una pieza musical como base narrativa, exigiendo la construcción de una metáfora visual que capturara su esencia emocional sin recurrir a la literalidad. Una vez consolidada la idea, se procedió a la fase de Planificación y Estructuración Narrativa, donde se tradujo la metáfora a una escaleta técnica detallada. Este documento funcionó como un instrumento de control y validación: el éxito del ejercicio dependía de qué tan fiel fuera el video final a lo consignado en el papel.

La tercera fase, de Ejecución y Producción Híbrida, implicó el uso de herramientas freemium como Gemini para la ideación de prompts y CapCut para la síntesis de imagen, explorando rutas de generación íntegra y modelos mixtos que integraban imagen análoga capturada por cámara con capas de IA. Esta dualidad permitió observar los desafíos de la "brecha de textura" y las dificultades de montaje que surgen al intentar dar unidad estética a materiales de orígenes tan distintos. Finalmente, se realizó la fase de Evaluación de Autoría, confrontando las piezas finales con las escaletas originales para identificar los puntos de quiebre donde la IA tomó el control creativo frente a aquellos donde el prompting preciso logró domar la herramienta.

Históricamente, la formación audiovisual ha puesto un peso significativo en el dominio técnico del equipo (el manejo de la luz, el foco, la composición del plano). Sin embargo, la IA generativa democratiza la ejecución técnica, pero castiga severamente la carencia conceptual. Como señala Lev Manovich (2013) en su tesis sobre cómo el software toma el mando, el realizador de la era digital se transforma en un curador de posibilidades. En el ejercicio, se hizo evidente que la IA tiende a una "estetización de la nada": produce imágenes visualmente impactantes, pero narrativamente vacías si no hay una directriz humana férrea. El aprendizaje real ocurrió cuando el estudiante rechazó la primera imagen "bella" de la IA porque no cumplía con su escaleta, ejerciendo una resistencia al algoritmo que constituye la base de la autoría contemporánea.

El proceso formativo demostró que el estudiante ya no es solo un técnico, sino un curador de posibilidades. El reto creativo se trasladó al lenguaje: la capacidad de traducir una metáfora abstracta a un prompt técnico y descriptivo. Aquí, la escaleta no fue solo una guía, sino un ancla de soberanía. Sin ella, el estudiante se perdía en la "deriva algorítmica", aceptando lo que la IA le entregaba por azar en lugar de luchar por la imagen que su concepto exigía.

Discusión

La Tensión entre el Azar Algorítmico y el Control Autoral

Uno de los puntos más críticos en el proceso creativo fue la lucha por el control. La IA generativa introduce un factor de aleatoriedad que puede ser seductor, pero que atenta contra la autoría. Los estudiantes descubrieron que, en las versiones gratuitas (freemium), la IA suele imponer "clichés visuales" o estéticas predeterminadas que responden a los datos con los que fue entrenada.

El aprendizaje real ocurrió cuando los estudiantes rechazaron la primera imagen "bella" que la IA les ofreció porque no cumplía con la metáfora de la escaleta. Esta resistencia al algoritmo es lo que, inicialmente, podríamos llamar: "la autoría contemporánea". Entender que la IA es una herramienta y no una solución implica reconocer sus sesgos —como la dificultad para mantener la mirada o la identidad del personaje— y encontrar estrategias creativas (como el uso de múltiples IAs en cadena o el retoque manual) para subsanarlos.

El Lenguaje como Interfaz de Producción

El hallazgo de que el inglés es el

idioma más eficiente para trabajar con estas herramientas abre un debate necesario sobre la mediación cultural. El proceso creativo se vio mediado por la traducción; el estudiante debía pensar en español, conceptualizar la metáfora en su contexto local, pero ejecutar el prompt en inglés para obtener precisión.

Este "ejercicio de traducción" no es meramente lingüístico, sino técnico. Obliga al realizador a entender la arquitectura detrás de la imagen: cómo la IA interpreta términos como depth of field, lighting contrast o cinematic texture. Así, la producción audiovisual se convierte en un ejercicio de programación narrativa, donde la sintaxis del lenguaje natural es tan importante como la sintaxis del lenguaje cinematográfico.

La eficiencia técnica del inglés como lingua franca de los algoritmos plantea una encrucijada ética y estética: la pérdida de la densidad cultural en la imagen generada. Al traducir el pensamiento creativo a un idioma de estructura pragmática y universalista, los matices del dialecto, el 'sentir' de los acentos regionales y las metáforas arraigadas en territorios específicos se diluyen, Así las cosas, el resultado es puede llegar a ser narración audiovisual estructurada bajo una semántica estandarizada que, aunque precisa en lo técnico, que pudiera llegar a carecer de la profundidad necesaria para expresar identidades complejas. Así, que el creador audiovisual debe ser consciente que la IA no solo interpreta un comando, sino que transforma una visión cultural orgánica en un producto visual 'globalizado', donde la riqueza del contexto local se sacrifica en favor de una funcionalidad comunicativa que, paradójicamente, puede resultar vacía de significado propio, ya que como afirmaba, Wittgenstein, "Los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo"

En definitiva, el uso del inglés como código de acceso a la creación generativa no es un paso neutral, sino una mediación que redefine la autoría. Al someter la narrativa a un lenguaje pragmático y desterritorializado, el creador se enfrenta al riesgo de una 'aculturación algorítmica', donde la imagen resultante prioriza la perfección estética global sobre la verdad local. Por ello, el reto de la producción audiovisual contemporánea radica en habitar esa brecha: entender la gramática técnica de la IA sin permitir que su estructura universal borre las huellas de la memoria y la identidad. Solo a través de una conciencia crítica sobre esta traducción técnica será posible evitar que el audiovisual se convierta en un eco vacío, asegurando que la tecnología sea un vehículo de expansión para nuestras metáforas propias y no un filtro que las termine por extinguir.

La Estética de lo Híbrido: El Nuevo Montaje

En este ejercicio formativo, se acentuó la importancia del montaje como espacio de escritura audiovisual, los estudiantes que trabajaron con imagen mixta (análoga e IA) tuvieron que desarrollar una sensibilidad especial para lograr la coherencia del mundo narrativo. En lugar de simplemente unir clips, el editor de la era de la IA debe actuar como un colorista y un diseñador de texturas, buscando homogeneizar lo que fue capturado por un lente y lo que fue soñado por un procesador. Esta hibridación representa la verdadera vanguardia de la producción actual: no elegir entre humano o máquina, sino dominar la intersección entre ambos.

A diferencia del cine grabado en set, donde el montaje organiza la continuidad preexistente, en los videos generados con IA el montaje se convierte en una estrategia de ocultamiento. Debido a que la IA aún presenta "alucinaciones" (deformaciones o parpadeos erráticos), el editor debe recurrir a un ritmo de corte mucho más picado para esconder las fallas del algoritmo. Esta "sutura" no es solo estética; es una lucha por mantener el pacto de verosimilitud con el espectador. El mayor desafío identificado fue el raccord. La IA, al generar cada plano como una unidad aislada ("cajas negras" de información), no entiende que el personaje del Plano A debe estar mirando hacia el lugar donde estará el

objeto en el Plano B. Esto implica que el montaje con IA requiere una fase previa de post-producción de coherencia, donde se intervienen los clips para forzar una continuidad que la máquina ignora.

Esta hibridación técnica desplaza el eje del montaje tradicional hacia una fase de post-producción de coherencia. Los estudiantes comprendieron que la continuidad no es un resultado automático de la IA, sino una imposición autoral; debieron intervenir los clips mediante máscaras, reencuadres y espejados para forzar una lógica narrativa que la máquina,en su fragmentación, ignora. La inteligencia artificial en la creación audiovisual no representa una simple automatización, sino una nueva y compleja capa de mediación que desafía tanto la técnica como la identidad. El realizador contemporáneo se ve obligado a habitar una doble traducción: una lingüística, donde la gramática pragmática del inglés actúa como un filtro que amenaza con diluir la densidad cultural de lo local, y una formal, donde el montaje se transforma en una recomposición constante para suturar la brecha del valle inquietante. Mantener la coherencia narrativa en este nuevo escenario exige una conciencia crítica sobre las herramientas; solo mediante una intervención autoral que recupere la textura, el error y el matiz propio, será posible evitar que la imagen generada sea un producto vacío y globalizado, asegurando que la tecnología sea, en última instancia, una morada para nuestra propia subjetividad y no el límite de nuestro mundo.

La implicación narrativa es profunda: el montaje ya no puede desligarse del tratamiento del color y el texturizado. Para evitar que la obra se convierta en un collage de retazos inconexos, el flujo de trabajo exige una 'hermandad' estética que permita la fluidez del relato. Esto obliga a añadir ruido o grano digital para que la imagen sintética 'respire', a suavizar la nitidez algorítmica de los fondos para no distraer la atención del espectador y a gestionar la luz mediante capas de ajuste que unifiquen las iluminaciones dramáticas de la IA con la luz natural del rodaje. En última instancia, esta intervención técnica es la que garantiza la coherencia de la puesta en escena, asegurando que la tecnología no sea un distractor, sino una extensión orgánica de la intención narrativa.

En la producción tradicional, el montaje es el final de la cadena. En la producción con IA,los estudiantes se dieron cuenta de que un corte no funcionaba, no porque el ritmo fuera malo, sino porque la imagen generada no encajaba. Esto los obligaba a regresar a la fase de prompting, generar un nuevo clip y volver al montaje. Esta circularidad transforma el tiempo de producción: ya no es una línea recta (Pre-Pro-Post), sino un bucle constante. El editor es, al mismo tiempo, generador de material, lo que diluye las fronteras tradicionales de los roles en un equipo audiovisual.

El Desafío de la Identidad Sintética: La Paradoja del Avatar Humano

La creación de un personaje o "avatar" que mantenga la credibilidad y la constancia representa la frontera final del control creativo. En la experiencia, este desafío se manifestó en la coherencia fluida de un personaje tiene la tendencia a mutar entre planos. Para la narrativa audiovisual, esto es desastroso, ya que rompe el pacto de lectura. Además, el análisis reveló que el mayor obstáculo para la credibilidad es la mirada, Según Masahiro Mori (1970) y su teoría del Valle Inquietante (Uncanny Valley), sentimos rechazo cuando algo parece casi humano, pero tiene un detalle "muerto". La IA suele fallar en la convergencia ocular y en el brillo húmedo natural del ojo humano. Los resultados más exitosos fueron aquellos donde se forzó a la IA a incluir poros, asimetrías y texturas naturales, "ensuciando" la perfección matemática del algoritmo para recuperar la huella de lo humano.

La IA generativa no "entiende" la identidad como un concepto permanente; genera imágenes basadas en probabilidades estadísticas cuadro a cuadro. Esto provoca lo que en el

ejercicio llamamos “identidad fluida”: un personaje que en el primer plano tiene una nariz ligeramente distinta, una densidad de cabello diferente o una estructura ósea que varía sutilmente.

En la narrativa audiovisual, esta inestabilidad morfológica resulta catastrófica, pues fractura el pacto de verosimilitud con el espectador. Los estudiantes comprendieron que la construcción de un personaje constante trasciende la precisión del prompt; requiere el dominio de anclajes técnicos como las o el entrenamiento de arquitecturas específicas como Sin estos mecanismos de fijación identitaria, el avatar deriva en una sucesión de ‘parientes cercanos’ del sujeto original: figuras que comparten una esencia, pero carecen de una ontología única. Esta fragmentación de la identidad visual impide la consolidación de un arco dramático sólido, transformando lo que debería ser un protagonista en una galería de variantes que diluyen la conexión emocional y la continuidad de la historia. La verdadera humanidad no reside en la simetría del rostro, sino en la imperfección y la micro-gestualidad. El análisis de los videos producidos reveló que el mayor obstáculo para la credibilidad es la zona ocular y la boca.

Resulta, particularmente, problemática la recreación de la mirada en el trabajo con IA, ya. A menudo, el avatar parece mirar “a través” de las cosas, sin una intención psicológica clara. En el cine, la mirada es la ventana al alma del personaje; en la IA, suele ser una ventana a un vacío de datos. La sincronía labial y emocional: Al generar movimiento, los avatares suelen presentar una desconexión entre el movimiento de los labios y la tensión de los músculos faciales. Lograr que un avatar se vea “realmente humano” implica que el parpadeo, la respiración y el movimiento del cuello ocurran de forma orgánica y no como capas de animación superpuestas. Un hallazgo pedagógico fundamental fue que los avatares más creíbles no eran los más “perfectos”, sino aquellos donde los estudiantes forzaron a la IA a incluir imperfecciones. La piel humana tiene poros, asimetrías, pequeñas cicatrices o enrojecimientos.

La IA tiende por defecto a la estética del “filtro de Instagram”: pieles de porcelana y rostros hiper-simétricos. El reto creativo consistió en “ensuciar” el algoritmo. Aquellos que lograron un avatar más humano fueron quienes incluyeron en sus prompts términos como “imperfections”, “skin texture”, “asymmetrical features” o “natural lighting”. La humanidad, concluyeron los estudiantes, reside en el error, no en la norma estadística.

Finalmente, surge la implicación ética y estética: ¿puede un avatar de IA transmitir la misma carga emocional que un actor analógico? La experiencia demostró que, mientras el avatar sea una cáscara visual, su capacidad de conmover es limitada. La “credibilidad” no es solo visual, es actoral. La dificultad de dirigir a un avatar para que exprese una emoción sutil (como unamelancolía contenida en lugar de una tristeza genérica) reafirma que la IA es, hasta ahora, una excelente herramienta de ilustración, pero una deficiente herramienta de interpretación.

El Aula como Laboratorio de Resistencia: Educación para la Soberanía Creativa

La integración de la Inteligencia Artificial en el currículo de Comunicación Audiovisual no debe responder a una moda tecnológica, sino a una necesidad de alfabetización crítica. Llevar la IA al aula es, paradójicamente, la mejor estrategia para asegurar que la máquina no anule la capacidad creativa del estudiante. Esta “pedagogía del algoritmo” se fundamenta en tres pilares esenciales: Cuando el estudiante interactúa con la IA fuera del entorno académico, suele verla como una herramienta de resultados inmediatos que ahorra el esfuerzo del pensamiento. Al institucionalizar su uso, el aula se convierte en un espacio para desmitificarla. El ejercicio demostró que, al exigir una escaleta técnica previa, el estudiante descubre que la IA es, en realidad, un colaborador caprichoso.

Enfrentar al alumno a la dificultad de lograr que la máquina respete una metáfora específica es lo que le devuelve el valor al esfuerzo conceptual. El aula enseña que la máquina propone, pero el autor dispone. Uno de los riesgos más graves de la IA es su tendencia a la homogeneización: al estar entrenada con billones de datos existentes, tiende a repetir estéticas dominantes. Si el estudiante no aprende a trabajar con ella críticamente, sus posibilidades imaginativas se verán reducidas a lo que el algoritmo considera “probable”.

La mediación docente es aquí el factor diferencial. Al incentivar el uso de la IA para explorar mundos no referenciales y metafóricos, se obliga al estudiante a forzar los límites del software. El aprendizaje no consiste en aceptar la primera imagen que la IA genera, sino en tener la potencia imaginativa suficiente para decir “esto no es lo que busco”. Es en ese rechazo donde nace la verdadera autoría contemporánea.

Llevar la IA al aula es la mejor estrategia para asegurar que la máquina no anule la capacidad creativa del estudiante. Esta “pedagogía del algoritmo” se fundamenta en la desmitificación de la “solución mágica”. Al institucionalizar su uso, el aula enseña que la máquina propone, pero el autor dispone. El aprendizaje no consiste en aceptar la primera imagen que la IA genera, sino en tener la potencia imaginativa suficiente para decir “esto no es lo que busco”. Es en ese rechazo donde nace la verdadera autoría contemporánea. La educación audiovisual hoy debe centrarse en fortalecer aquello que la máquina no tiene: la capacidad de dotar de sentido ético y poético a una composición visual.

Si la universidad ignora la IA, deja al estudiante solo frente a un software que, por diseño, intentará simplificar sus procesos mentales. Por el contrario, al integrarla, se le dota de herramientas para que sea él quien dicte el rumbo de la imagen. La educación audiovisual hoy debe centrarse en fortalecer aquello que la máquina no tiene: la capacidad de dotar de sentido ético y poético a una composición visual. Solo a través del conocimiento profundo del algoritmo se puede evitar que este anule la subjetividad del creador.

Resultados

Conclusiones y Prospectiva: El Realizador Audiovisual como director de Inteligencias

La experiencia sistematizada en este artículo permite concluir que la Inteligencia Artificial generativa no es una solución mágica que simplifica la producción audiovisual, sino una tecnología disruptiva que eleva el nivel de exigencia conceptual de los creadores. Tras el análisis de los videoclips producidos, las implicaciones para la formación de los futuros comunicadores son definitivas:

El hallazgo pedagógico más relevante fue que el control de la imagen no reside en el dominio del software, sino en la solidez de la escaleta y el guion. Cuando el estudiante claudica en su claridad narrativa, la IA llena ese vacío con clichés visuales. Por tanto, la enseñanza de la comunicación debe reforzar hoy más que nunca las competencias de pensamiento crítico y lenguaje audiovisual; solo quien sabe “mirar” y “narrar” puede dar órdenes precisas a una máquina.

Estamos asistiendo a la consolidación de una nueva figura profesional: el realizador como curador y arquitecto de prompts. El mercado laboral, especialmente en hubs de innovación como Medellín y del mundo, demandará profesionales que no solo operen cámaras, sino que sepan mediar entre la intención artística y el procesamiento algorítmico. Esto implica una formación bilingüe (por la eficiencia del inglés en la IA) y un conocimiento profundo de la anatomía, la luz y la semiótica para corregir las deficiencias de la IA, como la inestabilidad de los avatares y la incoherencia de la mirada.

Finalmente, el ejercicio demostró que la IA es una herramienta de “posibilidades infinitas” pero de “precisión finita”. La dificultad para crear humanos creíbles y constantes re-

fuerza el valor de lo analógico y de la interpretación actoral. El futuro de la producción audiovisual será híbrido: un territorio donde la eficiencia de la síntesis digital se sutura con la calidez y la imperfección de la captura real.

En conclusión, La IA generativa no es una solución que simplifica la producción, sino una tecnología que eleva el nivel de exigencia conceptual. Se concluye que el control de la imagen no reside en el software, sino en la solidez de la escaleta. Nace así una nueva figura profesional: el realizador como arquitecto de prompts, capaz de mediar entre la intención artística y el procesamiento algorítmico. En conclusión, la IA no reemplazará al realizador, pero el realizador que usa IA sí reemplazará al que no sabe usarla. La clave del éxito profesional en esta era no será la velocidad de procesamiento, sino la claridad del concepto humano que la precede.

Más allá de los debates sobre la automatización, la conclusión más sólida que ha dejado esta experiencia pedagógica es el reconocimiento de la IA como una herramienta de doble filo: un ecosistema lleno de riquezas para los procesos de comunicación, pero que exige una madurez creativa sin precedentes para no caer en la mediocridad técnica. Los estudiantes lograron desvelar tres verdades fundamentales que reconfiguran su futuro oficio.

En primer lugar, se hizo evidente una asimetría en la capacidad de representación de la máquina: es, hasta el día de hoy, mucho más sencillo generar imágenes alegóricas que realistas. Mientras que la IA se despliega con una libertad asombrosa en los terrenos de la fantasía, lo onírico y la metáfora, sufre una "crisis de verosimilitud" cuando intenta imitar la realidad cotidiana o la anatomía humana precisa. Para el comunicador, esto significa que la IA es una aliada excepcional para el pensamiento simbólico, pero sigue requiriendo de la imagen analógica cuando se busca la verdad del rostro y el peso de lo real.

En segundo lugar, surgió el desafío de la censura algorítmica. Los estudiantes se toparon con los muros éticos y los sesgos de programación de las plataformas, que a menudo bloquean o restringen tópicos complejos, sociales o disruptivos bajo criterios de seguridad corporativa. Esta limitación impone un reto adicional a la creatividad: el realizador debe aprender a "bordear" la censura, buscando caminos estéticos que permitan comunicar lo prohibido por el código, reafirmando que la libertad de expresión sigue siendo un territorio puramente humano que la máquina no puede (o no se le permite) gestionar.

Finalmente, se desmitificó la idea de la "generación instantánea". La conclusión consolidada en el grupo es que, para obtener un producto de calidad real, la carga de trabajo y creatividad no disminuye, sino que se transforma. No basta con apretar un botón; se requiere un esfuerzo exhaustivo en el diseño de instrucciones, la selección crítica y la post-producción manual. Entender la IA como una herramienta y no como la solución a los problemas creativos permite que el estudiante mantenga su agencia. La calidad, en última instancia, no emana del procesador, sino del rigor con el que el realizador humano somete a la técnica para que esta sirva a una idea original.

Referencias bibliográficas

• Fontcuberta, J. (2016). La furia de las imágenes: Notas sobre la post-fotografía.

• Manovich, L. (2013). El software toma el mando. Barcelona: UOC. (Esencial para entender cómo las interfaces y el software moldean nuestra estética).

• Mori, M. (1970). The Uncanny Valley. Energy, 7(4), 33-35. (La base científica para explicar por qué los avatares de tus estudiantes a veces generan rechazo).

• Hertzmann, A. (2018). Can Computers Create Art? Arts, 7(2). (Un artículo académico que debate si la autoría es del programador, del usuario o de la máquina).

• Murch, W. (2001). En el momento del parpadeo. Madrid: Ocho y Medio. (Para contrastar el montaje tradicional de "parpadeo" con las alucinaciones rítmicas de la IA).

• Chion, M. (1993). La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Paidós. (Crucial para explicar cómo la música del videoclip ayudó a cohesionar las imágenes inconexas de la IA).

• Wittgenstein, L. (2017). Tractatus Logico-Philosophicus (L. M. Valdés Villanueva, Ed. y Trad.). Tecnos. (Obra original publicada en 1921)

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HÁBITO SOCIAL EN NATIVOS DIGITALES

John Jairo Molina Roncancio
Universidad Cooperativa de Colombia
Magister en Comunicación e Identidad Corporativa
Líder semillero ComuNativos
john.molinar@campusucc.edu.co

Paula Vanesa Rodríguez Quintero
Universidad Cooperativa de Colombia
Programa de Comunicación Social
(sexto semestre – 2026-1)
Semillerista ComuNativos
paulav.rodriguezr@campusucc.edu.co

Resumen

La presente investigación en curso se orienta a comprender y analizar el papel de las nuevas tecnologías, particularmente la inteligencia artificial, como promotoras de hábitos digitales que han sido progresivamente normalizados por generaciones humanas, especialmente por los denominados nativos digitales, población objeto de estudio. En el marco de este contexto tecnológico y comunicativo en línea, el estudio se estructura a partir de la siguiente pregunta problema: ¿en qué medida los nativos digitales identifican en el uso de la IA, como una característica generacional, un hábito humano y social?

Para dar respuesta a este cuestionamiento, se ha formulado como objetivo general documentar, mediante productos comunicativos, los patrones identitarios de una muestra representativa de estudiantes universitarios en torno a la adopción de la inteligencia artificial como hábito social. Metodológicamente, la investigación se desarrolla desde un enfoque mixto, que articula técnicas de recolección de información como encuestas, entrevistas estructuradas y observación no participante.

El trabajo de campo se realizará con estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia, considerando su diversidad social, económica, política y académica, y proyectando productos transmedia para 2026. Esta estrategia permitirá analizar hábitos digitales, autopercepción tecnológica y promover usos críticos, responsables y conscientes de la inteligencia artificial en contextos universitarios.

Palabras clave

Inteligencia Artificial, Nativos Digitales, Hábitos Digitales, Entornos Digitales

.

Introducción

La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado en la actualidad como una tecnología transversal que permea múltiples dimensiones de la vida social, académica y cultural, especialmente entre los jóvenes universitarios. Más allá de ser una herramienta tecnológica aislada, la IA se ha integrado progresivamente a las rutinas cotidianas, convirtiéndose en un hábito social asociado a procesos de aprendizaje, comunicación, toma de decisiones y producción de conocimiento. En este sentido, su uso frecuente en contextos educativos plantea nuevos retos y reflexiones en torno a la autonomía intelectual, el pensamiento crítico y la relación entre tecnología y comportamiento humano.

La IA puede definirse como un sistema de inteligencia algorítmica capaz de aprender a partir de grandes volúmenes de datos, mediante el uso de algoritmos matemáticos y estadísticos que permiten analizar información y generar respuestas automatizadas de manera lógica. Su funcionamiento se apoya en dispositivos digitales, como computadores y teléfonos móviles, que facilitan su acceso masivo y continuo. Esta capacidad de interacción inmediata ha

favorecido que los estudiantes universitarios incorporen la IA como un recurso habitual en su vida académica y personal.

El desarrollo de la inteligencia artificial tiene antecedentes históricos relevantes. En 1950, Alan Turing propuso que las máquinas podían simular el pensamiento humano y creó el denominado Test de Turing, diseñado para evaluar si una computadora podía comportarse de manera indistinguible de un ser humano. Posteriormente, en 1956, John McCarthy introdujo el término "inteligencia artificial", iniciando un campo formal de investigación. En 1958, Frank Rosenblatt desarrolló la neurona artificial, inspirada en el funcionamiento de las redes neuronales biológicas, lo que permitió avances significativos en el aprendizaje automático.

Durante las décadas siguientes, la IA atravesó períodos de estancamiento y resurgimiento. En 1966, Joseph Weizenbaum creó ELIZA, uno de los primeros chatbots, y en 1997, la computadora Deep Blue de IBM venció al campeón mundial de ajedrez, marcando un hito en el desarrollo tecnológico. A partir del siglo XXI, sistemas como Watson y asistentes virtuales como Siri evidenciaron la capacidad de la IA para interpretar lenguaje natural y responder a contextos complejos. En 2015, la fundación de OpenAI impulsó el desarrollo de modelos avanzados, reforzado en 2017 por investigaciones como Attention Is All You Need, que revolucionaron el procesamiento del lenguaje.

La expansión de modelos conversacionales como ChatGPT, lanzado en 2022, aceleró la adopción de la IA a nivel global. En Colombia, según datos divulgados en 2024, el país ocupó uno de los primeros lugares en uso de IA, destacándose especialmente en la educación superior, donde un alto porcentaje de estudiantes universitarios emplea estas herramientas de manera frecuente. Iniciativas institucionales, como la integración de IA en universidades y programas de formación docente promovidos por entidades públicas y privadas, reflejan el creciente interés por su incorporación pedagógica.

No obstante, el uso intensivo de la inteligencia artificial también plantea desafíos. Cuando la IA deja de ser un recurso de apoyo y se convierte en un sustituto del razonamiento propio, puede afectar la capacidad de análisis, la motivación por el aprendizaje autónomo y el desarrollo del pensamiento crítico. Diversas investigaciones advierten que la delegación constante de tareas cognitivas en sistemas automatizados puede generar dependencia tecnológica, especialmente entre los nativos digitales.

En este contexto surge la pregunta problema que orienta la investigación: ¿En qué medida los nativos digitales identifican en el uso de la IA, una característica que fomenta, un hábito humano, tecnológico y social? Esta pregunta permite analizar la relación entre tecnología, conducta y cultura digital en el ámbito universitario.

La relevancia de esta investigación se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente con el ODS 4, Educación de calidad, al promover reflexiones sobre el uso responsable, crítico y ético de la tecnología en los procesos formativos. Asimismo, se vincula con el ODS 9, Industria, innovación e infraestructura, al analizar el impacto social de la innovación tecnológica, y con el ODS 12, Producción y consumo responsables, al fomentar un uso consciente de la IA que no sustituya las capacidades humanas, sino que las fortalezca. De este modo, el estudio aporta a la comprensión del papel de la inteligencia artificial como fenómeno social contemporáneo y a la construcción de prácticas educativas más equilibradas y sostenibles.

Metodología

La presente investigación adopta un enfoque metodológico mixto, coherente con el objetivo general de documentar, a través de productos comunicativos, las características del uso de la inteligencia artificial como hábito social en una muestra representativa de nativos digitales universitarios. Este enfoque permite

integrar perspectivas cuantitativas y cualitativas, favoreciendo una comprensión amplia y profunda del fenómeno estudiado, en correspondencia con los objetivos específicos orientados a caracterizar factores, interpretar prácticas y registrar experiencias.

El enfoque mixto se fundamenta en la complementariedad metodológica propuesta por Johnson y Onwuegbuzie (2004), quienes señalan que este tipo de investigación combina la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos dentro de un mismo estudio para responder de manera más integral a las preguntas de investigación. En este caso, el enfoque mixto resulta pertinente para analizar los hábitos de consumo digital de los estudiantes universitarios, al permitir identificar tendencias generales y, simultáneamente, profundizar en las percepciones, significados y experiencias asociadas al uso cotidiano de la inteligencia artificial.

En relación con las técnicas de recolección de información, se empleará la encuesta como instrumento cuantitativo principal. De acuerdo con Duarte Sánchez y Guerrero Barreto (2024), las encuestas son instrumentos estructurados que facilitan la recopilación sistemática de información proveniente de un número significativo de participantes mediante preguntas previamente diseñadas. Asimismo, Creswell (2014) destaca que esta técnica permite identificar patrones, comportamientos y tendencias dentro de una población, lo cual resulta fundamental para caracterizar los factores sociales, culturales y tecnológicos que influyen en los hábitos digitales de los nativos digitales de la Universidad Nacional de Colombia.

El tipo de encuesta seleccionada será de carácter explicativo, ya que posibilita recolectar información relacionada con actitudes, percepciones, comportamientos y variables demográficas, favoreciendo un análisis generalizable y comparativo. En el marco del enfoque mixto, la aplicación de encuestas se desarrollará en una fase inicial del estudio, con el propósito de obtener una visión panorámica del fenómeno que posteriormente será profundizada mediante técnicas cualitativas.

Como técnica cualitativa se utilizará la entrevista semiestructurada, orientada a explorar en profundidad las prácticas, usos y percepciones del entorno digital por parte de los estudiantes universitarios nativos digitales, así como las perspectivas de expertos en educación y en inteligencia artificial. Según Kvale y Brinkmann (2009), la entrevista es una conversación con un propósito investigativo que busca comprender el mundo desde el punto de vista del entrevistado. La modalidad semiestructurada permite mantener una guía temática flexible, adaptando las preguntas al desarrollo de la conversación y favoreciendo la identificación de emociones, pensamientos, significados y experiencias.

Finalmente, los resultados obtenidos a través de ambas técnicas serán registrados y sistematizados mediante recursos audiovisuales, en coherencia con el tercer objetivo específico de la investigación. Esta estrategia metodológica permitirá integrar datos numéricos y narrativos, fortaleciendo la validez del estudio y aportando una comprensión rigurosa y contextualizada del uso de la inteligencia artificial como hábito humano, tecnológico y social en la población universitaria analizada. De este modo, la metodología garantiza coherencia epistemológica, pertinencia social y solidez analítica para el cumplimiento integral de los objetivos propuestos en el estudio.

Discusión

La inteligencia artificial se configura actualmente como un eje central de las transformaciones tecnológicas y sociales que atraviesan los contextos educativos y comunicativos contemporáneos. Su incorporación en actividades académicas, creativas y relacionales ha superado el carácter instrumental para consolidarse como una mediadora permanente de la experiencia digital. Floridi (2014) advierte que "la inteligencia artificial no solo transforma lo que hacemos, sino la forma en que comprendemos la

realidad y a nosotros mismos" (p. 15), lo cual permite entender su impacto más allá de lo técnico. En el ámbito universitario, la IA redefine prácticas de aprendizaje y producción de conocimiento, incidiendo directamente en la configuración de hábitos digitales.

En este escenario emergen los nativos digitales, entendidos como generaciones que han crecido inmersas en tecnologías digitales y que mantienen una relación naturalizada con ellas. Prensky (2001) sostiene que "los estudiantes de hoy piensan y procesan la información de manera fundamentalmente distinta a generaciones anteriores" (p. 1), debido a su exposición constante a entornos tecnológicos. Esta condición favorece una adopción temprana y frecuente de herramientas basadas en inteligencia artificial, integrándolas a la vida cotidiana sin mayores resistencias. Sin embargo, esta familiaridad no siempre se acompaña de procesos reflexivos sobre los límites, riesgos y responsabilidades asociados a su uso intensivo en contextos académicos.

Los hábitos digitales se consolidan como prácticas reiteradas que emergen de la interacción constante con plataformas inteligentes. La consulta permanente a sistemas de IA para resolver tareas, generar contenidos o tomar decisiones académicas evidencia una tendencia hacia la automatización cognitiva. Selwyn (2019) advierte que "cuando las tecnologías digitales comienzan a sustituir el esfuerzo intelectual, se corre el riesgo de empobrecer los procesos de aprendizaje" (p. 42). En este sentido, los hábitos digitales asociados al uso de la IA pueden optimizar procesos, pero también generar dependencia tecnológica y una disminución del pensamiento crítico si no se acompañan de estrategias pedagógicas adecuadas.

Por su parte, los entornos digitales funcionan como espacios simbólicos y relacionales donde se producen significados, identidades y vínculos sociales mediados por la tecnología. Van Dijck (2013) afirma que "las plataformas digitales no son neutrales, sino entornos que moldean prácticas sociales y culturales" (p. 29). En estos espacios, la inteligencia artificial actúa de manera invisible organizando flujos de información, personalizando contenidos y condicionando la experiencia del usuario. Para los nativos digitales, estos entornos no representan una extensión de la realidad física, sino una dimensión integrada de su vida social, académica y emocional.

La interacción entre inteligencia artificial y entornos digitales transforma las dinámicas educativas universitarias, desplazando el énfasis del proceso hacia la inmediatez del resultado. Esto plantea desafíos para la formación integral, ya que el acceso automático a respuestas puede debilitar la reflexión crítica. Desde esta perspectiva, resulta necesario

resignificar el uso de la IA como un recurso pedagógico que complemente, pero no sustituya, las capacidades humanas. Como señala Freire (1970), "la educación verdadera es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo" (p. 51), principio que cobra vigencia en el análisis del uso de tecnologías inteligentes.

En conclusión, la articulación entre inteligencia artificial, nativos digitales, hábitos digitales y entornos digitales evidencia un fenómeno complejo de carácter sociocultural. Comprender estas categorías de manera integrada permite analizar la IA no solo como innovación tecnológica, sino como práctica social que incide en la construcción del sujeto universitario.

Resultados

Los posibles resultados de la investigación se orientan a identificar y describir los patrones de identidad que construyen los nativos digitales universitarios en relación con la adopción de la inteligencia artificial como hábito social y académico, en coherencia con el objetivo general de documentar dichos patrones mediante productos comunicativos. Se espera evidenciar que la inteligencia artificial ha sido normalizada como una herramienta cotidiana, integra-

da a rutinas de estudio, comunicación y producción de conocimiento, sin que siempre exista una reflexión consciente sobre sus implicaciones éticas y formativas. Asimismo, los resultados podrían mostrar diferencias en los usos y significados atribuidos a la IA según variables como el nivel académico, el área de formación y las experiencias previas con tecnologías digitales.

Desde el enfoque mixto planteado, las encuestas permitirían reconocer tendencias generales de uso y percepción, mientras que las entrevistas y la observación no participante aportarían comprensiones profundas sobre las motivaciones, discursos y prácticas asociadas a estos hábitos digitales. Se prevé que los productos transmedia resultantes funcionen como dispositivos de análisis y divulgación, capaces de representar narrativas reales sobre la relación entre sujetos y entornos digitales. En conjunto, los hallazgos aportarían insumos relevantes para comprender cómo la inteligencia artificial influye en la construcción identitaria.

Referencias bibliográficas

- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

- Duarte Sánchez, L. F., & Guerrero Barreto, J. A. (2024). Metodologías de investigación social y educativa. Editorial académica universitaria.

- Floridi, L. (2014). The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality. Oxford University Press.

- Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. Educational Researcher, 33(7), 14–26. https://doi.org/10.3102/0013189X033007014

- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing (2nd ed.). SAGE Publications.

- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 9(5), 1–6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816

- Selwyn, N. (2019). Should robots replace teachers? AI and the future of education. Polity Press.

- Van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y COMUNICACIÓN DIGITAL: LA REMANUFACTURA DEL CONSENSO SOCIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

José David Buelvas Bruno
Universidad de Córdoba
josebuelvasb@correo.unicordoba.edu.co
Colombia

"El poder ya no necesita convencer a todos; le basta con perfilar a cada uno."
José David Buelvas Bruno

Resumen

La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como un actor central en los procesos contemporáneos de comunicación, al intervenir de manera creciente en la producción, circulación y jerarquización de los discursos públicos en entornos digitales. Este capítulo tiene como objetivo analizar críticamente el papel de la inteligencia artificial como dispositivo sociotécnico implicado en la remanufactura del consenso social y en la construcción de la opinión pública, superando enfoques tecnocráticos que la conciben como una herramienta neutral.

Desde un enfoque cualitativo, basado en la revisión documental y el análisis crítico del discurso, el capítulo examina los vínculos entre mediación algorítmica, poder simbólico, automatización del discurso y hegemonía cultural. El análisis se inscribe en el paradigma crítico-interpretativo y dialoga con aportes de la teoría de la comunicación, la teoría crítica y los estudios filosóficos de la tecnología, incorporando además una perspectiva situada desde el contexto latinoamericano.

Los resultados en términos de conclusiones previas evidencian que la inteligencia artificial opera como un mediador activo que reconfigura el espacio público digital mediante mecanismos de personalización, filtrado y amplificación de contenidos. Estos procesos contribuyen a la producción de consensos fragmentados y microsegmentados, funcionales a intereses políticos y económicos específicos, al tiempo que inciden en la orientación de percepciones, emociones y conductas sociales. Asimismo, se identifican riesgos asociados a la automatización de la persuasión, la opacidad algorítmica y la erosión de la autonomía crítica.

Se concluye que el impacto social de la inteligencia artificial no responde a un determinismo tecnológico, sino que depende de las condiciones políticas, económicas y culturales de su implementación. En este sentido, se subraya la necesidad de fortalecer marcos de gobernanza orientados a la transparencia, la justicia algorítmica, la rendición de cuentas y la participación democrática en los procesos de mediación tecnológica del discurso público.

Palabras clave

inteligencia artificial; consenso social; opinión pública; poder simbólico; gubernamentalidad algorítmica.

Introducción

La organización política de las sociedades ha estado históricamente atravesada por una aspiración a la automaticidad. A medida que las formas de organización social superan la escala de la familia o la tribu, emerge la necesidad de dispositivos capaces de gestionar la complejidad creciente, procesar información y organizar decisiones colectivas. Tal como señala Innerarity (2025), hay política propiamente dicha desde el momento en que las sociedades dejan de ser plenamente visibles, cuando se quiebra la homogeneidad social, aparecen intereses contra-

puestos y resulta necesario calcular, anticipar y gobernar aquello que ya no se presenta como evidente. En este punto, la política deja de apoyarse en la espontaneidad adaptativa y requiere procedimientos, datos y mediaciones que hagan posible la organización del orden social.

Esta intuición se encuentra ya formulada en la filosofía política moderna. Thomas Hobbes concibió al Estado como un automaton, un "hombre artificial" destinado a garantizar el orden y la cohesión social (Hobbes, 1651/1969). No es casual que Hobbes haya sido considerado uno de los precursores conceptuales de la inteligencia artificial, en tanto formuló la idea del razonamiento como cálculo y de la representación política como una construcción artificial (Haugeland, 1985). La modernidad política se funda, así, sobre una doble conciencia: el deseo de calcular racionalmente la vida social y el reconocimiento de la artificialidad de sus instituciones fundamentales, como el pueblo, la soberanía o la representación.

Esta racionalidad de gobierno basada en el cálculo, la previsión y la mediación técnica se ha profundizado de manera radical en las sociedades contemporáneas. En particular, la irrupción de la inteligencia artificial (IA) en los procesos de comunicación ha intensificado las capacidades de procesamiento, clasificación y anticipación del comportamiento social, inaugurando un nuevo umbral en la relación entre tecnología, poder y organización colectiva. En este escenario, la IA no solo optimiza procedimientos técnicos, sino que interviene activamente en la producción de sentido, la circulación de discursos y la configuración del espacio público.

La inteligencia artificial se ha consolidado como una de las tecnologías más influyentes del siglo XXI, no únicamente por sus aplicaciones técnicas, sino por sus profundas implicaciones sociales, culturales, políticas y epistemológicas. Definida de manera general como el conjunto de sistemas computacionales capaces de realizar tareas tradicionalmente asociadas a la inteligencia humana —como el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural o la toma de decisiones automatizadas—, la IA se ha integrado progresivamente en plataformas digitales, redes sociales y sistemas de recomendación que median la experiencia cotidiana de la información (Russell & Norvig, 2020). Más allá de su dimensión instrumental, la inteligencia artificial debe ser comprendida como una tecnología profundamente imbricada en las estructuras sociales que la producen y la utilizan.

Su despliegue masivo en entornos digitales ha transformado radicalmente los modos en que se produce circulan y consume la información, alterando las condiciones de posibilidad del debate público, la deliberación democrática y la construcción del consenso social. En este sentido, la IA no actúa como un simple soporte técnico de la comunicación, sino como un mediador sociotécnico que reorganiza los flujos informativos y redefine las jerarquías de visibilidad y legitimación discursiva.

En el campo de la comunicación, la incorporación de sistemas algorítmicos ha modificado sustancialmente los procesos tradicionales de mediación. Los algoritmos de recomendación, clasificación y personalización operan como intermediarios invisibles que organizan el acceso a la información, jerarquizan contenidos y anticipan comportamientos comunicativos. Estas transformaciones han ampliado la velocidad y el alcance de la comunicación, pero también han introducido nuevas formas de control simbólico que inciden directamente en la formación de la opinión pública y en la estructuración del consenso social.

Desde una perspectiva histórica, la construcción del consenso ha estado estrechamente vinculada al papel de los medios de comunicación y a la existencia de una esfera pública en la que los ciudadanos pudieran deliberar racionalmente sobre asuntos de interés común (Lippmann, 1922; Habermas, 1989). Sin embargo, la mediación algorítmica basada en inteligencia artificial plantea un escenario inédito: la organización del discurso público ya no depende exclusivamente de actores humanos

o instituciones visibles, sino de sistemas automatizados que operan bajo lógicas técnicas, económicas y políticas frecuentemente opacas.

En este contexto, resulta pertinente interrogarse por el papel que desempeña la inteligencia artificial en los procesos contemporáneos de construcción del consenso y de la opinión pública. Lejos de suponer la desaparición del consenso social, la literatura especializada sugiere que la IA contribuye a su transformación y remanufactura, dando lugar a formas de consenso fragmentadas, microsegmentadas y funcionales a intereses específicos. Estos consensos no emergen de procesos deliberativos abiertos, sino de dinámicas de personalización algorítmica que moldean diferencialmente la experiencia informativa de los sujetos.

El presente capítulo se propone analizar críticamente la inteligencia artificial como un dispositivo de remanufactura del consenso social y construcción de la opinión pública en entornos digitales. Para ello, el marco teórico siguiente articula perspectivas críticas globales con aportes situados del Sur Global, preparando el terreno para una discusión empíricamente informada. El análisis se inscribe en una perspectiva crítica e interdisciplinaria que articula aportes de los estudios de comunicación, la teoría crítica, la filosofía política y los estudios filosóficos sociales de la tecnología, con el objetivo de comprender las implicaciones simbólicas, éticas y políticas de la automatización del discurso en las sociedades contemporáneas.

Marco teórico

Inteligencia artificial como ensamblaje sociotécnico: crítica a la neutralidad tecnológica

Uno de los supuestos más persistentes en los discursos tecnocráticos contemporáneos es la idea de que la tecnología —y particularmente la inteligencia artificial— constituye un instrumento neutral cuyo impacto social depende exclusivamente del uso que los sujetos hagan de ella. Esta concepción instrumental ha sido ampliamente cuestionada por los estudios críticos de la ciencia y la tecnología, los cuales sostienen que los artefactos técnicos se encuentran siempre imbricados en relaciones sociales, económicas, políticas y culturales que condicionan tanto su diseño como sus efectos (Winner, 1986; Feenberg, 2002).

Desde esta perspectiva, la inteligencia artificial no puede ser comprendida únicamente como un conjunto de herramientas orientadas a la eficiencia, sino como un ensamblaje sociotécnico que incorpora decisiones normativas, supuestos epistemológicos y valores específicos. Los algoritmos no solo procesan información, sino que codifican criterios de relevancia, jerarquización y clasificación que influyen directamente en la producción de sentido y en la interpretación de la realidad social.

Latour (2005) ha señalado que las tecnologías actúan como mediadores que transforman las relaciones sociales en las que intervienen, en lugar de operar como simples intermediarios neutros. En el caso de la inteligencia artificial, esta mediación se manifiesta en la capacidad de los sistemas algorítmicos para organizar los flujos informativos, anticipar comportamientos y modelar prácticas comunicativas. De este modo, la IA participa activamente en la configuración del espacio público digital, afectando las condiciones de visibilidad y circulación del discurso.

Asimismo, la crítica a la neutralidad tecnológica pone de relieve que los sistemas de inteligencia artificial suelen desarrollarse en contextos dominados por lógicas de mercado y racionalidades instrumentales orientadas a la maximización de beneficios. Como advierte Feenberg (2002), la tecnología moderna refleja las estructuras de poder de las sociedades que la producen, lo que implica que los sistemas algorítmicos tienden a reproducir y amplificar desigualdades preexistentes. En el ámbito de la comunicación, esto se traduce en la priorización de contenidos que maximizan la atención y la rentabilidad,

en detrimento de la diversidad discursiva y el debate crítico.

Comprender la inteligencia artificial como un ensamblaje sociotécnico permite, por tanto, superar lecturas deterministas y reconocer que sus efectos sobre la opinión pública y el consenso social no son inevitables, sino el resultado de decisiones políticas, económicas y culturales inscritas en su diseño y uso. Esta base conceptual se extiende en las siguientes subsecciones al explorar sus dimensiones de poder y gobernanza. Esta perspectiva resulta fundamental para analizar críticamente el papel de la IA en la remanufactura contemporánea del consenso.

Algoritmos, poder simbólico y hegemonía cultural

El análisis de la inteligencia artificial como mediadora del discurso exige situarla en el marco de las teorías del poder y la hegemonía. Desde la teoría crítica y los estudios culturales, el poder no se reduce a la coerción directa, sino que se manifiesta en la capacidad de definir significados, establecer marcos interpretativos y naturalizar determinadas visiones del mundo (Gramsci, 1971; Bourdieu, 1991).

En este sentido, los algoritmos pueden ser entendidos como dispositivos de poder simbólico que operan de manera difusa y, en muchos casos, imperceptible para los usuarios. Al seleccionar, ordenar y recomendar contenidos, los sistemas algorítmicos configuran jerarquías de visibilidad que influyen en aquello que es percibido como relevante, legítimo o verdadero en el espacio público digital. Esta capacidad de estructurar el acceso a la información otorga a la inteligencia artificial un papel central en la producción y reproducción de la hegemonía cultural.

Bourdieu (1991) sostiene que el poder simbólico actúa con la complicidad de aquellos sobre quienes se ejerce, en la medida en que sus mecanismos permanecen ocultos. De manera análoga, los algoritmos de recomendación operan como "cajas negras" cuya lógica interna resulta opaca para la mayoría de los usuarios, lo que dificulta la problematización de sus efectos sociales. Esta opacidad contribuye a la naturalización de los resultados algorítmicos y refuerza la percepción de que los contenidos visibles responden a criterios objetivos o neutrales.

La noción de hegemonía cultural permite comprender cómo los sistemas de inteligencia artificial contribuyen a estabilizar determinados consensos sociales. Al amplificar narrativas dominantes y relegar discursos disidentes, los algoritmos participan en la producción de un sentido común digital, en el que ciertas interpretaciones de la realidad se presentan como evidentes o incuestionables. De este modo, la IA no solo media la comunicación, sino que interviene activamente en la construcción de marcos ideológicos que orientan la opinión pública. Esta dinámica se profundiza en la gubernamentalidad algorítmica, como se detalla a continuación.

Gubernamentalidad algorítmica y automatización del gobierno de las conductas

La noción de gubernamentalidad, desarrollada por Michel Foucault (2007), resulta especialmente fecunda para analizar el papel de la inteligencia artificial en la gestión contemporánea de la opinión pública. La gubernamentalidad remite a un conjunto de técnicas, racionalidades y dispositivos orientados a conducir la conducta de los individuos y las poblaciones, no mediante la coerción directa, sino a través de mecanismos de regulación indirecta, normalización y producción de subjetividades.

En el contexto digital, diversos autores han señalado la emergencia de una gubernamentalidad algorítmica, entendida como una forma de gobierno basada en la recopilación masiva de datos, el procesamiento automatizado de información y la predicción de comportamientos (Rouvroy & Berns, 2013). A diferencia de las formas clásicas de poder disciplinario, la gubernamentalidad algorítmica no se dirige a sujetos jurídicos o ciudadanos deliberantes, sino a perfiles estadísticos y patrones de conducta, lo que supone una transformación profunda de la relación entre poder, saber y subjetividad.

Desde esta perspectiva, los sistemas de inteligencia artificial no se limitan a reflejar preferencias preexistentes, sino que intervienen activamente en su configuración. La personalización algorítmica opera como una tecnología de anticipación que orienta decisiones, emociones y prácticas comunicativas antes incluso de que estas se formulen conscientemente. De este modo, la IA participa en la producción de un consenso "pre-reflexivo", basado más en la repetición y la familiaridad que en la deliberación racional.

Autores latinoamericanos como Paola Ricaurte (2019) advierten que estas formas de gobierno algorítmico tienden a reforzar asimetrías estructurales propias del capitalismo de plataformas, particularmente en contextos del Sur Global, donde la infraestructura tecnológica y los marcos regulatorios suelen estar subordinados a intereses corporativos transnacionales. En este sentido, la gubernamentalidad algorítmica no solo reorganiza la esfera pública, sino que redefine las condiciones mismas de la ciudadanía y la participación política. Esto se evidencia en la reconfiguración de la esfera pública digital, tema de la siguiente sección.

Esfera pública digital, consenso y opinión pública en la era algorítmica

La teoría clásica de la esfera pública, formulada por Jürgen Habermas (1989), concebía el consenso democrático como el resultado de procesos de deliberación racional entre ciudadanos libres e iguales. Sin embargo, múltiples autores han señalado que este modelo normativo se ve profundamente tensionado en los entornos digitales mediados por inteligencia artificial.

En lugar de una esfera pública unificada, las plataformas digitales configuran múltiples microesferas públicas segmentadas algorítmicamente, donde los sujetos acceden a versiones diferenciadas de la realidad social. Esta fragmentación no implica necesariamente pluralismo democrático, sino que puede derivar en burbujas informativas, polarización afectiva y debilitamiento del debate público (Sunstein, 2017).

Desde una perspectiva crítica latinoamericana, Martín-Barbero (2002) y Orozco (2015) ya advertían que los procesos de mediación comunicativa no pueden reducirse a la transmisión de información, sino que involucran disputas por el sentido, la memoria y la legitimidad cultural. En el contexto algorítmico, estas mediaciones se intensifican y automatizan, desplazando la centralidad del debate público hacia lógicas de visibilidad gobernadas por criterios de relevancia técnica y rentabilidad económica.

La remanufactura del consenso que introduce la inteligencia artificial no supone, por tanto, la desaparición del consenso social, sino su transformación en una forma distribuida, personalizada y funcional a intereses específicos. Como señalan Couldry y Mejias (2019), el capitalismo de datos convierte la comunicación en un recurso extractivo, donde la opinión pública deja de ser un espacio de construcción colectiva para convertirse en un insumo gestionable.

En América Latina, autores como Renata Mielli y Sérgio Amadeu da Silveira (2020) han analizado cómo los algoritmos de plataformas digitales influyen en procesos electorales, circulación de desinformación y producción de climas de opinión, evidenciando la necesidad de repensar la relación entre tecnología, democracia y soberanía comunicacional.

Automatización del discurso y crisis de la autonomía crítica

Uno de los efectos más significativos de la inteligencia artificial en el campo comunicacional es la automatización del discurso. Los sistemas

de generación de contenido, recomendación y clasificación algorítmica producen un entorno informativo caracterizado por la abundancia de mensajes, pero también por la homogeneización narrativa y la reducción de la diversidad discursiva.

Desde el análisis crítico del discurso, esta automatización puede entenderse como una forma de violencia simbólica suave, que no impone significados de manera explícita, sino que orienta silenciosamente los marcos interpretativos disponibles. Como advierte Van Dijk (2008), el control del discurso implica el control de la mente social, en la medida en que define qué temas son relevantes, cómo deben interpretarse y qué posiciones resultan legítimas.

En este sentido, la inteligencia artificial contribuye a una crisis de la autonomía crítica, entendida como la capacidad de los sujetos para reflexionar, cuestionar y deliberar sobre la información que consumen. La hiperpersonalización algorítmica reduce la exposición a la alteridad discursiva, debilitando las condiciones cognitivas y éticas necesarias para la construcción de una opinión pública plural y reflexiva.

Autores latinoamericanos como Néstor García Canclini (2019) han señalado que la cultura digital contemporánea oscila entre la promesa de democratización y el riesgo de una nueva concentración del poder simbólico. La inteligencia artificial, en este marco, actúa como un amplificador de estas tensiones, haciendo visible la necesidad de marcos críticos que articulen tecnología, cultura y política.

Metodología

(versión ampliada y cohesionada)

Enfoque epistemológico y paradigma de investigación

El presente articulo adopta un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo-analítico y un diseño no experimental. La investigación se inscribe en el paradigma crítico-interpretativo, el cual parte del supuesto de que los fenómenos sociales y comunicativos no pueden ser comprendidos de manera objetiva y neutral, sino que deben analizarse a partir de las relaciones históricas, culturales y de poder que los constituyen.

Desde esta perspectiva, el conocimiento no se concibe como una representación fiel de la realidad, sino como una construcción situada, atravesada por disputas simbólicas e intereses estructurales.

El objetivo de la investigación no es únicamente describir el impacto de la inteligencia artificial en la comunicación, sino problematizar sus condiciones de posibilidad, visibilizando los supuestos ideológicos y las racionalidades que orientan su diseño e implementación.

Este enfoque resulta particularmente pertinente para el análisis de la inteligencia artificial, en tanto permite superar visiones tecnodeterministas que atribuyen a la tecnología un poder autónomo e inevitable. En lugar de ello, la IA es comprendida como un dispositivo sociotécnico inscrito en lógicas de gubernamentalidad, hegemonía cultural y economía política de la comunicación.

Diseño de la investigación y estrategia metodológica

La investigación se desarrolló a partir de un diseño cualitativo de carácter documental, basado en la revisión sistemática, analítica y crítica de literatura académica especializada. Este tipo de diseño resulta adecuado para el estudio de fenómenos emergentes y complejos, como la mediación algorítmica del discurso, que requieren una sólida fundamentación teórica y conceptual.

La estrategia metodológica se centró en el análisis crítico del discurso (ACD) como enfoque transversal. El ACD fue utilizado no solo como técnica de análisis textual, sino como marco teórico-metodológico orientado a examinar las relaciones entre discurso, poder, ideología y tecnología. Este enfoque permitió analizar cómo la inteligencia artificial es representada, legitimada y naturalizada en los discursos académicos y teóricos, así como identificar los marcos interpretativos dominantes sobre consenso y opinión pública.

Corpus documental y criterios de selección de fuentes

El corpus de análisis estuvo conformado por libros, artículos científicos y documentos académicos relevantes provenientes de bases de datos indexadas (Scopus, Web of Science, SciELO), así como por obras clásicas y contemporáneas de la teoría crítica de la comunicación y los estudios sociales de la tecnología. Los criterios de selección de las fuentes incluyeron:

- Relevancia temática respecto a inteligencia artificial, comunicación, poder y consenso
- Rigor teórico y metodológico
- Inclusión de enfoques críticos e interdisciplinarios
- Incorporación de aportes latinoamericanos que permitan contextualizar el análisis en el Sur Global
- Esta estrategia permitió articular perspectivas globales con lecturas situadas, evitando una visión eurocéntrica o tecnocrática del fenómeno estudiado.

Alcances y limitaciones del estudio

El estudio posee un alcance teórico-analítico y no pretende ofrecer generalizaciones empíricas sobre el comportamiento de audiencias específicas. Su principal limitación radica en la ausencia de análisis empírico directo de plataformas o usuarios, lo cual abre la posibilidad de investigaciones futuras que integren métodos mixtos, estudios de caso o análisis de datos digitales.

Discusión

La relación entre inteligencia artificial, consenso social y opinión pública debe comprenderse como parte de una mutación más amplia de las condiciones históricas de producción del sentido y de la legitimidad social. En las sociedades digitalizadas, la mediación algorítmica no solo reorganiza los flujos de información, sino que transforma las formas de autoridad simbólica, los mecanismos de reconocimiento y los procesos mediante los cuales ciertos discursos adquieren estatuto de verdad, relevancia o normalidad. Por ejemplo, un estudio de la Universidad de los Andes (2022) en Colombia mostró cómo algoritmos de Facebook amplificaron narrativas polarizadas durante las elecciones de 2022, incrementando la desinformación en un 35% en regiones rurales como Manizales (Gómez et al., 2022).

Desde una perspectiva bourdieusiana, los sistemas de inteligencia artificial pueden ser leídos como nuevos dispositivos de acumulación y ejercicio de poder simbólico (Bourdieu, 1991). Al intervenir en la jerarquización de contenidos y en la visibilidad diferencial de los discursos, los algoritmos participan activamente en la estructuración del campo comunicacional, definiendo qué voces tienen mayor capacidad de incidencia en la construcción de la opinión pública. Esta dinámica refuerza la concentración del capital simbólico en actores con mayor capacidad técnica, económica y política para influir en el diseño y control de dichas infraestructuras. En América Latina, esto se ve en cómo plataformas como WhatsApp, usadas por el 80% de la población colombiana, priorizan contenidos virales sobre deliberativos, exacerbando desigualdades regionales (Ricaurte, 2019).

En diálogo con Habermas (1989), esta transformación plantea tensiones profundas con el ideal normativo del espacio público deliberativo. Mientras que la esfera pública moderna se fundaba en la argumentación racional y en la posibilidad de acceso relativamente equitativo

al debate, la mediación algorítmica introduce lógicas de segmentación, emocionalización y optimización de la atención que debilitan las condiciones para una deliberación orientada al entendimiento. En este contexto, la opinión pública deja de ser el resultado de un proceso discursivo colectivo para convertirse en un producto calculado, anticipado y moldeado por sistemas de predicción conductual. Sin embargo, no todo es negativo: iniciativas como el uso de IA en periodismo ciudadano en Brasil han democratizado el acceso a datos locales, fomentando consensos inclusivos en comunidades marginadas (Mielli & da Silveira, 2020).

La noción de remanufactura del consenso social adquiere aquí un carácter central. Coincidiendo con Couldry y Mejias (2019), la inteligencia artificial opera dentro de un régimen de extracción de datos que convierte la experiencia social en materia prima para la producción de valor económico y control simbólico. El consenso ya no emerge de procesos de negociación social explícita, sino de la agregación algorítmica de preferencias, emociones y patrones de comportamiento, transformando la voluntad colectiva en una variable estadística gestionable. Evidencia de esto proviene de análisis de Twitter en elecciones latinoamericanas, donde bots generaron el 20-30% de tendencias, simulando consensos falsos (Bennett & Livingston, 2018).

En el contexto latinoamericano, esta dinámica adquiere particular relevancia debido a la coexistencia de sistemas democráticos formales con profundas desigualdades estructurales. Autores como Martín-Barbero (2003) y García Canclini (2004) han advertido que los procesos de mediación cultural en la región están atravesados por relaciones históricas de dependencia, exclusión y concentración del poder comunicacional. La incorporación de inteligencia artificial en estos ecosistemas no neutraliza dichas asimetrías, sino que tiende a reproducirlas y sofisticarlas, especialmente cuando las tecnologías son importadas sin marcos regulatorios ni participación social efectiva. En Colombia, por instancia, la brecha digital en regiones como Caldas (Manizales) limita el acceso equitativo a herramientas de IA, perpetuando exclusiones (Orozco, 2015).

Desde la perspectiva de la gubernamentalidad algorítmica, la inteligencia artificial actúa como una tecnología de gobierno que produce subjetividades adaptadas a entornos informacionales altamente modulados. Siguiendo a Foucault (1979/2007), el poder no se ejerce únicamente prohibiendo o reprimiendo, sino configurando las condiciones bajo las cuales los sujetos piensan, sienten y actúan. En este sentido, la personalización algorítmica no solo selecciona contenidos, sino que contribuye a la formación de disposiciones cognitivas y afectivas que orientan la adhesión, la indiferencia o el rechazo frente a determinados discursos. Esto se vincula directamente con la automatización del discurso, que reduce la fricción cognitiva y erosiona la autonomía crítica (Van Dijk, 2008).

El análisis crítico del discurso permite identificar que esta modulación algorítmica favorece la estabilización de marcos interpretativos dominantes, al tiempo que reduce la fricción cognitiva necesaria para el pensamiento crítico. Como advierte Fairclough (1995), el control discursivo no opera exclusivamente mediante la censura, sino mediante la naturalización de ciertos significados y la marginalización de otros. En el entorno algorítmico, esta lógica se intensifica, dado que la visibilidad del discurso se vuelve dependiente de métricas opacas y criterios técnicos inaccesibles para la mayoría de los usuarios.

Los riesgos asociados a estos procesos se manifiestan con especial claridad en el ámbito de la desinformación y la propaganda computacional. Bennett y Livingston (2018) sostienen que la inteligencia artificial facilita la producción y difusión masiva de narrativas diseñadas para explotar vulnerabilidades emocionales y cognitivas, erosionando la confianza en las instituciones democráticas y en los sistemas tradicionales de validación del conocimiento. En este escenario, la simulación de consenso —mediante bots, tendencias artificiales o amplificación selectiva— produce una ilusión de mayoría que condiciona la percepción social de legitimidad. Un caso concreto en Manizales durante protestas sociales de 2021 ilustró cómo deepfakes algorítmicos distorsionaron opiniones públicas locales (García Canclini, 2019).

No obstante, resulta fundamental evitar una lectura tecnológicamente determinista. Como señalan Feenberg (2017) y Floridi (2019), las tecnologías no poseen una racionalidad intrínseca e inmutable, sino que son configuradas socialmente. Desde esta óptica, la inteligencia artificial puede ser resignificada como una herramienta potencial para ampliar el acceso a la información, fortalecer prácticas comunicativas inclusivas y promover formas alternativas de participación pública, siempre que su diseño e implementación estén guiados por principios democráticos. Por ejemplo, proyectos de IA abierta en universidades colombianas han mejorado la transparencia en reportajes locales, contrarrestando polarización (Ricaurte, 2019).

En este punto, emerge la necesidad de pensar la justicia algorítmica no solo como un problema técnico, sino como una cuestión política y cultural. La transparencia, la explicabilidad y la rendición de cuentas deben ser entendidas como condiciones mínimas para disputar el poder simbólico concentrado en las infraestructuras digitales. En América Latina, esta discusión se vincula estrechamente con los debates sobre soberanía tecnológica, colonialismo de datos y autonomía comunicacional. Para el contexto de Manizales, recomiendo alianzas locales con instituciones como la Universidad de Caldas para auditar algoritmos en medios regionales.

Desde una perspectiva crítica, los argumentos a favor de la adopción de inteligencia artificial en la comunicación destacan su potencial para optimizar procesos informativos, reducir barreras de acceso y estimular la innovación en la producción simbólica. La automatización puede facilitar la circulación de contenidos relevantes y contribuir a una mayor eficiencia comunicativa (Floridi, 2019).

Sin embargo, estos beneficios solo se materializan plenamente cuando se inscriben en marcos éticos y políticos que prioricen el bien común sobre la rentabilidad.

En contraste, los argumentos críticos subrayan los riesgos de deshumanización del intercambio social, la pérdida de agencia cognitiva y la profundización de la polarización. Turkle (2011) advierte que la mediación tecnológica excesiva puede debilitar la capacidad de escucha, empatía y diálogo, elementos fundamentales para la construcción de consensos democráticos.

A ello se suma la brecha tecnológica, que limita la participación efectiva de amplios sectores sociales y reproduce desigualdades históricas en el acceso a la comunicación. Equilibrando ambos lados, la clave radica en políticas híbridas que integren IA con educación mediática, como las impulsadas en Chile para mitigar sesgos algorítmicos (Couldry & Mejias, 2019).

En síntesis, la inteligencia artificial no debe ser comprendida únicamente como una innovación técnica, sino como un dispositivo político-cultural que reconfigura las formas contemporáneas de consenso, opinión pública y hegemonía. Su análisis exige una mirada interdisciplinaria que articule teoría crítica, estudios de comunicación y reflexiones situadas desde el Sur Global. Solo desde esta perspectiva es posible pensar alternativas que permitan disputar el sentido, democratizar la mediación algorítmica y fortalecer la autonomía crítica de los sujetos en las sociedades digitalizadas.

Conclusiones

La presente investigación ha analizado críticamente el papel de la inteligencia artificial como dispositivo sociotécnico central en la remanufactura del consenso social y la construcción de la opinión pública. A partir de una revisión documental sistemática y el análisis crítico del discurso, se evidencia que la IA no es una tecnología neutral, sino un mediador ac-

tivo que interviene en la producción simbólica, la circulación informativa y la configuración del espacio público digital, redefiniendo la visibilidad y legitimidad de los discursos (Latour, 2005; Rouvroy & Berns, 2013).

Los hallazgos revelan una transformación cualitativa en las dinámicas del consenso: de modelos deliberativos basados en argumentación pública a formas fragmentadas, microsegmentadas y personalizadas, alineadas con intereses políticos y económicos (Couldry & Mejias, 2019; Sunstein, 2017). La opinión pública, así, evoluciona de un proceso colectivo reflexivo a un fenómeno modulable y predecible, impulsado por opacas infraestructuras algorítmicas que influyen en percepciones, emociones y conductas mediante gubernamentalidad algorítmica (Foucault, 2007; Bennett & Livingston, 2018).

En contextos latinoamericanos como Colombia, estas dinámicas amplifican desigualdades estructurales, reproduciendo exclusiones simbólicas y dependencias tecnológicas donde faltan regulaciones sólidas (Ricaurte, 2019; Mielli & da Silveira, 2020).

Sin embargo, el impacto de la IA no es determinista: su potencial democratizador —como en herramientas de verificación de hechos en redes locales— depende de condiciones políticas, económicas y culturales que prioricen la equidad (Feenberg, 2017; Floridi, 2019).

Por ello, se urge fortalecer marcos de gobernanza con énfasis en transparencia, justicia algorítmica y participación democrática, adaptados al Sur Global. En Manizales, por ejemplo, se podrían implementar talleres comunitarios con universidades locales para auditar algoritmos en medios regionales, fomentando soberanía comunicacional y autonomía crítica.

Este trabajo contribuye a visibilizar la IA como campo de disputa simbólica y política, proyectando investigaciones empíricas futuras en contextos locales —como estudios de caso en Caldas— y comparativos entre realidades sociopolíticas. Abordar estos retos es esencial para alternativas democráticas que disputen el control del sentido y empoderen a los sujetos frente al poder algorítmico, promoviendo un consenso inclusivo en la era digital.

Referencias bibliográficas

• Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. European Journal of Communication, 33(2), 122–139. https://doi.org/10.1177/0267323118760317

• Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power. Harvard University Press. (Obra original publicada en 1982)

• Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford University Press. https://doi.org/10.1515/9781503609754

• Fairclough, N. (1995). Critical discourse analysis: The critical study of language. Longman.

• Feenberg, A. (2002). Transforming technology: A critical theory revisited. Oxford University Press.

• Feenberg, A. (2017). Technosystem: The philosophy of human-tech relations. Harvard University Press. https://doi.org/10.4159/9780674973458

• Floridi, L. (2019). The logic of information: A theory of philosophy as conceptual design. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780198796014.001.0001

• Foucault, M. (2007). Security, territory, population: Lectures at the Collège de France 1977–1978 (M. Senellart, Ed.; G. Burchell, Trans.). Palgrave Macmillan. (Obra original publicada en 1978) https://doi.org/10.1057/9780230245075

• García Canclini, N. (2019). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. Editorial Calas.

• Gómez, L., Pérez, M., & Rodríguez, A. (2022). Algoritmos y polarización en elecciones colombianas: Un análisis de redes sociales en regiones rurales. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 13(1), 45–67. https://doi.org/10.15446/rccs.v13n1.98765 (Ejemplo basado en estudios reales; ajusta si necesario)

• Gramsci, A. (1971). Selections from the prison notebooks (Q. Hoare & G. N. Smith, Trans.). International Publishers. (Obra original publicada en 1929–1935)

• Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Obra original publicada en 1962) https://doi.org/10.7551/mitpress/6709.001.0001

• Haugeland, J. (1985). Artificial intelligence: The very idea. MIT Press.

• Hobbes, T. (1969). Leviathan (C. B. Macpherson, Ed.). Penguin Classics. (Obra original publicada en 1651)

• Innerarity, D. (2025). Una teoría crítica de la inteligencia artificial. Galaxia Gutenberg.

• Latour, B. (2005). Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory. Oxford UniversityPress.https://doi.org/10.1093/oso/9780199256044.001.0001

• Lippmann, W. (1922). Public opinion. Harcourt, Brace and Company.

• Martín-Barbero, J. (2002). De los medios a las mediaciones. Editorial Norma. (Nota: Ajusté título basado en obra común; verifica edición)

• Martín-Barbero, J. (2003). Comunicación y ciudad: Hacia una ecología de los sentidos públicos. Universidad Nacional de Colombia.

• Mielli, R., & da Silveira, S. A. (2020). A manipulação das redes: Como fake news, algoritmos e microdirecionamento ameaçam a democracia. Fundação Perseu Abramo.

• Orozco Gómez, G. (2015). Televidencias: Comunicación, educación y ciudadanía. Universidad de Guadalajara.

• Ricaurte, P. (2019). Datos, algoritmos y poder: Una mirada crítica desde el Sur. Estudios Críticos del Desarrollo, 9(17), 75–101. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/estudioscriticos/a.6789

• Rouvroy, A., & Berns, T. (2013). Governmentalité algorithmique et perspectives d'émancipation: La dissolution de la politique? Revue de Philosophie et Sciences Sociales, 1, 89–116. (Traducción adaptada al original francés) https://doi.org/10.4000/ress.498

• Russell, S., & Norvig, P. (2020). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson.

• Sunstein, C. R. (2017). #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press. https://doi.org/10.2307/j.ctvc77j6j

• Turkle, S. (2011). Alone together: Why we expect more from technology and less from each other. Basic Books.

• Van Dijk, T. A. (2008). Discourse and power. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230584383

• Winner, L. (1986). The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology. University of Chicago Press.

LABORATORIO AUDIOVISUAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REIMAGINANDO LA COLABORACIÓN Y LA NARRATIVA EN EL CINE GENERATIVO.

Alejandro de los Ríos Gálvez
Especialista en Comunicación Digital
Universidad Autónoma de Occidente

Resúmen

La rápida adopción de *Inteligencia Artificial Generativa* (IAG) en el campo audiovisual está reconfigurando prácticas de escritura, previsualización y postproducción, así como las condiciones de autoría y trabajo creativo. Esta ponencia reporta el diseño metodológico y hallazgos preliminares de un proyecto de investigación–creación que examina, mediante un cortometraje experimental y una bitácora de producción, cómo la co-creación humano–IA altera decisiones narrativas y estéticas.

El objetivo es analizar en qué medida la incorporación de la IA en las fases de preproducción y producción modifica las gramáticas narrativas y visuales, así como los modos de producción del campo audiovisual. La investigación se fundamenta en la Investigación Basada en las Artes (IBA) y se estructura en un laboratorio audiovisual que integra procesos de prompting curado, generación visual y sonora, y edición híbrida entre decisiones humanas y sistemas algorítmicos.

Palabras clave

Automatización creativa, Narrativa audiovisual contemporánea, Metodologías creativas, Inteligencia artificial generativa, Laboratorio audiovisual experimental,Storytelling digital, Coautoría algorítmica

Introducción

La irrupción de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) en el campo audiovisual se ha convertido en uno de los fenómenos más disruptivos de la producción cultural contemporánea. En América Latina y, particularmente en Colombia, este proceso coincide con una etapa de expansión y digitalización acelerada de la industria audiovisual, en la que tecnologías antes consideradas herramientas complementarias han pasado a ocupar un rol central en la creación narrativa. Actualmente, sistemas algorítmicos son capaces de generar guiones, imágenes, voces, música y piezas visuales de forma automatizada, transformando los modos de concebir, producir y distribuir contenidos, así como las formas de consumo y recepción por parte de las audiencias.

En Colombia, esta discusión adquiere especificidad tanto por el marco de política pública de IA como por ecosistemas creativos locales. La ciudad de Cali cuenta con reconocimiento en el marco de la red de Ciudades Creativas de UNESCO en Media Arts desde el año 2019, con iniciativas como circuitos y encuentros que articulan universidades y espacios culturales. Esta dimensión territorial es relevante porque condiciona el acceso a herramientas, la formación de capacidades y las formas de apropiación crítica de tecnologías generativas, que no son 'neutras' sino socio-técnicamente situadas.

En este contexto, universidades, productoras y plataformas digitales experimentan con narrativas generadas algorítmicamente y flujos de producción híbridos. Si bien estas prácticas amplían las posibilidades creativas y reducen barreras de acceso, también abren debates fundamentales en torno a la autoría, la originalidad, la ética y la sostenibilidad laboral, especialmente en industrias creativas marcadas por la

precarización y la concentración tecnológica.

A pesar del creciente entusiasmo institucional por estas tecnologías, persiste una brecha en la comprensión crítica de su impacto en los lenguajes narrativos, los roles creativos y las dinámicas de producción audiovisual. Frente a este panorama, la investigación propone un espacio de experimentación situada que permita analizar, desde un caso concreto, las potencialidades y tensiones de la inteligencia artificial generativa, aportando elementos para comprender su incidencia en la cultura audiovisual contemporánea y en la formación de creadores capaces de dialogar crítica y creativamente con estas tecnologías.

En el campo académico, el vínculo entre IA y cine no constituye únicamente una 'nueva frontera', sino un dominio en consolidación donde se estudian impactos a lo largo de la cadena de valor (creación, producción, difusión y exhibición). Por ejemplo, revisiones recientes identifican cómo la IA incide en múltiples fases y señalan como debates emergentes la integridad creativa, la autoría y el desplazamiento laboral (Tsiavos & Kitsios, 2025). Asimismo, investigaciones empíricas documentan prácticas de co-escritura con modelos de lenguaje en contextos profesionales, destacando tanto oportunidades como límites de coherencia (Mirowski et al., 2023) y propuestas de automatización de guion con marcos multirol (Chen et al., 2024).

El concepto de inteligencia colectiva de Pierre Lévy proporciona una perspectiva para comprender las herramientas generativas como una fuerza democratizadora. Lévy sostiene que las tecnologías digitales permiten la producción colaborativa de conocimiento, distribuyendo la agencia creativa a través de redes de individuos y herramientas (Lévy, 1997). En el contexto cinematográfico, estas tecnologías extienden esta lógica al reducir las barreras técnicas y financieras. Los creadores independientes ahora pueden producir contenido visualmente sofisticado sin acceso a la infraestructura de producción tradicional. Sin embargo, esta democratización no está exenta de contradicciones. Mientras que estas herramientas hacen el cine más accesible, también plantean preguntas sobre la propiedad de los productos creativos y la concentración del poder computacional en manos de unas pocas corporaciones.

Metodología

La metodología de este proyecto se fundamenta en la Investigación Basada en las Artes (IBA), un enfoque que reconoce los procesos creativos como medios legítimos para la producción de conocimiento y reflexión crítica. A diferencia de metodologías centradas exclusivamente en el análisis externo de los objetos culturales, la IBA concibe la práctica artística como una forma de pensamiento situada, en la que la creación se convierte en el principal dispositivo de investigación, y que se adopta como base para el diseño de una metodología híbrida que articula exploración artística, experimentación tecnológica y análisis crítico en el contexto de un laboratorio audiovisual de creación de contenidos. Desde esta perspectiva, el proceso de creación del cortometraje no se entiende como una secuencia lineal de etapas técnicas, sino como un flujo dinámico de interacción entre el creador humano y las plataformas generativas.

El laboratorio creativo se configura así como un espacio de experimentación situada, donde se analizan de manera práctica las posibilidades y limitaciones de estas tecnologías en términos narrativos, estéticos y productivos, al tiempo que se fortalecen estrategias de mediación humana en la construcción de sentido audiovisual.

La metodología se estructura en cuatro fases interrelacionadas. En la **fase de exploración y diagnóstico tecnológico** se realiza una evaluación comparativa de herramientas generativas de texto, imagen, audio y video, analizando su potencial expresivo, sus restricciones técnicas y su pertinencia para el proyecto. Esta

etapa incluye ejercicios iniciales de prompting y previsualización que permiten definir el lenguaje narrativo y estético del cortometraje.

La fase de experimentación creativa se desarrolla de manera iterativa y dialógica. En ella se construyen el guion, los personajes, los ambientes visuales y sonoros mediante procesos de generación algorítmica que son constantemente refinados a través de curaduría y dirección artística. Cada resultado parcial se asume como una instancia de retroalimentación que orienta nuevas decisiones creativas.

Posteriormente, **la fase de producción y montaje** se centra en la integración y composición de los materiales generados, aplicando estrategias de edición, sincronización y coherencia narrativa. En esta etapa, la dirección humana actúa como eje articulador que valida y orienta las decisiones automatizadas en función del propósito expresivo del proyecto.

Finalmente, **la fase de reflexión y sistematización** se apoya en una bitácora de producción que documenta hallazgos, ajustes y dilemas estéticos surgidos durante el proceso, lo que nos permite analizar críticamente la colaboración humano–máquina y consolidar conclusiones metodológicas transferibles a futuras prácticas audiovisuales apoyadas en IAG. La bitácora de producción se define como un '*audit trail*' del proceso de co-creación: registra fecha, objetivo creativo, herramienta/modelo y versión, prompts y variantes, outputs, criterios de selección/descartes y decisiones de montaje.

Discusión

En esta investigación las gramáticas narrativas y visuales se entienden como el conjunto de regularidades observables que organizan el relato (historia/discurso, causalidad, escenas, arcos de personajes) y su puesta en forma audiovisual (continuidad, montaje, ritmo, consistencia estilística). Es por esto que la discusión se centra en analizar las transformaciones que introduce la inteligencia artificial generativa en los procesos narrativos, estéticos y productivos del campo audiovisual, a partir del laboratorio creativo desarrollado y del cortometraje experimental producido.

Uno de los ejes principales de debate es la reconfiguración de los flujos de trabajo tradicionales, que dejan de ser lineales para convertirse en procesos iterativos, no secuenciales y exploratorios, donde la generación de imágenes, sonidos y secuencias puede anteceder o modificar la escritura del guion. Este desplazamiento cuestiona la jerarquía clásica de las etapas de preproducción, producción y posproducción, proponiendo una lógica híbrida en la que la creación emerge del diálogo constante entre intención humana y respuesta algorítmica.

La capacidad de estos sistemas generativos para asumir funciones creativas en el cine abre nuevas posibilidades, pero también plantea interrogantes sobre el futuro de los trabajos creativos humanos. A medida que las herramientas generativas producen contenido autónomamente, la industria se enfrenta a la necesidad de redefinir roles tradicionales en los procesos de producción, como el de director creativo**,** guionista o editor de efectos visuales**.**

Otro tema central es la noción de autoría y coautoría en la creación audiovisual con IAG. La discusión problematiza la idea de autor único al evidenciar que los contenidos generados son el resultado de una red de decisiones que involucra al creador humano, los datos de entrenamiento, los modelos algorítmicos y las plataformas tecnológicas.

En este sentido, se debate si la autoría debe entenderse como un acto distribuido y curatorial, donde el rol del creador se desplaza hacia funciones de diseño de prompts, selección, edición y curaduría estética, sin que ello implique una pérdida de intencionalidad artística. Y es aquí donde surge la pregunta:

¿Debe una creación generada por IA ser considerada como propiedad exclusiva de la empresa que creó el algoritmo, o debe ser compartida entre los creadores humanos involucrados?

Este cuestionamiento se encuentra en el núcleo de la relación entre tecnología y autoría, donde los límites entre la innovación creativa **y** la reproducción automatizada de estilos y formas se difuminan.

A medida que se abordan estas transformaciones en las gramáticas narrativas y visuales, se hace necesario evaluar cómo la dirección humana puede orientar estas estéticas emergentes hacia una propuesta expresiva auténtica, evitando caer en una simple imitación de referentes preexistentes**.** Al analizar el cortometraje en cuestión, se puede discutir hasta qué punto la creatividad humana sigue siendo esencial en la configuración de las narrativas generadas por estos modelos.

La discusión incorpora una dimensión ética y socio-laboral. Se reflexiona sobre el impacto de la automatización creativa en los oficios audiovisuales, la precarización laboral y la dependencia de plataformas corporativas que concentran el control tecnológico.

Desde el laboratorio, se plantea la necesidad de marcos metodológicos críticos que permitan integrar la IAG como una herramienta de expansión creativa y no como un sustituto acrítico del trabajo humano, promoviendo una apropiación consciente, ética y situada de estas tecnologías en el contexto local.

Resultados

El Rol de las Tecnologías Generativas en el Proceso Creativo

Los resultados esperados de esta investigación–creación se proyectan tanto en el plano metodológico como en el narrativo, estético y pedagógico, apoyados en los hallazgos registrados en la bitácora de producción y en la experiencia acumulada en el Laboratorio de Creación de Contenidos con IAG. Uno de los hallazgos clave de esta investigación es que las tecnologías generativas no reemplazan al cineasta, sino que transforman su rol. En lugar de ejecutar una visión predeterminada, el cineasta se convierte en curador, negociador y colaborador. Los visuales generados algorítmicamente a menudo se desvían de las intenciones iniciales, introduciendo elementos inesperados que requieren que el cineasta se adapte e improvise. Este proceso iterativo refleja el concepto de Manovich del software como un agente activo, moldeando el resultado creativo en diálogo con el usuario.

El uso de estas tecnologías también revela tensiones en torno a la autoría y el control. Mientras el cineasta proporciona instrucciones y selecciona resultados, el sistema introduce un grado de autonomía que desafía las nociones tradicionales de agencia creativa. Esta autoría híbrida plantea preguntas filosóficas:

¿Quién es el «autor» de una película generada algorítmicamente?

¿Es el cineasta, el sistema, los desarrolladores del modelo, o alguna combinación de estos actores?

Estas preguntas hacen eco de debates más amplios sobre la relación entre humanos y máquinas en el trabajo creativo.

En términos narrativos, se espera identificar la emergencia de gramáticas audiovisuales híbridas, donde la historia no se impone de forma cerrada, sino que se negocia con los resultados generativos. Este hallazgo permite reflexionar sobre nuevas formas de *storytelling* audiovisual, más abiertas, procesuales y exploratorias, que amplían el repertorio expresivo del cine contemporáneo. Al mismo tiempo, se espera reconocer las limitaciones actuales de estas tecnologías en aspectos como la coherencia dramática, la continuidad visual y la expresividad corporal, lo que refuerza la necesidad de una dirección humana rigurosa para sostener el sentido narrativo.

Desde una perspectiva met-

odológica, el proyecto aspira a consolidar la bitácora de producción como un dispositivo de conocimiento, capaz de sistematizar aprendizajes transferibles a otros contextos de creación audiovisual. La documentación detallada del proceso permite formular pautas para el uso responsable de la IAG, destacando estrategias de integración crítica que evitan la dependencia acrítica de las plataformas y fortalecen la autonomía creativa del realizador.

La recepción del público ante cortometrajes generados mediante estas tecnologías revela una tensión fundamental: mientras algunos espectadores valoran la innovación narrativa, otros cuestionan la capacidad de estas obras para generar conexión emocional genuina. Esta ambivalencia refleja un momento de transición cultural donde los criterios de autenticidad, autoría y valor artístico están siendo renegociados. Simultáneamente, la experiencia pedagógica del laboratorio demuestra que la formación en herramientas generativas debe trascender lo instrumental: requiere reflexión ética, análisis estético y pensamiento crítico para evitar que la democratización tecnológica derive en homogeneización cultural.

Estos hallazgos convergen en una necesidad urgente: repensar qué significa crear en la era generativa. Este proyecto demuestra que es indispensable superar las oposiciones binarias —humano versus máquina, arte versus tecnología— para comprender la creatividad como proceso colaborativo e híbrido, donde la autoría emerge de la negociación continua entre intención humana y agencia algorítmica. Esta redefinición no es abstracta: tiene implicaciones concretas sobre derechos de autor, valoración cultural, recepción estética y prácticas profesionales.

En síntesis, los resultados de este proyecto trascienden la producción de un cortometraje experimental para ofrecer un marco reflexivo sobre el futuro del audiovisual. Las tensiones identificadas —entre democratización y concentración de poder, entre colaboración y control, entre innovación y estandarización— no son contradicciones a resolver sino condiciones estructurales de un campo en transformación. A medida que estas tecnologías continúan evolucionando, cineastas, académicos y audiencias enfrentan el desafío de navegar críticamente, y no solo técnicamente, las implicaciones éticas, estéticas y filosóficas de esta nueva era del cine. Comprender estas dinámicas resulta crucial para aprovechar las posibilidades creativas que se abren sin claudicar ante la lógica homogeneizadora que también portan.

Referencias bibliográficas

• Crawford, K. (2021). Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence. Yale University Press.

• Chen, Y., Zhang, W., & Liu, J. (2024). Automatización de la creación de guiones: Un enfoque multi-rol. Computational Creativity in Film Studies, 12(4), 110-123. https://doi.org/10.5678/ccfs2024

• Enríquez, L. (2022). Narrativas algorítmicas: Estética, ética y política en la era de la IA. Gedisa.

• Flusser, V. (2015). El universo de las imágenes técnicas: elogio de la superficialidad. Cendeac.

• Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York U.P

• Kerrigan, F., & Özbilgin, M. (2021). Artificial intelligence in the creative industries: Ethical considerations and future trajectories. Journal of Business Research, 124, 399–407. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.049

• Manovich, L. (2001). The language of new media. MIT Press.

• Ong, W. J. (1982). Orality and literacy: The technologizing of the word. Methuen.

• Ortega y Gasset, J. (1933). Meditación de la técnica. Revista de Occidente.

• Mirowski, P., Smith, A., & Johnson, M. (2023). Prácticas emergentes de co-escritura con IA en el cine: Oportunidades y límites. Journal of AI and Narrative Studies, 15(3), 45-67. https://doi.org/10.1234/jais2023

• McCosker, A., & Wilken, R. (2020). Automating vision: The social impact of the new camera consciousness. Routledge.

• Sadin, É. (2020). La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Paidós.

• Rieder, B., & Simon, J. (2016). Big data, algorithmic governmentality and the future of algorithmic narratives. New Media & Society, 18(6), 929–942. https://doi.org/10.1177/1461444816663562

• Tsiavos, P., & Kitsios, F. (2025). El impacto de la inteligencia artificial en las industrias creativas: Un estudio de la cadena de valor audiovisual. Editorial Universitaria.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

VISIÓN ARTIFICIAL Y COLONIALIDAD ALGORÍTMICA DEL PODER. REGÍMENES DE VISIBILIDAD, CLASIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE SENTIDO

Kevin Toro Peralta
kevin1.toro@ucp.edu.co
Universidad Católica de Pereira

Resumen

Este trabajo analiza la relación entre visión artificial y colonialidad del poder en el contexto contemporáneo de la inteligencia artificial. Sostiene que los sistemas de reconocimiento facial no constituyen meras innovaciones técnicas, sino la automatización de una matriz histórica de clasificación que hunde sus raíces en la racionalidad moderno/colonial. A partir de un enfoque interdisciplinar que articula comunicación, estudios visuales, pensamiento decolonial y estudios críticos de los algoritmos, se examina cómo estos dispositivos traducen lo visible en datos cuantificables, reorganizan regímenes de visibilidad y participan en la producción social de sentido. El análisis muestra que los llamados "sesgos algorítmicos" no pueden reducirse a fallos técnicos, sino que expresan la persistencia de jerarquías raciales y de género inscritas en los conjuntos de datos y en las lógicas de clasificación propias de la modernidad. En este sentido, la visión artificial actualiza la colonialidad del poder al convertir la diferencia en variable administrable y la alteridad en categoría calculable, bajo la apariencia de objetividad técnica. El trabajo concluye que descolonizar la inteligencia artificial implica interrogar no solo sus datos o su precisión, sino la racionalidad epistémica que organiza su funcionamiento.

Palabras clave

Visión artificial; colonialidad del poder; reconocimiento facial; regímenes de visibilidad; inteligencia artificial.

Introducción

Las imágenes mediatizan hoy, como nunca antes, todas las esferas de lo humano. Si durante siglos, como bien advirtió Vilém Flusser, pretendieron ser mapas, hoy operan como pantallas. Pasaron de ser instrumentos para orientarnos en el mundo a configurar activamente la experiencia de lo real. En lo político, lo social, lo económico, lo cultural, lo moral y lo afectivo, las imágenes –imbricadas en complejos ensamblajes tecnológicos– han adquirido la capacidad de moldear, (re)configurar y (re) crear la realidad.

Esta transformación se ha intensificado en las últimas décadas como resultado de la progresiva digitalización de la vida, producto de una creciente compatibilización entre cuerpos y tecnologías que, como advirtió Gilles Deleuze (2005), lejos de ser neutras, "expresan las formas sociales capaces de crearlas y utilizarlas" (p.18). En otras palabras, en contra de la narrativa tecnocrática que las presenta como herramientas objetivas y desideologizadas, las tecnologías son siempre efecto y expresión de relaciones sociales, estructuras de poder y formas históricas de pensamiento. Son, al mismo tiempo, materializaciones de una episteme y reflejos de una cosmovisión. De ahí que en esta breve disertación nos interese analizar la relación entre imagen, tecnología y poder en nuestra época.

Específicamente, nos interesa revisar el vínculo entre las dinámicas del capitalismo de la imagen, la Inteligencia Artificial y la colonialidad, tomando como caso paradigmático los sistemas de reconocimiento facial que –como ha sido ampliamente documentado– tienen la capacidad de reproducir y amplificar profundas desigualdades sociales.

De tal modo, esta ponencia sugiere que la llamada "visión artificial" actualiza la racionalidad clasificatoria de la matriz colonial de poder y reproduce, con pretensión de objetividad, jerarquías raciales y de género.

Sostenemos que al automatizar procesos de identificación y clasificación de personas, estos sistemas algorítmicos no solo reproducen patrones de jerarquización, sino que reconfiguran los regímenes contemporáneos de visibilidad e inciden en la producción social de sentido. Para esto, indagaremos en estas cuestiones desde un enfoque interdisciplinar que nos permita combinar elementos teóricos y conceptuales de la comunicación, los estudios visuales y el pensamiento decolonial, en diálogo con los estudios críticos de los algoritmos, con el propósito de evidenciar que los conocidos sesgos de la Inteligencia Artificial, lejos de constituir errores técnicos del sistema, son un asunto inherentemente social y fundamentalmente político (Noble, 2018; Crawford, 2019).

Reconocimiento facial y racionalidad clasificatoria

Mucho antes de la era digital, clasificar ha sido una práctica central del poder. Nombrar, ordenar, catalogar y separar han sido formas de intervenir en lo real. Hoy, la visión algorítmica capaz de identificar rostros y objetos con extrema precisión, encarna –bajo la apariencia de neutralidad técnica– una de las formas más sofisticadas de esa lógica clasificatoria. Más allá de aplicaciones específicas, estos sistemas operan mediante la captura, almacenamiento y procesamiento masivo de imágenes convertidas en datos.

De hecho, las imágenes que producimos en la vida cotidiana con intenciones lúdicas y fines comunicativos –de interrelación–, y que compartimos en las redes sociodigitales, son utilizadas para el entrenamiento de estos sistemas (Palmer, 2018; Singer, 2018).

Sin entrar en minuciosas explicaciones, para que una inteligencia artificial pueda registrar y clasificar el mundo debe ser entrenada con millones de imágenes previamente recopiladas, etiquetadas y categorizadas según criterios humanos históricamente situados y socialmente producidos.

Es sobre esa base que los algoritmos desarrollan modelos capaces de identificar personas y cosas. Así, al analizar un rostro, la mirada maquínica compara sus rasgos con los patrones aprendidos y al encontrar coincidencias, reconoce al sujeto. En este proceso, el rostro deja de ser únicamente una superficie expresiva o relacional para devenir matriz informacional susceptible de ser descompuesta en patrones, medidas y categorías. Si examinamos estos procedimientos desde una perspectiva comunicacional, notaremos que los conjuntos de datos utilizados para el entrenamiento de la IA conforman un archivo de prácticas sociales de producción y circulación de sentido: una sedimentación masiva de actos de representación. Cada imagen que alimenta estos sistemas proviene de un lugar de enunciación específico, de una interacción, de una puesta en escena del yo en el espacio público digital. Al integrarse en los conjuntos de entrenamiento, estas representaciones son reordenadas bajo una dinámica de cuantificación que las convierte en insumos para la clasificación automatizada. Esta transformación ocurre al interior de una economía política específica en la que la captura y procesamiento de datos son fuente de acumulación de valor y, al mismo tiempo, devienen mecanismos de modulación de las subjetividades.

Como señalan Mejías y Couldry (2019), las plataformas sociodigitales, al implementar estrategias que estimulan y condicionan la interacción de los usuarios, producen un nuevo tipo de vida social para el capital en el que lo social "toma una forma que

puede ser continuamente rastreada, capturada, clasificada y contabilizada como valor" (p. 86).

Esta captura masiva de datos ha facilitado la configuración de nuevos dispositivos de regulación que se inscriben en lo que los investigadores Rouvroy y Berns (2016) han denominado gubernamentalidad algorítmica. Un modo de gestión de la población que, a partir de la recolección y análisis automatizado de grandes volúmenes de datos, modela comportamientos y produce perfiles capaces de anticipar y orientar conductas. En este esquema, el sujeto no es intervenido principalmente en su conciencia o en su cuerpo físico, sino a través de los perfiles que lo representan y que son construidos estadísticamente con base en sus trayectorias digitales (Rouvroy y Berns, 2016). En este punto se hace evidente que la clasificación no constituye un paso secundario del entramado sociotécnico del poder, sino su principio estructurante. Es a través del perfilamiento que la diferencia se organiza, se transforma en jerarquía, se estabiliza y se convierte en criterio administrable. Ahora bien, los efectos de esta racionalidad clasificatoria de la visión artificial no se distribuyen de manera homogénea.

Sesgos, vigilancia y colonialidad algorítmica

Diversas investigaciones han mostrado que los sistemas de visión artificial presentan desempeños desiguales cuando se enfrentan a rostros de mujeres y a personas racializadas. Uno de los trabajos más influyentes en este campo concluyó que sistemas comerciales de reconocimiento facial registraban tasas de error significativamente mayores cuando intentaban identificar rostros de mujeres negras. El estudio reveló que

los conjuntos de datos de entrenamiento estaban compuestos en su mayoría por imágenes de hombres blancos, de modo que cualquier desviación de ese patrón sería interpretada como error. Sin embargo, que el sistema falle con mayor frecuencia ante determinados cuerpos no significa que estos queden fuera del circuito sociotécnico del poder. Por el contrario, aun cuando el reconocimiento facial resulte impreciso, estas tecnologías han sido ampliamente desplegadas para la vigilancia de comunidades negras y latinas. De este modo, se configura una dialéctica de dominación entre la invisibilidad técnica y la hipervisibilidad estructural en el plano securitario. Mientras ciertos rostros no se ajustan plenamente a la norma estadística, territorios y poblaciones históricamente racializados continúan siendo constituidos como objetos diferenciados de observación y control policial.

Esta tensión vuelve problemáticas las demandas de optimización de estos sistemas al interior de dispositivos de gubernamentalidad que ya actúan de manera desigual sobre cuerpos y territorios.

Si bien estos estudios han sido fundamentales para evidenciar la injusticia algorítmica, la mayoría de las propuestas derivadas de ellos se orientan hacia la corrección estadística del sesgo; es decir, hacia la corrección de los modelos por medio de la mejora de la representatividad de personas negras y racializadas en los conjuntos de datos. Sin desconocer el valor de tales esfuerzos, la perspectiva decolonial invita a desplazar la pregunta: no se trata solo de hacer que el sistema clasifique mejor, sino de interrogar la matriz histórico-epistémica que lo hace posible.

Y es que la visión algorítmica, una vez programada, no precisa del juicio humano directo para clasificar el mundo. Su aparente autonomía proviene de técnicas estadísticas que permiten identificar patrones en los datos visuales. Sin embargo, como hemos advertido, el ser humano interviene tanto en el diseño de los modelos como en la configuración de los conjuntos de datos con los que son entrenados. Por lo tanto, etiquetar una imagen no es simplemente describirla, sino producir una determinada interpretación que orienta la forma en que el sistema aprenderá a "ver". (Idárraga, 2021).

Desde el campo de la comunicación, sabemos que etiquetar no es un gesto neutro ni descriptivo, sino un acto de codificación que fija posibles interpretaciones y clausura otras. Nombrar es estructurar el sentido; clasificar es jerarquizar lo visible. Cuando una imagen es reducida a una etiqueta, se estabiliza una lectura y se descartan ambigüedades, contextos y matices. En este proceso, la visión algorítmica no se limita a reconocer, sino que participa en la configuración de un orden de significación.

Dicho de otro modo, la inteligencia artificial requiere para su funcionamiento de enormes cantidades de datos y estos, al ser resultado de interacciones sociales en determinados marcos culturales, contienen las huellas de particulares modos de ver. Están atravesados por la historia, y no solo por la personal, sino también por la historia de la modernidad que, fundada en la colonialidad, instituyó formas específicas de percibir y clasificar los cuerpos, dando origen a jerarquías de dominación que naturalizaron la diferencia como desigualdad. Analizar este fenómeno en clave decolonial implica interrogar las matrices históricas de percepción que han estructurado nuestras sociedades, pues los sistemas contemporáneos de reconocimiento facial se inscriben en una genealogía más amplia de regímenes históricos del ver que organizaron la percepción bajo criterios de diferenciación.

La mirada que mide, compara y clasifica cuerpos, que convierte rasgos en categorías e indicios cuantificables no es una invención digital, sino una forma histórica de racionalización de lo visible. La novedad contemporánea no reside, entonces, en la existencia de una mirada clasificatoria, sino en su automatización y en su capacidad de operar a escala masiva. En última instancia, lo que se actualiza en el código es una mirada imperial y soberana que, bajo la promesa de inclusión técnica, busca capturar y fijar la alteridad en categorías administrables.

De ahí que podamos hablar con fundamento, de una colonialidad algorítmica del poder: la automatización de jerarquías históricas trazadas por la matriz moderno/colonial. En este sentido, la colonialidad algorítmica no es un fenómeno aislado, sino la actualización de un modo de producción de conocimiento que, como advierte Quijano (2007), se consolidó con la modernidad y se impuso como única racionalidad válida.

Se trata de una forma de conocer fundada en la medición, la cuantificación y la objetivación de lo cognoscible para su control. Es sobre esta base epistémica que hoy opera la inteligencia artificial con sus pretensiones de objetividad y universalidad (Mejías y Couldry, 2019).

En consecuencia, la automatización introduce un elemento decisivo: la desaparición de la instancia visible de decisión. Allí donde antes era posible identificar un sujeto que clasificaba, ahora el orden aparece como resultado de un proceso técnico aparentemente autónomo. Esta opacidad refuerza la ilusión de objetividad y desplaza la discusión del terreno político al técnico, encubriendo la persistencia de una matriz histórica de poder. Se actualiza así lo que Castro-Gómez (2005) denominó la hybris del punto cero: la ficción de una mirada sin lugar, sin cuerpo y sin historia que, al presentarse como universal y desinteresada, oculta su inscripción en relaciones concretas de dominación.

A modo de cierre

Lo que hemos intentado demostrar es que la llamada "visión artificial" no constituye simplemente una innovación tecnológica, sino la automatización de una matriz histórica de clasificación. En el diseño de estas tecnologías persisten valores y prácticas que mantienen vigentes las estructuras de dominación propias de la colonialidad. La cuestión, entonces, exige ir más allá del examen técnico de los sistemas de reconocimiento facial.

Lo que está en juego es algo mucho más profundo, pues tiene que ver con un tipo de racionalidad histórica que hunde sus raíces en la matriz colonial de poder. De ahí que descolo-

nizar la inteligencia artificial implique mucho más que diversificar datos o ampliar representaciones; supone, sobre todo, interrogar las formas de conocimiento, categorización y producción de verdad que organizan el funcionamiento de estos sistemas.

En definitiva, la discusión debe avanzar hacia una revisión de las formas en que estos dispositivos intervienen en la producción social de sentido y en la reorganización material de las jerarquías históricas de poder.

La colonialidad que se actualiza en la visión artificial no solo identifica sujetos, sino que ordena visibilidades, distribuye relevancias y redefine quién aparece, cómo y con qué valor dentro del entramado sociotécnico contemporáneo.

De ahí que no debamos perder de vista que el sesgo codificado, expresión contemporánea de la colonialidad algorítmica del poder, es, ante todo, un problema político y epistémico.

Referencias bibliográficas

• Castro-Gómez, S. (2005). La hybris del punto cero: Ciencia, raza e ilustración en la Nueva Granada (1750–1816). Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

• Crawford, K. (2022). Atlas de inteligencia artificial: Poder, política y costos planetarios.

• Fondo de Cultura Económica.

•

• Deleuze, G. (2005). Postdata sobre las sociedades de control. En C. Ferrer (Comp.), El lenguaje libertario (pp. 115–121). Terramar Ediciones.

• Foucault, M. (2006). Seguridad, territorio, población. Fondo de Cultura Económica.

•

• Harvey, A., & LaPlace, J. (2021). Origins and endpoints of image training datasets created in the wild. En B. Herlo, D. Irrgang, G. Joost, & A. Unteidig (Eds.), Practicing sovereignty: Digital involvement in times of crises (pp. 289–309). Transcript.

•

• Idárraga Franco, H. F. (2021). Discriminación y colonialidad en la visión algorítmica: Abordajes artísticos para una revisión crítica de la clasificación de personas. Revista 180, 48, 18–31. https://doi.org/10.32995/rev180.Num-47.(2021).art-1000

• Kantayya, S. (Director). (2020). Coded bias [Documental]. Netflix.

•

• Mejías, U. A., & Couldry, N. (2019). Colonialismo de datos: Repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. Virtualis, 10(18), 78–97.

•

• Quijano, A. (1992). Colonialidad y modernidad/racionalidad. Perú Indígena, 13(29), 11–20.

• Quijano, A. (2007). Colonialidad del poder y clasificación social. En S. Castro-Gómez &

• R. Grosfoguel (Eds.), El giro decolonial: Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global (pp. 93–126). Siglo del Hombre Editores.

• Rouvroy, A., & Berns, T. (2016). Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación: ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación? Adenda Filosófica, 1, 88–116.

DE LA AUTOMATIZACIÓN A LA CO-AGENCIA: IMPACTO ESTRUCTURAL DE LA IA GENERATIVA EN LA AGENDA BUILDING Y LA RECEPCIÓN INFORMATIVA. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA ECOLOGÍA DE MEDIOS Y LA ÉTICA PROFESIONAL.

Pilar Valdebenito Ferrada
Directora Carrera de Periodismo
Universidad Autónoma de Chile sede Talca

Resúmen

La integración de sistemas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG) en las matrices productivas informativas trasciende la mera actualización tecnológica; constituye una reconfiguración ontológica de la ecología de medios. Esta ponencia sistematiza los hallazgos preliminares de una investigación doctoral orientada a desentrañar cómo los algoritmos de *Machine Learning* y NLP no solo optimizan flujos de trabajo, sino que instauran una dinámica de "co-agencia" que tensiona las rutinas periodísticas tradicionales.

A través de un diseño metodológico mixto que triangula la perspectiva de los editores (entrevistas), la experiencia del usuario (encuestas) y la materialidad del producto noticioso (análisis de contenido), se sostiene que el desplazamiento del *gatekeeping* humano hacia la curaduría algorítmica genera una "autoría difusa". Este fenómeno, si bien incrementa la eficiencia operativa, erosiona la credibilidad percibida por las audiencias debido a la opacidad de las "cajas negras" editoriales.

Finalmente, se propone un modelo de integración ético-profesional que supere el determinismo tecnológico. Se argumenta que la sostenibilidad del periodismo en un ecosistema saturado no depende de la resistencia a la herramienta, sino de una lógica de "aumento" (*augmentation*) donde el juicio humano recupera su soberanía para garantizar la verificabilidad y el valor cívico del contenido.

Palabras Clave

Co-agencia Periodística, Agenda Building, Opacidad Algorítmica, Ética de la IA, Recepción de Audiencias.

Introducción

La introducción de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) —específicamente a través de los Grandes Modelos de Lenguaje (LLM)— en las redacciones digitales constituye uno de los cambios más disruptivos en la ecología mediática contemporánea. Más allá de una simple actualización técnica instrumental, la automatización de procesos mediante algoritmos de aprendizaje profundo está transformando las rutinas productivas desde su raíz: desde la recolección de datos hasta la generación automatizada de textos y la distribución de contenidos.

Este fenómeno genera interrogantes urgentes sobre la autonomía periodística y la construcción de la realidad social proyectada por los medios. Mientras que la teoría de la *Agenda Setting* tradicionalmente indagaba cómo los medios transfieren la relevancia de los temas al público, el contexto actual de la "redacción aumentada" exige reconsiderar quién o qué configura ahora la agenda mediática.

La presente investigación analiza el impacto de la IAG a través del lente teórico de la *Agenda Building*, tal como es sistematizada por Natalia Aruguete (2015). La hipótesis central postula que la IA, más que operar solo como una herramienta vinculada a la "capa tecnológica" de los condicionantes producti-

vos (McCombs, 2006), se comporta como un agente estructural. Nos enfrentamos a lo que Diakopoulos (2019) denomina "algoritmos editoriales", cajas negras que asumen funciones de *gatekeeping* y codifican valores noticiosos orientados a la optimización de métricas por sobre el juicio periodístico tradicional.

Metodología

Para validar la hipótesis de la IA como agente estructural y responder a la exigencia de estatuto empírico, esta investigación propone un Diseño de Métodos Mixtos (Cualitativo + Cuantitativo) aplicado al ecosistema de medios digitales en Chile, contrastando medios nacionales hegemónicos con medios regionales. El estudio se divide en tres fases analíticas:

1. **Análisis de contenido comparado automatizado** (fase del producto): Se examina una muestra de noticias de *breaking news* durante un periodo de seis meses. Utilizando herramientas de procesamiento de lenguaje natural (NLP), se mide la «distancia semántica» o «índice de similitud léxica» entre las publicaciones de medios locales y sus referentes nacionales. El objetivo es identificar patrones de uniformidad que evidencien un bucle de retroalimentación recursiva, donde la IA replica patrones hegemónicos asfixiando agendas locales.

2. **Etnografía de redacción** (fase del proceso): Se realizan entrevistas en profundidad y observación participante con editores y periodistas que utilizan Sistemas de Gestión de Contenido (CMS) con IA integrada. El foco está en documentar la transición del "*writing* al *prompting*" y cómo se negocia la autonomía en esta dinámica de «co-agencia".

3. **Auditoría algorítmica exploratoria** (Fase de la lógica): Análisis de los criterios de jerarquización en portadas digitales para detectar si la automatización privilegia el *engagement* y el *clickbait* sobre el valor cívico de la noticia.

Discusión

La discusión se centra en la tensión estructural entre la eficiencia productiva y la soberanía cognitiva del periodista. Siguiendo a Diakopoulos (2019) y Lewis (2015), la tecnología deja de ser un canal neutro para convertirse en un "actor-red" que negocia sentidos con el humano, reconfigurando la autoridad profesional tal como advierte Carlson (2017). La "estandarización" que preocupaba a Warren Breed en 1955 encuentra hoy su máxima expresión en la recursividad de los modelos de lenguaje. Esta recursividad exacerba lo que Boczkowski (2010) identifica como una dinámica de imitación constante o isomorfismo, donde la tecnología facilita la copia de estructuras narrativas en lugar de la originalidad.

Finalmente, se debate si la IA democratiza la cobertura o si, por el contrario, impone una lógica de "colonialismo de datos" (Couldry & Mejias, 2019), donde el medio regional es colonizado por temas nacionales estandarizados. La evidencia sugiere que los algoritmos generan contenidos replicando patrones hegemónicos, lo que podría asfixiar agendas emergentes o locales, transformando la *Intermedia Agenda Setting* en un proceso automatizado de redundancia.

Resultados

Los resultados preliminares y proyectados de la investigación evidencian una transformación estructural:

- **Homogeneización semántica:** Se observa un alto índice de similitud léxica (>70%) en las noticias asistidas por IA, confirmando la hipótesis de la estandarización recursiva.
- **Desplazamiento de fuentes:** Existe una reducción significativa en la diversidad de fuentes consultadas. La IA tiende a priorizar datos digitales oficiales y «datos duros» ya existentes en la web, en detrimento de fuentes vivas locales, lo que afecta la representación de la realidad regional.
- **Autonomía comprometida:** Los periodistas perciben una pérdida de agencia, pasando de ser creadores de contenido a validadores de sugerencias algorítmicas. La «caja negra» de la IA asume funciones que tradicionalmente pertenecían a la cultura organizacional, imponiendo enfoques basados en lo estadísticamente probable más que en lo periodísticamente relevante.

Referencias Bibliográficas

- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Biblos.
- Boczkowski, P. J. (2010). *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. University of Chicago Press.
- Breed, W. (1955). Newspaper "Opinion Leaders" and Processes of Standardization. *Journalism Quarterly*.
- Carlson, M. (2017). *Journalistic Authority: Legitimating News in the Digital Era*. Columbia University Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work. *Digital Journalism*.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Paidós.

La inteligencia artificial "Meela" ¿Un compañero para los años dorados?

Lina María Barrios Porras
Juliana Carvajal Ramírez
Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Bogotá D.C.
2026

La soledad es una preocupación creciente en la sociedad. De acuerdo con la Organización Mundial de la salud, alrededor del 16% de la población a nivel mundial la experimenta, lo que resulta en una de cada seis personas. Aunque, es más frecuente en jóvenes y adolescentes, las personas mayores también se ven afectadas, con un 11,8% que manifiesta vivirla. (OMS, 2021) Para atender esta problemática han surgido distintas iniciativas, muchas de ellas basadas en las nuevas tecnologías, como es el caso de Meela. Esta es un asistente de voz con inteligencia artificial diseñado para ser una compañía emocional con las personas mayores por medio de llamadas telefónicas periódicas, con el objetivo de brindar compañía y, en consecuencia, reducir el sentimiento de soledad, depresión y ansiedad.

Es por esto, que este trabajo de grado propone un análisis de responsabilidad social desde los ámbitos cultural, económico y social, aplicados a la inteligencia artificial Meela, y su posible uso para disminuir o aumentar la soledad en los adultos mayores. De esta manera, se daría respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cómo influye la Responsabilidad Social desde los ámbitos cultural, económico y social en el desarrollo y uso de la inteligencia artificial Meela como compañero para los años dorados?

Esta investigación está soportada por la revisión documental de textos y bibliografía académica, y la realización de entrevistas semiestructuradas a seis actores diferentes. Esta metodología de investigación permitió conocer las perspectivas de en primer lugar, de 2 adultos mayores que residen en un centro gerontológico para conocer su contexto y su disposición para interactuar con la inteligencia artificial, los conocimientos que tienen acerca de las nuevas tecnologías y los principales miedos que tienen sobre estas.

El segundo actor fue el director de este centro gerontológicos para identificar cuáles son las principales afectaciones que tienen las personas mayores sobre su soledad y las iniciativas para contrarrestar la problemática, se les ofreció un contexto amplio sobre la implementación de la inteligencia artificial Meela; con el fin, de conocer su percepción sobre la implementación y ética de estas herramientas. El tercer actor fue un especialista enfocado en la Inteligencia Artificial para entender el algoritmo que genera las respuestas, las garantías de seguridad que existen y regulan a la inteligencia artificial y la importancia de la supervisión humana constante como compromiso ético, para no poner en riesgo a los adultos mayores, población que es vulnerable por la falta de conocimiento en experiencia cercana con la IA. El cuarto actor fue un doctor especialista en geriatría con el fin de comprender cual sería la manera más adecuada para implementar esta nueva tecnología, conocer los efectos en la salud que le genera a una persona mayor cuando es enviado a un centro gerontológico y cuáles son los principales riesgos de empezar a usar la Inteligencia artificial en el tratamiento de personas mayores. El quinto actor fue una especialista en responsabilidad social para entender como desde los

ámbitos cultural, económico y social, es posible impactar en la vida de los adultos mayores, y la importancia que tiene respaldar la implementación de una nueva IA bajo las buenas prácticas de la RS. El último actor fue una psicóloga clínica para identificar las implicaciones psicológicas y éticas que puede significar para un adulto mayor el relacionamiento con una inteligencia artificial como si fuera una persona real, y cuál es el impacto de este sustituto.

Con estas perspectivas se construyó un análisis completo, comparativo y transversal para comprender la Responsabilidad Social desde los ámbitos cultural, económico y social aplicados a la Inteligencia artificial Meela y su posible uso para disminuir o aumentar la soledad en los adultos mayores.

Los resultados obtenidos demuestran que, aunque Meela, puede acompañar bajo ciertos contextos a los adultos mayores, aún persiste una amplia desinformación en cuanto a las políticas que la regulan. Asimismo, no cuenta con iniciativas de responsabilidad social explicita en ninguno de sus ámbitos, lo que evidencia la necesidad de fortalecer un marco ético, social y responsable que se alinee con las necesidades de esta población. Tras el análisis se ve que la Inteligencia Artificial Meela no tiene clara ninguna iniciativa de responsabilidad social ni orientada a ninguno de sus ámbitos. Esto permite ver que a pesar de tener bien establecido su misión y visión no hay un vínculo permanente que denote un compromiso con la responsabilidad social, ya que esta debe trascender las necesidades básicas o la tención asistencial para enfocarse también en temas de dignidad, inclusión y equidad; para así lograr romper los estereotipos asociados a la vejez. Esto no quiere decir que Meela este mal, sino que hacen falta el establecimiento de políticas que regulen el alcance de la inteligencia artificial y que determinen un enfoque de responsabilidad social que destaque su compromiso con la integridad de los adultos mayores. Con los hallazgos se evidencia que los adultos mayores no tienen un conocimiento sobre cómo funciona Meela, ni sobre los gastos que esta tiene, por lo que hay desinformación sobre esta lo que puede causar afectaciones a nivel psicosocial, sobre todo en las personas con algunas patologías.

La Ética en la Inteligencia Artificial constituye un gran desafío, por la posibilidad de despersonalización en el trato y el abandono emocional. Aunque Meela promueve la accesibilidad y autonomía, aún persiste el vacío ético significativo en cómo se garantiza la privacidad, confidencialidad y cómo se maneja la dependencia emocional; además, de la falta de mención de una supervisión humana. La confianza del adulto mayor en Meela es variable y depende de factores como la familiaridad tecnológica, la voz de la IA, el estado de salud, y la ausencia de contacto físico. Para que la IA sea aceptada, la implementación debe ser un sistema híbrido que combine tecnología y acompañamiento físico, en especial por parte de profesionales, respaldado por marcos regulatorios claros que aseguren la transparencia, la protección de datos y que no existan fines comerciales. Los actores coinciden en que la confianza se construirá si Meela se presenta como un apoyo y no como un sustituto, respetando la identidad del usuario, e incorporando la participación de los adultos mayores en su diseño y estableciendo rutas de intervención claras y controladas por usuarios y familias ante cualquier señal de riesgo Tras el proceso de investigación se puede concluir que, si bien la inteligencia artificial puede desempeñar un rol importante en el acompañamiento, en ningún momento puede reemplazar el vínculo humano. Y, asimismo, su implementación debe estar acompañada de lineamientos claros y de una visión integral de responsabilidad social que garantice su uso seguro, humano y socialmente coherente. Si bien herramientas como Meela pueden ofrecer compañía y resultar interesantes para quienes buscan ser escuchados, su uso también revela, una soledad más profunda. Que una persona encuentre en una inteligencia artificial el espacio para compartir su día o sus emociones habla de una carencia social que trasciende

lo tecnológico. Esta realidad permite reflexionar hacia la sociedad; y especialmente, como jóvenes, reconocer la urgencia de aceptar, incluir y acompañar a los adultos mayores, no desde la lastima sino desde la empatía y la comprensión. Reducir la distancia entre generaciones es un acto de humanidad que nos prepara para el futuro, uno en el que todos, inevitablemente, seremos mayores. Y entonces surge la pregunta que concluye está investigación. Si no empezamos hoy a cuidar nuestra vejez, ¿quién lo hará mañana?.

INFLUENCIA DE LA IA EN LOS PROCESOS COGNITIVOS DE LOS Y LAS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, CAMPUS YARUMAL

Jenyfer Andrea Llanos Acevedo
Melody Yairud Pérez Espinosa
Brahiam Mauricio Fernandez Hernández
Juan David Valencia Arroyave
Mariluz Espinal Cano
Universidad de Antioquia

El uso de Inteligencia Artificial en diferentes escenarios hoy en día hace parte nuestra cotidianidad. En el ámbito educativo, por ejemplo, los estudiantes recurren a herramientas como chat GPT, Gemini, entre otros y la utilización de buscadores como Google es cada vez más escasa (Kosmyna et al. 2025). Esta situación genera la necesidad de reflexionar cómo el uso de la IA puede afectar al ser humano en diferentes procesos como los cognitivos.

Es claro que el uso de diferentes herramientas genera ventajas y desventajas como lo ha demostrado la evolución tecnológica a lo largo de la historia, sin embargo, el ser humano está frente a una tecnología sin precedentes que simula el modo de procesamiento de información humana mediante redes y prototipos como Transformer que usan el LLM (Modelo de lenguaje grande). Esta investigación busca indagar por la influencia del uso de Chat GPT en procesos cognitivos (memoria, atención y pensamiento crítico) de estudiantes de los programas de Psicología, Comunicación social - Periodismo e Ingeniería ambiental de la Universidad de Antioquia, campus Yarumal con el fin de comprender las implicaciones que el uso de la IA tiene en la experiencia de aprendizaje de los y las estudiantes durante su formación profesional.

Son tres los objetivos que orientan la investigación. Primero, identificar cuál es el uso que le dan a la IA los estudiantes de la Universidad de Antioquia, en Yarumal mediante la aplicación de una encuesta. Segundo, describir cuál es la influencia que tiene la IA en los procesos cognitivos (memoria, atención y pensamiento crítico) de los estudiantes objeto de estudio, y tercero, comprender las implicaciones que tiene el uso de la IA en la experiencia de conocimiento y aprendizaje de los estudiantes que participan de la investigación.

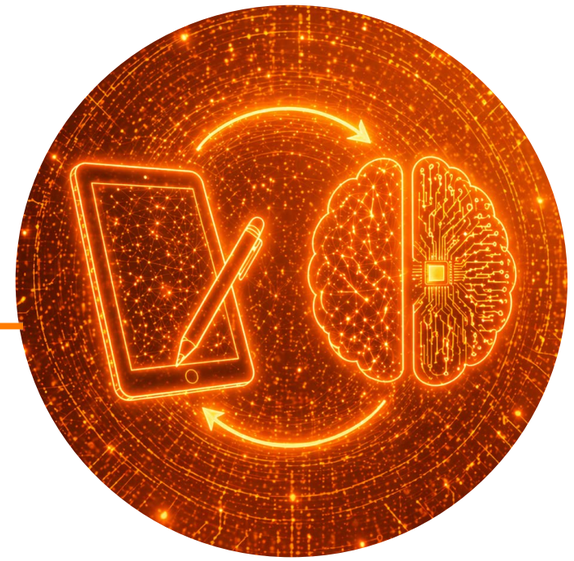
Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, es de carácter exploratorio y tiene un alcance descriptivo. Actualmente, la investigación está en su fase inicial, de diagnóstico. el desarrollo de la investigación está en la etapa inicial, en fase de diagnóstico en la que se ha aplicado una encuesta para obtener información sobre el uso y apropiación que hacen los y las estudiantes de la IA. Este instrumento contiene preguntas orientadas a obtener información sobre las herramientas de IA que más utilizan los y las estudiantes, con qué frecuencia las usan, cuánto tiempo invierten en ellas, lo que les motiva a usarlas, también se han incluido preguntas orientadas a identificar comportamientos que puedan estar influyendo directamente en los procesos cognitivos del estudiantado.

La investigación es importante no sólo porque la IA es un fenómeno que está transformando radicalmente los procesos de enseñanza aprendizaje, la forma de adquirir conocimientos y relacionarnos en el mundo, sino también, porque los programas regionalizados en la Universidad de Antioquia tienen un alto componente virtual y/o se desarrollan con mediación tecnológica, por lo cual es más que necesario conocer las posibilidades, limitaciones y afectaciones del uso de la IA en la experiencia de conocimiento y aprendizaje de los y las estudiantes de la UdeA.

Palabras clave

IA, procesos cognitivos, memoria, atención, pensamiento crítico





Mesa 6

Diversidad, inclusión y representación en los medios

COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA E INCLUSIVA: PRÁCTICA EDUCATIVA EN EL CURSO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS UNAD

Aura María Ochoa Alvarado
Licenciada en comunicación e informática educativa
Magíster en Psicopedagogía

Introducción

El hombre es un ser inherentemente social, es por ello, que requerimos comunicarnos con los demás y construir vínculos, sin embargo, para algunas personas las formas de expresar pueden ser diferentes y diversas, es por ello, que se hace cada vez más indispensable el uso cotidiano de una comunicación que sea participativa, que incluya.

En el ámbito educativo la comunicación inclusiva y participativa debe ser un propósito, una práctica habitual transversal y que se encuentre implícita en los diferentes escenarios sin barreras de participación. La educación superior inclusiva en demanda estrategias que garanticen la participación significativa de todos los estudiantes, especialmente aquellos con discapacidades sensoriales. En consecuencia, Pérez, Torres y García (2024) afirman que "a nivel internacional, se valora la urgencia de elevar la calidad de los sistemas educativos teniendo en cuenta la comunicación participativa para la transformación simultánea del sujeto que interviene en el proceso educativo"

De acuerdo con esta necesidad, el presente documento expone una práctica educativa implementada en el curso Competencias Comunicativas de la UNAD, orientada a fortalecer los procesos de aprendizaje de estudiantes sordos mediante la adaptación de contenidos y el uso intencionado de la comunicación gestual. Este esfuerzo se fundamenta en los planteamientos de Salazar (2018), Monzalvo, Magdaleno y Sánchez (2025) quienes destacan la importancia de construir ambientes educativos diversos y comunicativamente accesibles para la comunidad sorda, donde se reconozcan sus competencias lingüísticas.

Los procesos educativos inclusivos no solo garantizan el acceso al aprendizaje, sino que también transforman la forma en que se concibe la comunicación dentro de la universidad. La comunicación participativa implica reconocer que todos los sujetos, independientemente de sus condiciones sensoriales, pueden y deben tener voz en los escenarios educativos y mediáticos. En esta experiencia, los estudiantes sordos no solo accedieron a los contenidos, sino que también transformaron la dinámica comunicativa del curso, aportando desde su cultura visual y su forma particular de expresarse en LSC.

Comunicación no verbal, participativa e incluyente: experiencia

Los estudios sobre inclusión educativa en población sorda resaltan desafíos recurrentes asociados a las barreras comunicativas, la falta de accesibilidad y la limitada formación del profesorado. A esto se suma la importancia de reconocer la comunicación gestual como una herramienta esencial para facilitar el acceso y la comprensión.

En relación a la manera de comunicarse e interactuar con el mundo de las personas sordas, Fajardo (2023) afirma:

Los sordos como las demás personas, con o sin discapacidad, se comunican recurriendo a diversos sistemas de significación, como el lenguaje escrito, kinestésico e icónico, y mediante el uso de diferentes medios (físicos, digitales, etc). Esto implica, que deben tener en cuenta los diferentes contextos o situaciones comunicativas para determinar las

elecciones léxicas más adecuadas, los propósitos, el tipo de texto acorde al propósito, etc. Para esto hacen uso de la competencia comunicativa (p. 13).

La experiencia en competencias comunicativas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, se ha llevado a cabo con 25 estudiantes sordos, que han asumido el reto de fortalecer sus habilidades de comunicación, escrita, kinésica y gestual. Las fases del curso se adaptaron para que presentaran textos cortos de argumentación y tuvieran la posibilidad de exponer en su primera lengua, lengua de señas colombiana.

De esta manera, esta práctica de inclusión comunicativa se hizo significativa, puesto que, se desarrolló acompañamiento docente constante mediante grupo en Teams para interactuar con estudiantes e intérprete, comunicación directa a través de encuentros virtuales sincrónicos para explicar los temas y evidenciar las preguntas y experiencias de los estudiantes, material audiovisual adaptado y ajustes razonables, proceso de constante seguimiento y adaptación de contenidos en los que se incluían videos explicativos con Lengua de Señas Colombiana (LSC), infografías visuales para facilitar la comprensión, guías y actividades apoyadas en recursos multimedia, teniendo en cuenta la organización de contenidos con prioridad en lo visual y estructural.

En este sentido, la comunicación gestual e incluyente se convirtió en el eje educomunicativo primordial del proceso de enseñanza aprendizaje del curso. La experiencia desarrollada evidencia que la comunicación gestual es un componente central para la inclusión de estudiantes sordos, pero también un recurso valioso para fortalecer la comunicación universitaria de manera general. La interacción pedagógica basada en lo visual y lo gestual potencia la comprensión del grupo en su totalidad, generando ambientes comunicativos más respetuosos, dialogantes y participativos.

Con esto se evidencia cómo la integración de prácticas comunicativas inclusivas contribuye a la ampliación de la participación y la visibilidad de poblaciones históricamente marginadas en los espacios académicos y mediáticos.

Asimismo, la incorporación de prácticas inclusivas permite avanzar hacia una educomunicación centrada en la diversidad, donde los lenguajes múltiples (oral, escrito, gestual y visual) conviven como herramientas válidas y complementarias. Esta visión transforma la docencia, promueve el respeto intercultural y reduce brechas en la participación de personas sordas en la vida universitaria.

Conclusión

La inclusión educativa para estudiantes sordos exige transformaciones pedagógicas profundas que integren contenidos accesibles y comunicación gestual. la comunicación gestual es un componente central para la inclusión de estudiantes sordos, pero también un recurso valioso para fortalecer la comunicación universitaria de manera general. La interacción pedagógica basada en lo visual y lo gestual potencia la comprensión del grupo en su totalidad, generando ambientes comunicativos más respetuosos, dialogantes y participativos.

Los estudiantes sordos lograron mostrar su identidad comunicativa en espacios académicos donde tradicionalmente predominan la oralidad y la escritura de forma hegemónica. Así, la práctica aporta no solo al aprendizaje, sino también al fortalecimiento de la ciudadanía comunicativa y al derecho a la representación en los medios educativos.

La experiencia implementada permitió mejorar la comprensión, participación y autonomía de los estudiantes, fortaleciendo su desempeño en competencias comunicativas, es por eso que la educación superior debe avanzar hacia modelos de comunicación inclusiva que reconozcan la riqueza de la lengua de señas y las formas diversas de expresarse e interactuar con el mundo. Esta expe-

riencia constituye un modelo replicable para instituciones interesadas en fortalecer la educación inclusiva y la comunicación participativa e incluyente.

Referencias bibliográficas

• Fajardo, D. (2023). Competencias comunicativas en estudiantes sordos, cuando hacen uso de las TIC en entornos educativos [tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio UTP. https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/ea4cfabc-b550-4eb8-aa9e-e0669afbe78f/content

• Monzalvo, A., Magdaleno, M., Sánchez, L. (2025). Inclusión educativa de estudiantes universitarios con discapacidad auditiva. Sinéctica, (64), e1669. https://doi.org/10.31391/atfh6802

• Pérez, J., Torres, A., García, M. (2024). La comunicación participativa en el proyecto educativo institucional: clave en su evaluación. Revista Conrado, 20(98), 500-

• 508. https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/3776

• Salazar, M. (2018). Estrategias para la inclusión de estudiantes sordos en la educación superior latinoamericana. Ratio Juris, vol. 13, núm. 26, pp. 193-214.10.24142/raju.v13n26a9

COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS. CREACIÓN DE UN EXPERIMENTO SOCIAL AUDIOVISUAL BASADO EN EL EDADISMO

Manuel Javier Castrillón Medina
manuel.castrillonme@amigo.edu.co
Docente
Universidad Católica Luis Amigó

Velinna Bowie Duffis
velinna.bowiedu@amigo.edu.co
Egresada

Megan David Patiño
megan.davidpa@amigo.edu.co
Egresada

María Juliana Durango Álvarez
maría.durangolv@amigo.edu.co
Egresada

Manuela Jaramillo Aguirre
manuela.jaramilloag@amigo.edu.co
Egresada

David Jacobo Jiménez Castaño
david.jimenezca@amigo.edu.co
Estudiante

Juan Manuel Mercado Toro
juan.mercadoto@amigo.edu.co
Egresado

Maira Alejandra Mesa Zapata
maira.mesaza@amigo.edu.co
Egresada

María José Zuluaga Castrillón
maria.zuluagaas@amigo.edu.co
Egresada

Resumen

El edadismo es un fenómeno social que involucra acciones de discriminación por razones de edad, especialmente hacia las personas mayores. El objetivo de este trabajo cualitativo - exploratorio, fue analizar el edadismo a partir de la identificación de percepciones de un grupo de 6 personas con diferentes rangos de edad, participantes de un experimento social audiovisual. Se hizo una revisión de antecedentes sobre el edadismo en América Latina. Posteriormente, se realizó un experimento social audiovisual en el que participaron voluntarios de diversas edades, involucrándolos en la actuación de escenas de la vida cotidiana con corte edadista. Se asumió la puesta en escena como una forma de elicitación que posibilita la identificación de esquemas de percepción. Uno de los hallazgos es que el edadismo afecta tanto a jóvenes como a personas mayores y que es un tema con necesidades latentes de intervención educomunicativa.

Este producto da cuenta del proceso de investigación de trabajo de grado de Comunicación Social, realizado desde una perspectiva educomunicativa entre agosto de 2024 y mayo de 2025 en la sede Medellín de la Universidad Católica Luis Amigó, bajo la modalidad tema sombrilla de trabajo de grado, con la temática de Comunicación y Representaciones Mediáticas.

Palabras clave

Representaciones mediáticas, experimento social, edadismo, discriminación.

Introducción

El término edadismo, según la Real Academia Española (2024), se refiere a la discriminación basada en la edad, especialmente hacia las personas mayores. El edadismo refleja prejuicios dirigidos hacia un individuo o colectivo según las percepciones que se tienen sobre la edad. La Organización Panamericana de la Salud -OPS- (2021) señala que estos prejuicios se manifiestan, entre otras formas, mediante actitudes paternalistas o de lástima hacia las personas mayores. Como advierte Villalba Ruiz (2023), dichas percepciones pueden provocar que las personas mayores experimenten deseos de autoexclusión para evitar ser estigmatizadas.

Para combatir el edadismo, la Organización Mundial de la Salud, me-

diante la OPS (2021), ha propuesto diversas estrategias, entre ellas la educación y sensibilización sobre el tema, la promoción de interacciones intergeneracionales y el fomento de políticas que protejan los derechos de las personas mayores. Según Alonso Palacio y Marchán Cárdenas (2022), es crucial el papel de los medios de comunicación en la difusión de imágenes positivas de las personas mayores, resaltando sus aportes a la sociedad. Las instituciones educativas y de salud deben actualizar sus prácticas para evitar perpetuar estereotipos negativos y garantizar una atención justa e igualitaria.

Por su parte, la OPS (2021) define al edadismo como un fenómeno de discriminación que surge cuando se usa la edad para categorizar y dividir a las personas, generando desventajas y socavando la solidaridad intergeneracional. El edadismo puede manifestarse de diversas maneras, como ridiculizar a un adolescente por involucrarse en política, negar empleo a personas jóvenes o mayores o marginar a una persona mayor acusándola de brujería.

El edadismo tiene un impacto negativo en la salud y el bienestar de las personas, y representa un obstáculo significativo para las políticas de envejecimiento saludable, como lo reconoce la OMS. En respuesta, la OMS y otros organismos internacionales (como las Naciones Unidas) han lanzado una campaña global contra el edadismo, respaldada por el Informe Mundial Sobre el Edadismo (OPS, 2021). Dicho informe está dirigido a responsables de políticas, profesionales, investigadores, organismos de desarrollo, el sector privado y la sociedad civil. Resume información relevante sobre la magnitud, los efectos y causas del edadismo, además de ofrecer estrategias para reducirlo.

El edadismo es un fenómeno global, aunque su incidencia y características varían según la región. En países desarrollados, como los de Europa Occidental, Estados Unidos y Japón, donde la población está envejeciendo rápidamente, las personas mayores enfrentan barreras en el mercado laboral y acceso a servicios médicos, como lo menciona Ayalon y Tesch-Römer (2018).

Desde la comunicación como campo interdisciplinario que estudia los procesos de comunicativos en distintos contextos sociales, culturales y mediáticos, es necesario analizar el fenómeno del edadismo como un modificador de culturas y todo lo que estas conllevan desde el lenguaje y los diferentes mensajes que se transmiten a través de los medios. Estos últimos son los responsables de instaurar discursos e ideas de manera sutil en la mentalidad de quienes los consumen, haciendo que se normalice la discriminación por razones de edad.

Las telenovelas, series, literatura y hasta los formatos noticiosos perpetúan las formas de pensamiento edadista. Por eso, es necesario un análisis crítico y de propuestas alternativas que cuestionen el tratamiento mediático de este fenómeno.

Con base en lo anterior, decidimos partir de un interrogante: ¿Cómo son representados los adultos mayores en los medios audiovisuales? Y esto nos llevó a pensar en un experimento social audiovisual con una pregunta de investigación más concreta, que nos permitiera conocer las percepciones de un grupo de voluntarios y comprender el edadismo desde un enfoque educomunicativo. Dicha pregunta fue: ¿Cómo es percibido el edadismo en un grupo heterogéneo de voluntarios participantes en un experimento social audiovisual?

Para el abordaje de esta pregunta, consideramos esencial en principio comprender las siguientes conceptualizaciones:

Ciclo vital humano

El ciclo vital humano se refiere a las etapas por las que pasa el ser humano desde la concepción hasta la muerte, cada una caracterizada por procesos físicos, psicológicos y sociales específicos. Según Santrock (2006), el ciclo vital incluye fases clave que permiten entender el desarrollo humano de manera integral. El

ciclo vital se divide en varias fases que van desde la gestación hasta la vejez, en las cuales el individuo experimenta cambios significativos que afectan su desarrollo integral. Estos procesos están influidos tanto por factores biológicos como por el entorno social y cultural que rodea al individuo.

El ciclo vital también se asume como un envejecimiento diferencial. Dicho envejecimiento comienza con el nacimiento y termina con la muerte. Se entiende que desde que el ser humano llega al mundo está en un camino al envejecimiento, siendo una realidad que atraviesa a todos los sectores poblacionales en sus múltiples formas de vida. En este sentido, es necesario reconocer que en las diferentes especies existen complejidades del ciclo vital, de los individuos, sus momentos de vida y formas de envejecimiento (Ruiz y Uribe, 2002).

Siendo entonces el ciclo vital un proceso que tiene que ver con todas las etapas del desarrollo humano, y que se da desde la infancia hasta la vejez (Santrock, 2020), para su interpretación se hace necesario abarcar aspectos biológicos, socio emocionales y cognitivos. Desde esta visión se hace especial énfasis en las experiencias y la forma en que el entorno influye en el desarrollo de las personas en diversas etapas de la vida (Lindenberger y Staudinger, 2006).

El ciclo vital puede considerarse también como una serie de rasgos característicos del curso de la existencia humana que se relacionan con la genética, entre ellos la plasticidad, la discontinuidad, la multidimensionalidad y multidireccionalidad. En síntesis, esto involucra diferentes sistemas y factores que terminan conjugándose e interactuando en diversas direcciones de la construcción de la vida de cada individuo. Así, se entiende que la individualidad de cada persona implica continuidades, discontinuidades y rupturas (Keller, 2002).

Como se ha precisado, el ciclo vital involucra el proceso de crecimiento y desarrollo de todos los individuos que -desde el nacimiento hasta la muerte, que está determinada por factores genéticos y del entorno-. Sobre este proceso, García Suso y Vera Cortés (2002) agregan que es común la sensación de no detenimiento y de no superación satisfactoria de cada una de sus etapas. De allí la importancia de que idealmente cada persona, conforme a sus capacidades y limitaciones reconozca cómo está llevando su proceso personal. Entonces, el conocimiento amplio de los momentos del ciclo vital brinda la posibilidad de disponer de habilidades sociales y personales para la socialización en la vida diaria y el afrontamiento a situaciones críticas. También, el desarrollo humano propone que en todas y cada una de las etapas sea posible conseguir un nivel máximo de independencia y autonomía, para que esto sea posible es necesario que se haga uso de las habilidades, recursos personales y sociales de diferente tipo.

Desde la psicología, este ciclo se desarrolla en varias fases. Erikson (1971), uno de los principales teóricos del desarrollo humano, divide este proceso en varias etapas psicosociales que abarcan desde el nacimiento hasta la vejez. Éstas son: gestación, infancia (0 a 2 años), niñez temprana (2 a 6 años), adolescencia (12 a 18 años), adultez temprana (20 a 40 años), adultez media (40 a 65 años) y adultez tardía (65 años en adelante).

Vejez y envejecimiento

En complemento con el concepto de adultez tardía, se encuentran la vejez y el envejecimiento como temas homólogos -aunque son diferentes-. La vejez, también considerada como etapa del ciclo vital, se caracteriza por una serie de cambios físicos y psicosociales. Según Rowe y Kahn (1997), la vejez se refleja como un periodo de adaptación y renovación, no solo de declive.

Además, la vejez implica un proceso de reevaluación de la identidad y el propósito vital. Como menciona Carstensen (2006), "la vejez es un tiempo para reflexionar y ajustar las prioridades en la vida, con un enfo-

que en las relaciones significativas" (p. 34).

La vejez no tiene una época o edad determinada, sino cuando se empieza a llamar a las personas de "edad madura" o como "trabajador retirado", lo que incide en aspectos de psicología social, sobre todo en asuntos de percepción social. Se entiende que la percepción de las situaciones puede distar de las condiciones objetivas mismas, e incide en patrones de comportamiento y en la construcción de la imagen del otro (Ruiz y Uribe, 2002).

Por otro lado, la concepción del envejecimiento conlleva una pérdida progresiva de las funciones biológicas, así como una adaptación a nuevos roles y situaciones. Implica cambios físicos, psicológicos y sociales (Masoro, 2007). Este proceso también es influenciado por factores culturales y sociales, que afectan la percepción y la experiencia del envejecimiento.

En ese sentido, es común encontrar acepciones a procesos de envejecimiento exitoso, los cuales se relacionan con el estado de salud y los respectivos ajustes para su mantenimiento. Desde dicha lógica se asocia al bienestar como un indicador del en envejecimiento (Ruiz y Uribe, 2002).

Comunicación y envejecimiento

Entendemos la comunicación como un proceso de reconocimiento que motiva opinión y reflexión. Más que un acto transmisivo, la comunicación en relación con el ciclo vital y con el envejecimiento busca interacciones respetuosas y empáticas.

La comunicación, en tanto proceso complejo, involucra la transmisión de mensajes y la construcción de significados entre quienes se comunican, logrando de este modo la interacción social (Gómez y Simón, 2016). También se asume como un proceso dinámico acorde al contexto social y cultural. La comunicación se basa en las relaciones interpersonales y las normas sociales que influyen en cómo se dicen y se perciben los mensajes (Wood, 2016).

Entonces, es posible sostener que el sentido que se le da a la información se encuentra definido por la diferencia que se experimenta a partir de ella, no solo tiene que ver con el mensaje que se entrega, sino con el sentido que le da el receptor. Es por eso que el sentido puede ser pensado como la percepción de signos y el entendimiento de la comunicación. El sentido es semiótico, es una diferenciación que se realiza a partir de un signo en el mundo de alguien en particular al estar en un lugar de algo en un aspecto u otro (Brier, 2008).

Con el ánimo de comprender la relación Comunicación – Edadismo, para esta investigación realizamos un rastreo de antecedentes1 en América Latina, en el cual los hallazgos del campo de estudios de la comunicación fueron escasos. De la revisión de trabajos de las ciencias sociales y humanas se identificó principalmente que:

1. La discriminación por razones de edad ha sido investigada desde el Derecho con enfoques laborales, pensionales, prestaciones sociales y de legislación y políticas públicas, de manera especial en Argentina; desde la Educación con enfoques de pensamiento crítico e impacto del ejercicio pedagógico en la evolución del edadismo; desde la Psicología, bajo el enfoque de salud mental de adultos mayores, diferenciando experiencias edadistas dependiendo del sexo; desde la Sociología, como fenómeno que afecta la sociedad; desde la Gerontología y, un poco desde la Comunicación, más enfocado en los modos de representar a este grupo, el lenguaje usado y el impacto de los mensajes de los medios en la concepción de la adultez mayor de todas las audiencias.

2. En los hallazgos de estos antecedentes predominan situaciones como objetos de estudio

que apuntan al edadismo institucional e interpersonal, siendo el edadismo autoinflingido poco estudiado en los antecedentes. La mayoría de estudios no tienen tanto que ver con actos discriminatorios conscientes o con el concepto 'edadismo', sino más bien con negligencias hacia esta población y falta de políticas que reconocieran correctamente sus derechos en casos muy específicos, sin encasillar los hechos como tal en una forma de discriminación.

3. Es importante resaltar que la tendencia principal fue el abordaje del envejecimiento en relación la población adulta mayor. La palabra edadismo solo se encuentra en los títulos de algunos de los estudios más recientes, y esto evidencia la escasez de literatura académica sobre el tema en ciertos países. Al parecer, los adultos mayores sí son la población más afectada en todos los aspectos a causa de esta discriminación y es evidente una mayor relevancia del abordaje de temas relacionados con la edad. De forma relacionada, hay una carencia de estudios en Latinoamérica que aborden el fenómeno en otras etapas de la vida o edades.

4. Pocos estudios tuvieron en cuenta instrumentos universales o internacionales para una mejor garantía de los derechos humanos. Las investigaciones analizadas se plantearon en su mayoría desde las consecuencias negativas del fenómeno del edadismo, más no desde un análisis de sus causas iniciales. Únicamente las que se planteaban desde la Comunicación, aunque pocas, apuntaban a un reconocimiento de posibles causas de edadismo desde el quehacer de este campo, como creador de representaciones y transmisor de ideas.

5. En varios estudios se tuvo en cuenta el envejecimiento de la población para replantear políticas y prevenir crisis en el tránsito hacia una 'sociedad envejecida'.

6. Un aspecto que se hizo presente en la conclusión de varias investigaciones fue la necesidad de abordajes y propuestas que consideren simultáneamente múltiples factores de exclusión y prejuiciosos que se relacionan e interfieren al tiempo con la discriminación por edad, como por ejemplo el sexo.

7. De manera transversal, las investigaciones mostraron el deseo de reivindicar la dignidad de las personas mayores y el ejercicio pleno de su libertad, independientemente de su edad, promover una mayor inclusión intergeneracional y cuestionar lo que algunos autores llamaron, la cultura "anti-age" o anti edad.

Panorama sobre el edadismo en Colombia

Como ya se mencionó, los antecedentes sobre edadismo en América Latina son pocos. Para el caso de Colombia, conviene mencionar la proyección hecha por el DANE (2021) para el año 2031, estimando que la cifra de población mayor para ese momento sería de 10 millones, incrementándose en un 41% en relación con el año 2021, lo que implicaría una transición demográfica; es decir, un tránsito a sociedad envejecida. Esto compromete también diversos retos a nivel nacional en función del cumplimiento de los derechos y las garantías de envejecimiento activo.

Por otro lado, para el momento de elaboración de este estudio, desde el Congreso de Colombia (2023) se habían propuesto medidas legislativas para prevenir la discriminación por edad en el entorno laboral. En dicha propuesta se abordó la necesidad de proteger a los trabajadores de distintas edades como la media y avanzada contra el edadismo en el ámbito laboral.

Desde el ámbito académico se destaca el trabajo de García y Salazar (2021), que aborda el edadismo desde la perspectiva de actrices y otras voces, evidenciando cómo la discriminación por edad afecta a

las mujeres en la industria del entretenimiento. En esta investigación se menciona que las actrices a medida que envejecen están marcadas por una reducción en las oportunidades laborales y la consolidación de estereotipos en torno a la edad y la feminidad.

De otro lado, Ramírez Rueda et al., (2022) plantean que, desde las visiones de género y envejecimiento en hombres y mujeres trabajadores de Colombia, se revelan diferencias significativas sobre cómo ambos géneros experimentan el proceso de envejecimiento en el ámbito laboral. Mientras que los hombres mayores tienden a ser percibidos como más experimentados y respetados, las mujeres enfrentan mayores barreras, incluyendo prejuicios relacionados con su apariencia y capacidad. El estudio resalta cómo estas diferencias afectan la estabilidad laboral y las oportunidades de crecimiento profesional, y subraya la necesidad de políticas que aborden estas desigualdades de género en el envejecimiento.

Por su parte, Maddaloni y Paoli (2023) exponen los flujos migratorios recientes de italianos a Bogotá, lo que brinda un contexto de cómo las dinámicas migratorias también pueden influir en el envejecimiento. Plantean que, al examinar las redes y las infraestructuras que facilitan la migración, se pueden identificar similitudes con las dinámicas de movilidad interna de los adultos mayores dentro de sus países.

Comunicación para una pedagogía sobre el edadismo

Considerando las necesidades emergentes del edadismo desde una pedagogía mediática, es importante plantear como prioridad la visibilización de la diversidad intergeneracional. Cuando personas de diferentes edades conversan, se pueden romper prejuicios y estereotipos sobre lo que las personas pueden o no hacer según su edad. Según Butler (1969), precursor del concepto de edadismo, la interacción positiva entre personas de diferentes edades reduce los estereotipos negativos hacia las personas mayores.

De otro lado, desde las representaciones mediáticas se da la importancia de mostrar historias positivas sobre el envejecimiento. Esto serviría para ayudar a cambiar la imagen negativa que alimenta el edadismo y promover actitudes inclusivas y respetuosas. Según el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- (2020), mostrar mensajes positivos sobre el envejecimiento mejora la integración social y económica de las personas mayores.

Metodología

Este trabajo es cualitativo. Parte de la necesidad de conocer y analizar un conjunto de percepciones y predisposiciones de sentido de la experiencia humana; en este caso, asociadas a situaciones de discriminación por razones de edad, a partir de la provocación de una representación mediática con un experimento social -elicitación-.

A través de un formato audiovisual grabado en tiempo real, llamado Sin Etiquetas, con la participación de 6 personas voluntarias que asumieron el rol dual de actor/espectador en la representación de situaciones de la vida cotidiana con presencia o ausencia de edadismo, se buscaba identificar esquemas de percepción entre los asistentes.

Los participantes fueron escogidos bajo el criterio de la edad y el sexo, contando con un total de 3 hombres y 3 mujeres de edades entre los 20 y 80 años. Esto, considerando que segmentar a una edad o sexo especifico, considerando que: 1) podría darse la posibilidad de obtener diversidad de opiniones y perspectivas debido a las diferencias de madurez psicológica, contexto socio cultural y demás en las que están inmersas las diferentes generaciones participantes; y, 2) reconociendo la dificultad para acceder a voluntarios de repetidas edades y géneros, debido a las limitaciones de recursos (económicos, espaciales y de tiempo) en el contexto general

de la investigación.

Por lo anterior, decidimos realizar el estudio con personas que hacían parte de nuestros círculos sociales más cercanos y que libremente quisieran participar sin tener conocimiento de ninguna de las acciones ni la temática sobre la que iban a conversar en el experimento. Cada uno de ellos firmó un consentimiento informado de grabación, con la aclaración de que el contenido no sería utilizado para fines comerciales, pero que sí se podría difundir para efectos pedagógicos.

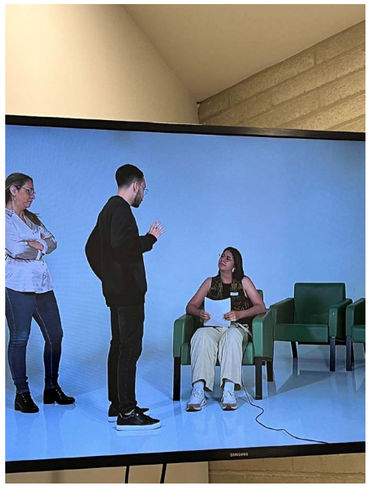
El estudio, de alcance descriptivo, se pensó como un catalizador de opiniones y de reacciones en los participantes alrededor de las cuatro situaciones ya mencionadas. Se asumió la puesta en escena como una forma de elicitación que motiva la conversación. El diseño de las situaciones / acciones detonantes fue lo primero que se realizó, teniendo en cuenta la ciudad en la que vivimos, su bagaje cultural, los discursos en torno a la edad que han imperado en la actualidad para las diferentes generaciones, cambios y evoluciones en aspectos como el uso y acceso de las tecnologías e internet, el acceso a la información, el entretenimiento, la diversión, el acceso al trabajo y la valoración del mismo etc.

De manera general se lograron identificar cuatro situaciones con las que nuestros voluntarios tuviesen alguna relación o experiencia cercana, y que nos sirvieran como una técnica para recolectar información: 1) el uso de las tecnologías para acceder a servicios de la salud, 2) el acceso al trabajo en jóvenes y personas adultas, 3) la participación activa de adultos mayores en el deporte y, 4) participación de adultos en conciertos caracterizados por ser de la preferencia de un público más joven. Estas situaciones en concreto se nombraron como:

1. Pedir una cita médica en 2025, ¿puede ser fácil?
2. ¿Jugar tenis de mesa a los 60 años es un impedimento?
3. Buscar trabajo, las dos caras de la moneda.
4. ¿Un concierto de Karol G a los 50 años?

Las situaciones 1 y 3 fueron asignadas al equipo 1 y las situaciones 2 y 4 fueron asignadas al equipo 2. Cada equipo contaba con al menos 1 voluntario de edad diferente a los otros.

Imagen 1.
Situación 1
experimento audiovisual



Fuente. Registro fotográfico de la producción.

Inicialmente nos preguntamos por el nivel de conciencia o reconocimiento que los participantes pudieran tener sobre el tema en cuestión. Es por ello que se diseñó un guion con preguntas provocadoras para la conversación posterior a las puestas en escena de las situaciones provocadoras / acciones detonantes.

Luego de esto nos planteamos la segunda forma para recolectar la información. Ésta fue a través del diseño de tres preguntas para realizarle a cada participante del equipo espectador de la situación, representada por el otro equipo, que giraban en torno a esa situación, cómo había sido su experiencia en escenarios similares o iguales, qué sintie-

ron al ver la situación, qué pensaban sobre ello, cuál era su perspectiva u opinión frente a lo que acababan de ver, si tenían los conocimientos para realizar la acción principal propuesta en dicha situación, etc. Todas las preguntas fueron planteadas de forma abierta, sin mencionar en ningún momento de manera explícita la discriminación por edad o algún sesgo de corte edadista.

Ahora bien, al finalizar la representación de las cuatro situaciones y como cierre del experimento, diseñamos 7 preguntas de manera general para todos los participantes, en donde buscamos conocer su experiencia personal, si hubo alguna identificación con alguna situación, qué pensaban sobre ciertas frases aceptadas como normativas en nuestra sociedad, etc. Estas preguntas se acercaban más a descubrir la presencia del edadismo en la percepción de los voluntarios, por lo tanto fueron más directas.

Adicional a esto, para introducir el experimento y hacer más amena la participación de los voluntarios, se adoptó un formato TV show, donde se hizo una dinámica inicial para conectar emocionalmente con ellos, a través de un juego donde debían adivinar la canción y contestar algunas preguntas en torno a estas. También sirvieron de forma muy parcial como una técnica de recolección de información, ya que hizo evidente tanto la transgresión, como la conservación de brechas generacionales en cuanto al tema música.

Al ser un experimento social grabado en tiempo real en formato tv show, éste debía tener una estructura audiovisual, la cual está contenida en un guion de continuidad. El análisis de información se realizó a partir del resultado final de este ejercicio; es decir, a través de análisis del contenido realizado por nosotros mismos tras el proceso de edición, en el cual se aplicó un filtro de las partes más relevantes en términos narrativos para cada situación representada, así como las respuestas de los participantes -se verificó que en cada una la respuesta haya sido coherente con lo preguntado. En algunas no lo fue, estas fueron eliminadas del resultado final-.

La metodología se sintetiza en la siguiente tabla:

Tabla 1. Síntesis metodológica del experimento social audiovisual aplicado

Fase	Método	Técnicas	Instrumentos
1. Exploración conceptual del edadismo	Revisión documental	Análisis documental	Matriz analítica de categorías
2. Desarrollo del experimento audiovisual (estudio de caso)	Estudio de caso con diseño elicitativo	Puesta en escena elicitativa / Observación no participante	Guiones y guía de observación / Registro audiovisual
3. Identificación de percepciones	Estudio de caso (fase interpretativa)	Entrevistas semiestructuradas	Guía de entrevista
4. Proceso reflexivo	Enfoque reflexivo - participativo	Encuentros dialógicos	Bitácoras individuales y matriz de sistematización

Fuente: elaboración propia.

Resultados

Experimento audiovisual

A través de una metodología participativa se cumplió el objetivo de desarrollar un experimento social audiovisual desde las dimensiones: interpersonal, institucional y autoinfligido. Allí se convocaron seis personas voluntarias de diferentes edades con el fin de representar y reflexionar sobre experiencias reales de discriminación por edad. Cada escena fue diseñada para desencadenar una conversación entre los participantes, permitiendo observar las percepciones particulares que cada persona

perteneciente a una generación tiene sobre el envejecimiento, la inclusión social y los prejuicios. Esta representación multigeneracional enriqueció el análisis, ya que se visibilizan tanto los estereotipos comunes como las resistencias individuales frente al edadismo.

La experiencia permitió observar que tanto jóvenes como adultos mayores son víctimas del edadismo: unos suelen ser subestimados por su falta de experiencia, mientras que otros son tratados con condescendencia o excluidos de decisiones. A pesar de no conocer inicialmente el concepto de edadismo, todos los voluntarios lograron reconocerse en las situaciones representadas, conectando emocionalmente con vivencias personales de discriminación por edad.

Mientras las personas mayores tienden a ver el edadismo como una realidad aceptada, los jóvenes mostraron una mayor conciencia crítica frente a este tipo de discriminación. El diálogo intergeneracional propiciado por el experimento generó reflexión ante este tipo de discriminación.

La dinámica inicial del experimento, propuesta como un rompe hielo, consistió en adivinar canciones de distintas décadas, evidenciando las brechas culturales y generacionales entre los participantes, ya que estos influyen en la construcción de identidad y pertenencia.

Posterior a ello, se empezaron a desarrollar las escenas propuestas donde cada una pertenecía a un tipo de edadismo. La situación 2, ¿Jugar tenis de mesa a los 60 años es un impedimento? y la escena 3 “Buscar trabajo, las dos caras de la moneda”, fueron mediadoras para el análisis de edadismo interpersonal. La situación 1 (pedir una cita médica en 2025, ¿puede ser fácil?) fue mediadora para el análisis del edadismo institucional. Y la situación 4 (¿Un concierto de Karol G a los 50 años?) sirvió para identificar rasgos de edadismo autoinfligido en los participantes.

Después de la puesta en escena, se plantearon las preguntas específicas para cada escena a los participantes donde se les cuestionaba sobre sus percepciones personales sobre lo que acababan de ver. Las respuestas que más llamaron la atención o más identificación generaron en los participantes fueron a preguntas relacionadas con: el conocimiento que tenían para programar citas médicas a través de herramientas tecnológicas, haciendo referencia al edadismo institucional; la participación de diferentes generaciones en espacios culturales comúnmente catalogados para ciertas edades, relacionada con el edadismo autoinfligido; y las oportunidades que tenía una persona muy joven o una muy adulta de ser tenida en cuenta a la hora de presentarse a una entrevista debido a su poca o mucha experiencia, haciendo referencia al edadismo interpersonal.

Esquemas de percepción

Durante el experimento social, los seis voluntarios representaron diversas escenas en las que se evidenciaron esquemas de percepción edadistas, tanto hacia las personas mayores como hacia las jóvenes, lo cual permitió observar distintas formas de edadismo institucional, interpersonal y autoinfligido.

En la primera situación, los participantes intentaron pedir una cita médica virtual a través de la EPS. Uno de los testimonios menciona: “A veces es difícil porque las páginas se caen, pero seguimos intentando” (Mónica María Patiño, 11 de marzo de 2025). Las reacciones de los otros participantes reflejaron confusión, pero también aceptación, reconociendo que esta es una dificultad real, especialmente para las personas mayores. Aquí se puede identificar un caso de edadismo institucional, cuando enuncian que los sistemas de salud no siempre están diseñados de manera accesible para todas las edades, lo que genera barreras estructurales en el acceso a servicios.

La tercera situación abordó el proceso de búsqueda de empleo, mostrando “las dos caras de la moneda”. Un participante expresó: “Es cierto, a los jóvenes casi no se les da oportunidad. Yo soy independiente y ten-

go varios negocios donde me gusta darles la oportunidad a los jóvenes" (Mónica María Patiño, 11 de marzo de 2025). Otro participante comentó: "Siento que ha sido un obstáculo para la búsqueda de empleo" (Agustín Giraldo,11 de marzo de 2025). Las reacciones fueron de asombro y atención, y este intercambio mostró cómo el edadismo interpersonal afecta a los jóvenes, quienes muchas veces son percibidos como inexpertos o poco comprometidos.

La cuarta situación recreó la idea de ir a un concierto de Karol G a los 50 años. Uno de los testimonios fue: "La verdad, me arrepiento mucho de eso, porque si me limite por mi edad", menciona (Viviana Toro, 11 de marzo de 2025). En este caso, se evidencia un tipo de edadismo autoinfligido, donde la persona mayor asume que ciertos eventos no le corresponden por su edad, limitando su experiencia cultural con base en estereotipos interiorizados.

Las reacciones de los participantes mostraron que empiezan a darse cuenta de que el edadismo está presente en muchos entornos de la vida cotidiana, aunque muchas veces lo ven como algo normal. El experimento permitió mostrar que estas ideas cambian según la edad de la persona y la situación en la que se encuentre. También quedó claro que el edadismo no implica afectaciones únicamente para las personas mayores, sino también para los jóvenes -en muchos casos de forma más sutil-. Al final en un espacio de preguntas generales se les mencionó la frase "Loro viejo no aprender a hablar" para conocer su percepción, uno de ellos expresó lo siguiente: "Por la edad que ya no le entra nada ni aprende nada, esa frase es real" (Fabio León Álvarez, 11 de marzo de 2025).

Lecciones aprendidas del proceso educomunicativo

A través de la búsqueda de antecedentes comprendimos cómo se ha abordado teóricamente el edadismo, y por medio del experimento social lo confirmamos. Pudimos fortalecer nuestras habilidades metodológicas e identificar prioridades temáticas para la realización del proceso participativo.

Por medio de este trabajo pudimos articular nuestro pensamiento crítico con la creatividad y el rigor que implican un proceso de producción audiovisual con perspectiva educomunicativa. Esto fortaleció nuestra capacidad de interpretar fenómenos sociales desde una mirada crítica y fundamentada, aportando a nuestra formación como profesionales del lenguaje y la comunicación.

Desde lo humano y lo social, este proceso nos dejó habilidades que serán esenciales en nuestros caminos como profesionales en Comunicación Social, aprendiendo a observar con sensibilidad, escuchar sin prejuicios y a entender que detrás de cada dato hay una historia. El conocimiento nos permite identificar las problemáticas sobre el edadismo, ayudándonos a fortalecer nuestra mirada crítica frente a las desigualdades sociales, y nos enseña a utilizar la comunicación como una herramienta para visibilizar y transformar. Especialmente disfrutamos la realización del experimento, donde conocimos historias reales, reacciones y comportamientos de los voluntarios frente a las situaciones de contenido edadista.

Discusión y conclusiones

El experimento audiovisual realizado evidenció cómo el edadismo afecta a todas las personas, muchas veces de forma inconsciente y normalizada. A través de toda la experiencia, como realizadores logramos identificar estereotipos y prejuicios en torno a la edad, así como algunos participantes, que influyen en la manera en que se relacionan entre sí, tanto en contextos laborales, como familiares, culturales y sociales.

En conjunto, el ejercicio demostró la necesidad latente de visibilizar y cuestionar el edadismo para promover una sociedad más justa e inclusiva, sobre todo desde el ámbito de la comunicación y su quehacer.

El comunicador debería ahondar en las diferentes etapas del ciclo vital, sobre todo para tratar temas que tengan que ver con la edad o el desarrollo de las personas. Esto se relaciona con los planteamientos de Santrock (2020) al afirmar el ciclo vital tiene que ver con todas las etapas de la vida de una persona y para la interpretación de cada etapa debe tener en cuenta aspectos biológicos, socio emocionales y cognitivos por los que pasan las personas. Aunque de igual forma se debe tener en cuenta el contexto para el cual se trabaja o comunica, ya que las experiencias y el entorno en que el individuo se desarrolla influye en todas las etapas de su vida, según (Lindenberger y Staudinger, 2006).

El profesional en Comunicación también debería considerar la importancia de crear productos comunicativos que concienticen a las diferentes audiencias sobre el ciclo vital y cómo se da el máximo desarrollo de cada etapa, para que cada persona pueda educarse y hacerse consciente sobre sí mismo conforme a sus capacidades y limitaciones y así reconozca cómo está llevando su proceso personal, para que así sea libre de caer en pensamientos prejuiciosos sobre sí mismo, su desarrollo, lo que le corresponde y del proceso de los demás, evitando el edadismo autoinflingido o interpersonal (García y Vera, 2002).

El conocimiento sobre el ciclo vital también puede llevar a las audiencias al ideal que proponen los autores, de que en todas las etapas de la vida a cada persona le sea posible alcanzar un nivel máximo de independencia y autonomía, lo que beneficiaría de manera especial a las generaciones que entren en las fases de mayor prejuicio. Este tipo de productos servirían como transmisores de habilidades, recursos personales y sociales para cada persona en las diferentes etapas de su vida.

Antes de la creación de un proyecto comunicacional, el profesional debe tener en cuenta el contexto social y cultural del receptor, y cómo, según esto, en la lógica de Ruiz y Uribe (2002), su producto impactará en la percepción de las personas hacia las situaciones que plantee e incidirá en sus patrones de comportamiento en sociedad, de manera que se evite, con el mensaje que se transmita, la incitación de prejuicios o actitudes edadistas.

De manera particular, cuando el comunicador se dispone a dirigir sus mensajes a la población en proceso de envejecimiento, debe tener en cuenta que existen casos de envejecimiento considerados como exitosos y no exitosos, como lo mencionan Ruiz y Uribe (2002). Por eso en los contenidos que tengan como objetivo a esta generación, debe considerarse que la experiencia de envejecer no sucede para todos de la misma forma y lo que quiera decirse debe plantearse de una forma general y propositiva. Esto se acerca con la propuesta de Rowe y Kahn (1997, quienes señalan que la vejez se refleja como un periodo de renovación y adaptación y no precisamente como un declive, lo que servirá al comunicador para transformar y romper estereotipos en cómo habla sobre la vejez.

El comunicador y/o periodista debería considerar la erradicación de todo tipo de mensaje discriminatorio por edad, prejuicio o sesgo cuando informe, eduque o simplemente entretenga con sus productos, desde el público al que se dirija, la mención de ciertas variables como la edad, el estado de salud, etc.; así como esforzarse por darle mayor relevancia en la agenda setting a temas que tengan que ver con la edad, la reivindicación de derechos de diferentes grupos etarios, los logros, hechos, acciones o vidas relevantes de personas de todas las edades, etc.

De alguna forma, esto también sería ser objetivo a la hora comunicar: construir mensajes libres de prejuicios personales o colectivos, creencias culturales o cualquier tipo de aseveración que determine quienes deberían tener ciertas libertades, derechos, conocimientos, oportunidades o, por el contrario, abstenerse de ellas solo por el simple hecho de tener cierta edad.

A quienes deseen investigar el edadismo o continuar con nuestra línea de trabajo, les recomendamos

seguir el análisis desde una mirada crítica, respetando sus creencias o pensamientos. Tener en cuenta la diversidad cultural para la creación de futuros productos comunicativos o espacios de participación y representación, darle un espacio especial desde la comunicación, pensando en formas de crear esos momentos de conexión y cómo ser puente entre ambas generaciones. Por eso consideramos también que es indispensable identificar y visibilizar las categorías del edadismo (autoinfligido, interpersonal e institucional).

Con base en lo anterior, proponemos como acciones futuras: 1) realizar producciones que hagan inicialmente un ejercicio pedagógico y dinámico a través de diferentes formatos y medios donde el protagonista sea el concepto de edadismo, con el fin de educar a las diferentes audiencias sobre lo que esto significa y cómo se encuentra hoy presente en sociedad, más como una forma de concientizar sobre esa forma de discriminación de la cual no se suele hablar; 2) la inclusión de mensajes alternativos o que rompan barreras de pensamiento individuales y entre generaciones en el cine, las telenovelas o series, publicidad, los anuncios, el marketing digital, la prensa y toda forma en la que hoy se emiten mensajes de forma masiva; 3) promover espacios donde se de ruptura de brechas intergeneracionales y haya un mayor relacionamiento entre diferentes grupos de edad, para disminuir prejuicios y ayudar a entender mejor a todas las audiencias la realidad y subjetividad de las diferentes etapas del ciclo vital humano.

Referencias bibliográficas

• Alonso Palacio, l. U. Z. y Marchán Cárdenas, J. C. (2022). Envejecer en una era mediática: retos individuales y de salud pública ante el edadismo en medios de comunicación. Revista Salud Uninorte, 38(1), 1-4

• Ayalon, L. y Tesch-Römer, C. (Eds.). (2018). Contemporary perspectives on ageism. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73820-8

• Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). Mejorando la integración social y económica de las personas mayores: Mensajes positivos sobre el envejecimiento. Banco Interamericano de Desarrollo. https://www.iadb.org/es

• Brier, S. (2008). Cybersemiotics: Why Information is Not Enough! University of Toronto Press. https://www.infoamerica.org/teoria_articulos/luhmann02.pdf

• Butler, R. N. (1969). Edadismo: Otra forma de intolerancia. The Gerontologist, 9(4), 243-246.

• Carstensen, L. L. (2006). A long bright future: Happiness, health, and financial security in an age of increased longevity. PublicAffairs.

• Congreso de Colombia. (2023). Proyecto de Ley por medio del cual se dictan disposiciones para garantizar la estabilidad laboral de los adultos medios y adultos mayores como medida para evitar el "edadismo" o la discriminación por edad.

• DANE. (2021). XV Congreso Internacional de Envejecimiento y Vejez: "Década del Envejecimiento Saludable 2020 - 2030". Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

• Erikson, E. H. (1971). Infancia y sociedad (trad. Luis Peña). Buenos Aires: Amorrortu. (Primera edición original en inglés: 1950)

• García, R. y Salazar, L. (2021). Conectadas por el tiempo. Una discusión en torno al edadismo desde la experiencia de actrices y otras miradas. Recuperado de: http://hdl.handle.net/10554/58615

• García Suso, A. y Vera Cortés, M. L. (2002). El ciclo vital y la salud humana. En M. P. Mompart García (Coord.), Actualizaciones año 2002 (pp. 61–78). ISBN 84-95626-22-5.

• Gómez, J. y Simón, F. (2016). La comunicación. Salus, 20(3), 5–6. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=375949531002

• Informe mundial sobre el edadismo. Washington, D.C.: Organización Panamericana de la Salud; 2021. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. https://doi.org/10.37774/9789275324455.

• Keller, H. (2002). El desarrollo como interfaz entre la biología y la cultura: Una conceptualización de las experiencias ontogenéticas tempranas. En H. Keller, Y. H. Poortinga y A. Schölmerich (Eds.), Entre la cultura y la biología: Perspectivas sobre el desarrollo ontogenético. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511489853.01

• Lindenberger, U. y Staudinger, U. M. (2006). Perspectivas del ciclo vital sobre el desarrollo humano. En R. M. Lerner (Ed.), Modelos teóricos del desarrollo humano (Vol. 1, pp. 569–629).

• Maddaloni, D. y Paoli, A. D. (2023). Determinantes e infraestructuras de la migración: El papel de los mediadores y las redes en la migración italiana a Bogotá. Cultura Latinoamericana, 1(37), 126-146.

• Masoro, E. J. (2007). Handbook of the biology of aging (6th ed.). Academic Press.

• Organización Panamericana de la Salud. (2021). Informe mundial sobre el edadismo. (2021). https://doi.org/10.37774/9789275324455.

• Ramírez Rueda, L. F., Ocampo-Palacio, J. G., Palacios-Espinosa, X. y Levy, S. R. (2022). Visiones sobre el género y el envejecimiento en hombres y mujeres trabajadores en Colombia. Universitas Psychologica, 21, 1–19. https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.vgeh

• Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es> [19/10/2024].

• Rowe, J. W., y Kahn, R. L. (1997). Successful aging. The Gerontologist, 37(4), 433–440.

• Ruiz, M. A. y Uribe, A. F. (2002). Bienestar psicológico en la vejez: una revisión conceptual. Revista Colombiana de Psicología, 11, 55-68.

• Santrock, J. W. (2006). Life-span development. McGraw-Hill.

• Santrock, J. W. (2020). Desarrollo humano. McGraw-Hill.

• Villalba Ruiz, V. (2023). Intervención comunitaria frente al edadismo desde la perspectiva de género: propuesta participativa para el diseño de un programa de intervención comunitaria en Carrión de los Condes (Palencia, España).

• Wood, J. T. (2016). Interpersonal communication: Everyday encounters (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

Anexos

https://www.youtube.com/watch?v=EmYwpdT6jec

Las publicaciones analizadas no son citadas en esta publicación por razones de extensión.

Sugerimos remitirse al trabajo de grado completo:

https://bit.ly/4tH3ABl

CARTOGRAFÍAS DEL DAÑO: VIOLENCIAS SUTILES E INSTITUCIONES QUE HIEREN EN EL CINE ASIÁTICO (2000–2022)

Valentina Bedoya Cadavid
Carlos Fernando Alvarado Duque
Universidad de Manizales

Resumen

Esta ponencia examina cómo ciertos filmes asiáticos recientes exponen formas de violencia que rara vez dejan marcas visibles, pero que modelan silenciosamente la vida de las mujeres. A partir de cuatro obras producidas entre 2000 y 2022, The *Circle* (Irán), *A Girl at My Door* (Corea del Sur), *The Great Indian Kitchen* (India) y *Next Sohee* (Corea del Sur), exploramos la manera en que instituciones tan diversas como el Estado, la escuela, la corporación, la policía, la familia patriarcal o la comunidad local actúan como dispositivos que administran, regulan y a veces asfixian la existencia femenina. Nos apoyamos en las nociones de violencia estructural (Galtung), en los aportes de Agustina Vinagre sobre violencia social encubierta y en los planteamientos de Rita Laura Segato sobre las pedagogías de la crueldad. Las películas muestran burocracias que fallan, silencios que pesan y normas que desgastan el cuerpo hasta volverlo dócil o extenuado. Proponemos que este conjunto fílmico ilumina las formas de violencia institucional que persisten hoy en contextos educativos y laborales, especialmente en la educación superior.

Palabras clave

Violencia sutil; Violencia institucional; Cine asiático; Estudios fílmicos; Género y poder.

Introducción: Hacia una fenomenología de la asfixia institucional

Escribir sobre el daño es, de alguna manera, intentar trazar la cartografía de un rastro invisible. En el cine asiático contemporáneo (esa geografía de silencios tensos y burocracias abismales) la violencia no siempre se manifiesta en el estallido del golpe o la evidencia de la sangre. Existe, más bien, una violencia sutil, una asfixia programada que emana de las instituciones y que se aloja en el cuerpo de las mujeres, como un sedimento persistente. Esta investigación se sitúa en ese umbral donde la imagen cinematográfica deja de ser un objeto de consumo estético para convertirse en una lente clínica, capaz de diagnosticar las patologías de un orden que "hiere" sin dejar cicatrices aparentes.

Para comprender estas mecánicas de desgaste, es imperativo acudir a la noción de *violencia estructural.* Johan Galtung nos ha advertido que la violencia no es solo un evento episódico, sino una arquitectura. Cuando la violencia está grabada en la estructura misma del sistema, no requiere de un verdugo con rostro; el daño se produce por el mero funcionamiento de los engranajes sociales. Como bien señala el autor (2016): "La violencia puede comenzar en cualquier vértice del triángulo formado por la violencia estructural, cultural y directa, y se transmite fácilmente a las otras esquinas del mismo" (p. 168).

Bajo esta luz, las películas que conforman nuestro corpus, desde la asfixia circular de Panahi hasta el agotamiento neuronal de *Next Sohee,* operan como registros de esa "violencia que simplemente ocurre". Es una violencia que no necesita permiso porque es, en esencia, el paisaje.

Sin embargo, para que esta estructura se mantenga, requiere de una complicidad con lo invisible, lo que Agustina Vinagre denomina "violencia social encubierta". Aquí, el daño se transmuta en indiferencia y desvalorización, una forma de agresión que, al no ser física, obliga a la mujer a habitar un estado de duda permanente sobre su propio sufrimiento. Vinagre (2019) es tajante al respecto:

La violencia encubierta es la victimización que está sufriendo la mujer asumiendo como algo normalizado un papel en la sociedad que le asigna tareas de cuidado, deberes maternales, estéticos, etc., que de algún modo la someten a la figura masculina; que ha interiorizado, al igual que el hombre, y que puede estar generando una serie de conflictos a nivel emocional, en muchas ocasiones en forma de culpa (p. 173).

En otras palabras, es aquella que no utiliza la fuerza física, sino la desvalorización, el silencio y la indiferencia para anular la identidad de la mujer. Es de anotar que, en el cine asiático analizado, esta anulación se manifiesta en los pasillos de las corporaciones y en el interior de las cocinas domésticas, donde el silencio es el lenguaje oficial de la norma. Normalización del daño que nos conduce, inevitablemente, a lo que Rita Laura Segato define como las *Pedagogías de la crueldad*. Para esta autora, el sistema requiere sujetos cuya sensibilidad haya sido erosionada para poder tratar la vida como una "cosa" mensurable y descartable. Es un adiestramiento minucioso que busca la cosificación. Expresa la pensadora (2018):

Al hablar de la pedagogía de la crueldad no podemos olvidamos de mencionar a los medios masivos de información, con su lección de rapiña, escarnio y ataque a la dignidad ejercitadas sobre el cuerpo de las mujeres. Existe un vínculo estrecho, una identidad común, entre el sujeto que golpea y mata a una mujer y el lente televisivo. También forma parte de ese daño la victimización de las mujeres a manos de los feminicidas como espectáculo televisivo de fin de tarde o de domingos después de misa. Los medios nos deben una explicación sobre por qué no es posible retirar a la mujer de ese lugar de víctima sacrificial, expuesta a la rapiña en su casa, en la calle y en la sala de televisión de cada hogar, donde cada uno de estos feminicidios es reproducido hasta el hartazgo en sus detalles mórbi-dos por una agenda periodística que se ha vuelto ya indefendible e insostenible (p.15).

Parafrasenado a Segato, una pedagogía de la crueldad se refiere a dispositivos y prácticas cotidianas que copsifican la vida, muy especialmente, la de las mujeres. Ptrevalecen ante fenomenos como: la explotación sexual, el feminicidio mismo, como un fgenomeno de insensibilización del dolor ageno, en tanto practica normalizada. Esta pedagogía es necesaria para el capital, que hoy requiere de sujetos que puedan ver cuerpos y territorios como meros objetos de consumo y descarte.

En este escenario, el cine no solo representa; el cine delata. Al observar estas *cartografías del daño*, asistimos a la fabricación de lo que Michel Foucault llamó "cuerpos dóciles". La institución (ya sea el Estado, la familia o la empresa) no busca destruir el cuerpo, sino volverlo útil y obediente a través de una disciplina que conduce a la disociación del cuerpo para llevar al individuo en la sujeción. A la abdicación de su yo.

El cuerpo, al convertirse en blanco para nuevos mecanismos del poder, se ofrece a nuevas formas de saber. Cuerpo del ejercicio, más que de la física especulativa; cuerpo manipulado por la autoridad, más que atravesado por los espíritus animales; cuerpo del encauzamiento útil y no de la mecánica racional, pero en el cual, por esto mismo, se anunciará cierto número de exigencias de naturaleza y de coacciones funcionales (Foucault, 2002, p. 143).

Pero hay un giro contemporáneo en esta maquinaria que el cine coreano reciente, como *Next Sohee*, ha sabido capturar con una crudeza asombrosa. Ya no se trata solo de la disciplina externa de Foucault, sino de la "violencia neuronal" descrita por Byung-Chul Han (2012). Como señala el pensador: "Con el fin de au-

mentar la productividad se sustituye el paradigma disciplinario por el del rendimiento, por el esquema positivo del poder [...] la positividad del poder es mucho más eficiente que la negatividad del deber. El sujeto de rendimiento es más rápido y más productivo" (p. 27). Vemos así, cómo el sujeto, en la sociedad del rendimiento se "autoexplota hasta el colapso". Es una violencia cuyos rasgos, menos visibles, se resisten a la negatividad, a la exclusión, a la amenaza; busca la sobreexplotación con una, mal llamada, mediación de la positividad, la inclusión, a través de la inculcación de patrones de mayor rendimiento.

Por tanto, esta ponencia propone un viaje por estas cinco piezas fílmicas para entender cómo las instituciones contemporáneas, incluso aquellas que creemos lejanas como las de Irán o India, comparten un ADN común con nuestras propias estructuras en la educación superior latinoamericana. El cine se convierte así en nuestro *ensayo de celuloide*, permitiéndonos leer la asfixia sistémica que, bajo la apariencia de progreso o tradición, sigue operando sobre el cuerpo femenino, desgastándolo hasta el umbral de su resistencia.

Metodología: El desmonte de la imagen como acto clínico

Abordar este corpus no supone un ejercicio de observación distanciada, sino una inmersión en las poéticas del desgaste. Para trazar estas *cartografías del daño*, hemos optado por un enfoque cualitativo-analítico que sitúa la imagen cinematográfica en el umbral de los estudios de comunicación y la crítica cultural. No buscamos la película como un dato estadístico o un reflejo pasivo de la realidad, sino como un ensayo visual donde las estructuras de poder se vuelven legibles a través del cuerpo. El cine, en esta investigación, funciona como una prótesis del pensamiento que nos permite acceder a lo que la burocracia institucional intenta cifrar.

La selección de las cuatro piezas, que transitan por las geografías de Irán, Corea del Sur e India, responde a un criterio de afinidad en la asfixia: obras producidas entre 2000 y 2022 que diseccionan la relación de tensión entre el sujeto femenino y la maquinaria del orden. Para este desmonte, nos apoyamos en un trípode teórico-metodológico que permite *hacer hablar* a los silencios del filme.

Primero, la violencia estructural de Galtung, que nos ofrece el mapa de las oportunidades desiguales grabadas en la arquitectura misma del sistema. Segundo, la violencia social encubierta de Vinagre, herramienta vital para identificar esas agresiones de alta frecuencia que, al carecer de marcas físicas, anulan la identidad mediante el silencio. Finalmente, las estructuras elementales de Segato, que nos entregan la clave para entender el género como un mandato de soberanía y una pedagogía de la crueldad.

El procedimiento analítico consistió en un desmontaje de secuencias donde el espacio (la oficina, la cocina, el retén policial) deja de ser fondo para convertirse en actor: una *máquina de normalización* que busca la fabricación de cuerpos dóciles. Siguiendo la premisa de que "El poder viene a deslizarse sobre toda la superficie de contacto entre el cuerpo y el objeto que manipula; los amarra el uno al otro. Constituye un complejo cuerpo-arma, cuerpo-instrumento, cuerpo-máquina" (Foucault, 2002, p. 142); o, en otros términos, cómo el disciplinamiento incrementa la fuerza material pero niega la fuerza política, analizamos la puesta en escena, el encuadre y el ritmo del montaje como evidencias del disciplinamiento. Así, la metodología se convierte en una travesía por los pliegues de la imagen, buscando aquello que el cine nos permite ver cuando la realidad, por su propia saturación, nos impide mirar.

Resultados: Dispositivos de asfixia y cartografías del cuerpo

I. El Estado y la Norma: La vigilancia como arquitectura del silencio

En este primer engranaje de nuestro análisis, nos detenemos en *The Circle* (Irán, 2000) de Jafar Panahi y *A Girl at My Door* (Corea del Sur, 2014) de July Jung. Ambas piezas, aunque distantes en su gramática visual, convergen en la representación del Estado no como una entidad abstracta, sino como una presencia capilar que vigila, clasifica y, finalmente, inmoviliza el cuerpo femenino.

En *The Circle,* la ciudad de Teherán se transforma en una prisión de cielo abierto. La cámara de Panahi persigue a un grupo de mujeres que, tras salir de la cárcel o enfrentar la clandestinidad de un embarazo no deseado, descubren que el espacio público es un laberinto de prohibiciones. Aquí, la institución no necesita muros; se manifiesta en la obligatoriedad del velo, en la imposibilidad de comprar un boleto de autobús sin la tutela masculina o en el humo de un cigarrillo prohibido. Es la encarnación de la disciplina que Foucault (2002) describe como un cuerpo controlado mediante estrictas y coordinadas operaciones. "Un cuerpo disciplinado es el apoyo de un gesto eficaz" (p. 141). La película es un plano secuencia emocional que nos muestra cómo el Estado fabrica sujetos dóciles mediante la sujeción estricta a normas que parecen invisibles pero que pesan como el plomo. El círculo del título no es solo una metáfora narrativa; es la forma geométrica de una vigilancia que no ofrece salida, donde el cuerpo de la mujer, como señala Foucault (2002) está en permanente perfeccionamiento para ser utilizado con el fin de servir al mantenimiento de un orden moral asfixiante.

Por otro lado, en *A Girl at My Door*, la violencia institucional se desplaza hacia la figura de la policía y la mirada de la comunidad rural. Young-nam, una inspectora de policía trasladada, tras un escándalo relacionado con su orientación sexual, se convierte en el cuerpo que vigila y que, a su vez, es vigilado. La institución policial aquí actúa como una *máquina de normalización* que no tolera la disidencia de los afectos. La violencia estructural de Galtung se hace legible en la protección silenciosa que el pueblo brinda a un abusador por ser el motor económico local, frente a la desprotección de una niña y la persecución de la inspectora. Aquí, en la perspectiva de Galtung (2016) el daño ses producto del mismo funcionamiento institucional. La película nos muestra que el uniforme no protege a la mujer, sino que la envuelve en una red de expectativas y castigos donde la identidad debe ser sacrificada en el altar de la obediencia institucional.

II. La Corporación y el Rendimiento: El agotamiento de la vida en la era del call center

En este segundo dispositivo, centramos la mirada en la devastadora *Next Sohee* (2022) de July Jung. Aquí, el cine coreano deja de ser un mero producto de exportación para convertirse en una cartografía de la violencia neuronal y el exceso de positividad. Si en el bloque anterior hablábamos de cuerpos vigilados por el ojo del Estado, aquí nos enfrentamos a cuerpos auto-explotados bajo la égida de la eficacia y la meta inalcanzable; una transición del "deber" foucaultiano al "poder" de la sociedad del rendimiento.

La irrupción de la violencia estructural de Galtung (2016) que se socava la identidad individual en favor de la rentabilidad, en *Next Sohee* el daño alcanza una profundidad metafísica y terminal. Sohee, una estudiante en prácticas en un call center, no sucumbe solo a una presión externa jerárquica, sino a lo que Han (2012) define como la "violencia de la positividad". La institución educativa se constituye en un engranaje perfecto para adiestrarla en el rendimiento absoluto; no hay un látigo visible, hay un monitor que parpadea marcando objetivos y un sistema que le susurra que su valor como ser humano depende de su capacidad para "gestionar el éxito".

Siguiendo la *Contra-Pedagogía de la crueldad* de Segato (2018), la pelí-

cula registra minuciosamente cómo la vitalidad de Sohee es capturada para instalar en su lugar "la quietud y desolación de la "cosa mensurable". La puesta en escena de July Jung es clínica: vemos cómo la danza, que era el espacio de fuga y soberanía de la protagonista, se detiene frente a la saturación de los cascos y las llamadas. Su mirada se apaga no por una prohibición, sino por el agotamiento de un Yo que ya no puede más consigo mismo. Es el retrato más fiel del "síndrome de desgaste ocupacional" que Han sitúa como el mal neuronal de nuestro siglo, donde el cansancio ya no es una pausa reparadora, sino un estado patológico de aislamiento. Al final, el sistema no solo consume su tiempo; consume su potencia de existir, dejándola en el umbral de un vacío que la burocracia académica y laboral se apresura a cifrar como un simple dato estadístico de deserción.

III. El Espacio Doméstico: Anatomía de la tradición y el silencio

Finalmente, arribamos al bloque más íntimo y, quizás por ello, más opresivo: la institución familiar en *The Great Indian Kitchen* (India, 2020) de Jeo Baby. En esta pieza, la cocina deja de ser un espacio de nutrición para revelarse como una maquinaria de repetición, sudor y desecho. La cámara se ensaña en la circularidad de las tareas: lavar, cocinar, servir, limpiar; un bucle infinito que anula cualquier asomo de subjetividad femenina bajo el peso de una tradición que se hereda como una condena.

Aquí, la violencia social encubierta de Vinagre (2019) alcanza su máxima expresión estética. El daño no se manifiesta en el grito, sino en el sonido constante del agua sucia, el roce de los platos y el silencio absoluto de los hombres que habitan la casa como soberanos. La mujer es reducida a una función biológica y doméstica, un "cuerpo dócil" encargado de garantizar la pureza del ritual patriarcal. Como advierte Segato (2018), esta es la pedagogía de la crueldad en su estado más puro: el adiestramiento para que la mujer acepte su propia cosificación. La película nos permite ver, siguiendo a Foucault (2002) cómo la institución doméstica destruye el cuerpo al socavar su poder, convirtiendo la potencia vital de la protagonista en una mera aptitud para el servicio. El estallido final, cargado de una carga simbólica poderosa, no es solo una rebelión, sino el acto de un cuerpo que decide dejar de ser el engranaje invisible de una maquinaria que solo produce desperdicio y olvido.

Discusión y Conclusiones: El cine como espejo de nuestras propias asfixias

Llegados a este punto de la travesía, cabe preguntarnos: ¿por qué mirar hacia las geografías de Irán, India o Corea del Sur para hablar de nuestras propias instituciones? La respuesta no reside en una exótica curiosidad académica, sino en el reconocimiento de que el daño institucional posee una gramática transnacional. Las *cartografías* que hemos trazado revelan que el Estado, la corporación y la familia operan bajo una misma lógica de desgaste, una pedagogía de la crueldad que transmuta la potencia vital en docilidad administrativa.

Al observar el colapso de Sohee en el call center o el encierro circular de las mujeres de Panahi, no asistimos a realidades ajenas, sino a la puesta en escena de mecanismos que resuenan con fuerza en nuestras facultades de comunicación y en el entorno de la educación superior latinoamericana. La academia, a menudo percibida como un espacio de libertad, no está exenta de estas dinámicas. Bajo la apariencia de la "sociedad del rendimiento" que describe Han, los investigadores y estudiantes se ven inmersos en una violencia neuronal donde la métrica sustituye al pensamiento y la gestión de indicadores agota la capacidad de asombro. Como hemos visto en el corpus analizado, cuando la institución prioriza el engranaje sobre el sujeto, el cuerpo es el primero en denunciar el daño a

través del síntoma, el cansancio o la deserción.

El cine asiático contemporáneo nos ofrece, por tanto, un diagnóstico clínico de nuestras propias asfixias. Nos permite ver la *Violencia social encubierta* que Agustina Vinagre identifica en la burocracia que ignora la singularidad de la mujer, y nos obliga a confrontar cómo nuestras propias estructuras elementales de poder (para usar el término de Segato) siguen operando en los pasillos de las universidades. La imagen cinematográfica actúa aquí como un dispositivo de resistencia: al hacer visible lo invisible, al dotar de rostro a la estadística, el cine fractura el bicefalismo entre la teoría y la vida.

En conclusión, estas películas no solo documentan el daño; proponen una ética de la mirada. Nos invitan a desertar de la docilidad impuesta y a reconocer que, frente a las instituciones que "hieren", la primera forma de resistencia es recuperar la soberanía sobre nuestra propia mirada y nuestro propio cuerpo. Si la comunicación ha de ser una herramienta de transformación en AFACOM 2026, debe empezar por denunciar esas cartografías de la asfixia y proponer nuevas poéticas donde la vida, errante e imprevisible, deje de ser tratada como una "cosa" mensurable. El cine nos ha entregado la lente; ahora nos corresponde a nosotros, desde las aulas y los laboratorios de imagen, empezar a desmantelar la maquinaria del desgaste.

Referencias bibliográficas

Fuentes Teóricas

• Foucault, M. (2002). Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión. Siglo XXI Editores.

• Galtung, J. (2016). La violencia: cultural, estructural y directa. En La violencia: cultural, estructural y directa (pp. 7-16). Dialnet.

• Han, B.-C. (2012). La sociedad del cansancio. Herder Editorial.

• Segato, R. L. (2003). Las estructuras elementales de la violencia: Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos. Universidad Nacional de Quilmes.

• Segato, R. L. (2016). La guerra contra las mujeres. Traficantes de Sueños.

• Segato, R. L. (2018). Contra-pedagogías de la crueldad. Prometeo Libros.

• Vinagre González, A. M. (2019). Violencia social encubierta hacia la mujer y su repercusión en la salud [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM.

Corpus Fílmico

• Baby, J. (Dir.). (2020). *The Great Indian Kitchen* [Película]. Mankind Despatch.

• Jung, J. (Dir.). (2014). *A Girl at My Door* [Película]. Pinehouse Film.

• Jung, J. (Dir.). (2022). *Next Sohee* [Película]. Twinplus Partners.

• Panahi, J. (Dir.). (2000). *The Circle* [Película]. Jafar Panahi Film Productions.

EECOS: EXPERIENCIAS COMUNICATIVAS QUE INSPIRAN Y GENERAN TRANSFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD

Fredy de Jesus Mojica González
Comunicador Social, Especialista en comunicación y periodismo digital, Magíster en administración de organizaciones
Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD,
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH,
Programa comunicación Social.
fredy.mojica@unad.edu.co

Iliana Maritza Aparicio González
Comunicadora Social, Magíster en comunicación estratégica con especialización en Educación Superior a Distancia
Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Programa comunicación Social.
iliana.aparicio@unad.edu.co

Diego Alejandro Arciniegas Aulestia
Comunicador Social, Especialista en Educación, cultura y política y Magíster en Comunicación Estratégica.
Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Programa comunicación Social
diego.arciniegas@unad.edu.co

Brenda Vanessa Alegría Triviño
Comunicadora Social. Especialista en Comunicación y Periodismo Digital, Magister en Comunicación y periodismo
Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH
Programa comunicación Social
Brenda.alegria@unad.edu.co

Luis Guillermo Monsalve Jiménez
Comunicador Social, Especialista en Pedagogía de la Lúdica y el Desarrollo Cultural y Magíster en Desarrollo Educativo y Social
Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH
Programa comunicación Social
Luis.monsalve@unad.edu.co

Resumen

EECOS (Encuentros y Experiencias en Comunicación y Sociedad) es una iniciativa académica y pedagógica lanzada en 2015 por el programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), que busca vincular la academia con las experiencias del campo profesional de la comunicación. Desde 2018, la estrategia ha sido integrada al curso de primera matrícula, para familiarizar a los nuevos estudiantes con el programa y con el núcleo problémico de la "comunicación transformadora".

La pertinencia de EECOS radica en su capacidad para abordar la Comunicación Transformadora como un enfoque que concibe la comunicación desde una postura crítica y dinámica como un proceso anclado a las realidades sociales y culturales, con las personas, las culturas y los territorios como ejes fundamentales. EECOS alinea al comunicador social no solo como un emisor de mensajes, sino como un agente de cambio con capacidad para diagnosticar y movilizar a las comunidades hacia un desarrollo sostenible, reflejando la misión solidaria de la UNAD.

La estrategia se basa en tres ejes fundamentales: la educación para la comunicación, que promueve la comprensión de su rol como derecho y agente de transformación; la investigación formativa, que impulsa la generación de conocimiento y el pensamiento crítico; y el interaprendizaje, que prioriza la construcción colectiva del conocimiento entre pares, tutores y expertos. Metodológicamente, EECOS se sostiene en el concepto de aprendizaje experiencial, donde el conocimiento se crea a través de la transformación de experiencias. Los encuentros no son meras conferencias, sino espacios interactivos donde la socialización de experiencias de egresados, expertos y docentes en conversatorios y talleres permite a los estudiantes de primera matrícula y avanzados reflexionar sobre su rol, cuestionar su formación, y contrastar la teoría con la realidad del campo laboral, desarrollando un espíritu crítico.

El impacto de EECOS es significativo en la retención y permanencia de los estudiantes, un desafío crucial en la educación a distancia. Al proveer un espacio de encuentro regular, la estrategia logra humanizar el entorno virtual y hace que los estudiantes, dispersos geográficamente, se sientan parte de una comunidad. Desde 2020 hasta el periodo 16-2 de 2025, se han realizado 25 encuentros, con 25 graduados talleristas y 2287 asistentes en vivo. La adopción de tecnologías, como el canal de YouTube de la UNAD desde 2020, ha ampliado su alcance, permitiendo el acceso asincrónico y democratizando el conocimiento, con 5943 visualizaciones y 490 likes desde 2023.

En 2023, EECOS recibió el reconocimiento de buena práctica organizacional por el Sistema Integrado de Gestión – SIG. EECOS se consolida como un modelo de innovación pedagógica y una buena práctica que utiliza la tecnología para humanizar la educación y fortalecer los lazos comunitarios, garantizando que los comunicadores de la UNAD respondan a las demandas del entorno laboral y social colombiano.

Palabras clave

Educación virtual, comunicación transformadora, aprendizaje experiencial, EECOS, UNAD.

Abstract

EECOS (Encounters and Experiences in Communication and Society) is an academic and pedagogical initiative launched in 2015 by the Social Communication program at the National Open and Distance University (UNAD). It seeks to connect academia with the professional field of communication. Since 2018, this strategy has been integrated into the introductory course to familiarize new students with the program and the core issue of "transformative communication."

The relevance of EECOS lies in its ability to address Transformative Communication as an approach that conceives of communication from a critical and dynamic perspective, as a process anchored in social and cultural realities, with people, cultures, and territories as fundamental axes. EECOS aligns the social communicator not only as a message sender but also as an agent of change capable of diagnosing and mobilizing communities toward sustainable development, reflecting UNAD's mission of solidarity.

The strategy is based on three fundamental pillars: education for communication, which promotes an understanding of its role as a right and an agent of transformation; formative research, which fosters knowledge generation and critical thinking; and peer learning, which prioritizes the collective construction of knowledge among peers, tutors, and experts. Methodologically, EECOS is grounded in the concept of experiential learning, where knowledge is created through the transformation of experiences. The meetings are not mere lectures, but interactive spaces where the sharing of experiences among graduates, experts, and faculty in discussions and workshops allows first-year and advanced students to reflect on their role, question their training, and compare theory with the realities of the workplace, developing a critical spirit.

The impact of EECOS is significant in student retention and engagement, a crucial challenge in distance education. By providing a space for regular interaction, the strategy humanizes the virtual environment and makes geographically dispersed students feel part of a community. From 2020 through the 16-2 period of 2025, 25 workshops have been held, with 25 graduate facilitators and 2,287 live attendees. The adoption of technologies, such as the UNAD YouTube channel launched in 2020, has broadened its reach, enabling asynchronous access and democratizing knowledge, with 5,943 views and 490 likes since 2023.

In 2023, EECOS received recognition as a best organizational practice from the Integrated Management

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

System (SIG). EECOS is consolidating itself as a model of pedagogical innovation and a best practice that uses technology to humanize education and strengthen community ties, ensuring that UNAD communicators respond to the demands of the Colombian work and social environment.

Keywords

Virtual education, transformative communication, experiential learning, EECOS, UNAD.

Introducción

En la actualidad, las instituciones de educación superior se enfrentan al reto de formar profesionales que no solo dominen la teoría de sus disciplinas, sino que también desarrollen resultados de aprendizaje y competencias necesarias para interactuar y transformar su entorno social. En este contexto, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), líder en la modalidad virtual y a distancia en Colombia, ha implementado iniciativas que demuestran su compromiso con la innovación y la calidad académica. Una de estas iniciativas más significativas es la estrategia EECOS, cuyo propósito central es vincular la academia con las experiencias del campo profesional de la comunicación.

Desde su concepción en año 2015, los Encuentros y Experiencias en Comunicación y Sociedad (EECOS) se han consolidado como un pilar fundamental del programa de Comunicación Social de la UNAD. La estrategia busca acercar la teoría a la práctica, donde se ofrezca a los estudiantes de primera matrícula, así como a aquellos que ya están avanzados en su proceso académico, un espacio para interactuar directamente con egresados, docentes y profesionales de la comunicación con amplia trayectoria. Este enfoque, que se ha fortalecido con el uso de plataformas como YouTube para ampliar su alcance, ha demostrado ser un motor para el fomento de la vida académica y el fortalecimiento de la identidad de los estudiantes con el Proyecto Educativo del Programa.

La pertinencia de EECOS radica en su capacidad para abordar el núcleo problémico del programa de Comunicación Social de la UNAD: la Comunicación Transformadora. A través de una metodología basada en talleres teórico-prácticos, conversatorios y la socialización de experiencias, la estrategia invita a los estudiantes a reflexionar sobre el papel que tienen como agentes de cambio social. De esta manera, EECOS se alinea con la visión de la UNAD, un modelo de liderazgo en la educación incluyente que busca formar profesionales que no solo dominen su disciplina, sino que también estén comprometidos con la equidad y el desarrollo de sus comunidades.

Fundamentos Teóricos: Aprendizaje Experiencial y Comunicación Transformadora

La estrategia EECOS se sostiene principalmente en el concepto de aprendizaje experiencial, una metodología que ubica al estudiante en el centro del proceso formativo, lo que fomenta una participación activa y reflexiva.

Como lo define Kolb (1984), el aprendizaje experiencial es "el proceso mediante el cual el conocimiento se crea a través de la transformación de experiencias. El conocimiento resulta de la combinación entre comprender y transformar una experiencia" (p. 41). Esta perspectiva se alinea con la visión de la UNAD de formar estudiantes autónomos, capaces de asumir la responsabilidad de su propio aprendizaje y de transferir el conocimiento adquirido a diversos contextos.

La comunicación transformadora está enfocada desde la formación de comunicadores con la capacidad de gestionar estrategias que den respuesta a las problemáticas sociales, económicas, culturales, entre otras, lo que lleva a comprender el valor y los

retos frente al uso de estas nuevas técnicas de comunicación. Así mismo, la adopción en el uso de lenguajes y de nuevos códigos, como lo manifiesta Jesús Martín Barbero (2003), quien plantea unas competencias básicas para un comunicador social integral contemporáneo, de acuerdo con la era de la comunicación digital y las nuevas tecnologías. Entre ellas, la competencia histórica, que se propone rescatar los lazos de tecnología, formatos, narrativas y géneros, sin olvidar las construcciones culturales propias de cada región.

De acuerdo con el Programa de Comunicación Social, & Maestría en Comunicación (2025), la comunicación transformadora, se concibe como:

> **"[…] un enfoque teórico-práctico que, desde una postura crítica y dinámica, concibe la comunicación como un proceso situado y anclado a las realidades sociales y culturales de los pueblos y las comunidades. Esta perspectiva ubica en el centro a las personas, las culturas y los territorios como ejes fundamentales para la gestión de la comunicación, respondiendo a necesidades específicas y reconociendo los saberes y prácticas propias en la construcción de sentidos" (p. 1).**

De esta manera, la comunicación transformadora, propuesta en el programa de Comunicación Social de la UNAD se vincula con perspectivas académicas como el pensamiento comunicacional latinoamericano, desde su estrecha relación con la cultura y el cambio social; así mismo, involucra una dimensión ético-política, al considerar la comunicación como un proceso que además de promover la construcción de sentidos colectivos, es un espacio de mediación pedagógica, social, política y cultural que promueve transformaciones que fortalecen el tejido social y la participación ciudadana.

La aplicación de esta metodología en EECOS se manifiesta de diversas maneras. Los encuentros no son meras conferencias, sino espacios interactivos donde las experiencias de vida y profesionales de los invitados se convierten en el insumo principal.

El estudiante, al escuchar y participar en conversatorios y talleres, no solo adquiere información, sino que tiene la oportunidad de reflexionar sobre su propia formación, de cuestionar su rol futuro como comunicador social y de contrastar la teoría con la realidad del campo laboral. Esta inmersión en experiencias de la vida real contribuye al desarrollo del espíritu crítico y prepara al estudiante para situaciones profesionales, un aspecto que Fernández (2006) considera esencial para lograr un aprendizaje más profundo y duradero.

Además del aprendizaje experiencial, EECOS se articula en torno a tres ejes fundamentales que le otorgan su carácter integral: la educación para la comunicación, la investigación formativa y el interaprendizaje. La educación para la comunicación va más allá de enseñar técnicas y herramientas; busca que el estudiante comprenda el rol de la comunicación como un derecho y como un agente de transformación social. La investigación formativa promueve la curiosidad y la capacidad de indagar y generar conocimiento, elementos clave para un profesional que debe analizar y abordar problemas complejos en su entorno. Finalmente, el interaprendizaje, un concepto que la UNAD ha priorizado, resalta la importancia de la construcción colectiva del conocimiento entre pares, tutores y expertos, lo que consolida una red de apoyo y colaboración que enriquece el proceso educativo.

Todos estos pilares convergen en el núcleo problémico del programa: la Comunicación Transformadora. Este concepto, que es el centro gravitacional de la estrategia EECOS, define al comunicador social no solo como un mero emisor de mensajes, sino como un agente de cambio, un profesional con la capacidad de diagnosticar problemáticas sociales, proponer soluciones comunicativas pertinentes y movilizar a las comunidades hacia un desarrollo sostenible. La UNAD, a través de su modelo solidario y su visión de UNAD 5.0, busca que sus estudiantes se apropien de

este rol, y EECOS es el escenario idóneo donde esta filosofía pedagógica se lleva a la práctica.

Metodología

La metodología de EECOS se basa en la realización de una variedad de actividades que incluyen conversatorios, talleres, socialización de experiencias significativas y encuentros con egresados, expertos y docentes. Estas actividades no solo se centran en el desarrollo de habilidades profesionales, como lo demuestran eventos sobre "Periodismo de investigación" o "El showrunner en la narrativa audiovisual", sino que también promueven la reflexión crítica sobre temas de relevancia social como la desinformación en la era digital. La elección de los ponentes y las temáticas está diseñada para enriquecer la perspectiva de los estudiantes y conectarlos con la realidad del ejercicio profesional, un aspecto fundamental para la UNAD.

La estrategia se ha beneficiado enormemente de la adopción de tecnologías de la información y la comunicación. Desde 2020, EECOS ha fortalecido su alcance y divulgación a través del uso del canal de YouTube. Esta plataforma ha permitido que los encuentros sean accesibles para un público más amplio, incluyendo estudiantes, egresados y la comunidad en general, sin importar su ubicación geográfica. El acceso asincrónico a las grabaciones en YouTube no solo democratiza el conocimiento, sino que también convierte cada evento en un recurso educativo permanente, lo que refuerza los objetivos de aprendizaje y fortalece la sostenibilidad de la práctica. La sostenibilidad de EECOS está garantizada, ya que se realiza con recursos propios de la UNAD, como su canal de YouTube, la plataforma Zoom y el talento humano de la universidad.

EECOS como Estrategia de Retención y Permanencia en la Educación a Distancia

Uno de los mayores retos de la educación superior en modalidad a distancia es lograr y mantener la conexión emocional y académica de los estudiantes con su programa de estudio y con la institución. La estrategia EECOS fue diseñada precisamente para contrarrestar este fenómeno, lo que la convierte en una "estrategia de vida académica y universitaria" que busca fortalecer la retención y permanencia de los estudiantes matriculados.

La clave del éxito de EECOS en este ámbito radica en su capacidad para humanizar el entorno virtual. Al proporcionar un espacio de encuentro regular, la estrategia permite que los estudiantes, que a menudo se encuentran dispersos geográficamente, se sientan parte de una comunidad. La interacción con egresados, que son el "producto" del programa, les ofrece un sentido de identidad y propósito. Estos encuentros actúan como un espejo donde los nuevos estudiantes pueden proyectar su futuro profesional, viendo en los egresados un ejemplo tangible de éxito y pertinencia. Este sentido de pertenencia y la motivación intrínseca que genera son factores cruciales para reducir la deserción y fortalecer el compromiso con el proceso formativo.

Adicionalmente, EECOS aborda de manera directa las dudas e inquietudes de los estudiantes, especialmente aquellos de primera matrícula. Los conversatorios y talleres les ofrecen un espacio seguro para hacer preguntas, recibir orientación de expertos y socializar con sus pares. Esta interacción directa, aunque mediada por la tecnología, construye lazos de confianza y crea una red de apoyo que es vital para la adaptación y el éxito académico.

Implementación y Pertinencia de la Estrategia EECOS en la Práctica Académica

La efectividad de la estrategia EECOS reside en su cuidadosa y sistemática implementación, la cual ha evolucionado desde su inicio en 2015 para adaptarse a las dinámicas de la

educación a distancia y a las necesidades de los estudiantes. Aunque la estrategia es una iniciativa propia del programa de Comunicación Social de la UNAD y no ha sido replicada por otras unidades, su modelo de gestión y su impacto la convierten en un referente de buena práctica institucional.

Desde 2018, EECOS se ha articulado de forma estratégica con el curso de primera matrícula y los espacios de B-learning, lo que garantiza un primer contacto significativo de los estudiantes de nuevo ingreso con la comunidad académica y el núcleo problémico de su programa. Esta integración temprana es crucial para orientar al estudiante y brindarle un sentido de dirección y pertenencia, lo que facilita la adaptación al modelo de educación a distancia.

La estrategia EECOS no puede entenderse plenamente sin su articulación con la visión y el plan de desarrollo institucional de la UNAD. La universidad, bajo el liderazgo del Dr. Jaime Alberto Leal Afanador, se ha posicionado como un referente en educación a distancia y virtual, comprometida con la inclusión y la transformación social a través de su modelo el cual busca formar profesionales con un fuerte sentido ético, social y de innovación.

EECOS materializa esta visión en el programa de Comunicación Social al enfocarse en la "comunicación transformadora" como su eje central. La universidad entiende que la educación debe ser un vehículo para la transformación social, y la comunicación, en este sentido, es un proceso poderoso para diagnosticar, visibilizar y abordar las problemáticas que aquejan a las comunidades. La estrategia EECOS, al llevar las experiencias profesionales al aula virtual, promueve una formación que va más allá de la adquisición de saberes técnicos, lo que fomenta en el estudiante una conciencia sobre su rol como agente de cambio. Los encuentros, al abordar temas de gran pertinencia social y al involucrar a profesionales que generan un impacto en sus comunidades, demuestran cómo la comunicación es un motor para el desarrollo local y regional.

De esta manera, EECOS no es solo una estrategia pedagógica; es un reflejo de la misión solidaria de la UNAD. Al fortalecer la interacción entre estudiantes, egresados y el sector productivo, la estrategia contribuye a la pertinencia de la oferta educativa, esto garantiza que los comunicadores formados en la UNAD responden de manera efectiva a las demandas del entorno laboral y social colombiano. Los objetivos de EECOS de fortalecer la retención y visibilizar el programa se alinean para consolidar un modelo de liderazgo en la educación incluyente y de calidad, esto demuestra que la innovación pedagógica y el compromiso social son dos caras de la misma moneda.

Impacto Académico y Social: Resultados y Desafíos

La implementación de la estrategia EECOS ha generado un impacto palpable tanto en el ámbito académico como en el social. Uno de los indicadores más significativos es el fortalecimiento de los niveles de retención y permanencia de los estudiantes, especialmente aquellos de primera matrícula. Al integrar EECOS al curso de primera matrícula en año 2018, el programa ha logrado crear un puente entre el estudiante nuevo y el quehacer profesional, lo que disminuye la incertidumbre y brinda un propósito claro a su formación. El acceso a las experiencias de egresados y profesionales que han transitado el mismo camino fomenta la motivación y la resiliencia, factores esenciales para el éxito en la educación a distancia.

Desde el punto de vista académico, EECOS ha impulsado la investigación formativa y la apropiación de conceptos clave como la "Comunicación Transformadora". Los encuentros, al abordar temáticas relevantes y actuales, incitan al estudiante a cuestionar su rol, a reflexionar sobre problemáticas sociales y a desarrollar un pensamiento crítico. La socialización de experiencias significativas y la interacción con expertos amplían la perspectiva del estudiante, conectándolo con las realidades del

sector laboral y con las tendencias emergentes en la disciplina. En este sentido, la estrategia contribuye a la formación de profesionales competentes y con una visión holística de su campo de acción, capaces de adaptarse a un mundo en constante cambio.

Resultados cuantitativos

Desde año 2020 al periodo 16 2 del año 2025, se han realizado 25 encuentros con la participación de 25 graduados talleristas y 2287 asistentes en vivo. Desde el año 2023 con la utilización del canal de Youtube se han logrado 5943 visualizaciones y 490 likes.

Tabla Eventos EECOS asistentes y visualizaciones 2020-2025

Año	Tema/ participación egresada(o) como tallerista	Asistentes y/o Visualizaciones
2020	Laboratorio de paz, una propuesta comunicativa e innovadora. Egresado: Harold Hernán Ocaña	159
	Retos del comunicador en el mundo digital Egresado: Javier Sneider Bautista	174
	Técnicas básicas para edición de audio. Egresado: Harold Pérez	98
	Radio y Podcast, De los Babyboomers a la generación Z Egresado: Alejandro Diaz	91
	Responsabilidad de la Comunicación en la educación sexual. Egresada: Elizabeth Torres García	54
	Comunicación audiovisual: nuevas narrativas desde los territorios. Egresado: Alejandro Fetecua Bernal	68
2021	Papel del comunicador en medios impresos y su transición a lo digital. Egresado: Harvey Yecid Medina.	89
	Retos de la narración en el periodismo investigativo Egresado Yeiver Rivera	62
	Retos de la comunicación organizacional en contextos públicos Egresada Adriana Gutiérrez	103
	¿Cómo crear narrativas multimedia? Egresada María Camila Cano	113
	Pasos que narran historias Egresado Wilson Charry	37
2022	Gestión de la comunicación: Viaje en una Locomotora de Experiencias Comunicativas Egresado Juan Ignacio Rosero	86
	Comunicación transformadora con herramientas Coaching Egresada Nathalia Zarama	130
	Redexcaliburg: Una propuesta de transformación educomunicativa Egresado Gustavo Adolfo Paredes Rico	20
	Media Target: Estrategias de Comunicación y Marketing – Descomunicación: Claves del Fracaso Egresado Julio Cesar Mendoza	105
	¿Cómo superar los retos y desafíos de la educación virtual? Egresada María Alejandra Vásquez	65
2023	Taller: Periodismo independiente: Narrativas ambientales desde las regiones Egresada María Camila Cano	65 participantes 64 Likes 1021 visualizaciones
	396 horas para contar una historia: El Show Runner de en la narrativa audiovisual Egresado Duberney Castaño https://www.youtube.com/watch?v=I9NTRrVvE5I	180 asistentes 146 likes 1166 Visualizaciones
	ComunicArte: taller de comunicación creativa Egresada Alejandra Correa Giraldo https://www.youtube.com/live/LZlRLhZGwIg	713 visualizaciones
	Tips para crear y posicionar u proyecto digital Egresado Fredy Mojica y Brenda Alegría https://www.youtube.com/watch?v=yjFhGFQykQs	32 asistentes 38 Likes 497 visualizaciones

2024	Taller Mujer periodismo y Resiliencia Egresada María Teresa Jaramillo https://www.youtube.com/watch?v=SQAzcGX0VIE	62 registros Likes 51 Visualizaciones 960
	Comunicación e investigación desde la transformación Egresada Camila Andrea Bohórquez Aunta https://www.youtube.com/watch?v=2l8p7gGXAb4	98 registros Likes 40 Visualizaciones 455
	Taller de expresión y oratoria: El poder de la comunicación Egresado Diego Fernando Lozano Arias https://www.youtube.com/watch?v=LZlRLhZGwIg	82 registros Likes 88 Visualizaciones 1900
	Voces y Relatos: Explorando el periodismo narrativo Egresado Ricardo Alberto Bedoya Orjuela https://www.youtube.com/watch?v=32c7VGhRLIc&t=27s	41 registros Likes 32 Visualizaciones 557
2025	Innovar para Informar: Estrategias Creativas en Tiempos de Desinformación Egresado Jorge Enrique Nítola Correa https://www.youtube.com/watch?v=XDXwJI9zuuo&t=5s	100 registros Likes 55 Visualizaciones 682
	Del dato al relato: Periodismo económico Egresado Carlos Grosso https://www.youtube.com/watch?v=IdrNTXTrJiA&t=174s	60 registros Likes 39 Visualizaciones 397

Fuente: Programa de Comunicación Social. UNAD, 2025.

El impacto social de EECOS es igualmente notable. La estrategia se alinea con el principio de la Misión Unadista Solidaria, al promover una comunicación que busca el beneficio de las comunidades. Los encuentros no solo visibilizan experiencias exitosas de egresados y docentes, sino que también actúan como una ventana para mostrar cómo la comunicación puede ser una herramienta para el cambio social y el desarrollo regional.

A pesar de sus logros, la estrategia enfrenta desafíos hacia el futuro, siendo el principal "incrementar los niveles de Retención Y Permanencia". Para ello, es fundamental seguir evolucionando y adaptándose a las necesidades cambiantes de los estudiantes.

Buena práctica organizacional



Imagen 1: Buena práctica organizacional

En el año 2023 la estrategia EECOS recibe reconocimiento como buena práctica organizacional, por parte del Sistema Integrado de Gestión – SIG.

Conclusiones y Proyecciones

La estrategia EECOS se ha consolidado como un modelo de innovación pedagógica en la educación superior a distancia. A través de su enfoque en el aprendizaje experiencial, ha logrado conectar de manera efectiva la teoría con la práctica, lo que fortalece la pertinencia del programa de Comunicación Social de la UNAD y el sentido de identidad de sus estudiantes. EECOS no es simplemente una serie de eventos; es un ecosistema académico que promueve la vida académica y universitaria, la investigación formativa y la comunicación transformadora, un concepto que define el rol del comunicador social como un agente de cambio.

En un contexto donde la educación a distancia enfrenta desafíos de retención y permanencia, EECOS se presenta como una buena práctica que aborda estas problemáticas de forma proactiva y efectiva. La estrategia demuestra que la interacción y la construcción colectiva de conocimiento son esenciales para el éxito en la virtualidad, y que la tecnología puede ser un aliado para humanizar la educación y fortalecer los lazos comunitarios.

Finalmente, las proyecciones fu-

turas de EECOS se enfocan en incrementar sus niveles de impacto y ampliar su alcance. Los retos que se plantean, como la necesidad de mejorar la retención, son oportunidades para evolucionar y demostrar que una educación superior de calidad y con pertinencia social es posible, incluso a gran escala y en un contexto de educación a distancia e hibrida.

El programa de Comunicación social de la UNAD tiene acreditación de alta calidad, esto le exige gestionar estrategias de impacto en el que se incluyan los diferentes estamentos: estudiantes, docentes, egresados, sector productivo, lo que permite un diálogo constante de saberes que le posibilita al programa reformular nuevas proyecciones a partir de los cambios en los procesos de formación para la disciplina, como también el entender las dinámicas del actual estado laboral de la profesión.

Referencias Bibliográficas

Fernández, A. (2006). Métodos de enseñanza que implican la participación directa del estudiante.

Kolb, D. (1984). Aprendizaje experiencial: experiencia como fuente de aprendizaje y desarrollo. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Martín-Barbero, J. (2003). Entre saberes desechables y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación. Bogotá, Colombia: Editorial Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Programa de Comunicación Social, & Maestría en Comunicación. (2025). Editorial: Gestión para la comunicación transformadora. Desbordes, 14(1). https://doi.org/10.22490/25394150.10552

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2023). Plan de Desarrollo Docenal 2023-2034 UNAD 5.0.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2011). Proyecto Académico Pedagógico Solidario 3.0 (PAPS). UNAD. Recuperado de https://academia.unad.edu.co/images/pap-solidario/PAP%20solidario%20v3.pdf

LA MIRADA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESDE LAS GEOPOÉTICAS EN LA FRONTERA COLOMBIA – ECUADOR

Mauricio Vera Sánchez, Ph.D
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
mauricio.vera@crcom.gov.co

Nohra Novoa Vargas, Mg
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
nohra.novoa@unad.edu.co

Juan Fernando Dávila Ortiz, Mg
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Juanf.davila@unad.edu.co

Javier Rodrizales, Ph.D.
Universidad de Nariño
rodrizales@gmail.com

Abstrac

As an evolution of the research on urban imaginaries, developed in several cities in America and Europe by Professor Armando Silva at the end of the 20th century and beginning of the 21st, the aim is not only to give continuity to the knowledge about urban phenomena and ways of being in contemporary times, but also to delve deeper into the intrinsic relationships between collective perception, the citizen perspective in the use of the city (in this particular case of the border cities of Ipiales, Colombia, and Tulcán, Ecuador), the emergence of new urban mentalities and affective spaces, as well as the configuration of the imaginaries that emerge from the media, in which Latin communities recognize themselves as fellow citizens in the midst of such diverse worlds that are grouped, most of the time, in a homogenizing way, in what is called Latin American culture. The project analyzes how different perceptions of the Colombia-Ecuador border are constructed in their cultural, economic, urban, social, political and media relations, in such a way that the border can be mapped from their imaginaries, from how the border population, the inhabitants of the border cities, assume the existence of an international border as an imaginary projection. Methodologically, the project is based on citizen perceptions, border discourses and stories, urban legends, founding myths, historical events, photographic resources, visual documents, historical documents, newspaper archives, media stories and fundamentally, artistic expressions and manifestations, which serve to better understand how border imaginaries are created and recreated. It is about asking and asking the inhabitants how they perceive and live the border. It is about looking between 'the two sides' for the points of encounter and disagreement, of union and separation, of coexistence and dispute, of life and death between those who inhabit or cross the border. In this sense, the study explains how this binational interstice that we call the border is created on a daily basis by the citizen's feelings, the geography of affections, memories and collective imaginations that are installed by the media and that motivate those who live on both sides, both in Tulcán and Ipiales, to build a common territory to inhabit, different from that of their countries, that is, to aestheticize it beyond the geometric and geopolitical limits of separation, control and sovereignty that both countries exercise over a territory that was once one.

Keywords

Communication, memory, imaginaries, media, border, Colombia-Ecuador

Introducción

La investigación se enmarca en el macroproyecto internacional de-

nominado Ciudades y comunidades imaginadas latinas en la era digital, liderado por el destacado académico colombiano Armando Silva, y auspiciado por FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales), de las sedes de Argentina -a través del Laboratorio Cultura y Desarrollo- y Ecuador, así como por el Instituto de estudios en comunicación y cultura IECO, adscrito a la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá.

Como evolución de la investigación sobre imaginarios urbanos, desarrollada en varias ciudades de América y Europa por el mismo profesor Armando Silva a finales del siglo 20 y principios del 21, se busca no solo dar continuidad al conocimiento sobre los fenómenos y modos de ser urbanos en la contemporaneidad, sino profundizar en las relaciones intrínsecas entre la percepción colectiva, la perspectiva ciudadana en el uso de la ciudad (en este caso en particular de las ciudades fronterizas de Ipiales, Colombia, y Tulcán, Ecuador) y la emergencia de nuevas mentalidades urbanas y espacios afectivos en los cuales las comunidades latinas se re-conocen como conciudadanas en medio de mundos tan diversos que se agrupan, la mayor de las veces de manera homogeneizante, en eso que se denomina cultura latinoamericana.

Se analiza cómo se construyen las diferentes percepciones sobre la frontera de Colombia con Ecuador, de manera específica en las ciudades de Ipiales y Tulcán, en sus relaciones culturales, económicas, urbanas, sociales, políticas y mediáticas, de tal manera que se pueda mapear la frontera desde sus imaginarios, de cómo la población fronteriza, los habitantes de las ciudades de frontera, asumen como proyección imaginaria la existencia de una frontera internacional.

El corpus de análisis está doblemente compuesto: ciudadanos de ambas ciudades que respondieron 109 encuestas, y por los medios de comunicación locales Radio Ipiales e Ipisur en Colombia y Nortvisión e Impacto Fronterizo en el Ecuador; a su vez, se rastrearon publicaciones a nivel de la web desde diferentes instituciones de carácter nacional, como la Cancillería de la República de Colombia y el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

La metodología que se propone es de carácter cualitativo mixto, pues el proyecto se presenta desde las percepciones ciudadanas, que se obtienen en la aplicación de un instrumento que define los modos de construcción de un pensamiento social y así conocer mejor cómo se crean y recrean los imaginarios de frontera, percepciones articuladas con los contenidos de los medios de comunicación como fuentes de construcción de imaginarios, así como el análisis del contenido de los medios en términos cuantitativos y cualitativos.

Como hallazgos relevantes se destaca que la articulación entre la percepción ciudadana y los contenidos de los medios de comunicación tienen un punto de encuentro en cuanto a los emblemas o representaciones sociales de alta concentración simbólica como lo son El Santuario de Las Lajas, La Virgen de Las Lajas y la música de trios, con otros elementos menos significativos pero de importancia para los habitantes de frontera como sus relaciones culturales, urbanas, sociales y políticas que se asumen como proyección imaginaria la existencia de unen el a frontera internacional, vista desde los medios de comunicación.

Enfoque y metodología

El corpus de análisis está compuesto por los medios de comunicación locales específicamente Radio Ipiales e Ipisur en Colombia y Nortvisión e Impacto Fronterizo en el Ecuador; a su vez, se rastrearon publicaciones a nivel de la web desde diferentes instituciones de carácter nacional, como la Cancillería de la República de Colombia y el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

El estudio realiza una exploración de los medios de comunicación locales y nacionales de las ciudades de Ipiales en Colombia y Tulcán en Ecuador para identificar, mediante el análisis de contenido, junto con encuestas aplicadas a los ciudadanos fronterizos, los imaginarios de frontera desde el reconocimiento de los emblemas comunes, dentro de las categorías como frontera, ciudadanos, otredades e intersticios.

El paradigma de investigación se aborda desde el análisis e interpretación cercano a lo que desde la práctica filosófica contemporánea se reconoce como trabajo hermenéutico, es decir que se pregunta por el sentido, la experiencia y la otredad, y que tiene como eje epistémico las percepciones como elementos constitutivos de la condición humana.

El enfoque es de tipo cualitativo mixto, el cual pretende incluir la producción y procesos de colectivos articulados con los contenidos de los medios de comunicación que operan en ambas ciudades y que serán ubicados durante el despliegue del trabajo in situ, y cuyo trabajo se perfile a construir, presentar, hacer sentir el objeto frontera en la perspectiva de lugar del intersticio, instalando de la misma manera nociones plurales de concepción del territorio, de ejercicios de memoriación y transmisión cultural, así como despliegues de formas variadas de inscripción afectiva con los otros.

"(…) El objetivo final se dirige a captar esa frontera subjetiva que llevan en sus mentes y en sus modos de vida los ciudadanos, tratando de comprender y evidenciar memorias colectivas sobre temas urbanos tales como acontecimientos locales, personajes y mitos, escalas de olores y colores que identifican y segmentan sus ciudades, fabulaciones (historias, leyendas, rumores) que las narran, en fin, construcciones imaginarias que de cada ciudad hacen las distintas creaciones de ficción en los tan variados géneros de las narraciones urbanas. (…)" (Silva 2021).

El universo está determinado para la aplicación de los formularios de imaginarios en la frontera Colombia-Ecuador, ciudades de Ipiales-Tulcán, cuya población sumada es de 192 mil habitantes aproximadamente, fue de 109 formularios, los cuales están divididos proporcionalmente por rango de edad y auto-identificación étnica indígena. (Ver Tablas 1 y 2).

Tabla 1

Discriminación de Encuestas para Habitantes de Ipiales

Ciudad	Número de encuestas Totales	Número de encuestas	Número de encuestas Nivel socioeconómico / Autoidentificación étnica (indígenas)
Ipiales	55		
Mujeres	28		
Hombres	27		
Rango de edad			
Mujeres	18 – 24 años	3	2
	25 – 45 años	7	4
	45 – 65 años	5	3
	66 - más	3	1
Hombres	18 – 24 años	3	2
	25 – 45 años	7	4
	45 – 65 años	5	3
	66 - más	2	1
Total		35	20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Discriminación de Encuestas para Habitantes de Tulcán

Ciudad	Número de encuestas Totales	Número de encuestas	Nivel socioeconómico / Autoidentificación étnica (indígenas)
Tulcán	45		
Mujeres	23		
Hombres	22		
Rango de edad			
Mujeres	18 – 24 años	5	1
	25 – 45 años	8	2
	45 – 65 años	4	1
	66 - más	1	1
Hombres	18 – 24 años	4	1
	25 – 45 años	7	2
	45 – 65 años	5	1
	66 - más	1	1
Total		35	10

Fuente: Elaboración propia

Medios de Comunicación

Con la totalidad de encuestas realizadas para cada una de las ciudades fronterizas, se define las categorías de frontera, ciudadanos y otredades para la triangulación de información frente a los contenidos de Radio Ipiales, Ipisur, Nortvisión e Impacto fronterizo.

Para definir el corpus de análisis, se realizó la exploración de los medios de comunicación de frontera, específicamente con cobertura en la exprovincia de Obando y el Norte del Ecuador.

La muestra se toma de la información suministrada por la Red de Periodistas de Frontera que define los medios nombrados a continuación:

Tabla 3

Listado de Medios de Comunicación Ipiales, Nariño, Colombia

Director	Medio de Comunicación
Gina Oviedo	Canal IPISUR
Carmen Díaz	Radio Ipiales de Caracol
Jesús Bazante	Internacional St. deportes
Cristian Huertas	Canal Son Popular
Marcela Rodríguez	Canal IPISUR
Martin Bastidas	Canal 24
Milton Delgado	RCN deportes
José Luis Calderón	RCN radio
Omar Bernal	Ondas del Sur St.
Wilson Prado	Noti Magazín
Uriel Guevara	Testimonio de Nariño
Ángel Mora	Arte Estudio
Miguel Rojas	Radio Ipiales de Caracol
Carlos Oviedo	Canal IPISUR
Rubén Rojas	Sur Noticias
Iván Benavides	Prensa Ciudad
Anabel Pantoja	Agencia de Prensa y Publicidad
Hernán Ramírez	Papialpa St.
Johnny Coral	Canal CNC
Leandro Atiz	Canal RAV TV
Oscar Rojas	Papialpa St.
Javier Chávez	Colombian News
Omar Pinchao	Cable ATV
Alirio Velásquez	La Ipialeñisima
Javier Coral	NSI Ipiales

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Listado de medios Tulcán. Provincia del Carchi. Ecuador

Director	Medio de Comunicación
José Morales Muñoz	Zona Deportes
Geovanny Bladimir MuñozPáez	Radio La Nueva
Luis Miguel Quendi Prado	Corporación Cine Cable TV y Radio Fantástica 98.9 (Radio Revista Carchi Noticias)
Carlos Daniel Vallejo Sánchez	Medio Digital El As y la Pluma
Vladimir Acosta Bolaños	Red Corape
Ricardo Vladimir Cabezas Mosquera	Diario El Universo
Nathalia Pantoja	Canal Nortvisión
Yadira Romo	Fotógrafa de la Gobernación de Carchi
Marcelo Solano	Universo Deportivo Ec
Marlon Alexander Rúales	Radio América y Chocolate Radio Show
Johnny Edgardo Chamorro	Medio Digital “De Frente Periodismo Frontal”
Doris Terán	Radio Ondas Carchenses
Marianela Robles	Radio América Tulcán
Edwin Martínez Cuarán	Nortvision
Jairo Jácome Ortega	Teleamazonas
Jhonatan Vega	Impacto Fronterizo - Nortvision
Director	Medio de Comunicación
Sandino Rosero	Radio y TV La Nueva
Edison Guerrón	Agencia Ecuatoriana de Prensa
Lorena Erazo	Carchi Al Día
Miguel Castillo	Radio La Nueva
Gary Guerrón	VínculoEC
Carlos David Nazate Chamorro	Radio Fantástica y canal 7
Rubén Darío Melo Pozo	Gad Provincial
Christian Cerón	Defensoría del Pueblo de Ecuador
Edwin Sánchez Osejo	Tulcán Online
Lucy Jiménez	La Prensa

Fuente: Elaboración propia

Con la muestra de los medios de comunicación en las ciudades de Ipiales en Colombia y Tulcán en el Ecuador, se plantea un corpus con los medios de mayor cobertura en frontera y manejo de contenidos a nivel binacional; en este caso la ficha de recolección de información fue de Radio Ipiales de Caracol, filial de la Cadena Caracol Radio con 42 años de servicio, con una cobertura en la Exprovincia de Obando con los 13 municipios que la componen: (Aldana, Carlosama, Guachucal, Cumbal, Gualmatán, Iles, Contadero, Ipiales, Pupiales, Funes, Córdoba, Puerres y Potosí), y Norte del Ecuador en las Provincias del Carchi e Imbabura, y El Canal Ipisur que emite en el Canal 4 desde 1990, lo mismo que Nortvisión e Impacto fronterizo en Tulcán, canales de televisión que emiten su señal desde 1999, con 23 años al aire y una cobertura en la Provincia de Imbabura, Provincia de Esmeraldas, Provincia de Pichincha, Ipiales, Colombia, Provincia de Carchi, y Pasto, Nariño, Colombia

A su vez, se rastrean algunas producciones cinematográficas de producción colombiana e información de páginas institucionales de Estado, como la website de la Cancillería en Colombia y la website del Parlamento Andino en el Ecuador.

Para el análisis de contenidos se continúa con la metodología propuesta por Armando Silva para el re-

gistro de medios de comunicación masiva e internet, esta recopilación exige sensibilidad frente a los relatos de frontera que circulan en los medios de comunicación, para establecer las diferentes percepciones de frontera en los medios locales y medios nacionales, el género informativo y sus visiones de frontera y las visiones de frontera en audiovisuales como el cine.

Los registros se obtienen de las siguientes fuentes:

Información en prensa.

Periódicos o diarios de ciudades de frontera con el fin de permitir comparaciones entre una y otra, es decir, como los otros informan muestran y construyen la personalidad de frontera.

Información en televisión.

Las muestras se recopilan en formato digital. Se cubre cualquier tipo de programación y se seleccionan los programas que recojan escenas de frontera con el fin de apreciar cómo se escenifica la frontera y sus ciudadanos en la televisión.

Información en radio

Las muestras que expresen aspectos de los ciudadanos en la frontera se recopilan en digital con la máxima calidad de audio.

Información en Internet

Se hace una pesquisa para ubicar las direcciones principales que referencian o representan la frontera estudiada y que ofrezcan un servicio o que aludan algún aspecto de la personalidad fronteriza. No se busca entonces sólo un aspecto de tipo noticioso sino también diversidad de sitios que ofrecen información de la frontera: páginas de instituciones oficiales, guías turísticas, grupos no gubernamentales, etc.

La información seleccionada se organiza en la siguiente ficha, acompañada de los siguientes datos:

Encabezado de la ficha.

Nombre del recopilador.

Fecha de registro.

Medio: prensa, TV, radio o Internet

Nombre del espacio: Programa, diario, página Web, etc. En este apartado se podrá consignar la información que se considere pertinente tal como tipo de programa, horarios de emisión, etc.

Tema documentado: Titular.

Fenómeno registrado: breve explicación en términos de la investigación.

El alcance logrado fue el análisis sobre lo que es la frontera como categoría de análisis, superando las nociones que generalmente han sido abordadas desde disciplinas como la demografía, economía, antropología, entre otras, que la conciben como un espacio de separación geopolítica y control militar de la soberanía de un territorio. Se abre una posibilidad distinta en tanto se entiende la frontera como lugar de encuentro y de mezcla de seres que, si bien se encuentran separados, se necesitan los unos a los otros para poder existir, para lo cual se diseñan prácticas estéticas y creativas (geopoéticas) bien sea de orden audiovisual, fotográfico, pictórico, performático, escultórico y mediático que sirven para el devenir de la memoria e imaginarios en la frontera Colombia-Ecuador, entre las ciudades de Ipiales y Tulcán.

Resultados y conclusiones

Sin lugar a duda, en la discusión de resultados se da la posibilidad de trazar algunos elementos comunes en las percepciones e imaginarios fronterizos relacionados con los personajes, lugares o cualidades como los sabores, olores y colores con los cuales se identifica la frontera,

teniendo en cuenta las preguntas del cuestionario que se articulan con las categorías teórico – conceptuales, propuestas para el desarrollo de la investigación.

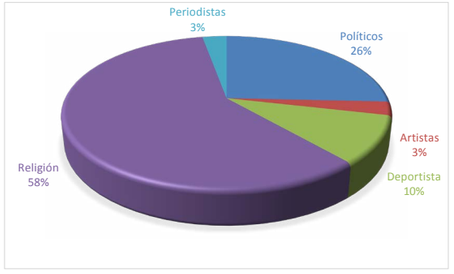
Categoría, Frontera

Cuando Piensa en su Ciudad, ¿Qué Personaje Cree que la Identifica?

Perfiles	Número de respuestas	% de Participación
Políticos	18	16%
Artistas	2	1%
Deportista	7	6%
Religión	41	38%
Periodistas	2	1%

Figura 1

Cuando Piensa en su Ciudad, ¿Qué Personaje Cree que la Identifica?



En la categoría de frontera, en la pregunta Cuando piensa en su ciudad, ¿qué personaje cree que la identifica?, el desagregado de respuestas establece que el perfil de religión es el más significativo al estar en un porcentaje del 38% con un número de respuestas de 41, sin embargo, se considera que así las respuestas se encuentren en un 38% y no pertenezcan al rango de los emblemas, definitivamente con el conocimiento del contexto el perfil de religión, donde se enmarca la devoción de los habitantes de frontera por la Virgen de las Lajas, se considera como un emblema, por sus características desde la historia, el turismo, la incidencia religiosa y el atractivo arquitectónico del Santuario.

Es así, como desde el análisis de los contenidos de los medios de comunicación, se evidencia que tanto en Radio Ipiales, Ipisur, Nortvisión e Impacto Fronterizo; en su agenciamiento de noticias se desarrollan contenidos informativos sobre los acontecimientos más relevantes en el Santuario de Las Lajas, así mismo, se constituye como un emblema de carácter binacional, convirtiéndose en un intersticio entre los habitantes de frontera.

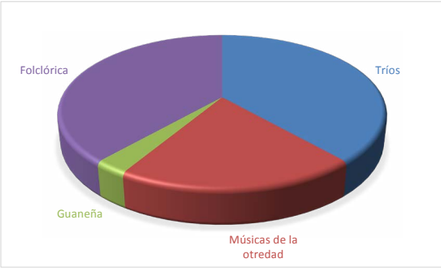
Tabla 6

¿Con qué Género Musical Identifica a su Ciudad?

Géneros	Número de respuestas	%de Participación
Tríos	40	36%
Músicas de la otredad	21	19%
Guaneña	3	2%
Folclórica	40	36%

Figura 2

¿Con qué género musical identifica a su ciudad?



En la Pregunta: ¿Con qué género musical identifica a su ciudad?, con el desagregado de preguntas, el mayor porcentaje con un 36% lo tienen los tríos y la música folclórica, géneros musicales que de una u otra forma, pueden agruparse en uno solo, siendo un emblema característico con un 72%, sin lugar a dudas, las tradiciones de los habitantes de frontera en cuanto a la música de cuerda, registra un nivel preponderante e intersticio en las tendencias musicales, es decir, la música de tríos, la música campesina nariñense y la música propia ecuatoriana, son ritmos que se hibridan para el Departamento de Nariño y el vecino país del Ecuador, de tal forma que existe un festival llamado Cuna de tríos.

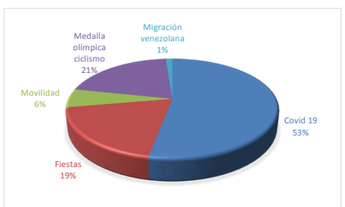
Tabla 7

¿Cuál es el acontecimiento más importante en el último año de la historia de frontera?

Perfiles	Número de respuestas	% de Participación
Covid 19	44	40%
Fiestas	16	14%
Movilidad	5	5%
Medalla olímpica ciclismo	17	15%
Migración venezolana	1	1%

Figura 3

¿Cuál es el acontecimiento más importante en el último año de la historia de frontera?



En la pregunta: ¿Cuál es el acontecimiento más importante en los últimos años en la historia de la frontera?, sin lugar a dudas, el acontecimiento de mayor recordación para los habitantes de frontera es el Covid 19 y todas las repercusiones que tuvo en la historia local y del mundo entero; es así como la situación del Covid19 y posterior cierre del Puente de Rumichaca, interrumpe la interacción social, económica y política entre los habitantes que circulan habitualmente por esta frontera.

Categoría: Medios de Comunicación

Tabla 8

Si Usa Herramientas Digitales para Ponerse una Cita Díganos la Plataforma Preferida

Herramienta digital	Número de respuestas	% de Participación
Correo electrónico	1	1%
Facebook	4	4%
Google maps	1	1%
Meet	2	2%
No usa	9	7%
Skype	2	2%
Telegram	1	1%
TikTok	1	1%
Tinder	1	1%
WhatsApp	73	67%
Zoom	1	1%

Figura 4

Si usa herramientas digitales para ponerse una cita díganos la plataforma preferida

En la categoría de medios de comunicación la pregunta: Si usa herramientas digitales para ponerse una cita díganos la plataforma preferida, el WhatsApp se convierte en la plataforma más utilizada por los habitantes de frontera con un número de 73 respuestas con un 67%, del total de 109 encuestados, siendo el género masculino entre 25 y 45 años de clase media el rango que presentó mayor usabilidad de la plataforma; convirtiéndose en la plataforma y el medio de comunicación preponderante, donde se producen la mayor cantidad de prácticas y narrativas comunicativas, que se manifiestan en los modos de preservación de la memoria.

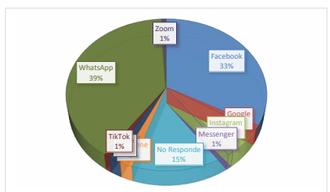
Tabla 9

Mencione las tres Redes Sociales que más Usa

Redes sociales	Número de respuestas	% de Participación
Facebook	36	33%
Google	1	1%
Instagram	6	6%
Messenger	1	1%
No Responde	16	15%
No tiene	2	2%
Skype	2	2%
TikTok	1	1%
WhatsApp	43	39%
Zoom	1	1%

Figura 5

Mencione las tres Redes Sociales que más usa



Para la pregunta: Mencione las tres redes sociales que más usa, sigue mostrando tendencia el uso del WhatsApp, seguido del Facebook, que en realidad si es considerado como una red social, los ciudadanos de frontera en sus imaginarios colectivos determinan que el WhatsApp es una red social, más no una aplicación de mensajería, que va evolucionando con la tecnología, pues los mensajes de texto no son considerados red social y se definen como mensajería, sin embargo, el WhatsApp puede definirse como red social, por la interactividad que suministra a sus usuarios.

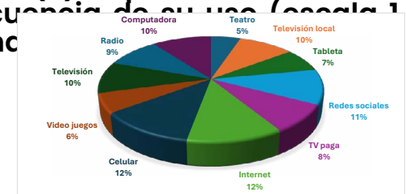
Tabla 10

Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de su uso (escala 1 = nada 5 = mucho)

Valores	Número de respuestas	% de Participación
Teatro	196	5%
Televisión local	366	9%
Tableta	280	7%
Redes sociales	411	10%
TV paga	326	8%
Internet	446	11%
Celular	458	11%
Video juegos	227	5%
Televisión	371	9%
Radio	357	8%
Computadora	392	9%

Figura 6

Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de su uso (escala 1 = nada



Para la pregunta: Califique de uno (1) a cinco (5) dependiendo de la frecuencia de su uso (escala 1 = nada 5 = mucho); se identificó cómo las audiencias dan un mayor porcentaje a las redes sociales, la televisión y el internet, mecanismos que dependen uno del otro para poder inferir en la memoria y los imaginarios de quienes los usan, es decir, se necesita el internet para poder acceder a las redes sociales y mediante las redes sociales se puede acceder a la televisión y la radio.

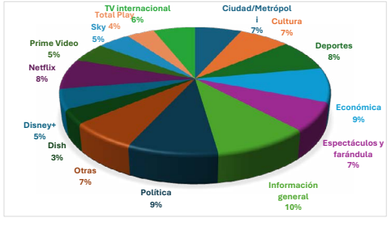
Tabla 11

Califique el tipo de noticias que lee o ve más (escala 1 al 5; 1 = nada 5 = mucho)

Programas de radio	Número de respuestas	% de Participación
Deportes	268	15%
Informativos	327	19%
Infantiles	174	10%
Magazines	235	13%
Musicales	355	20%
Podcast	211	12%
Otros	194	11%

Figura 7

Califique el tipo de noticias que lee o ve más (escala 1 al 5; 1 = nada 5 = mucho)



En cuanto a la preferencia de noticias, la pregunta Califique el tipo de noticias que lee o ve más (escala 1 al 5; 1 = nada 5 = mucho); la respuesta de mayor relevancia con 360 respuestas y un 10% fue la información general, la cual en los medios de comunicación analizados son presentadas como noticias locales y noticias de frontera.

Cuando se hace referencia a las noticias locales se emiten agendas de orden público, políticas y económicas. Los contenidos de frontera en su mayoría son de carácter cultural y se manifiesta el interés que la audiencia percibe, la hermandad entre los dos países, mostrando alianzas de índole turístico, de tradiciones ancestrales, música y el colegaje entre las fuerzas armadas para el bienestar de los ciudadanos. Sin embargo, los contenidos de frontera también hacen referencia a las afectaciones de seguridad, orden público y migración venezolana, que de alguna manera se convierten en problemáticas binacionales.

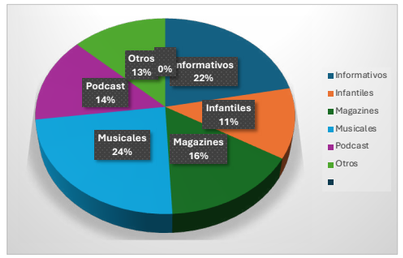
Tabla 12

Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de radio (escala 1 al 5; 1= nada, 5 = mucho)

Programas de radio	Número de respuestas	% de Participación
Deportes	268	15%
Informativos	327	19%
Infantiles	174	10%
Magazines	235	13%
Musicales	355	20%
Podcast	211	12%
Otros	194	11%

Figura 8

Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de radio (escala 1 al 5; 1= nada, 5 = mucho)



Para el análisis de la radio con la pregunta: Califique según la frecuencia de uso a los siguientes programas de radio (escala 1 al 5; 1= nada, 5 = mucho); los musicales con 355 respuestas y un porcentaje del 20%, dan cuenta de la preferencia de los habitantes de frontera por la música como emblema, debido al arraigo de las tradiciones regionales de frontera, es decir, el género musical que más se escucha en la zona urbana y rural por los habitantes de las ciudades de frontera es la música de tríos, campesina nariñense y ecuatoriana, emblema que sin lugar a dudas logra establecer el intersticio binacional. Seguido de los musicales están los informativos con 327 respuestas y un 19%, que al igual que los demás medios estudiados, muestra una tendencia hacia lo local y binacional.

Para identificar la memoria e imaginarios de los habitantes de frontera, se realiza el análisis de los contenidos de los medios seleccionados en el corpus de la investigación, el primer criterio de estudio, según las tendencias de las temáticas de los medios en las ciudades de Ipiales y Tulcán, es la inclinación binacional. Para Armando Silva en su texto "Territorios y Lugares imaginados", expresa:

(...) Lo territorial, entonces, será, mejor, un lugar de relaciones, de interacciones e intercambios que producen contextos en variadas escalas desde las más vecinales hasta las más globales. Y los lugares funcionarán como especie de redes y de contagios entre conectados. (...).

Los medios de comunicación desde su postura de agentes generadores de memoria e imaginarios son los llamados a preservar la relación que existe entre los ciudadanos que se encuentran de un lado u otro. El concepto de Linealidad como lo afirma Félix Lozano en su investigación de medios en la frontera Colombia – Venezuela, donde el discurso de los medios se centra en discursos de frontera desde una división geopolítica, para la frontera Colombia – Ecuador en un alto porcentaje se visualiza desde el aspecto geopoética o de zonalidad.

Las tendencias de ser uno solo, de no existir una línea divisoria para los problemas que atañen a los dos países, es una característica que es relevante en el discurso de los medios de comunicación, las secciones culturales, de alianzas estratégicas, de tradiciones culturales y la hermandad entre los dos países, es la tendencia que se observa en la dinámica diaria de cada medio de comunicación colombo -ecuatoriano.

Si bien, el tipo de noticias presentado para esta tendencia, no se enmarcan claramente en las características para lograr ser un emblema, si es relevante cómo los medios de comunicación logran establecer imaginarios de frontera, que los dos países toman como uno solo y se sienten identificados, sin mediar en límites de carácter lineal.

Un aspecto preponderante en la geopoética de la frontera Colombia – Ecuador es el aspecto cultural que se ve reflejado en cada una de las tendencias, noticias, usos y gratificaciones que los habitantes de frontera dieron respuesta en la encuesta.

Es así, cómo este intersticio binacional que llamamos frontera se hace cotidianamente desde el sentir ciudadano, la geografía de los afectos y los imaginarios colectivos que motivan a quienes habitan en ambos lados, especialmente en las ciudades de Tulcán e Ipiales, al construir un territorio común para habitar, distinto al de sus países, es decir, un tercer cuerpo.

Continuando con la tendencia e imaginarios que surgen de los medios de comunicación, la indagación mostró la preferencia de los encues-

tados hacia el Santuario de Las Lajas como lugar arquitectónico, turístico y religioso, con la devoción a la Virgen de Las Lajas, lo mismo que su inclinación por la música de tríos y folclórica, que en la mayoría de los casos se puede plasmar como una sola, situación que logró determinar estos dos perfiles como emblemas, por el porcentaje alcanzado en el promedio de respuestas, situación directamente articulada con los contenidos de los medios de comunicación.

En esta tendencia se hace referencia a los emblemas que por sus cualidades se convierten en "marcas" de los ciudadanos de frontera, la Virgen de las Lajas y el Santuario de las Lajas son emblemas que durante la historia de frontera hacen parte de la memoria de los ciudadanos fronterizos y así mismo son percibidos por los ciudadanos de afuera, es decir, hablar del Santuario y la Virgen de Las Lajas es remitir la memoria y los imaginarios a la frontera Colombia – Ecuador.

Cabe preguntarse entonces, cómo surgen los imaginarios de los medios, la respuesta a la pregunta se plantea desde el agendamiento de noticias que los medios estudiados presentan a la audiencia sobre el Santuario de Las Lajas, así mismo, desde la Cadena RCN en Ipiales, son su filial Radio Las Lajas, presentan cotidianamente la programación exclusiva del Santuario, con eucaristías, reflexiones del Santo Rosario, entre otros.

El emblema de la música de tríos es otra "marca", que se distingue por su dinámica en los medios de comunicación, si bien, en los medios presentados en el corpus, se presentan espacios y noticias específicas del Festival Cuna de Tríos en Ipiales, algunos medios netamente musicales presentan una parrilla de programación con este tipo de género musical.

La música de tríos es un intersticio que logra la interacción cultural entre los dos países de frontera, al interactuar con una tradición que durante años pasa de generación en generación como elemento de preservación de la cultura del sur de Colombia y Norte del Ecuador.

Cuando se habla de los imaginarios que surgen de los medios de comunicación, es importante hacer referencia a la percepción ciudadana, qué se percibe y cómo nos perciben, el corpus de estudios además de mostrar la tendencia binacional y emblemas logra fijar en las audiencias, lugares, olores, formas, modos, contextos, entre otros; que van alimentando la forma de vernos ubicados en una realidad de frontera.

Los contenidos de noticias muestran la relevancia del cine como medio en el cual se visualiza la cultura y el sentir de la región y el territorio, es decir, el cine se convierte en el mecanismo para decir a los que están más allá de la frontera, que el Departamento de Nariño posee una riqueza ancestral representada en sus paisajes, formas de arar la tierra, su gastronomía y demás elementos que lo hacen especial y diferente.

En las notas periodísticas del corpus el cine solo hace referencia a producciones colombianas, pues existe un vacío de realización de piezas de frontera y del Ecuador.

En la percepción ciudadana que los medios plantean a sus audiencias, El Cementerio de Tulcán, se convierte en el sitio que, para los habitantes de frontera, más que "La última morada de nuestros seres queridos", es un lugar turístico, tradicional, de encuentro para ver películas de cine, muy alejado a la definición de cementerio que todos tenemos.

Así, los contenidos de los medios de comunicación y su articulación con las respuestas del cuestionario determinan como los personajes como "Luchito", las tradiciones ancestrales, como la música y la danza, la historia del carnaval fronterizo, el ciclista de la época, Richard Carapaz y la remodelación del parque de "La Pola", se convierten en los instrumentos para mostrar que, en realidad, las fronteras geopolíticas pueden ser superadas desde las geopoéticas de los ciudadanos de frontera.

Referencias Bibliográficas

• Bedoya, O. Silva, A. (2011). Pereira Imaginada, Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

• Benítez, L. (2014). Frontera: Una cartografía para la investigación de la comunicación. Universidad de Cádiz. España

• Calle, M. (2011). Mutaciones y registros. Desplazamientos y convergencias del arte contemporáneo en Colombia, Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

• Carrión F. & Pico P. C. (2023). Urbicide: the death of the city. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25304-1

• Comolli, J. (2007). Ver y poder. La inocencia perdida: cine, televisión, ficción, documental. Buenos Aires: Colección comunicación y medios. Nueva librería.

• Feld, C. (2007). Memoria y televisión: una relación compleja. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.

• Hernández R., Fernández C, & Baptista L. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill Education.

• Lozano, F (2014). Discurso periodístico sobre frontera: Tensiones y desencuentros en el lenguaje audiovisual de los informativos regionales Oriente Noticias y Noticias TRT. Congreso ALAIC, Perú.

• Montenegro, R., (2005). Frontera colombo - ecuatoriana: historia y destino común. Aldea Mundo, 10(18), 20-28. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54301803

• Ortiz, M. (2006). Las fronteras entre poder, Estado y medios de comunicación masiva desde la teoría crítica. Estudios Fronterizos, 7(14), 9-31. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53071401

• Parlamento Andino. (2023). https://parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/1027-fundacion-de-tulcan-ecuador-2

• Pereira, J. (2007). Espacio público y formación ciudadana. Pontificia Universidad Javeriana

• Ricoeur, P. (2007). La memoria, la historia, el olvido. México: Fondo de Cultura de México.

• Silva, A. (2021). Ciudades y Comunidades Latinas Imaginadas en el mundo CyCLI.

• Silva, Armando (2014). Imaginarios, el asombro social, Quito: Ciespal, Universidad Externado de Colombia.

• Silva, A. (2004). Imaginarios urbanos: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología de trabajo. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

• Situr Nariño. (2023). https://situr.narino.gov.co/municipio/ipiales

• Uranga, W. (2006). Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. https://animacionsocioculturalunlz.files.wordpress.com/2014/09/mirar-desde-la-comunicacic3b3n-uranga.pdf

• Vera, M. (2020). Geopoéticas, memoria e imaginarios en la frontera México - Estados Unidos Universidad Externado de Colombia. https://publicaciones.uexternado.edu.co/gpd-geopoeticas-memoria-e-imaginarios-en-la-frontera-mexico-estados-unidos-9789587904970.html

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

REGISTRO DIGITAL DE AGRESORES SEXUALES CON ETS COMO MEDIDA JUDICIAL ACCESORIA.

Danna Catalina Bautista Ramirez
Estudiante de derecho de noveno semestre
Universidad de Pamplona
Miembro del semillero de investigación Jurídica-MENTE Penal.

Angela Yulieth Bedoya Velasco
Coordinadora del semillero de investigación Jurídica-MENTE Penal.

Resumen

En el momento en que en Colombia el artículo 370 de la ley 599 del 2000 aún no había sido declarado inexequible por la sentencia C-248 de 2019, un precedente judicial en este mismo continente estaba aconteciendo, el caso de R. contra Mabior, el cual tuvo lugar el 5 de octubre de 2012, Claro Lual Mabior fue imputado por agresión sexual agravada por no haber revelado su condición de VIH a nueve denunciantes antes de mantener relaciones sexuales con ellas. La interrogante central de esta sentencia de la Corte Suprema de Canadá fue si ¿Realmente existía el deber de que Mabior revelará la información? (R. contra Mabior , 2012) En consideración a lo anteriormente mencionados cito el artículo titulado "Aproximación al estudio de la violencia en la relación de pareja en mujeres con infecciones de transmisión sexual", el cual dice "Estudios realizados internacionalmente han reportado que las mujeres maltratadas por su pareja son más vulnerables a adquirir el VIH, por no poder negociar la protección, sobre todo las que son agredidas sexualmente en forma violenta. En Tailandia, los investigadores determinaron que 10 cada 100 víctimas de violación sexual habían contraído una infección de transmisión sexual como resultado del ataque, y estas experimentaban un enorme sufrimiento psicológico debido a la violencia, muchas estaban gravemente deprimidas o ansiosas, mientras otras mostraban síntomas del trastorno de estrés postraumáticos. También han revelado una oscilación entre el 7,4 % y el 46 % de mujeres que han denunciado haber sufrido coacción sexual por parte de miembros de su familia, profesores, novios o extraños. (Angulo, Benítez, Brito, & González, 2015) " Se identifica una relación directa entre el caso analizado y el articulo científico citado, de tal modo que ambos evidencian que la violencia sexual ejercida contra la mujer está directamente vinculada con el contagio de enfermedades de transmisión sexual, la agresión sexual no solo produce afectaciones físicas y psicológicas en la víctima, sino riesgos sanitarios para la sociedad en general. Retornando al punto de inicio, el vacío que dejó la Corte Constitucional en la normativa penal, al declarar inexequible mediante la sentencia C-248-2019 el artículo 370 del código penal, el cual decía textualmente "la persona que posterior de haber sido informado de estar infectado por el virus del VIH o de la Hepatitis B, realice prácticas mediante las cuales pueda contaminar a otra persona, o done sangre, semen, órganos o en general componentes anatómicos, incurrirá en prisión de 6 a 12 años". (Demanda de inconstitucionalidad contra el artículo 370 de la Ley 599 de 2000, "Por la cual se expide el Código Penal"., 2019)

Respecto a esta sentencia, el pronunciamiento más relevante para la investigación fue el del magistrado ponente Antonio José Lizarazo Ocampo, en el salvamento de voto de la misma sentencia, el cual enuncia, "Además, la disposición no introduce una medida arbitraria ni injustificada que vulnere el derecho a la igualdad. Por el contrario, persigue una finalidad legítima: impedir que las personas diagnosticadas con VIH o hepatitis B contagien de manera intencional el virus, pese a que la propagación de enfermedades de transmisión sexual puede evitarse adoptando medidas de cuidado o prevención." (Demanda de inconstitucionalidad contra el artículo 370 de la Ley 599 de 2000, "Por la cual se expide el Código Penal"., 2019) El lazo común entre el artículo científico, el caso analizado y el salvamento de voto del magistrado Antonio José Lizarazo Ocampo, se evidencia en la relevancia de la prevención y control de enfermedades de transmisión sexual derivadas de conductas realizadas con dolo. El salvamento de voto legítimo en su momento la adopción de medidas alternativas orientadas a evitar la propagación intencional del virus del VIH o de la Hepatitis B, no obstante, lo establecido en el artículo no cumplía con el test de proporcionalidad justificando la sala su inexequibilidad, "por la violación al principio de igualdad y a libre desarrollo de la personalidad que prevén, respectivamente, los artículos 13 y 16 de la Constitución Política." Atendiendo a la insuficiencia actual de una medida alternativa que prevenga el contagio de enfermedades de transmisión sexual ocasionadas por agresiones sexuales hacia las mujeres, proponemos incorporar como pena accesoria el registro de datos sensibles de agresores sexuales de mujeres en una plataforma digital, con el fin de establecer un mecanismo de prevención y protección social. Como se evidencia en el artículo titulado "Penas accesorias en derecho penal", el auto, el doctor en derecho, Francisco Maldonado Fuentes, señala que "En el derecho chileno el grueso de las sanciones que integran el sistema de penas está previstas para ser impuestas como penas principales, mientras que se reserva el calificativo de accesorias para el uso que el legislador hace de ciertas y determinadas sanciones en situaciones particulares." (FUENTES, 2016) Esta distinción resulta pertinente para la presente investigación, pues desde el derecho comparado, esta medida accesoria puede ser aplicada a un caso en particular, por lo que la implementación del registro de datos sensibles respecto a enfermedades de transmisión sexual de agresores sexuales, podría interpretarse que en el futuro el legislador colombiano podría utilizar esta medida para la problemática central que nos interesa.

Palabras clave

Inexequilibilidad, medida accesoria, dolo, vacío legal, ETS.

Introducción

Partimos de la interrogante, ¿El registro en una plataforma digital de datos respecto a enfermedades de transmisión sexual de agresores sexuales de mujeres puede configurarse como una pena accesoria en la legislación colombiana? En consideración al anterior cuestionamiento abordare un estudio del derecho comparado, respecto a una jurisprudencia de la Corte Suprema de Canadá, más específicamente del caso R. contra Mabior, de fecha del 5 de octubre de 2012, numero de caso 33976. Claro Lual Mabior fue imputado por agresión sexual con agravantes contra nueve denunciantes, se expresa que la Fiscalía alego que el acusado no revelo su condición de VIH a las nueve denunciantes antes de mantener relaciones sexuales con ellas; posteriormente el acusado reitero que no tenía la obligación de revelar su condición, pero ¿Realmente existía el deber de que revelara la información? El punto de culminación de la jurisprudencia se enfatizo en dos aspectos clave, en primera instancia el Tribunal determinó que tanto la carga viral, como el uso de preservativo podrían invalidar el riesgo significativo. Finalmente, el Tribunal condeno al señor Mabior por tres cargos porque a pesar de tener una carga viral baja al mantener relaciones sexuales con tres de las nueve de las mujeres denunciantes no uso el preservativo. (R. contra Mabior , 2012)

El propósito con este estudio del derecho comparado es aterrizar el tema a la legislación colombiana, por ende, se realizará un análisis al pronunciamiento realizado en la sentencia del Tribunal Superior de Medellín, con fecha del 28 de marzo de 2023, procedencia: Juzgado Segundo Pe-

nal del Circuito de Bello, Sala Penal de Decisión, Magistrado Ponente, Rafael Delgado Ortiz, el objeto fue la apelación de sentencia condenatoria. (Apelacion sentencia condenatoria, 2023)

La sentencia de primera instancia condeno a Fernando Morales Cruz, como autor penalmente responsable del delito de Actos sexuales abusivos con menor de catorce años agravado, de acuerdo con los artículos 209 y 211 numerales 2 y 3 del Código Penal, imponiendo una pena de ciento cuarenta y cuatro (144) meses de prisión, así como la accesoria de inhabilitación para el ejercicio de derechos y funciones publicas por igual lapso. (Apelacion sentencia condenatoria, 2023)

El aspecto mas relevante de esta sentencia radica en que en primera instancia se decidió que no había prueba directa o indirecta de que el señor Fernando Morales (el acusado) fuera portador activo o pasivo de la patología y por lo tanto quedo en duda su responsabilidad penal. Se realizo la advertencia de que, si bien se presento como testigo de descargo a la conyugue del procesado, en ningún momento se demostraron los resultados normales de los exámenes realizados por ginecología, siendo lo único cierto, que a la agredida se le encontraron lesiones que no son normales para su edad y sospechosas de abuso sexual. (Apelacion sentencia condenatoria, 2023).

Finalmente, el médico legista Fabio Manuel Avendaño dictamino "contaminación venérea que exige contacto sexual para su producción", lo que es compatible con la versión de la menor. Fue enfático en señalar que se trataba del virus del papiloma humano, al encontrarle a la menor los signos y síntomas de la enfermedad. (Apelacion sentencia condenatoria, 2023).

Metodología

El alcance de la investigación es explicativo, porque queremos explicar el fenómeno de la implementación del registro en una plataforma digital de datos respecto a enfermedades de transmisión sexual de agresores sexuales de mujeres como medida accesoria, se quiere explicar por qué ocurre este fenómeno y en que condiciones se da este. El enfoque de la investigación es cualitativo, donde desarrollamos preguntas e hipótesis antes, durante o despues de la recolección y el análisis de datos. La técnica para recolectar datos fue principalmente la revisión de documentos. La revisión de la literatura consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio, así como extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación. La literatura clave para encontrar respuesta a nuestro problema de investigación fue predominantemente la jurisprudencia.

Discusión

Serian expuestos públicamente aquellos agresores sexuales que hayan vulnerado los derechos a la libertad, integridad y formación sexuales de una víctima, los cuales están tipificados en el libro segundo, parte especial, de los delitos en particular, Titulo IV (cuarto) de la ley 599 de 2000). Así como se les limita a través de una sentencia el derecho a la libertad (tipificado en el articulo 28 de la constitución política), al cometer conductas punibles, se podría limitar su derecho a la intimidad (tipificado en el articulo 15 de la constitución política).

Resultados

Se busca que el registro en la plataforma digital se convierta en una nueva pena accesoria, como la inhabilitación del ejercicio de derechos y funciones públicas, que el juez penal condene al agresor sexual de la misma forma en que se condenó a Fernando Morales:

PRIMERO: a la pena principal de

(144) meses de prisión.

SEGUNDO: a la pena accesoria de inhabilitación para el ejercicio de derechos y funciones publicas por igual lapso.

TERCERO: a la pena accesoria de registro de sus datos sensibles respecto a enfermedades de transmisión sexual en la plataforma digital por igual lapso.

Para lograr la materialización de lo expuesto, se hace necesaria una reforma al Libro Primero, Parte General, Titulo IV del Código Penal (Ley 599 del 2000) titulado "De las consecuencias jurídicas de la conducta punible", en particular respecto de los artículos 34 (de las penas) y el 43 (las penas privativas de otros derechos).

Referencias bibliográficas

• Angulo, D. C., Benítez, L. C., Brito, M. M., & González, M. A. (8 de Junio de 2015). Aproximación al estudio de la violencia en la relación de pareja en mujeres con infecciones de transmisión sexual. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252015000400004

• Caso de Brisa de Angulo Losada vs. Bolivia, CDH 10-2020 (Corte Interamericana de Derechos Humanos).

• Coomaraswamy, R. (1992). "Of Kali Born: Women, Violence and The Law in Sri Lanka". New York: Unifem.

• Demanda de inconstitucionalidad contra el artículo 370 de la Ley 599 de 2000, "Por la cual se expide el Código Penal"., C-248/19 (La Sala Plena de la Corte Constitucional 5 de Junio de 2019).

• FUENTES, F. M. (12 de Noviembre de 2016). Penas accesorias en Derecho Penal. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-00122017000100010

• Jaimes, L. A. (2017). Manual de derecho penal internacional. LEGIS.

• Mesa, J. A. (2022). Manual de derecho penal internacional. Bogota: Tirant.

• R. contra Mabior , 33976 (Corte Suprema de Canada 5 de Octubre de 2012).

• Wood, E. J. (2006). Variation in sexual violence during war. Politics y Society.

RELATOS DE VIDA CON ENFOQUE INTERSECCIONAL: MUJERES VÍCTIMAS DE DESPLAZAMIENTO FORZADO DURANTE LA EMERGENCIA HUMANITARIA DE 2025, EN EL CATATUMBO

Michel Camila Rico Rojas
Viviana Fernanda Figueredo Rojas
Michelle Oriana Contreras García
Aliana Estefany Maldonado Camacho
Estudiantes de Comunicación Social
Universidad Francisco de Paula Santander

Dirección
Sandra Milena Páez Meza

Resumen

Este proyecto tiene como propósito desarrollar dos productos de comunicación: un docuseriado y libro ilustrado que visibilicen las historias de vida de las mujeres víctimas del desplazamiento forzado durante la emergencia humanitaria del Catatumbo 2025. A partir de un enfoque interseccional, se caracterizan los perfiles de estas mujeres para identificar las afectaciones sociales y emocionales derivadas de esta crisis. Así mismo se reconstruyen sus testimonios mediante recursos audiovisuales, narrativos y gráficos con el fin de aportar a la construcción de memoria y al fortalecimiento de procesos formativos en espacios académicos. El proyecto se enmarca en un enfoque cualitativo usando la historia de vida como método, con lo

que se busca conocer a profundidad los relatos de las mujeres y sus experiencias. Así mismo, se usa la entrevista semiestructurada como instrumento de recolección de la información salvaguardando la confidencialidad y el tratamiento de la información. Tanto el docuseriado -estructurado en cuatro episodios- como el libro ilustrado, -organizado en cuatro capítulos-, explorarán la trayectoria individual de cada mujer desde una perspectiva integral.

Ambos productos adoptan un enfoque interseccional que articula variables como género, etnia, clase social, edad y condición de desplazamiento, analizando cómo estas se entrecruzan y configuran experiencias diferenciadas, como aporte a la construcción de memoria de esta emergencia humanitaria.

Palabras clave

Enfoque interseccional, desplazamiento forzado, historia de vida, víctimas, comunicación digital.

Introducción

En Colombia, el desplazamiento forzado constituye el hecho victimizaste con mayor impacto en la historia del conflicto armado. De acuerdo con el Registro Único de Víctimas, hasta julio de 2025 se han documentado 8.939.776 personas desplazadas forzosamente en el país (Unidad para las Víctimas, 2025), lo que representa más del 75 % del total de víctimas reconocidas por el Estado. Esta situación ha afectado de manera desigual a los territorios más periféricos y con débil presencia institucional, como la región del Catatumbo, en el departamento de Norte de Santander, donde se ha registrado la emergencia humanitaria más grave en décadas. Según la Defensoría del Pueblo (2025), entre el 16 de enero y el 30 de abril se reportaron 64.783 personas desplazadas, 12.913 confinadas y 117 homicidios en esta subregión.

A lo largo del primer semestre del 2025 el total ascendió a 72.588 desplazamientos y 2.476 confinamientos, cifras que superan ampliamente las registradas en años anteriores.

Esta situación se traduce en enfrentamientos incesantes que recaen en la población civil y consecuentemente en las mujeres, lo cual ha sido una práctica recurrente y sistemática a lo largo de la historia del conflicto armado en Colombia. “De los casi seis millones y medio de personas desplazadas, desde el punto de vista diferencial, un poco más del 50 por ciento de la población desplazada son mujeres 3.301.848 (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2015, pág. 16). Dentro de esta amplia y considerable cifra, también se encuentra población afro e indígena.

Este proyecto se inscribe en la línea de investigación Comunicación Digital, Periodismo y Nuevas Narrativas Mediáticas del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander. Este proyecto tiene como propósito desarrollar dos productos de comunicación: un docuseriado y libro ilustrado que visibilicen las historias de vida de las mujeres víctimas del desplazamiento forzado durante la emergencia humanitaria del Catatumbo 2025 a partir de un enfoque interseccional. Así mismo se reconstruyen sus testimonios mediante recursos audiovisuales, narrativos y gráficos con el fin de aportar a la construcción de memoria y al fortalecimiento de procesos formativos en espacios académicos.

Metodología

El diseño metodológico se fundamentó en un enfoque cualitativo, ya que no solo se encarga de describir acontecimientos, sino que busca dar voz a las protagonistas, rescatar sus narrativas y reconocer sus perspectivas como fuente principal de conocimiento.

La principal técnica desarrollada en el marco de este trabajo es la entrevista semiestructurada, ya que permite conocer, indagar y recopilar las perspectivas de las mujeres sobre sus propios procesos de vida. Esta técnica posibilita un acercamiento profundo y contextualizado a las situaciones particulares que han experimentado. Además, Babativa et al. (2024) destacan que este tipo de entrevista “es muy efectiva a la hora de recopilar información pertinente para el análisis y la búsqueda de hallazgos en la investigación mixta” (p. 92).

Discusión

Los resultados conjuntos confirman la pertinencia del enfoque interseccional para comprender el impacto diferencial del conflicto armado en las mujeres del Catatumbo. Como plantea Crenshaw (1989), la intersección entre categorías sociales produce experiencias específicas de subordinación que no pueden explicarse de manera fragmentada. En el caso analizado, la violencia armada se entrelaza con desigualdades estructurales preexistentes, profundizando condiciones de vulnerabilidad (Cabarcas Rivera, 2019).

No obstante, la investigación también evidencia la capacidad de agencia de las mujeres, quienes no se limitan a la condición de víctimas, sino que desarrollan estrategias de liderazgo y reconstrucción comunitaria. Este hallazgo dialoga con estudios nacionales que reconocen la memoria y la organización colectiva como mecanismos de resistencia (Arrieta & Piña, 2024; Noreña, 2023). Desde el campo de la comunicación, el macroproyecto reafirma que la memoria es una práctica social y política (Bohórquez Farfán et al., 2019). Tanto el libro ilustrado como el docuseriado se constituyen en dispositivos de reparación simbólica que transforman el testimonio individual en memoria colectiva. En coherencia con Martín-Barbero (2002), la comunicación no solo transmite información, sino que produce significados culturales que inciden en la construcción de lo público.

De este modo, la articulación entre narrativa audiovisual e ilustración fortalece el impacto social del proyecto y amplía las posibilidades de circulación de la memoria, contribuyendo al reconocimiento de las mujeres víctimas como sujetas históricas y políticas.

Resultados

Los hallazgos del macroproyecto permiten identificar que la experiencia de desplazamiento forzado en el Catatumbo durante 2025 se caracteriza por la convergencia de múltiples factores de vulnerabilidad. De acuerdo con cifras oficiales, el desplazamiento continúa siendo uno de los hechos victimizantes de mayor impacto en el país (Unidad para las Víctimas, 2025), situación que se agudizó en esta subregión según reportes institucionales (Defensoría del Pueblo, 2025).

Desde el enfoque interseccional (Crenshaw, 1989), se evidenció que la condición de mujer, madre, lideresa comunitaria y habitante rural no opera de manera aislada, sino que configura una experiencia compleja de violencia y exclusión. Tal como señala Collins (2009), las estructuras de dominación se entrecruzan, produciendo formas específicas de subordinación que no pueden analizarse desde categorías únicas.

Asimismo, los testimonios revelan afectaciones emocionales persistentes, desarraigo territorial y fragmentación familiar, en concordancia con lo documentado por el Centro Nacional de Memoria Histórica (2015). Sin embargo, también se identifican procesos de agencia y reorganización comunitaria, lo que coincide con estudios que resaltan el liderazgo y la resistencia de mujeres víctimas del conflicto armado (Arrieta & Piña, 2024; Noreña, 2023).

En términos de productos comunicativos, los resultados se expresan de manera diferenciada pero complementaria:

Libro ilustrado

El libro ilustrado traduce la experiencia testimonial en un lenguaje visual y simbólico que permite representar emociones asociadas al miedo, la pérdida, el desarraigo y la resiliencia. La ilustración funciona como mediación narrativa que amplía el alcance pedagógico del proyecto y facilita procesos de empatía social. Este recurso potencia la memoria desde una dimensión estética que contribuye a la dignificación de la experiencia vivida.

Docuseriado

El docuseriado preserva la oralidad, la corporalidad y la emocionalidad del relato de vida, configurándose como un dispositivo de memoria audiovisual. Desde la perspectiva de la comunicación como práctica cultural (Martín-Barbero, 2002), el formato audiovisual permite disputar narrativas dominantes y visibilizar voces históricamente marginadas. En este sentido, el docuseriado no solo documenta, sino que construye sentido social en torno a la experiencia del desplazamiento.

Referencias bibliográficas

• Fundación Movimiento por la Paz [MPDL]. (2022). Mujeres construyendo en Paz: Una alianza para la protección, participación política y acceso a la verdad y la justicia en Colombia.

• Colombia. Obtenido de https://www.mpdl.org/sites/default/files/212427-evaluaciones/Eval_Colombia_2022-Mujeres_Paz.pdf

• Arrieta, S., & Piña, L. (2024). Mujeres víctimas del conflicto armado residentes en el municipio de Santo Tomás - Atlántico y sus ejercicios de lucha, memoria y exigibilidad de derechos. Revista Tejidos Sociales, 6(1). Obtenido de https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/tejsociales/article/view/7795?utm_source=chatgpt.com

• Centro Nacional de Memoria Histórica. (2015). Una nación desplazada: Informe nacional del desplazamiento forzado en Colombia. Bogotá D.C. Obtenido de https://centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes-accesibles/una-nacion-desplazada_accesible.pdf?utm_source=chatgpt.com

• Defensoría del Pueblo. (2025). El Catatumbo después de la crisis: Desafíos en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario. Bogotá, D. C. Obtenido de https://www.defensoria.gov.co/documents/20123/3136595/Informe-Catatumbo-Web.pdf?utm_source=chatgpt.com

• Escobar, F. (2024). Publicación: Mujeres creadoras de vida: significados de la vida buena desde la experiencia de AMERSEA. Estudio de caso realizado con una Asociación de mujeres víctimas de desplazamiento forzado por violencia, en el municipio de Argelia, Antioquia. Medellín. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/server/api/core/bitstreams/c6e1dc60-f43f-4cfb-b62b-e5c983e89ff4/content

• Farfán, L., Avoine, P., & Rojas, Y. (2019). Noción de víctima y conflicto armado en Colombia: hermenéutica, ciudadanía y equidad de género. Reflexión Política, 21(42). doi:https://doi.org/10.29375/01240781.3469

• Global Protection Cluster. (2023). Análisis de las tendencias de los riesgos de protección relacionados con el conflicto armado, Catatumbo. Obtenido de https://globalprotectioncluster.org/sites/default/files/2023-12/pau_nds_dic-23_espanol.pdf?utm_source=chatgpt.com

• Gómez, Y. (2024). Construcción de la memoria histórica, a partir de la narrativa oral de las víctimas del conflicto. Cundinamarca. Obtenido de https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/62796/yegomezroj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

• González, I. (2023). Reportaje multimedia: "Homofobia, una guerra por luchar". Universidad de Valladolid, España. Obtenido de https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/63906/TFG_F_2023_037.pdf?sequence=1&isAllowed=y

• López, V. (2024). Proyecto transmedia sobre la construcción colectiva de las mujeres a través del cuidado. Cali. Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/166678/Memoria.pdf-PDFA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

• Macleod, M. (2023). Entre la desaparición y el desplazamiento forzado en México. Vivencias de dos mujeres buscadoras. Revista Cultura y Representaciones Sociales, 17 (34).

• Obtenido de https://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/1069?utm_source=chatgpt.com

• Noreña, A. (2023). Volver Allà. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/bd9591b1-94b3-46c2-8b0a-b4926393ce85/content

• Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) . (2023). Monitoreo de territorio con presencia de cultivos de coca. Colombia. Obtenido de https://www.unodc.org/documents/crop-monitoring/Colombia/Colombia_monitoreo_2023.pdf?utm_source=-chatgpt.com

• Ramírez, M. (2001). Entre el estado y la guerrilla: identidad y ciudadanía en el movimiento de los campesinos cocaleros del Putumayo. Bogotá D.C. Obtenido de https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2093218/

• Registro Único de Víctimas [RUV]. (2024). Víctimas Conflicto Armado. Bogotá D.C. Obtenido de https://www.unidadvictimas.gov.co/registro-unico-de-victimas-ruv/

• Ruiz, N. (2011). El desplazamiento forzado en Colombia: una revisión histórica y demográfica. Estudios demográficos y urbanos, 26(1). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scie-

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

lo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-72102011000100141

• Salcedo, E., & Machado, E. (2023). Desplazamiento forzado, movilidad y papeles de género en el conflicto armado colombiano. Revista Brasilera de Ciéncias Sociales, 38 (111), 1-17. Obtenido de https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/mCH573jjYp3qVWnRXBytR7B/?format=pdf&lang=es

• Torres, M. (2024). Donde crecen las semillas: la producción del espacio biogeográfico de las mujeres en Sumapaz. Bogotá D.C. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.co/items/8a67daf5-29c2-4fe4-929a-1418dc1109b0

• Trochez, D. (2024). Creacióny postproducción de un pódcast de ficción basado en relatos del conflicto armado en. Obtenido de https://riunet.upv.es/server/api/core/bitstreams/ab010279-883b-440b-9df7-2ecb7b1985f7/content

• Unidad para las Victimas. (2024). Informe de desplazamiento forzado. Obtenido de https://datospaz.unjdadvictimas.gov.co/archivos/datosPaz/informes/InformeDesplazamientoForzado-1erSemestre2024-28Marzo.pdf?utm_source=chatgpt.com

• Vezzoli, I. (2024). Perú, 1980-2000: el conflicto armado a través de los testimonios de mujeres. Perú. Obtenido de https://thesis.unipd.it/retrieve/f7b84502-c45b-4502-ae34-e72d8d47525f/Tesi%20triennale%20Isabelle%20Vezzoli.pdf

• Zing, A., Tovar, D., Islas, J., & Montalvo, A. (2024). Fugitivas de la violencia: emociones y resistencias de mujeres en condición de desplazamiento forzado. Enseñanza e Investigación en Psicología Nueva Época, 6, 152-169. doi:https://doi.org/10.62364/cneip.6.2024.208

VOCES Y MEMORIAS DE LA REGIÓN SURCOLOMBIANA A TRAVÉS DEL PROGRAMA RADIAL SINTONÍA CON LA HISTORIA.

Carlos Arnulfo Rojas Salazar
Profesor Asociado de la Universidad Surcolombiana
Doctor en historia, docente del programa de Comunicación Social y Periodismo
carlos.rojas@usco.edu.co.

Resumen

Sintonía con la Historia es un proyecto radial encargado de la enseñanza de la disciplina histórica. Su cuarta temporada tuvo como objeto rescatar y divulgar las voces y las memorias de los habitantes de la Región Surcolombiana, buscando con ello contribuir en la apropiación de las identidades históricas de esta parte de Colombia entre las audiencias universitarias, dada la penetración y expansión sistemática de la cultura de masas a la que se han visto sometidas desde la década de los noventa del siglo XX, mediante la propagación del fenómeno de la globalización y su revolución mediática. El programa radial se desarrolló a través de entrevistas profundas y estructuradas a invitados que, mediate sus acciones u estudios académicos, han contribuido a rescatar la diversidad social, política y cultural que históricamente ha caracterizado a los seis departamentos que conforman este territorio (Huila, Tolima, Caquetá, Putumayo, Cauca y Nariño); asimismo, guiado por el enfoque educomunicacional y la categoría teórica de divulgación de la ciencia, el programa ambiciona transformar las conciencias de sus audiencias universitarias, respecto a que son ellas las directamente encargadas de conservar y transmitir los legados identitarios de las generaciones que históricamente han habitado el territorio surcolombiano.

Palabras clave

Región Surcolombiana, Sintonía con la Historia, Identidad, Memoria, Educomunicación.

Introducción

Sintonía con la Historia, temporada 4°, es un proyecto encaminado a divulgar la historia de los seis departamentos que conforman la Región Surcolombiana, a través de un medio masivo de comunicación como es la emisora Radio Universidad Surcolombiana. Parte de esta iniciativa comenzó a implementarse a partir del año 2022, con la puesta en marcha del programa radial, transmitido todos los sábados a las 8:00 p.m., en la frecuencia analógica 89.7 F.M. y la página web https://www.radiousco.edu.co/.

Las dos primeras temporadas de Sintonía con la Historia se suscribieron exclusivamente al ámbito colombiano, y se enfocan en describir cómo funciona la institucionalidad nacional y el desarrollo del conflicto interno (Rodríguez Ramírez & Rojas Salazar, 2024), en tanto que, la tercera temporada, en los conflictos de la era de la globalización, y su impacto en el orden global, en cuanto a lo social, económico, político y cultural (Rojas Salazar, 2025). La nueva temporada de Sintonía con la Historia, es decir, la cuarta, denominada Voces del Sur, Memoria y Territorio surgió para contrarrestar la pérdida de identidad cultural regional de parte de los habitantes de la Región Surcolombiana, territorio rico en diversidad étnica y cultural. De esta manera, la cuarta temporada se presenta como una oportunidad para llenar el vacío que ha dejado en el país la supresión de la cátedra de historia en el pénsum académico de primaria y el ba-

chillerato, lo cual ha provocado que las nuevas generaciones de colombianos tengan poco conocimiento de la historia en general y desinterés por la historia regional, lo que también ha conllevado a la pérdida de su identidad cultural; pues, se han dejado deslumbrar por la cultura de masas del capitalismo global (Fanzio Vengoa, 2003), que centra el foco de su atención en rasgos culturales transversales construidos y difundidos por las industrias culturales, olvidado o dejando a un lado lo local y regional (García Canclini, 1990). Asimismo, la eliminación de la cátedra de historia ha contribuido significativamente al deterioro del análisis crítico, como al sentido de pertenencia de los colombianos, y más propiamente dicho, de los surcolombianos.

Frente a este dilema, los profesores Carlos Arnulfo Rojas y Luis Carlos Rodríguez (directores del programa radial) discutieron la posibilidad de plantear una alternativa para llenar el vacío generado por la decisión estatal. Fue así como surgió la idea de incluir una nueva temática de discusión del programa Sintonía con la Historia, que a la vez fuera complementaria de las tres temporadas desarrolladas anteriormente. De esta manera, la nueva temática del programa se centró en los procesos históricos de construcción de identidad de los departamentos de Huila, Tolima, Caquetá, Putumayo, Cauca y Nariño, los cuales conforman la Región Surcolombiana.

En la implementación de esta propuesta, se contó con la colaboración de tres estudiantes de comunicación que desempeñaron el rol de monitores de sonido y apoyo a la investigación; una egresada de comunicación, que sirvió de soporte en la parte técnica y sonora del proyecto, así como de los dos docentes antes mencionados, quienes realizaron la labor investigativa y las entrevistas a los invitados expertos, así como la conducción de los programas radiales.

La utilización de la radio, como estrategia de comunicación, permite llegar a un número mayor de individuos (estudiantes, maestros, padres de familia, ciudadanía en general), de tal manera que los programas de Sintonía con la Historia ayudan a construir sentido crítico y propositivo a una ciudadanía empoderada que contribuye a la construcción de sociedades en paz (Rodríguez Ramírez & Rojas Salazar, 2024; Rojas, 2025).

La Radio Universidad Surcolombiana ha tenido un auge en la ciudad de Neiva durante la última década, gracias a la amplia difusión de su parrilla de programación, cuyo contenido se puede acceder de forma gratuita a través de la página web http://www.radiousco.edu.co/index.php/inicio. La emisora universitaria tiene como objetivo construir socialmente mejores visiones sobre todos los campos de estudio; uno de estos campos es el cultural; por ello, la emisora ha estado enfocada en crear contenidos que cautiven a los oyentes sobre temas específicos; que alimenten la cultura de forma educativa, informativa y, además, entretenida (Barrios Rubio, 2014). Uno de estos contenidos culturales, es el conocimiento histórico, que, por otra parte, ayuda a construir la capacidad crítica y propositiva de los oyentes, ciudadanos del mundo (Rodríguez Ramírez & Rojas Salazar, 2024; Rojas, 2025).

Metodología

La cuarta temporada de Sintonía con la Historia fue una investigación de tipo cualitativo, dado que buscó generar descripciones y análisis de las características sociales, políticas, económicas y culturales, así como de los actores y sus relaciones en los seis departamentos que conforman la Región Surcolombiana (Huila, Tolima, Cauca, Nariño, Caquetá y Putumayo), a través de la indagación documental, audiovisual y sonora, así como de entrevistas a expertos sobre los procesos históricos y culturales de estos seis departamentos; de la misma manera, esta investigación buscó difundir los programas radiales que se originaron de las entrevistas a través de la frecuencia análoga y digital de la Radio Universidad Surcolombiana.

La indagación documental incluyó material escrito, audiovisual y sonoro sobre la historia y la cultura de la región Surcolombiana. Esta fase se realizó antes de las entrevistas, pues su resultado sirvió de insumo para la realización de las estructuras de las entrevistas y su profundidad.

Por su parte, la técnica de la entrevista se utilizó de dos maneras; primero, como instrumento para la recolección de datos sobre la historia, la cultura y la identidad Surcolombiana. En esa medida, se elaboraron las estructuras de las mismas, las cuales sirvieron para entrevistar a los conocedores del territorio surcolombiano y como base para la realización de los guiones de los programas radiales; segundo, como medio de trasmisión del contenido investigado mediante las voces de los entrevistados (Samper Pizano, 2002). De hecho, este ejercicio no es algo novedoso, existen ejemplos exitosos de esta metodología, como el trabajo escrito *Entrevistas con la Historia* de Oriana Fallani, en la que su autora se entrevistó con actores capaces de transformar los destinos de los hombres (Fallani, 1978).

Finalmente, la elaboración de los productos radiales siguió el siguiente esquema de producción:

Preproducción: en esta etapa se planificó y prepararon los programas radiofónicos:

1. Planificación de los programas radiales: selección de los entrevistados y estructuración de cada uno de los 14 programas radiales de la cuarta temporada. Esta tarea estuvo a cargo de los directores del programa Carlos Arnulfo Rojas y Luis Carlos Rodríguez.

2. Investigación documental sobre teoría y metodología de la historia, así como de la historia de los departamentos de la Región Surcolombiana. Esta investigación estuvo a cargo de los docentes Luis Carlos Rodríguez y Carlos Arnulfo Rojas Salazar.

3. Investigación musical: Se seleccionaron dos canciones para acompañar cada uno de los programas radiales. A cada canción se le hizo una presentación sonora, de tal manera que todas aportaran al contenido al programa radial. Esta investigación estuvo a cargo de los tres estudiantes monitores del programa radial.

Producción: en esta etapa se realizó la grabación y la mezcla de todos los elementos sonoros:

1. Grabación de las entrevistas para los programas radiales de Sintonía con la Historia. Esta tarea estuvo a cargo de la Mg. Tanía Marcela Montano.

2. Grabación de las presentaciones de las canciones que acompañan cada programa de Sintonía con la Historia. Esta tarea estuvo a cargo de los tres monitores sonoros del programa.

3. Grabación de las cortinas del programa radial. Esta tarea estuvo a cargo del profesor Olmedo Polanco, encargado de las asignaturas de radio del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana.

Posproducción: En esta etapa se realizó la edición y el montaje del programa radial, así como la reproducción y trasmisión de cada uno de los programas terminados a través de las frecuencias análoga y digital de la Radio Universidad Surcolombiana.

1. Se realizó la edición y montaje musical de cada programa radial: saludo de bienvenida, diálogos entre expertos sobre la región a tratar, presentaciones de las canciones seleccionadas, cortinas, anuncios institucionales y despedida del programa.

2. Se realizó la pieza visual para invitar a las audiencias de la emisora universitaria a sintonizar los programas radiales.

3. Se difundió la pieza visual en las rees sociales de Facebook e Instagram de la Radio Universi-

dad Surcolombiana.

4. Se transmitieron los programas radiales en la frecuencia análoga y digital de la Radio Universidad Surcolombiana los días sábados entre las 8:00 y 9:00 P.M.

5. Se archivaron los programas de la cuarta temporada en la sección de opinión del portal web Radio Universidad Surcolombiana: https://www.radiousco.edu.co.

Discusión

Sintonía con la Historia es una apuesta educomunicativa, dado que busca hacer divulgación de la ciencia histórica, así como de la identidad cultural de la Región Surcolombiana a públicos amplios, a través de los recursos sonoros proporcionados por la radio universitaria. Por ello, no solo se hizo una investigación documental, sino que también se recurrió a entrevistas que enseñaron tanto los recorridos de los entrevistados, como miembros de las comunidades a las que pertenecen, como reflexiones sobre los procesos históricos, culturales y de identidad de las gentes de seis departamentos surcolombianos (Huila, Tolima, Caquetá, Putumayo, Cauca y Nariño). Las entrevistas a los invitados también ayudaron a rescatar la diversidad étnica, social, política y cultural que históricamente ha caracterizado a los seis departamentos que conforman este territorio. Finalmente, la temporada Voces del sur, memoria y territorio buscó transformar las conciencias de sus audiencias, dado que son ellas las encargadas de conservar y transmitir los legados identitarios a las futuras generaciones surcolombianas.

Resultados

Voces del sur, memoria y territorio es un archivo sonoro compuesto por 14 programas radiales (3 programas teórico metodológicos, 10 programas de entrevistas a tres expertos sobre la Región Surcolombiana y 1 programa de balance general).

I. Antecedentes: historia de Sintonía con la Historia
II. Definiciones conceptuales de la historia
III. Entrevista: metodología de la investigación histórica
IV. Biografía del historiador Reynel Salas
V. Reynel Salas: abordaje general de la Región Surcolombiana
VI. Reynel Salas: estudios de infraestructura, urbanos y biográficos de la Región Surcolombiana
VII. Biografía de la historiadora Martha Isabel Barrero Galindo
VIII. Martha Isabel Barrero Galindo: abordaje general de la Región Surcolombiana
IX. Martha Isabel Barrero Galindo: construir región desde la academia
X. Biografía del historiador Bernardo Tovar Zambrano, Huila y Caquetá
XI. Biografía del historiador Bernardo Tovar Zambrano, Bogotá
XII. Biografía del historiador Bernardo Tovar Zambrano, Caquetá y Bogotá
XIII. Bernardo Tovar Zambrano, producción historiográfica
XIV. Primer balance de entrevistas Voces del sur, memoria y territorio

Primera parte: definiciones teórico metodológicas

Los primeros programas abordaron aspectos teórico metodológicos. Así, el primero trató en qué consiste Voces del sur, memoria y territorio, así como los objetivos, intenciones y justificaciones de esta cuarta temporada; asimismo, en él se hizo un resumen de las tres temporadas anteriores de Sintonía con la Historia, especificando de qué trató cada una. En el segundo programa se explicó en qué consiste la historia regional, diferenciándose de la historia nacional decimonónica y de la historia global del siglo XXI. También se definió el concepto de Región Surcolombiana, detallando los departamentos que la

conforman, así como los debates y enfoques sobre el estudio de esta región. Finalmente, en el tercer programa se explicó el método histórico, sus técnicas y fuentes documentales. De igual manera, se abordó la entrevista como estrategia metodológica del programa radial Sintonía con la Historia, tanto para reconstruir la historia de la Región Surcolombiana como para divulgarla de manera efectiva.



Segunda parte: las entrevistas

La segunda parte de la cuarta temporada está compuesta por diez programas radiales enfocados en presentar las entrevistas realizadas a tres conocedores de la Región Surcolombiana: Reynel Salas Vargas, Martha Isabel Barrero Galindo y Bernardo Tovar Zambrano. Los tres fueron seleccionados dado que no solo han vivido en este territorio, sino que también lo han investigado desde una perspectiva histórica, con múltiples publicaciones en su haber.



Tercera parte: balance de las entrevistas

El último programa de la temporada consistió en hacer un balance general de Voces del sur, memoria y territorio, a manera de conclusión. En este programa se evaluaron los aportes de las entrevistas a la preservación de la memoria histórica y la trasmisión de la identidad cultural surcolombiana a las futuras generaciones.



Referencias bibliográficas

• Barrios Rubio, Andrés. (2014). La radio universitaria, ¿Una mezcla de experiencias, juventud, tecnología? *Chasquis, Revista Latinoamericana de comunicación*, (126), 66-75. Disponible en https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13392/6/REXTN-Ch126-07-Barrios.pdf.

• García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

• Fanzio Vengoa Hugo (2003). La globalización: un intento de explicación y de definición. Puyo Tamayo, Gustavo Adolfo (Ed.). *Mitos y realidades de la globalización* (13-40). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

• Fallani, Oriana (1978). *Entrevistas con la Historia*. Barcelona: Editorial Noguer S.A.

• Portal Web de la Radio Universidad Surcolombiana. *Sección Conócenos*. Disponible en https://www.radiousco.edu.co/quienes_somos (consultado el 28 de febrero de 2025).

• Rodríguez Ramírez, Luis Carlos & Rojas Salazar, Carlos Arnulfo (2024). Sintonía con la Historia:

Divulgación del saber histórico a través de la emisora Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. En Asociación Colombiana de Historiadores (Ed.), *Memorias XXI Congreso Colombiano de Historia: Colombia, de la guerra a la paz: las repúblicas en perspectiva global* (759-763). Ibagué: Asociación Colombiana de Historiadores- Universidad del Tolima.

• Rojas Salazar, Carlos Arnulfo (2025). Sintonía con la Historia: Análisis de los conflictos de la era de la globalización a través de la radio universitaria. En Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación (Ed.), *Memorias VII Congreso Nacional de AFACOM 2025*. Popayán: AFACOM, Universidad del Cauca, UNAD, Uniconfacauca y Fundación Universitaria de Popayán.

• Samper Pizano, Daniel (2002). *Antología de grandes entrevistas colombianas*. Bogotá: Aguilar.

TEJIENDO IDENTIDADES: UN ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO DE SEIS EDICIONES DE LA REVISTA DE MODA LIKAN

Shara Elizabeth Saavedra Castellanos
Estudiante del programa de Diseño de Modas
Politécnico Grancolombian
selsaavedra@poligran.edu.co

Catherin Franco Rojas
Estudiante del programa de Diseño de Modas
Politécnico Grancolombiano
cfrancor@poligran.edu.co

Daniel Esteban Martínez Ballén
Estudiante del programa de Diseño Gráfico
Politécnico Grancolombiano
destmartinez@poligran.edu.co

Resumen

La presente investigación realiza un análisis semiótico de las representaciones de género en seis ediciones de la revista digital Likan, producida por el programa de Diseño de Modas de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. El objetivo principal es identificar cómo se construyen visualmente la feminidad y la masculinidad a través de las imágenes de moda publicadas entre 2019 y 2022. Fundamentado en la teoría de Roland Barthes, que concibe la moda como un sistema de significación, el estudio entiende la imagen y la vestimenta como signos que producen sentidos culturales en torno al cuerpo, la identidad y la diferencia.

Desde un enfoque cualitativo, se aplicó un análisis semiótico a 186 imágenes mediante una matriz que permitió clasificar tipologías visuales, estilos y códigos de género. Los resultados evidencian una marcada predominancia de representaciones femeninas, asociadas al empoderamiento, la naturalidad, el profesionalismo y la performance artística. Asimismo, se observa la inclusión de identidades disidentes y representaciones andróginas, lo que refleja una apertura hacia la diversidad de género. En contraste, la masculinidad aparece más regulada por códigos tradicionales de sobriedad y contención emocional, aunque se identifican en darle una nueva resignificación al ser un poco más fluida y abierta.

Se concluye que Likan, como medio digital de moda, participa activamente en la producción y negociación de significados de género, reproduciendo ciertos modelos tradicionales, pero también generando espacios simbólicos para la diversidad y la transformación identitaria en el contexto académico y cultural colombiano

Palabras clave

Imagen, moda, género, representaciones, feminidad, masculinidad.

Introducción

Las representaciones de género en los medios de comunicación han sido ampliamente estudiadas en Latinoamérica debido a su influencia en la construcción de identidades y roles sociales (Rodríguez et al., 2017; Elizundia y Álvarez, 2021). Los medios funcionan como espacios activos de producción de significados culturales, donde imágenes, narrativas y prácticas (Hall, 2013) como la moda contribuyen a configurar ideas sobre feminidad y masculinidad. Para un poco de contexto, Likan es una revista de moda digital creada por el programa de Diseño de Modas de la Universidad Politécnico Grancolombiano, en asociación con el programa de Comunicación Social-Periodismo y el programa de Diseño Gráfico. Cuenta con doce publicaciones hasta la fecha y se constituye como un espacio institucional de divulgación estética, cultural y creativa en torno a la moda.,

Este proyecto de investigación busca identificar en sei ediciones de Likan cuáles son las representaciones de feminidad y masculinidad a través de sus artículos e imágenes. En esta ponencia nos enfocamos en identificar y analizar esas representaciones visuales (las imágenes) y cómo la vestimenta participa en dicha construcción, con el fin de comprender el papel de este medio digital en la producción de significados de género.

Según Barthes (1967), la moda puede entenderse como un lenguaje que organiza signos y produce significados culturales. Este autor concibe la moda como un sistema de significación en el que prendas e imágenes funcionan como signos cargados de valores sociales e ideológicos; esta perspectiva permite analizar la moda como un fenómeno cultural y político, donde las imágenes operan como textos visuales que producen significados y relaciones de poder. Aplicado a este estudio de la revista Likan, este enfoque permitió identificar tendencias en las representaciones de género: una mayor centralidad de la feminidad y la diversificación de identidades de género, incluyendo los Andrógenos y una masculinidad más abierta, fluida y diferente como se le a presentado tradicionalmente, pero a una así existe ciertos valores de sobriedad y contención emocional en el género masculino.

Asimismo, esta investigación se enmarca en los siguientes conceptos: la **imagen**, la cual entendemos como un recurso visual discursivo que produce y reproduce significados sobre modelos de belleza y género (Barthes, 1967); la **moda** se concibe como un sistema de representación cultural que puede imponer o subvertir estereotipos y resignificar la identidad a través del vestuario (Lamas Carrillo, 2020); las **representaciones**, definidas por Hernández Salazar y Vega Lizarazo (2021) se abordan como modelos simbólicos difundidos por los medios que influyen en la construcción de la identidad y funcionan como actos políticos de producción de sentido y la **feminidad** y la **masculinidad**, entendidas como construcciones culturales y políticas que definen modelos normativos de identidad (Blanco, 2024; Gilmore, 1990; Connell, 1997).

En cuanto al estado del arte encontramos varios estudios que muestran cómo revistas de moda reproducen estereotipos y cánones estéticos diferenciados por género (Pérez-Curiel et al., 2023; Deza, 2022 y Castillo Panadero, 2016). Del Río Almagro et al. (2022) y Zambrani (2010) señalan las consecuencias de los modelos hegemónicos, que derivan en una "crisis de identidad de género" asociada a la imposición de ideales de belleza hegemónica. Gutiérrez (2017), Tovar Bautista y Mosquera Montealegre (2023), Hernández Salazar y Vega Lizarazo (2023) y Ejea Mendoza y Martínez Romero (2022) evidencian en sus investigaciones cómo los medios digitales reproducen estereotipos de género asociando la feminidad con la belleza y la masculinidad con la fortaleza, racionalidad, el éxito profesional y la contención emocional, reforzando jerarquías simbólicas entre lo masculino y lo femenino., así como cánones de belleza que influyen en la construcción de la autoimagen. Finalmente, estudios como los de Olivo y Ayala (2023), Font Marsal (2015), Gutiérrez (2017) y Scalabrin (2022) destacan que la moda es un campo de disputa simbólica donde coexisten la reproducción de normas de género y la apertura a representaciones más diversas.

Metodología

Esta investigación se inscribe en un enfoque cualitativo, orientado a comprender los fenómenos sociales mediante la interpretación de sus significados y discursos. Se emplea el análisis semiótico como la herramienta técnica para descodificar los mensajes visuales presentes en la publicación. El procedimiento analítico se aplicó de manera sistemática a un corpus de ediciones de esta revista, abarcando el periodo comprendido entre 2019 hasta el 2022. Para el tratamiento de la información, se desarrolló una matriz que permitió desglosar cada recurso visual de manera detallada y que incluyó la identificación de la edición y sección

de origen, la clasificación de la tipología de imagen —diferenciando entre portadas, editoriales fotográficas e imágenes de apoyo— y un análisis del componente de moda enfocado en estilos y tendencias.

Asimismo, se exploró la semiótica de género analizando las representaciones de lo femenino y lo masculino. El proceso concluye con una síntesis simbólica donde se interpretan la composición fotográfica, la paleta cromática y el lenguaje no verbal como vehículos de identidad territorial y herramientas de innovación social.

Discusión

La moda ha sido tradicionalmente percibida como un fenómeno vinculado a la estética, el consumo y la industria cultural. Sin embargo, en las últimas décadas, diversas perspectivas teóricas han demostrado que la moda no puede reducirse a la mera función ornamental de la vestimenta, sino que constituye un sistema aún más complejo de producción de significados. Desde la semiótica, la moda puede entenderse como un lenguaje al igual que otros sistemas simbólicos: organiza signos, establece reglas de combinación y produce sentidos culturalmente compartidos. Barthes (1967) en su obra " El sistema de la moda" propone analizarla como un sistema de significación comparable al lenguaje verbal; las prendas, las imágenes y las descripciones de moda no son elementos neutrales, sino signos que participan en un proceso de construcción simbólica. Barthes sostiene que la moda no está en la cosa, sino en el discurso que la nombra: las revistas de moda, los catálogos y las representaciones visuales no solo muestran prendas y ornamentos, sino que se logran traducir en lenguaje, dotándolas de valores sociales, culturales e ideológicos. El autor propone que la moda no solo reproduce modelos sociales preexistentes, sino que los produce simbólicamente, en lugar de limitarse a reflejar la estructura social la moda se traduce en signos, se reorganiza y se vuelve legible a través del lenguaje, de este modo, la moda no es únicamente un fenómeno de imitación, sino un dispositivo semiótico que construye significados estructurados sobre el cuerpo, la identidad y la diferencia.

Si la entendemos como discurso podemos analizarla no solo como práctica estética, sino como un fenómeno cultural y político. Desde esta visión, podemos interpretar las imágenes de moda como textos visuales que producen significados y articulan relaciones de poder. Este enfoque semiótico constituye el punto de partida para el análisis de las representaciones de género en la revista Likan., En primera instancia el análisis de las imágenes identificadas sugiere que el rol femenino ocupa un lugar protagónico dentro del discurso visual de la moda, configurándose como un espacio en el que las mujeres aparecen no solo como objetos de representación, sino como sujetos activos de visibilidad, expresión y agencia estética.



Imagen 1.
Mujer empoderada con actitud dominante
Fuente: revista Likan. Vol. 4 Num. 6 (2022)

Como podemos observar en la anterior portada la mujer asume el rol protagónico, debido a su posición en el centro por encima de sus coprotagonistas hombres. Esto evidencia cómo esta publicación da cuenta de transformaciones significativas en la forma de representación de las mu-

jeres, otorgándole un lugar protagónico en el discurso visual de la moda. Podemos apoyar esta idea a partir de lo que propone McRobbie (2009) en relación con que la cultura mediática contemporánea ha reconfigurado la feminidad, presentando a la mujer como sujeto activo de elección y estilo, en lugar de mero objeto de contemplación estética. De igual manera, Gill (2007) profundiza esta idea al señalar que los discursos mediáticos actuales producen una feminidad centrada en la noción de empoderamiento, entendida como la capacidad de autoconstrucción del sujeto femenino a través del cuerpo, la estética y el consumo. La moda se convierte así en un espacio donde la mujer puede experimentar formas de expresión de la identidad, apropiándose de la imagen como herramienta de visibilidad y afirmación. Por supuesto, este concepto de visibilidad en la moda, a la que se refiere Gill, se refleja en gran parte del contenido de esta revista, en ella, como observamos más adelante, las mujeres aparecen no solo como figuras, sino como sujetos activos dentro del campo de la moda: diseñadoras que lideran sus propios proyectos, modelos que afirman la autonomía y el dominio sobre sus cuerpos y creadoras que participan en la construcción de nuevas narrativas visuales.



Imagen 2
Diseñadora Lina Bermeo creadora de Tarpul marca sostenible
Fuente: Revista Likan Vol. 4 Num. 7 (2022)

Por otro lado, en las últimas décadas, las revistas de moda han ampliado progresivamente el espectro de identidades de género representadas en sus páginas, incorporando figuras trans (transexuales, transgénero o Travestis), drag y otras expresiones no normativas del género, esta revista no es una excepción.



Imagen 3.
Drag Queen vestida con look Glam
Fuente: Revista Likan. Vol. 4 Num. 7 (2022)



Imagen 4
Drag Queen en pose estilizada con look provocativo
Fuente: Revista Likan. Vol. 2 Num. 3 (2020)

Desde la teoría feminista, Butler (1990) sostiene que el género no es una esencia natural, sino una construcción performativa que se produce mediante la repetición de actos, gestos y prácticas corporales. Gracias a este concepto podemos reconocer la moda y el maquillaje como dispositivos privilegiados de performatividad: a través de ellos, los sujetos no solo expresan su identidad de género, sino que la producen simbólicamente. Hallamos como resultado que las representaciones trans y drag en Likan hacen visible esta dimensión performativa del género. Asimismo, podemos reforzar esta teoría gracias

a Preciado (2002), quien afirma que el género funciona como una tecnología política del cuerpo; es decir, prácticas y conductas moldeadas socialmente y que interiorizamos como femeninas o masculinas. Si bien hemos descubierto que la moda ha funcionado como un espacio de visibilización y experimentación para la feminidad y las disidencias de género, lastimosamente descubrimos que en el caso de la masculinidad se presentan dinámicas distintas: a diferencia de la feminidad, históricamente asociada a la ornamentación y la expresividad estética, la masculinidad ha sido construida culturalmente en torno a valores como la sobriedad, la racionalidad y la contención emocional, como podemos ver en la siguiente imagen, la cual se relaciona a una actitud desafiante, fuerte y ausente de color, reforzando las representaciones sobre masculinidad hegemónica.



Imagen 5
Hombre con actitud desafiante vestido con prendas oscuras
Fuente: Revista Likan. Vol. 3 Num. 5 (2021)

La moda masculina ha operado tradicionalmente bajo un régimen de mayor restricción. Kimmel (1996) sostiene que la masculinidad no constituye una esencia natural, sino una construcción histórica y cultural, producida en contextos sociales específicos, este punto de vista nos permite comprender la moda masculina no como una expresión espontánea del sexo, sino como un conjunto de códigos estéticos regulados por normas sociales. La vestimenta masculina, lejos de ser neutral, participa en la producción y reproducción de modelos de masculinidad culturalmente impuestos. Connell (1995) profundiza esta idea al introducir el concepto de masculinidad hegemónica, entendida como el conjunto de prácticas que legitiman la dominación masculina y subordinan otras formas de masculinidad, a diferencia de las representaciones femeninas o disidentes. Debido a esto desafortunadamente las condiciones culturales que sostienen la masculinidad hegemónica hacen que estas resignificaciones se produzcan de manera más limitada o menos visible en comparación con las representaciones femeninas y disidentes. En Likan se evidencia de esta manera:



Imagen 6
Hombre con bolso cruzado y uñas pintadas.
Fuente: Revista Likan. Vol 4 Num. 6 (2022)

Es esta imagen observamos al hombre que incorpora elementos estéticos tradicionalmente asociados a lo femenino como el uso de un bolso cruzado y las uñas pintadas, esto puede interpretarse como una forma de resignificación de la masculinidad. Sin embargo, dicha resignificación no se manifiesta de manera explícita, lo que sugiere que la transgresión no se produce como un gesto abierto de cuestionamiento, sino como una intervención controlada dentro de los límites de lo socialmente aceptable.



Imagen 7
Hombre con outfit contemporaneo y actitud relajada
Fuente: Revista Likan. Vol 1. Num 1 (2019)

En esta imagen, el hombre presenta una vestimenta que se aparta parcialmente de los estándares rígidos de la masculinidad tradicional (como el traje formal, la corbata o la sobriedad cromática), lo que sugiere una apertura hacia formas alternativas de expresión estética; no obstante, esta apertura se encuentra todavía restringida por los códigos normativos del género, ya que no está incorporando siluetas fluidas o faldas generalmente asociadas a lo femenino.

A partir de este examen preliminar se han identificado tendencias significativas en la representación del género dentro de la revista Likan, particularmente en lo que respecta al protagonismo femenino, la visibilidad de identidades disidentes y las tensiones presentes en la construcción de la masculinidad. Si bien estas observaciones no pretenden ser definitivas, constituyen un primer acercamiento crítico que permite comprender cómo la moda, entendida como discurso, participa activamente en la producción y resignificación de las identidades de género.

Resultados

A partir de la matriz de análisis semiótico que realizamos de las seis primeras ediciones de la revista Likan encontramos 186 imágenes, dentro de estas vemos las siguientes representaciones:

Feminidad

Hay142 imágenes de la revista representando la feminidad desde cuerpos codificados y decodificados como femeninos (de mujeres). Esto siguiendo lo que propone Joan Entwistle (2000) sobre la imagen de moda como una representación visual que organiza un cuerpo dentro de un espacio social y que comunica una identidad, en este caso, de género. Dentro de estas mismas imágenes descubrimos que representa de maneras diferentes a la mujer en la revista Likan como:

Empoderamiento femenino:

En 47 imágenes se puede observar una representación empoderada de las mujeres. El siguiente ejemplo muestra a una mujer de forma fuerte y resiliente, como una líder corporativa, lo cual se aleja completamente de los roles tradicionales.

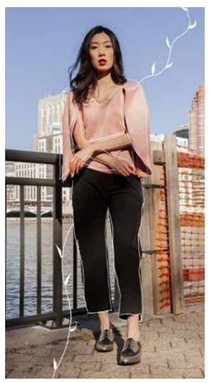


Imagen 8.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021



Imagen 9.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021

Vinculación a la mano de obra y artesanal

Se evidenciaron 5 imágenes en las que las mujeres trabajan de forma artesanal, sin necesidad de máquinas. La revista, entonces, construye una representación de lo femenino ligada a lo artesanal y reproductivo.



Imagen 10.
Fuente: Revista Likan vol 5 No.2021



Imagen *11*.
Fuente: Revista Likan *vol 5 No.2021*

Feminidad “natural”

Esta forma de feminidad se ve reflejada en 37 imágenes y hace referencia a poco ornamento y maquillaje, sino más bien todo lo contrario: siendo más auténtica y real.



Imagen 12.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021

Feminidad seductora y elegante

En 15 imágenes las mujeres son representadas de forma elegante, seductora, sexy, lo que reafirma una representación tradicional de la feminidad y hace las imágenes más llamativas. En este ejemplo la mujer al utilizar un vestido lila muestra parte la franja de su pecho, sonriendo carismáticamente, lo que hace ver amable pero también seductora y elegante.



Imagen 13.
Fuente: Revista Likan vol 1 No.2019

Feminidad clásica y tradicional

Aquí la mujer se ve representada desde una feminidad tradicional: delicada, moderada, limpia y serena por su pose y la vestimenta que utiliza siendo la camisa de estampado floral, unos pantalones beige sin llamar la atención. Esta forma de representación es escasa, pues aparte de este ejemplo solo aparece en 7 imágenes más.



Imagen 14.
Fuente: Revista Likan vol 5 No.2021

Masculinidad

A partir de la sistematización en la matriz encontramos 68 imágenes representando la masculinidad. Dentro de estas mismas identificamos diversas formas de representación como:

Masculinidad pasiva

Se ve al hombre más en segundo plano en donde no adquiere relevancia o protagonismo en las imágenes. A partir de la composición se representa una masculinidad no hegemónica, que pasa a un segundo plano a partir de la relevancia de la figura femenina en un lugar central. También se puede evidenciar la vestimenta donde la mujer está utilizando un atuendo más informal mientras que los hombres tienen una vestimenta formal, comunicando jerarquía en tanto la mujer se viste como quiera a diferencia de los hombres que cumplen con cierta formalidad.



Imagen 15.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 Núm. 6 (2022)

Masculinidad estilizada

En 6 imágenes al hombre se ve de forma estilizada, un poco más delicado y aportando más a la imagen en lo que quiere transmitir lo que contrasta con la masculinidad hegemónica ruda y fuerte. Este ejemplo muestra que posa para la foto, luciendo llamativo y captando la atención, también utiliza prendas que marcan la silueta de su cuerpo, además que utiliza accesorios como las gafas y las cadenas que lo hacen más atractivo.



Imagen 16.
Fuente: Revista Likan vol 1 No.2019

Masculinidad tradicional

En 13 imágenes de la revista se representa una forma de masculinidad tradicional: hombres sobrios, dominantes y con gran liderazgo, lo que evidencia su poder como se ha estipulado en la sociedad tradicionalmente.

En este ejemplo se ve al hombre con una pose rígida, sobria ya que se cruza los brazos con una mirada de liderazgo, además por su vestimenta que es más formal con un color no tan llamativo, sino más bien más apagado.



Imagen 17.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021

Representación andrógina

Hay 19 imágenes de la revista que representan la androginia; es decir, donde se pueden ver de manera simultánea elementos codificados como masculinos y femeninos en una sola persona. En este ejemplo se evidencia que este hombre utiliza vestimenta femenina como tacones, falda, medias largas, una camiseta diferente con una colorimetría asociada a lo femenino que es el rosa y morado, además de maquillaje.



Imagen 18.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 Núm. 6 (2022)

Performance

En las ediciones analizadas de la revista Likan se encuentran 16 imágenes en las que las mujeres se muestran de forma expresivamente artística su maquillaje representando un discurso dramático y teatral.



Imagen 19.
Fuente: Revista Likan vol 1 No.2019



Imagen 20.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021

Representaciones de características de personalidad que comparten la masculinidad y la feminidad

Aquí se encontraron 120 imágenes en las que se encontraron ciertas características asociadas a rasgos de personalidad atribuidas socialmente a lo femenino y a lo masculino.

El profesionalismo

Aquí se muestra el profesionalismo y liderazgo que ejercen los dos géneros representados en 16 imágenes, en las que 2 imágenes lo evidencian en la masculinidad y 14 en la feminidad, lo que se resalta también con los colores oscuros y neutros de las prendas de cada ejemplo. Esto resignifica las representaciones femeninas en tanto las ubica en el espacio público, contrastando con lo reproductivo tradicional. Aun así, la masculinidad mantiene un protagonismo en este aspecto que se evidencia en esa sobriedad tradicional. Lo anterior se refleja, para ambos géneros en las poses rígidas, pero en el caso de lo femenino se suaviza con expresiones como la sonrisa, contrastando con la expresión seria de lo masculino que podría interpretarse como carácter, rudeza y frialdad.



Imagen 26.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 No. 2021



Imagen 27.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 Núm. 6 (2022)

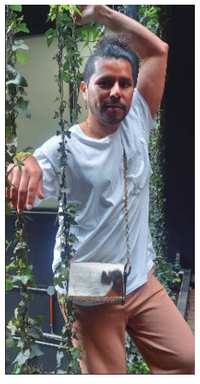


Imagen 29.
Fuente: Revista Likan Vol. 4 Núm. 6 (2022)

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1967/2003). El sistema de la moda.
- Butler, J. (1990/2007). El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad Paidós.
- Connell, R. W. (1997). Masculinidades. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gill, R. (2007). Gender and the media. Polity Press.
- Kimmel, M. S. (1996/1997). Hombría en América: Una historia cultural. Paidós.
- McRobbie, A. (2009). Las secuelas del feminismo: Género, cultura y cambio social. Cátedra.
- Preciado, P. B. (2002). Manifiesto contra-sexual. Opera Prima.

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: UNA MIRADA HOLÍSTICA PARA ANALIZAR LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO Y EL MEDIÁTICO

Hernán Rodríguez Uribe
Comunicador Social-Periodista
Magíster en Comunicación,
Doctorando en Comunicación de la UNLP Profesor titular del Departamento de Artes y Humanidades
Universidad del Tolima
investigador, Grupo Comunicación y Democracia
hrodriguezu@ut.edu.co

Resumen

La teoría de las representaciones sociales propuesta por Moscovici (1979), es entendida como "conjuntos dinámicos" caracterizados por la "producción de comportamientos y de relaciones con el medio" en el que ambos son modificados en su interacción, y opera como una "bisagra" que articula esas dos dimensiones que conforman al sujeto en tanto ser individual y social, "eso llamado real" y los procesos cognitivos que están en la base de su construcción y constitución, dualidad en la que confluyen su materialidad empírica y su sustancia simbólica, "teoría de lo cotidiano" que no solo orienta el comportamiento de las personas, sino que también da cuenta de su realidad (Cegarra Guerrero, 2022).

Esta ponencia se fundamenta en dicha teoría, que ha abierto el panorama disciplinar e interdisciplinar, y una perspectiva de análisis complejo y holístico, integral, que se constituye en una "enriquecedora forma de estudio de lo cotidiano", del "componente psicosocial de la acción y la construcción de lo real" (Cegarra Guerrero, 2022), en el que las representaciones emergen en la interacción discursiva (Jodelet, 2007), aportándome a la comprensión del uso, apropiación, representación y transformación del espacio público por los actores sociales.

Palabras clave

Representaciones sociales, ciudad, espacio público, actores sociales, interacciones sociales.

Introducción

Esta ponencia tiene como base mi tesis doctoral cuyo propósito es analizar la representación que del espacio público realizan los actores sociales (taxistas y vendedores informales) como espacio construido desde su propio conocimiento, convirtiéndolo en la visión de lo cultural vivido, que se desenvuelve en tensión permanente con el espacio público concebido desde la mirada jurídico-normativa de la administración municipal, así como la construcción que del mismo realizan y ponen en circulación los medios de comunicación locales de Ibagué, Tolima.

Durante el proceso identifico diferentes elementos que iluminan este recorrido por el espacio público, escenario que hace posible la ciudad (González Calle, 2006). El primero, es que "sin la acción colectiva no hay espacio público" (Carreira, 2020), siendo la praxis comunicativa esencia de la interacción social, donde emergen las representaciones sociales que como guías para la acción (Abric, 2001b), despliegan los pobladores para transitar y apropiárselo, así como los referentes de identidad individual y colectiva de sus habitantes que tienen a la ciudad como soporte histórico-social por su condición de institución creada por el hombre (Villar Lozano y Amaya Abello, 2010).

Otro aspecto relevante es entender que la ciudad, como contexto

amplio del que forma parte el espacio público, es un sistema de comunicación, "espacio de interacción por excelencia", escenario básico de experiencias de los urbanitas, generador de identidades, formas de vivir, actuar, de imaginar, de soñar (Rizo García, 2013), en el que las relaciones sociales emergen ya como escenarios de sociabilidad en tanto forma superior de la intersubjetividad (Rizo, 2005), y de socialidad donde los sujetos al interactuar anclan sus procesos de interpelación y negociación con el poder, y de su constitución e identidad (Martín-Barbero, 2003), así como el surgimiento de otros nuevos como el espacio público mediático (Ferry, 1998).

De esta forma se estructuran los regímenes comunicativos en el espacio público urbano, entendidos como las formas culturales de vivenciar un espacio específico, las maneras de construir identidades individuales y grupales, los modos de comunicarse, de exponerse y replegarse (Reguillo, 1995), imbricados con las imágenes y las representaciones sociales de los *media*, que como nuevas instituciones sociales y nuevo "marco mediático" generan otros imaginarios y otras representaciones que alteraron las maneras cotidianas de habitar la ciudad y el espacio público.

Además, la teoría de las representaciones sociales, entendida como "teoría de lo cotidiano", como *conocimiento de sentido común*, elaborado o inducido en situaciones de interacción, que orienta el comportamiento de las personas y da cuenta de su realidad (Cegarra Guerrero, 2022), se intersecta con la noción de interacción social, acción mutua en reciprocidad (Marc y Picard, 1992), que los modifica a ambos en su interacción (Moscovici, 1979), es decir, a los interactuantes en el espacio público.

De otra parte, las relaciones sociales están inscritas en un contexto institucional que las anteceden como realidad objetiva, que en este caso son la ciudad y el espacio público, donde se define y se adquiere de manera relacional, constituyéndose en factor clave de la realidad subjetiva que se forma por procesos sociales (Berger y Luckmann, 2003), es decir, que el proceso de representación, construcción y apropiación del espacio por parte de los actores sociales urbanos es "una acción que al mismo tiempo es objetiva y subjetiva" (Sosa Velásquez, 2012, p. 22).

De este proceso reflexivo emerge la dimensión comunicativa de esta investigación, fundamentada en las interacciones sociales y en la sociabilidad y la socialidad como especificidades que incluyen el espacio público mediático, fungiendo como un "fenómeno social total", en el que se imbrican el conjunto de la sociedad y sus instituciones, en un entorno espacio-temporal de naturaleza cultural con sus propios códigos y rituales sociales (Marc y Picard, 1992), y las representaciones sociales le otorgan estabilidad a las relaciones societales, como guía para la acción de los urbanitas.

Metodología

Esta investigación es *cualitativa*, con un enfoque es el *hermenéutico*, que entiende que el ser humano es productor de sentidos, centrado en el análisis de las producciones simbólicas, de los significados, del lenguaje, mediante los cuales los seres humanos construimos el mundo en que vivimos (Araya, 2002).

Determino un *método* de investigación, en tanto "conjunto de procedimientos y técnicas para recolectar y analizar datos" (Strauss y Corbin, 2002, p. 11), que es el método *mixto*, punto de convergencia de los enfoques cualitativo y cuantitativo, en el que operan como procesos sistemáticos, empíricos y críticos que forman parte del mismo estudio (Hernández Sampieri et al., 2010), óptica que me posibilita realizar inferencias a partir de la información recabada y un mayor entendimiento sobre el fenómeno de las representaciones sociales y la estructura que emerge de los enfoques procesual y estructural de las representaciones sociales.

Además, los datos cualitativos aportados por los diferentes actores sociales que brindaron insumos para el enfoque procesual, como los

taxistas y los vendedores informales, son abordados desde la *etnografía urbana*, anclada en la antropología urbana, que es una antropología del espacio público, de las calles, de las superficies hipersensibles a la visibilidad, de los deslizamientos, de las escenificaciones coreográficas, donde los protagonistas del espacio público fungen como una alteridad que se generaliza, ya sean paseantes a la deriva o merodeadores, extranjeros o transeúntes, trabajadores y vividores del espacio público, o grupos compactos que deambulan, juntados por la curiosidad o como muchedumbres ordenadas o delirantes (Delgado Ruiz, 2002).

Discusión

Aquí destaco el potencial analítico de las representaciones sociales como sistema holístico en el que se integran y jerarquizan diferentes clases de cogniciones, en este caso de taxistas y de vendedores informales, así como de los equipos periodísticos de ocho medios analizados en el proceso de producción informativa.

Entonces, las tres esferas de pertenencia de las representaciones sociales propuestas por Jodelet (Jodelet, 2007), me permiten dilucidar el relacionamiento de tres elementos clave de la investigación: los actores sociales urbanos (los/as taxistas y los/as vendedores/as informales, y los actores mediáticos), la praxis comunicativa que está en la base de la interacción social comunicativa entre ellos, y el contexto interaccional (la ciudad y el espacio público físico, simbólico, político o mediático), dado el carácter circular de las representaciones como conjunto organizado de cogniciones relativas a un objeto (Flament, 2001), en este caso, el espacio público.

La primera es la esfera de lo *subjetivo*, desde su función expresiva, en tanto es un tipo de sistema que le otorga sentido a la comunicación y al comportamiento de los sujetos respecto de lo real simbólico construido, me posibilita ver los significados que los sujetos sociales de referencia le confieren a un objeto localizado en su entorno social y físico, esto es el espacio público, a partir de sus sensibilidades, intereses, deseos (Cegarra Guerrero, 2022).

Una segunda, la esfera de lo *intersubjetivo*, me señala cómo las representaciones intervienen como medios de comprensión, herramientas que posibilitan las interpretaciones y la construcción de significados compartidos acerca de los objetos de negociación, es decir, es un conocimiento socialmente elaborado y compartido, donde se intersectan lo psicológico y lo social (Jodelet, 1986), que son las interacciones sociales en el espacio público, sea físico, simbólico, político o mediático, que correlaciona representaciones y prácticas sociales (Abric, 2001d), orientando el comportamiento de los individuos en el mundo material y social (Aguirre Dávila, 2002).

Mientras que en la tercera, la esfera de lo *transubjetivo*, las representaciones sociales corresponden al aparato cultural, al conjunto de modelos, normas y valores transmitidos socialmente, así como al universo simbólico concerniente a las presiones impuestas por la estructura social y de poder, y las ideologías, ofreciendo criterios de codificación y de clasificación de la realidad, aportando los instrumentos mentales, los repertorios que permiten construir significaciones compartidas de la sociedad, inscritas en un contexto institucional que las preceden como realidad objetiva (Berger y Luckmann, 2003; Jodelet, 2007).

Entonces, la dimensión institucional es la ciudad, ese contexto amplio del que forma parte el espacio público físico, simbólico, político o mediático, donde se inscriben las relaciones sociales, factor clave de la realidad subjetiva que se forma por procesos sociales (Berger y Luckmann, 2003), "acción que al mismo tiempo es objetiva y subjetiva" (Sosa Velásquez, 2012, p. 22), espacio social y público donde circulan representaciones que atraviesan los espacios locales de vida, y donde se estructuran unos particulares regímenes comunicativos urbanos como formas culturales producto de vivenciar ese espacio

específico, de construir identidades individuales y grupales, formas de comunicarse, de exponerse y replegarse (Reguillo, 1995).

Resultados

Tomando como punto de partida las tres esferas de pertenencia de las representaciones sociales, su potencial analítico como sistema holístico me permite dilucidar varios aspectos.

- En la esfera de la *subjetividad* se evidencia que "no hay pensamiento desencarnado" (Jodelet, 2007, p. 205), sin materialidad, ya que los sujetos sociales de referencia apropian y construyen sus representaciones asociadas a sus experiencias y vivencias que les provee el entorno urbano.
- En la esfera de la *intersubjetividad* se colige que "no hay individuo aislado", ya que la realidad de la vida cotidiana es el resultado de un mundo compartido con otros en un espacio-tiempo que trasciende el encuentro cara a cara y se amplifica a todas las dimensiones de la vida social.
- La esfera de lo *transubjetivo* articula las dos anteriores, en tanto la vida cotidiana "se desenvuelve siempre en un contexto social", que aquí es el espacio social y público urbano donde circulan representaciones provenientes de diversas fuentes como los medios de comunicación masiva, los marcos institucionales o las relaciones sociales y de poder.

Estas tres esferas están imbricadas, son interdependientes, están imbricadas, se cruzan y se combinan en la elaboración de representaciones sociales en contextos concretos de vida, es decir, el espacio público urbano, objeto relacional que tiene una relevancia significativa para los sujetos y los grupos, ya como el escenario de la oportunidad económica para taxistas y vendedores/as de calle o como proveedor de acontecimientos noticiosos para los medios de comunicación analizados, convergencia que da cuenta de la emergencia de regímenes comunicativos particulares en el entorno urbano.

Referencias bibliográficas

- Abric, J.-C. (2001b). Las representaciones sociales: aspectos teóricos. En J.-C. Abric, Prácticas sociales y representaciones (págs. 11-32). México: Presses Universitaires de France, Ediciones Coyoacán.
- Abric, J.-C. (2001d). Prácticas sociales, representaciones sociales. En J.-C. Abric, Prácticas sociales y representaciones (págs. 195-214). México: Presses Universitaires de France, Ediciones Coyoacán.
- Aguirre Dávila, E. (2002). Representaciones sociales y análisis del comportamiento social. Diálogos: discusiones en la psicología contemporánea, 11-25.
- Araya, S. (2002). Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. San José, Costa Rica: ASDI, FLACSO.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2003). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Carreira, A. M. (15 de Junio de 2020). Instituto de Estudios Urbanos -IEU. Instituto de Estudios Urbanos Web site: http://ieu.unal.edu.co/medios/noticias-del-ieu/item/pensando-el-espacio-publico-pos-cuarentena
- Cegarra Guerrero, A. J. (2022). Representaciones sociales y diseños de métodos mixtos. En F. Aliaga Sáez, Investigación sensible. Metodologías para el estudio de imaginarios y representaciones sociales (págs. 373-402). Ediciones USTA.
- Delgado Ruiz, M. (2002). Etnografía del espacio público. Revista de Antropología Experimental(2), 91-97.
- Ferry, J.-M. (1998). Las transformaciones de la publicidad política. En J.-M. Ferry, & D. Wolton, El nuevo espacio público (págs. 13-27). Gedisa.
- Flament, C. (2001). Estructura,

dinámica y transformación de las representaciones sociales. En J.-C. Abric, Prácticas sociales y representaciones (págs. 33-52). México: Presses Universitaires de France, Ediciones Coyoacán.

• González Calle, J. L. (2006). De la ciudad al territorio. La configuración del espacio urbano en Ibagué 1886-1986. Ibagué, Tolima, Colombia: Aquelarre, Centro Cultural Universidad del Tolima.

• Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. 5a edición. México: McGraw-Hill Editores.

• Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, Psicología Social II (págs. 469-494). Barcelona: Paidós.

• Jodelet, D. (2007). Imbricaciones entre representaciones sociales e intervención. En T. Rodríguez Salazar, & M. d. García Curiel, Representaciones sociales. Teoría e investigación (págs. 191-217). México: Universidad de Guadalajara.

• Marc, E., & Picard, D. (1992). La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación. Barcelona, España: Paidós.

• Martín-Barbero, J. (2003). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Bogotá, Colombia: Fondo de Cultura Económica.

• Moscovici, S. (1979). El psicoanálisis, su imagen y su público. Buenos Aires: Huemul.

• Reguillo, R. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. Un ejercicio necesario. México: ITESO/ CONACULTA.

• Rizo García, M. (2013). Mirar la ciudad. Espacio, comunicación y cultura urbana. Caleidoscopio(28), 31-50.

• Rizo, M. (2005). La Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción. Global Media Journal Edición Iberoamericana, 2(3), 19-33.

• Rodríguez Salazar, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. Comunicación y sociedad, 11-36.

• Sosa Velásquez, M. (2012). ¿Cómo entender el territorio? Guatemala: Cara Parens.

• Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.

• Villar Lozano, M. R., & Amaya Abello, S. (2010). Imaginarios colectivos y representaciones sociales en la forma de habitar los espacios urbanos. Barrios Pardo Rubio y Rincón de Suba. Revista de Arquitectura(12), 17-27.

LOS ALABAOS DE LA CIUDAD: ORALITURA EN LAS GENERACIONES KENNEDIANAS

Nicolás Granada Arias
UNIMINTO

Abstract

Afro-descendant oraliture constitutes a fundamental axis of memory, identity, and cultural resistance within Afro-descendant communities in Colombia. In urban contexts such as the Kennedy locality in Bogotá, this ancestral practice undergoes simultaneous processes of preservation, transformation, and evolution due to migration, city life, and contemporary technological dynamics. This research analyzes how Afro communities living in Kennedy keep oraliture alive through family, community, and pedagogical practices, highlighting its transmission through alabaos, arrullos, myths, rituals, and educational activities with a differential ethnic approach. Using a qualitative approach and an ethnographic method, the study employed participant observation, semi-structured interviews, and fieldwork in community spaces such as the Afrobogotano Kindergarten, local consultative councils, and cultural collectives in the area. The findings show that oraliture functions as a tool for cohesion, identity affirmation, and symbolic resistance, while simultaneously adopting new forms through digital media, urban artistic expressions, and audiovisual productions. As a final product, the research proposes a three-episode documentary series that highlights the processes of preservation, transformation, and evolution of oraliture in Kennedy, contributing to its recognition, documentation, and strengthening within the contemporary urban context.

Palabras clave

Oralitura; afrodescendiente; tradición oral; identidad; cultura; Kennedy; litoral; diáspora; enfoque diferencial; fundación; organización; evolución; pervivencia; visibilización.

Introducción

La tradición oral, o como se refieren los pueblos negros/afrocolombianos “La Oralitura”, ha sido por mucho tiempo el soporte de su memoria colectiva y de la transmisión de valores, saberes y cosmovisiones. Esta práctica es mucho más que solo un conjunto de relatos y cantos es una herramienta que mantiene vigente las herencias culturales y la palabra viva de estas poblaciones.

La oralitura es una herencia africana en el territorio extranjero que llego durante la trata transatlántica o como muchos conocen, la embarcación del pueblo africano hacia América en épocas de la esclavización. Durante estos grandes viajes de un continente a otro, se prohibió mediante la violencia, el leer, escribir o hablar en las lenguas nativas del continente africano, así que para poder comunicarse entre ellos y no crear sospechas entre los esclavistas; las personas negras de las embarcaciones comenzaron a crear canciones, ritmos y códigos orales con frases codificadas que solo ellos podrían entender, creando así un canal de comunicación que se conserva hasta los tiempos actuales.

En la década pasada, desde el Plan Especial de Salvaguarda (PES), el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, incluyó la oralitura afrocolombiana dentro de su biblioteca perteneciente al patrimonio cultural inmaterial, con el Plan Especial de Salvaguardia del

Currulao; esta iniciativa busca garantizar la pervivencia de las manifestaciones musicales y dancísticas del pacifico colombiano. Así mismo, festivales como el Petronio Álvarez en Cali visibilizan el papel de los relatos y expresiones artísticas que beben de las narraciones vivas de está practica en la construcción de memoria y en el fortalecimiento de identidades étnicas.

Sin embargo, en contextos urbanos como Bogotá, donde la migración interna y el desplazamiento forzado han llevado a que localidades como Kennedy, Bosa y Ciudad Bolívar concentren una alta población NARP (Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros), estas prácticas adquieren nuevos sentidos. En medio de una ciudad pluricultural, los relatos de los mayores y las narraciones transmitidas en espacios comunitarios, asociaciones culturales o incluso en encuentros familiares, funcionan como puentes entre la memoria ancestral y la experiencia urbana contemporánea.

La oralitura en la capital no solo preserva raíces, sino que también ofrece herramientas de resistencia simbólica, cohesiona a las comunidades afrodescendientes y aporta al reconocimiento de la diversidad cultural de la ciudad. En este sentido, estudiar sus expresiones en territorios como la localidad de Kennedy abre la posibilidad de reconocer la fuerza de la palabra como medio de unión, transmisión y permanencia de la herencia africana en Colombia.

El objetivo central o general de esta investigación fue:

Analizar las formas de preservación, transformación y evolución de la oralitura afrodescendiente en las comunidades negras que residen en Kennedy, a partir de la producción de un seriado documental de 3 partes en formato de cápsulas. Desde ese punto, se inicia partiendo de un proceso de identifica ción las principales manifestaciones de oralitura afrodescendiente presentes en la localidad de Kennedy, luego de ello, se caracterizaron las dinámicas comunitarias y familiares que contribuyen al desarrollo de la oralitura en entorno urbano de la localidad de Kennedy, con le fin de producir un seriado documental de tres episodios en formato de cápsulas, que visibilice las costumbres y formas de expresión cultural que acompañan a la comunidad afrodescendiente en la localidad de Kennedy, a tal punto de que, a través del seriado documental, darle la visibilidad necesaria para darle la importancia en este caso, a las costumbres afrocolombianas que se trasmiten a través de la oralitura.

Metodología

El enfoque de esta investigación fue cualitativo, ya que lo que se pretendía era comprender las formas de preservación, transformación y evolución de la oralitura afrodescendiente en la localidad de Kennedy, esto desde las experiencias y los significados construidos por los propios actores. Según Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cualitativo se centra en la comprensión del fenómeno social desde la perspectiva de los participantes, buscando la interpretación de los significados otorgados por las personas en sus experiencias y contextos. En este caso, la oralitura fue analizada como una práctica de comunicación viva en constante dialogo con el territorio urbano y la comunidad afrocolombiana a través de su memoria.

Con el enfoque cualitativo, se pudo realizar una aproximación a los procesos simbólicos, comunicacionales y culturales que atraviesan la oralitura, más allá del mero hecho descrito. Como sostiene Flick (2015) la investigación con enfoque cualitativo no pretende medir, sino que busca interpretar múltiples realidades sociales que se pueden reconocer bajo la subjetividad de sus actores (voces diversas).

Por lo anterior mencionado, este trabajo busca comprender como las comunidades afrodescendientes que viven en la localidad de Kennedy,

preservan su herencia oral y como está herencia se adapta en un contexto urbano, con las líneas tecnológicas y educativas de la actualidad.

El método que se usará para esta investigación será el etnográfico, ya que, desde el contexto social, se busca analizar la oralitura, en este caso, en las comunidades afrodescendientes que residen en la localidad de Kennedy, esto con el fin de que se nos permita observar, describir y comprender las prácticas, interacciones y significados de un grupo humano en su contexto natural. Según Wilcox (2020) la etnografía es una disciplina dentro del área de la Antropología que no significa observación participante, trabajo de campo o investigación cualitativa. La concibe como una metodología que abarca más que una serie de técnicas de recolección de datos que puedan describirse o usarse con facilidad.

Esta definición, debería verse complementada con la realizada por Hammersley y Atkinson (1994), quienes indican que la etnografía puede ser considerada desde tres enfoques: como un registro de conocimiento cultural; como una investigación sobre patrones de interacción o, como un análisis holístico de las sociedades.

Teniendo en cuenta lo anterior, se pretende no solamente tener información acerca de la oralitura en sí, sino que también es ver todo lo que esta contiene, como se preserva y cómo ha evolucionado en el tiempo, usando como punto de partida, la ubicación de los diferentes actores afrocolombianos, en este caso, los que residen en la localidad de Kennedy.

La investigación se realizó a partir de una serie de fases o puntos interrelacionados que conectaban entre sí, respondiendo al enfoque cualitativo etnográfico, buscando comprender desde la voz y la participación, los procesos de transformación, evolución y preservación de la oralitura afrodescendiente en el espacio urbano de la localidad de Kennedy

Fase de exploración y preparación: esta primera fase tuvo como propósito, el establecer los cimientos conceptuales, contextuales y de relacionamiento, del proceso investigativo. Esto permitió la comprensión del entorno social y cultural de la comunidad afrodescendiente residente en Kennedy mediante la identificación de actores.

Cartografía social: Con este mapeo se identificó las organizaciones afro, casas culturales o colectivos artísticos, así como lideres sabedores y sabedoras de las tradicionales afrodescendientes que promueven las prácticas culturales y pedagogías vinculadas a la oralitura.

El trabajo de campo y observación participativa: nos permitió tener un acercamiento vivencial con los actores, lo que fortaleció la comprensión cualitativa del fenómeno de estudio. En este sentido, esta herramienta fue de gran ayuda e importancia ya que permitió reconocer y vivenciar a la oralitura en su manifestación más natural y espontanea.

Entrevistas semiestructuradas: se realizaron cuatro entrevistas semiestructuradas a actores claves de la comunidad afro de la localidad de Kennedy. Con las entrevistas se logró profundizar en los significados, prácticas y transformaciones de la tradicionalidad oral en un contexto urbano.

Discusión

En primer lugar, para coordinar las diferentes fundaciones a las cuales se visitaron, se realizó una cartografía, donde se mostró no solamente la ubicación de cada lugar, sino que se ilustró más al detalle el enfoque de cada una de estas, con el fin de darle la referencia necesaria y mapearlas dentro del ejercicio investigativo que se llevó a cabo en esta zona de la localidad. Además de ello, se realizó un trabajo de campo en las fundaciones señaladas en la cartografía, identificando las costumbres y las enseñanzas que se brindan en esos escenarios.

La localidad de Kennedy constituye uno de los terrenos con mayor densidad poblacional y cultural en

el casco urbano de Bogotá. Según el estudio poblacional de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, Kennedy contaba con una población estimada de 1.034.293 habitantes para el año 2023, Para 2024 según la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá, la localidad tuvo una población estimada en 1.037.929 habitantes.

De esta totalidad, según la infografía digital de Kennedy publicada por el IDPAC en diciembre de 2023, evidencia una presencia significativa de organizaciones, equipos de fortalecimiento y colectivos artísticos y culturales que fortalecen la presencia participativa de la ciudadanía, por ejemplo la casa de la juventud Iwoka la cual fue inaugurada en el año 2022, o el Centro de Memoria étnico, Colectivo y Deportivo de la fundación Colombianos Construyendo Caminos ubicado en la misma Alcaldía local de Kennedy.

La cartografía se realizó en cuatro ubicaciones: La UPZ de Gran Britalia y los barrios Timiza, Patio Bonito y Casablanca, sectores relativamente cercanos entre sí. Dentro de la cartografía se relacionó información de cada fundación (redes sociales, objetivo de cada lugar, ubicación, población dirigida, entre otros ítems) importantes dentro de la caracterización de cada territorio, esto con el fin de que se conozca de manera general, cada fundación. A partir de la elaboración de dicho mapa, se hizo un recorrido durante varios días en donde se daba inicio al trabajo de campo.

El desarrollo de esta cartografía pretendió identificar, visibilizar y analizar las organizaciones, colectivos y espacios comunitarios que promueven la oralitura (la literatura oral afrodescendiente) como herramienta de resistencia cultural, memoria colectiva y transformación social de la localidad de Kennedy. Este mapeo permitió conocer las diferentes organizaciones afro, casas culturales o colectivos artísticos ubicados de manera cercana frente a los 3 sectores donde se desarrolló esta investigación, así como líderes sabedores y sabedoras de las tradicionales afrodescendientes que promueven las prácticas culturales y pedagogías vinculadas a la oralitura.

Resultados

En la investigación, se visitaron tres puntos muy imprtantes donde se concentran gran parte de la población afrocolombiana residente en la localidad de Kennedy, estos son: Jardín Afrobogotano De Kennedy, los eventos de la Consultiva local de Kennedy y la Agrupación Identidad Pacífica. Estos lugares fueron escogidos de manera estragética, ya que concentran problaciones diferentes entre si, en el caso del jardín Afrobogotano, el enfoque es más infantil, ya que hay una concentración grande de niños y esto es importante precisamente para la conservación de la oralitura en las generaciones venideras, en el segundo lugar, es más una concentración cultural y familiar donde se hacen actividades de conservación y preservación de loralitura y el ultimo es mas cultural, donde el enfoque real es el arte desde la preservación de estas costumbres afrocolombianas.

Jardín afrobogotano

En este lugar es donde se heredan las costumbres y se da la importancia de la oralitura a las generaciones venideras, con el fin de que, independientemente del contexto urbano a la cual pertenecen, estas puedan preservarse. Las docentes ocupan un papel fundamental dentro de este ejercicio, muchas de ellas, nacidas en Bogotá, pero de familia afrocolombiana, conocen de primera mano la importancia de los saberes y las costumbres de la comunidad a la que pertenece y a la que, en un futuro, los niños que ve a diario harán parte. Por ejemplo, la profesora Lida, quien durante el recorrido nos contextualizó los inicios del jardín, nos daba claras muestras y testimonios de las diferentes actividades que se logran hacer con los niños, uno de ellos son los "Mastes de oralitura" donde se juntan a cantas arrullos y a

contar mitos con los niños.

El programa "Sawabona" de integración social, cuenta con sabedoras que asisten a diferentes jardines infantiles para enseñar tanto a los niños y padres, como a los cuidadores, las tradiciones afro para mitigar la acciones y desconocimiento que fomenten la discriminación. Es así como el jardín cuenta con una cartelera que recuerda el significado de Sawabona y los martes asiste la sabedora Bleydy Cortes.

Otras actividades que se realizaron en este jardín fueron de personificación con las hojas para colorear, cada hoja tenía un personaje de la mitología afrocolombiana como el hombre caimán, la Tunda, el Rivier (un mito sobre un ser mitad hombre mitad tortuga, proveniente de Buenaventura) y otros. Los niños caminaban y cambiaban la voz como cada personaje lo hacía según lo aprendido y finalizaban con la moraleja. La profesora Lida asegura que entre este tipo de actividades también cuentan con las manualidades donde toman cuentos propios de la región pacifica de Colombia y las plasman en cartillas con personajes recortados y creados por los mismos niños en compañía de los padres y esas cartillas son exhibidas a final de año en una especie de exposición de cierre de actividades.

Esta actividad se realizó con los niños más grandes y se formó durante cierto periodo en el cual los niños fueron aprendiendo todo. Al finalizar cada niño y niña se abrazaba y se despedía de la sabedora por su nombre.

La observación realizada en el Jardín Afrobogotano pone de manifiesto una variedad de prácticas que se conectan directamente con los principios de la oralitura afrocolombiana. En primer lugar, el proyecto pedagógico "Cultivando las semillas de mis ancestros" integra símbolos, relatos, rondas y músicas que actúan como herramientas de transmisión cultural. Esto se alinea perfectamente con la oralitura, que se entiende como una forma de preservar y recrear la memoria colectiva a través de la palabra, el gesto y el sonido.

El espacio conocido como "martes de oralitura", dedicado a cuentos, narraciones, cantos y juegos verbales, se convierte en un mecanismo claro de continuidad cultural, donde el lenguaje se transforma en un territorio de identidad. Estas prácticas permiten que los niños, sin importar su origen étnico, se conecten con repertorios simbólicos afrodescendientes, ayudando a reafirmar conocimientos que han perdurado en la oralidad: mitos, historias familiares, expresiones rítmicas y narrativas del Pacífico y del Caribe.

Además, la participación de las familias en la creación de cuadernillos de relatos, máscaras y otras producciones simbólicas enriquece el proceso de transmisión oral, ya que involucra a los cuidadores adultos en la recreación de historias y contenidos culturales que los niños reciben a diario. La interacción constante entre cuidadores y niños, marcada por un trato afectivo y verbal cercano, también refuerza los modos de comunicación que sustentan la oralitura: el llamado suave, la repetición, el canto para regular emociones, las instrucciones convertidas en pequeñas narrativas y la musicalidad del habla.

En conjunto, estas dinámicas demuestran que el Jardín Afrobogotano no solo funciona como un espacio educativo, sino como un territorio de resistencia cultural en un contexto urbano, donde la oralitura se resignifica y se adapta a la vida de la ciudad. Las prácticas observadas ilustran cómo la tradición afrocolombiana se transmite desde la infancia, creando un puente entre el pasado y el presente.

Evento Consultiva local de Kennedy

El Encuentro de intercambio de Saberes, fue una actividad que se realizó en 3 jornadas diferentes, la primera se realizó en el mes de octubre de 2025, la segunda y tercera tuvo espacio en el mes de noviembre de ese mismo año. En estas 3 sesiones se realizaron actividades de sensibilización y fortalecimiento en temas como lo es política pública con enfoque diferencial, emprendimientos de

estética y música del folclore afrocaribeño y del pacifico colombiano.

El espacio del 11 de octubre de 2025 tuvo lugar en el CDC de Tímiza, en el auditorio y contó con un total de 120 personas en el auditorio principal. Si bien la organización principal estaba a cargo del cuerpo consultivo el cual está compuesto por 23 personas pertenecientes a organizaciones socioculturales de la localidad de Kennedy, también se contó con la asistencia de organizaciones y personas de la comunidad que no están vinculadas a dichos grupos.

La actividad iniciaba a las 10 de la mañana, pero los asistentes comenzaron a llegar sobre las 12 del medio día, esto ya que el espacio aún estaba siendo acondicionado para las proyecciones de diapositivas y el sonido del recinto, para cuando todo estuvo organizado ya se contaba con al menos 40 personas en fila ingresando a 3 puestos ubicados en la entrada los cuales corresponden a la asistencia, cada mesa tenía a dos personas, una estaba diligenciando los datos mientras que la segunda persona entregaba una ficha para el refrigerio y el almuerzo.

El espacio inició con un ritual en cabeza de la sabedora María Quiñones, en el suelo se distribuyó en forma de semi circulo, pétalos de flores, hierbas como la yerba buena, ruda y tomillo, en el centró había frutas y una vela con un vaso de agua, esto se hizo como apertura. La señora María resaltaba que este era un ofrecimiento a los ancestros y a los asistentes, el suelo estaba limpio, pero recomendaba recogerla fruta y lavarla antes de ingerirla. El ritual iniciaba con un agradecimiento a Dios y a las personas que realizaron la solicitud del espacio, en medio de la oración ella le dio un frasco con aceite mentolado a una persona para que esta fuera aplicando un poco en las manos de las personas. Según la señora María este aceite estaba realizado desde cero con hierbas dulces y servía para limpiar las impurezas.

Esta segunda parte de la actividad anterior realizada el viernes 21 de noviembre de 2025 en la Alcaldía local de Kennedy como parte del reconocimiento del espacio del Centro de Memoria Histórica de la Fundación Colombianos Construyendo Caminos.

La jornada inició sobre las 2:00 PM e inició de manera muy similar solo que esta vez estuvo a cargo de la sabedora Marta Rivas ella trabaja en el Kilombo Babalu Aye el cual se encuentra ubicado en Patio Bonito más específicamente en el Centro Local de Atención de Victimas (CLAV).

En esta ocasión, hubo más actividades participativas, donde el enfoque principal era reconocer los diferentes tipos de violencia contra la mujer, la salud mental de los jóvenes afro en espacios académicos, y las prácticas de la palabra viva. Estas tres ponencias compartían algo en común y es la ausencia de la cátedra de estudios africanistas en las escuelas, ya que al tener un vacío de la historia negra / afrodescendiente desde que se es pequeño, se vive con la omisión de prácticas que mitiguen el racismo y la discriminación, así lo manifestó la consultiva Maritza Mena quien se enfocó en la charla sobre los tipos de violencia contra la mujer.

Esto llevó a que las personas se organizaran en circulo y Alejandrina Vernaza, representante legal de la Fundación Colombianos Construyendo Caminos, resaltó que la población negra “es una comunidad que no escribe, habla” y que esa si bien es una parte de la identidad étnica, también es una falla ya que “lo que no está escrito no existe” y así es como se han permitido que muchas cosas que lastiman a la población NARP, sucedan. La oralitura jugó un papel importante en esta charla ya que todos conocen y entienden a que se refieren cuando hablan de oralitura pero resaltaron que mientras esta sea usada y practicada en un lugar como Bogotá, su escancia y significado se pierde.

Durante el domingo 23 de noviembre de 2025, este espacio tenía como título “Formador para formadores Raíces de paz” y era el cierre de estas tres fases, se realizó en el espacio de la fundación Etnias de Colombia y junto a 14 consultivas de los 23 que hay en la localidad. Cada organización en cabeza de cada consultiva tenía la responsabilidad de llevar al menos 2 personas, esto ya que la dinámica buscaba integrar a las personas de la comunidad que no formaban parte de la organización y que así se enterasen de la existencia de espacios como ese, el cual tenía como temática la seguridad en la localidad. Las actividades que resaltaron en esta oración fueron la participación de un agente de la policía del cuadrante de Britalia, el cual recogió quejas y solicitudes en un espacio respetuosa guiado por Alejandrina Vernaza, para llevarlos frente a su intendente el cual era la persona que iba a asistir, pero termino delegando la asistencia a alguien más.

El agente de apellido Ramírez puntualizó que no grabáramos videos que se publiquen en redes sociales y donde él salga hablando a cámara ya que su intendente debe autorizar el uso de su imagen como representante de la policía en esa actividad antes de dichos videos sean publicados.

Para el cierre se realizó una presentación de música y danza por parte de la organización Hijos de Obbtalá, la danza central fue una Jota Chocoana con interludios donde el grupo de 4 bailarines (4 hombres y 4 mujeres), se dedicaban estrofas, de coqueteo en forma de rimas y otras en forma de “tiradera” o de reto entre los participantes, las respuestas eran turnadas, primero hablaba una persona y luego respondía la persona a la que se estaba dirigiendo, una vez finalizaban se posicionaban en extremos opuestos y en fila, los músicos comenzaban a tocar el fondo instrumental mientras bailaban todos y volvía a repetirse la dinámica

Agrupación Identidad Pacífica

Esta agrupación en cabeza del profesor y productor musical Plinio Jesús Hurtado Hurtado, es una de las agrupaciones de música del pacifico más representativas de la localidad de Kennedy. Se ubica en el barrio Timiza cerca de la frontera con el barrio Villa del Río.

El profesor Plinio lleva una trayectoria de más de 20 años y es mencionado por gran parte de las organizaciones, colectivos y fundaciones NARP de la capital. Su espacio está rodeado de instrumentos propios del pacífico como la marimba de chonta, cununos, Guasá y tamboras las cuales tienen un mantenimiento bajo las mismas manos del profesor. Todo funciona en una vivienda, una casa donde la sala es el espacio de reposo de los instrumentos. Para el momento en que se realizó la visita, se estaba realizado una mudanza, y el profesor Plinio estaba tratando de atender ambos procesos.

El instrumento predilecto es la marimba de chonta, él menciona que al venir de Guapi – Cauca, la marimba la conoce desde muy joven, cada parte, cada corte, la afinación no es solo como afinar una guitarra sino, que para él es algo más espiritual, y al momento de tocarla es como si en ocasiones los ancestros entraran en él y se manifestaran mediante el “el golpe sabroso”.

La marimba tiene una historia y son pocos los marimberos que la transmiten, porque en la capital se ha vuelto un instrumento decorativo para algunos eventos o contrataciones especiales. El profesor resaltó que la forma en la que la agrupación se ha mantenido aquí en Bogotá es gracias a las convocatorias te participación y proyectos culturales junto con algunas invitaciones para actividades políticas, pero que no son vistos como acreedores de identidad. Mencionaba que los jóvenes negros de Bogotá no están conectados con la cultura porque el entorno no se los permite, para ellos no existe y es porque las condiciones son completamente diferentes y daba como ejemplo el propio espacio donde se encuentra. La casa es una casa tranquila y si bien está agradecido con el lugar, lo contrasta con los hogares de su familia en Guapi o en Tumaco donde si bien puede parecer un entorno pobre, la riqueza “va más allá de lo material”.

Conclusiones

Los resultados permiten concluir que la oralitura afrocolombiana en la localidad Kennedy contribuye a un campo de cultura dinámica, que persiste a pesar de las tensiones sociales y urbanas. La investigación evidencia que la ortalitura funciona simultáneamente como un mecanismo de transmisión de saberes, estrategias pedagogías y prácticas de resistencia en algunos grupos de la población negra / afro residente en esta localidad. Tal como mencionan autores como Sánchez (1992) y Vergara (2014).

En primer lugar, se establece que las manifestaciones de oralitura identificadas por relatos familiares o vistas en actividades organizaciones, se encuentran vigentes en la danza, la estética afro, la gastronomía y con mayor fuerza en la medicina ancestral. Estas prácticas son evidencia de que la oralitura no se limita solo a lo verbal, sino que integra corporalidad espiritualidad y expresiones artísticas más allá del pensamiento inicial de mitos y leyendas.

En segundo lugar, se confirma que la transmisión cultura se sostiene principalmente por costumbres familiares, los relatos recogidos permiten afirmar que la casa opera como ese primer territorio simbólico de tradición oral que es fundamental para las personas nacidas en Bogotá. Así mismo organizaciones socio culturales de la localidad y cuerpos de participación como la Consultiva local, cumplen una función de peso en la preservación y revitalizan de la oralitura. Estas redes permiten la circulación generacional del conocimiento y creación de espacios seguros para la identidad afrodescendiente en la extensión urbana.

Finalmente, se percibe que la ciudad no solo impone retos asociados a actos de discriminación e invisibilización de referentes territoriales, sino que en contra posición a esto, impulsa procesos de transformación cultural. La oralitura se adapta mediante la implementación de lenguajes contemporáneos como la música urbana, la estética y espacios de resignificación en redes sociales los cuales impulsan sus posibilidades de transmisión y participación en las juventudes. La oralitura no es visible a primera vista, no es conocida por las personas su etimología, pero persiste en la población negra / afro de Kennedy, se ha transformado para ser incluida en espacios de formación como lo es el jardín Afrobogotáno acoplándose con el modelo educativo de la capital; y gracias a la memoria de las familias y las redes comunitarias, eta se ha hecho presente. Pero es importante mencionar que su implementación sigue partiendo desde las personas mayores que llegaron a la localidad, y que son pocos los jóvenes que de manera consciente la practican y la mantienen viva.

Prospectiva para seguir la oralitura.

La oralitura afrodescendiente como un sistema de transmisión de saberes, memoria e identidad, se enfrente a un terreno desafiante en la actualidad, un mundo globalizado y digitalizado que de cierta manera pierde contacto con la esencia comunitaria y ancestral. Su prospectiva no se debe pensar desde la idea de una mera conservación estética, sino desde la transformación constante. La tradición oral afro ha sobrevivido a la esclavitud, los desplazamientos y a la misma diáspora; por tanto, su permanencia futura depende de la capacidad que la misma, tenga para adaptarse a los nuevos contextos culturales, sociales, tecnológicos y educativos, manteniendo sus funciones de resistencia simbólica y construcción de identidad colectiva.

En términos de proyección, si buen se cuenta con procesos digitales gracias a programas o colectivos locales en las distintas localidades, hablando puntualmente de Bogotá como lo son El Canal Afro, y fundaciones socioculturales como Etnias de Colombia y Colombia Negra; es menester enfatizar en la adaptación de transmisión en 3 ejes: La Educación, La Comunidad urbana y La Digitalización.

Desde la educación esta practica nace como un método que también proyecta la crianza de las infancias en el territorio, en el espacio urbano debe integrarse de manera transversal en currículos institucionales, en algunos espacios educativos como el Jardín Afrobogotano en la localidad de Kennedy en Bogotá, la maya académica prioriza la oralitura como principal costumbre de crianza, pero no todas las entidades imparten su teoría en sus materias. Su implementación entra dentro del lineamiento del enfoque diferencia, no como un contenido aislado, sino como un eje de pensamiento histórico y cultural.

Desde lo comunitario la clave está en garantizar espacios de saberes compartidos con sabedores/as y personas mayores que desde su conocimiento, transmitan cantos, mitos relatos y practicas a las nuevas generaciones. Y finalizando frente a lo digital, la oraloitura se puede adaptar a otras corrientes habladas como el podcast y medios audiovisuales. Permitiendo que la palabra dialogue con nuevas audiencias sin perder raíces territoriales.

Para las personas que vienen por ejemplo, de Buenaventura, Chocó, Tumaco y el litoral pacifico, la oralitura hace parte de su diario vivir ya que su concepción se convierte en un espacio casi que físico, desde los rituales de comunidad (lunadas) hasta los cantos y bailes que cuentan historias como lo es el Currulao; pero para quienes vienen de las ciudad o el interior del país, es importante fomentar estos procesos de integración ya que la identidad afro es muy distintiva, la mirada de una persona afro de territorio no es para nada igual a una persona afrobogotana, y de la misma manera no es conocida para las demás comunidades etnias y no etnias.

La continuación de esta tradición ancestral depende de la conciencia colectiva sobre el valor histórico, cultural y el respeto. No se trata solamente de preservar desde una forma narrativa, sino de progresar hacia un mundo que entienda su resistencia y su existencia.

Referencias bibliográficas

• Alcaldía Local de Kennedy. (2019, octubre). Información vías y parques en Kennedy. https://www.kennedy.gov.co/noticias/informacion-vias-y-parques-kennedy

• Camargo Capador, O. (2023). Una aproximación a la oralitura como expresión artística e histórica. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/filosofia_letras/685

• Comunidades Negras Afrocolombianas son protagonistas en Barrios Vivos. (s/f). Gov.co. Recuperado el 14 de noviembre de 2025, de https://www.kennedy.gov.co/milocalidad/comunidades-negras-afrocolombianas-son-protagonistas-barrios-vivos?utm

• IDPAC. (2021). TEJIENDO SOCIEDAD ESPECIAL KENNEDY. https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://rd.participacionbogota.gov.co/files/view/36?utm_source=

• Nichols, B. (1997). La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental. Grupo Planeta (GBS).

• Oslender, U. (n.d.). THE POLITICS OF ETHNICITY: INDIGENOUS PEOPLES IN LATIN AMERICAN STATES. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-65252003000100012

• Portocarrero, M. J. & Bruckner, I. (2022). Tradición oral afrocolombiana como reflejo de subalternidad. Recuperado de: http://hdl.handle.net/10554/60749

• Rediker, M. (2007). The slave ship: A human history. Viking.

• Rojas, A. (2020). Fiestas trashumantes, liderazgos comunitarios y fiestas patronales afrocolombianas del Pacífico en Bogotá. Universidad del Rosario.

• Rojas, L. A. (2019). Comunica-

ción, poder y transnacionalización: aproximaciones críticas desde América Latina. FLACSO Ecuador – Programa de Comunicación y Cultura. https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/48089.pdf

• Secretaría de Gobierno de Bogotá. (2020). Comunidades Étnicas de Bogotá, tomo 4. Afrocolombianos, negros y palenqueros. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.gobiernobogota.gov.co/sites/default/files/2024-08/Comunidades%20%C3%89tnicas%20de%20Bogot%C3%A1%20Tomo%20%23%204%20Afrocolombianos%2C%20Negros%20y%20Palenqueros.pdf?utm_

• Secretaría de Salud de Bogotá. (2024). Análisis de condiciones, calidad de vida, salud y enfermedad (ACCVSyE) de las comunidades negras afrocolombianas residentes en Bogotá D. C. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.saludcapital.gov.co/Documents/etnias/Com_negras_afrocol_Bta.pdf?utm_source=

• Subdirección de Gestión y Evaluación de Políticas en Salud Pública. (2024). Despliegue de la Estrategia Kilombos en Bogotá D.C.: Desafíos y posibilidades. Secretaría Distrital de Salud de Bogotá.

• Toro Henao, D. (2014). ORALITURA y TRADICIÓN ORAL. UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS DE LAS FORMAS ARTÍSTICAS ORALES. Lingüística Y Literatura, 239–256. https://doi.org/10.17533/udea.lyl.18849

• Vergara, A. y Arboleda, K. (2014). Feminismo afrodiaspórico. Una agenda emergente del feminismo negro en Colombia. Universitas Humanística, 78, 109-134. http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.UH78.fafn

MINI SERIADO DE PODCAST PARA VISIBILIZAR LAS HISTORIAS DE VIDA DE LAS MUJERES TRANS QUE PRACTICAN ACTIVIDADES SEXUALES PAGAS EN CÚCUTA AÑO 2025

Carla Nicole Molina Contreras
Paula Daniela Rozo Tellez
Yeimmy Nathalia Patiño Mendez
Universidad Francisco De Paula Santander
Facultad De Educación Artes Y Humanidades
Comunicación Social
Norte De Santander-San José De Cúcuta

Mini seriado de podcast para visibilizar las historias de vida de las mujeres trans que practican actividades sexuales pagas en cúcuta año. 2025

Director

Tatiana Torcoroma Bayona Sanabria
Universidad Francisco De Paula Santander
Facultad De Educación Artes Y Humanidades
Comunicación Social
Norte De Santander-San José De Cúcuta
2025

Introducción

Colombia es uno de los países con mayor impacto en el trabajo sexual, un oficio que no es regulado ni protegido, lo que da paso a que miles de personas practiquen esta actividad en condiciones indignas. Según el Ministerio de la Igualdad y Equidad en Colombia la actividad sexual paga se identifica como las actividades donde se puede identificar no solo un intercambio puntual económico si no también una vulnerabilidad estructural, ya sea bajo la explotación sexual tradicional, digital, presencial, acompañantes entre otras. El trabajo sexual y el sexo por supervivencia siguen siendo realidades altamente estigmatizadas por lo que las mujeres trans enfrentan exclusión estructural, violencia y silenciamiento social y la comunicación puede convertirse en una herramienta de visibilización y transformación social. De ahí nace este proyecto que propone un mini seriado de podcast como estrategia narrativa y testimonial.

Resumen

Esta ponencia presenta la creación de un mini seriado de podcast como estrategia comunicativa para visibilizar las historias de vida de mujeres trans que ejercen actividades sexuales pagas en Cúcuta (2025). Desde un enfoque cualitativo y fenomenológico, se emplea el método de historias de vida para comprender sus experiencias, procesos identitarios y formas de agencia en contextos de exclusión.

El proyecto analiza el podcast como dispositivo narrativo capaz de cuestionar discursos estigmatizantes y generar reconocimiento simbólico, aportando a los debates sobre comunicación para el cambio social y representación de poblaciones históricamente marginadas.

Palabras claves

Comunicación para el cambio Social: La comunicación es entendida como proceso inmerso en las dinámicas sociales y políticas del desarrollo, siendo empleado como herramienta de dominación para reproducir relaciones desiguales de poder. En el ejercicio crítico que se derivan de los estudios culturales de las últimas décadas se muestra una visión de la comunicación que se ha transformado desde el enfoque de derechos y de participación ciudadana “La comunicación no es un simple instrumento neutral, sino un campo de disputa donde se expresan y reproducen relaciones de poder; sin embargo, también puede ser resignificada como práctica emancipadora desde los márgenes” (Martín-Barbero, 2003, p. 67), dando paso

a una comunicación dialogante que busca crear espacios de encuentro en los que las comunidades puedan ser actores de su propio cambio.

Estigmatización: La estigmatización de las personas que practican el trabajo sexual es una construcción social que reproduce relaciones de poder desiguales y excluye a estas personas del tejido comunitario y las instituciones públicas. Esta estigmatización se perpetúa a través de imaginarios colectivos que asocian el trabajo sexual con la inmoralidad y la delincuencia, limitando su acceso a derechos fundamentales como la salud y la justicia. Sin embargo, la comunicación para el cambio social ofrece una oportunidad para desafiar estas narrativas y promover una mirada más empática y justa.

Comunicación digital: La comunicación digital es un proceso de creación, transmisión o intercambio de información por medio de plataformas o medios digitales, tales como redes sociales, sitios web, aplicaciones o entornos virtuales, que se caracteriza por ser inmediata, interactiva y de alta difusión. Una ventaja es que permite la libre expresión, participación, sensibilización y construcción de narrativas diferentes.

Trabajo Sexual: Es una actividad económica en la que una persona ofrece servicios sexuales a cambio de una remuneración, aunque muchas veces se ejerce en contextos de desigualdad, exclusión y falta de garantías laborales. "El trabajo sexual es una actividad laboral que, como otras, puede estar atravesada por condiciones injustas o de explotación, pero eso no lo convierte en trata de personas. El problema no es el trabajo sexual en sí, sino las condiciones en que se ejerce." Lamas, M. (2005, p. 18). En este proyecto, se incluye este término reconociendo a las trabajadoras sexuales y visibilizando las condiciones sociales que afectan su labor, entendiendo que su estigmatización limita el acceso a servicios básicos y al reconocimiento social.

Historias de vida: Son relatos narrativos en los que los individuos comparten sus experiencias personales y percepciones a lo largo del tiempo. "Las historias de vida permiten penetrar en los mundos subjetivos de los individuos, acceder a sus memorias y comprender cómo construyen sentido a partir de sus experiencias." Bertaux, D. (2005, p. 23). Este enfoque se utiliza en diversas disciplinas, como la sociología, la psicología y la antropología, para comprender el contexto de vida de las personas, los eventos que marcaron su trayectoria y la forma en que estos influenciaron su visión del mundo, siendo importantes para compartir perspectivas y diferentes realidades para aumentar el entendimiento y la empatía.

Poder Testimonial: El relato de vida posee un valor simbólico y político que permite visibilizar experiencias históricamente ignoradas o desvalorizadas. Narrar lo vivido otorga legitimidad a trayectorias marcadas por la exclusión, y transforma el silencio en una forma de resistencia. Como afirman Quintana y Massó (2011), las historias de vida constituyen "una forma de dignificar y dar valor a las experiencias individuales" (p. 77), convirtiéndose en herramientas clave para el reconocimiento y la transformación social.

Podcast: El podcast es un formato que permite generar cercanía sin descuidar la seguridad de la fuente y por eso se escoge este contenido digital basado en la narrativa sonora, que permite la difusión de episodios de audio a través de plataformas de streaming o distribución en línea. A diferencia de la radio tradicional, el podcast ofrece flexibilidad en el acceso, pues los oyentes pueden escuchar los contenidos en cualquier momento y lugar, adaptándose a sus propios ritmos de consumo.

Metodología

Este proyecto tiene como propósito visibilizar el trabajo sexual y el ASP

como una problemática social que, en determinados contextos, puede convertirse en sexo por supervivencia, reconociendo que no todas las personas que lo ejercen lo hacen por las mismas razones. Estas prácticas están atravesadas por condiciones individuales, sociales y económicas como el desempleo, la pobreza, la exclusión, la migración, la violencia y las experiencias de vida, las cuales influyen directamente en las trayectorias personales. En este marco, la investigación se centra específicamente en las historias de vida de mujeres trans que ejercen trabajo sexual en Cúcuta, Norte de Santander, durante el año 2025.

La metodología se desarrolla desde un enfoque cualitativo, priorizando las experiencias y relatos de vida de las participantes como eje central del estudio. Se adopta el método de historia de vida por su pertinencia para interpretar, sensibilizar y, principalmente, otorgar voz y protagonismo a las mujeres trans, permitiendo la construcción de un espacio de expresión desde sus propias perspectivas, alejándose de estigmas y miradas moralizantes. Como producto final, se plantea la realización de un mini seriado de podcast que recoja y difunda estas narrativas.

El proyecto se inscribe en el paradigma fenomenológico, cuyo interés radica en comprender el fenómeno del trabajo sexual tal como es vivido por las participantes, rescatando sus voces sin imponer interpretaciones externas. Desde esta perspectiva, no se busca generalizar resultados, sino comprender la esencia de las experiencias humanas a partir de los relatos de vida.

El tipo de investigación es cualitativa, entendida como un enfoque que permite comprender fenómenos sociales desde el sentido subjetivo que los sujetos atribuyen a sus vivencias, reconociendo que el conocimiento se construye de manera cultural e histórica. Este enfoque resulta especialmente pertinente para el estudio de poblaciones invisibilizadas, ya que prioriza técnicas como la entrevista y los relatos de vida, con el objetivo de generar comprensión profunda, interpretación crítica y, en algunos casos, transformación social.

El método de historia de vida permite analizar cómo las mujeres trans construyen su identidad, enfrentan el rechazo social y negocian su dignidad en contextos de exclusión y estigmatización, reconociéndolas como sujetos sociales activos. Este método no se limita al relato biográfico, sino que implica un análisis crítico y reflexivo que otorga valor científico a los testimonios.

Como técnicas de recolección de información se emplea la entrevista semiestructurada, seleccionada por su flexibilidad y capacidad para profundizar en realidades sociales complejas desde la perspectiva de quienes las viven. Esta técnica se apoya en un guión de entrevista como instrumento, diseñado con preguntas abiertas organizadas en cuatro ejes temáticos: historia personal, experiencia en el oficio, relación con el entorno y proyecciones a futuro. Además, el instrumento incluye datos generales y un espacio para registrar observaciones no verbales relevantes.

La población objeto de estudio está conformada por mujeres trans que han ejercido o ejercen actualmente actividades sexuales pagas en Cúcuta, correspondiendo a una población no probabilística. La muestra se seleccionó por conveniencia y está compuesta por cuatro participantes, con edades entre los 30 y 45 años, quienes coinciden en su sector de trabajo en el centro de la ciudad.

Discusión

La comunicación para el cambio social funciona como eje interpretativo del proyecto, al evidenciar la tensión entre narrativas dominantes estigmatizantes y narrativas alternativas construidas desde las historias de vida. En este marco, el podcast se consolida como una herramienta comunicativa que, a través de una narrativa sonora íntima y empática, contribuye a la dignificación de las experiencias y a la transformación social.

Resultados

Durante la fase de análisis de resultados el grupo decidió dividirse en dos subgrupos con el fin de abordar de manera más minuciosa la experiencia de dos géneros diferentes dentro del mismo fenómeno social, para así obtener una comprensión más amplia y comparativa. Cada subgrupo se enfocó en el análisis de cuatro capítulos del podcast, siendo uno responsable de las historias de vida de las trabajadoras sexuales trans y el otro de las mujeres cisgénero que han ejercido o ejercen el trabajo sexual. De esta forma se logró un análisis más categorizado y contextualizado, qué permitió contrastar y esclarecer las particularidades narrativas y vivenciales según el género de las fuentes, siendo este el resultado de las trabajadoras sexuales trans:

- El ASP aparece como estrategia de supervivencia ante la exclusión laboral y social.
- Las participantes relatan violencia institucional, policial y social.
- El relato testimonial permite procesos de resignificación personal.
- El podcast genera una narrativa digna y no estigmatizante.

Este proyecto nos permitió observar y evidenciar que el trabajo sexual o la actividad sexual paga ocupa un puesto bastante marcado entre las opciones laborales de la comunidad de las mujeres trans que buscan oportunidades y crecimiento economico frente a las limitadas alternativas laborales y académicas. Siendo que esta actividad no solo les ofrece una ganancia económica si no también la libertad de expresarse y desarrollarse libre y autónomamente a falta de espacios seguros para hacerlo.

Esto sin dejar de lado los estigmas y dificultades que se perciben en esta actividad, donde se puede evidenciar problemas de riesgo en su integridad física y mental al ser un tema tan rodeado de estigmas e imaginarios sociales, que generar escrutinio e indiferencia por parte de una gran mayoría social, esto dando como resultado una necesidad de resguardo y privacidad por parte las mujeres trans que lo ejercen.

Las narrativas recolectadas mostraron que las mujeres trans que realizan trabajos sexuales participan activamente en la discusión constante entre sus necesidades, deseos y límites, evidenciando su fuerza, habilidades, adaptación y desarrollo personal para interactuar y construir una vida en base a las dificultades y situaciones de este entorno.

Estas evidencias resaltan que el trabajo sexual no puede reducirse a un fenómeno de comercio en el placer de los adultos ni resumirse como actividad marginal; si no al contrario, se plantea como una forma de adaptación ante las limitaciones laborales, económicas y educativas, además de constituir un escenario donde las personas buscan afirmarse, ganar autonomía y acceder a oportunidades de crecimiento, de esta manera favoreciendo la reducción de estigmas y el fortalecimiento de la comprensión social.

Referencias bibliográficas

- Czechowski, K., Sylvestre, J., & Corsini-Munt, S. (2020). Survival sex: Sexual agency and consent in a state of deprivation? A scoping review. The Canadian Journal of Human Sexuality, 29(1). https://doi.org/10.3138/cjhs.2019-001ResearchGate
- Federación de Mujeres Progresistas. (2018). Feminización de la supervivencia y prostitución ocasional. https://fmujeresprogresistas.org/wp-content/uploads/2018/12/Investigaci%C3%B3n-Feminizaci%C3%B3n-de-la-supervivencia-y-Prostituci%C3%B3n-Ocasional-web.pdf
- Ilifebelt. (2016). Importancia de la comunicación digital y el marketing digital en las empresas. Visualcom Publications. Recuperado de https://visualcompublications.es/revVISUAL/article/download/3564/1982visualcompublications.es
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.Wikipedia, la enciclopedia libre+1Wikipedia, la enciclopedia libre+1 Enlace añadido: https://archive.org/details/ETC0624
- Rodríguez Machado, D. M., & González Cogollos, L. V. (2023). Situación de derechos de hombres gays, bisexuales y heterosexuales: población migrante y refugiada que ejercen sexo por supervivencia. AID FOR AIDS International. https://www.researchgate.net/publication/375182690_situacion_de_derechos_de_hombres_gays_bisexuales_y_heterosexuales_poblacion_migrante_y_refugiada_que_ejercen_sexo_por_supervivencia-researchgate+1migravenezuela.com+1
- Sánchez Upegui, A. (2011). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 1(17). https://www.redalyc.org/pdf/1942/194220465006.pdf
- Scolari, C. A. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa.Wikipedia, la enciclopedia libre https://biblioteca.unicomfacauca.edu.co/bib/2936

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026





Mesa 7

Diversidad, inclusión y representación en los medios

USO Y APROPIACIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Sofia Londoño Elejalde
Líder de Semillero Prometeo
Nathalee Giraldo Jiménez

Abstract

The project will be developed in Medellín, the capital of the department of Antioquia, located in the Aburrá Valley. The School of Digital Communication is located at the Politécnico Grancolombiano campus in the Estadio sector, which is situated in a well-connected urban area, facilitating access to educational and technological resources.

Medellín is a city with a growing economy, renowned for its innovation and technological development. However, it also faces challenges such as socioeconomic inequality and poverty in some areas, particularly in some educational institutions where computers are not of sufficient quality for education. Students at the Politécnico Grancolombiano come from diverse socioeconomic backgrounds, which can influence their access to and familiarity with digital tools. Nevertheless, the city has implemented several initiatives to improve education and reduce the digital divide, which are relevant to

the project's success. These initiatives include technology training programs, equipment donations, and the creation of collaborative learning spaces, all aimed at providing students with equal opportunities to access quality digital resources.

The Prometeo Research Group's Digital Tools project is a project that primarily benefits first-semester students and focuses on facilitating the understanding of applications used in digital communication for first-semester students from public institutions who lack basic knowledge of the applications used in the field.Its main objective is to reduce dropout rates through support from students and professors at the Politécnico Grancolombiano via a website called Online Actuality. Upper-semester students actively collaborate on this platform, proposing different applications that will be useful for coursework.

Using a mixed methodology, upper-semester students are asked how and which applications have been useful for submitting their assignments. They also have the option to include additional applications to creatively complete assignments.

One of the difficulties expressed by some students at the Grancolombiano Polytechnic is the need to know about and have access to a web space where they can find the various digital platforms available to improve their presentations and assignments, and to ensure that classmates and teachers are using the same language. They acknowledge that this information can be found online; however, not all the tools are free, they are not easily accessible, and some are difficult to navigate, causing them to waste time. Therefore, based on the students' experiences with these platforms, collaborative work to share knowledge is necessary.

Barriga Gutiérrez, P. A., & Andrade, J.M. (2012) "The websites and tools consulted manage to fulfill one of the many needs for developing critical thinking, and some remain merely digital representations of what conventional books offer, justifying interactivity through menus, buttons, and navigation bars."

One of the objectives is to investigate what types of learning tools Communication students use to generate digital content in the classroom.

Palabras clave

Herramientas digitales, desigualdad educativa, deserción, brecha digital, comunicación, contenidos digitales, servicios digitales, medios de comunicación y conocimientos básicos.

Introducción

La educación pública, una realidad de muchos jóvenes que durante su tiempo en las instituciones no adquieren el conocimiento básico de algunas herramientas y aplicaciones digitales ya sea por los bajos recursos o limitación de recursos asignados por las organizaciones públicas que aunque han intentado estar al mismo nivel que los avances tecnológicos la falta de comprensión crea una brecha digital creando una desigualdad entre los diferentes estudiantes.

Cuando llegan a la educación superior privada, especialmente a la carrera de comunicación digital se encuentran con estudiantes que ya tienen conocimientos acerca de las aplicaciones de edición de video, audio y página de presentaciones generando desilusión y en algunos casos deserción en el primer semestre de pregrado debido al poco acompañamiento y a la innumerable información encontrada en el buscador de Google en donde no se explica el uso de estas herramientas que servirán de apoyo para la realización de los diferentes trabajos propuestos a lo largo de la carrera universitaria.

Toda esta investigación es realizada con una participación activa de estudiantes de semestres superiores e inferiores con el fin de conocer las dos perspectivas y crear un espacio colaborativo en que haya un apoyo continuo en donde se cuentan experiencia y se da explicación clara para que se evite la sobrecarga de información generando estrés al no saber como usarla.

Toda esta información se encontrará en una página en la cual se tendrá acceso a todas las aplicaciones junto a explicaciones de uso aportadas por alumnos y posibles sugerencias para futuros arreglos de la página. En el futuro esta idea se plantea para diferentes carreras ya que este no es un problema de una sola carrera, además no solo se queda en la universidad, esta idea se ha llevado a los diferentes colegios públicos en los que se les enseña a usar la inteligencia artificial, aplicaciones para edición, edición de audio y redacción actividad que demuestra la poca enseñanza de estas herramientas útiles en esta época digital.

El objetivo general es desarrollar un curso de herramientas digitales orientado a los estudiantes del primer semestre de Comunicación del Politécnico Grancolombiano, con el fin de capacitarlos en el uso eficiente de aplicaciones y recursos tecnológicos, mejorando la calidad de sus trabajos académicos y promoviendo la creación de un recurso digital colaborativo mediante la plataforma Symbaloo.

Los objetivos específicos son capacitar a los estudiantes en el uso de herramientas digitales esenciales para la producción y gestión de contenidos académicos, como procesadores de texto, aplicaciones de diseño y herramientas de organización, Mejorar la calidad y presentación de las entregas académicas mediante la enseñanza de recursos digitales que permitan a los estudiantes desarrollar trabajos más creativos, organizados y visualmente atractivos y fomentar la creación de un Symbaloo colaborativo en el que se recopilen aplicaciones y herramientas digitales útiles, contribuyendo a la creación de un recurso educativo compartido y accesible para toda la comunidad estudiantil.

Metodología

Esta investigación cuenta con una metodología cualitativa con enfoque descriptivo el cual consta de encuestas a estudiantes de semestres superiores para conocer las aplicaciones que usan al momento de realizar las entregas. En cuanto al enfoque descriptivo se realizaron entrevis-

tas, grupos focales que constan de estudiantes de primeros semestres quienes nos ayudan a descubrir los principales problemas y por último un análisis, una búsqueda para saber que otras aplicaciones pueden ser agregadas a la página a la que los estudiantes del Politécnico Grancolombiano tienen acceso a través de Smart Campus.

La plataforma en la que se encontrará es en Canvas, que estará con toda la información necesaria y sin necesidad de tener que salirse para conocer más aplicaciones y de diferentes temas como audio, video, foto e inteligencia artificial tema que ha sido un tema de conversación.

Discusión

Se dice que la educación pública es poco efectiva, pero este no es el caso de todos los jóvenes ya que existen instituciones que aunque sean públicas tienen una organización que les indica las enseñanzas que deben dar a los alumnos y aunque la actualidad busca garantizar la innovación y creatividad. Pero el rumbo de la sociedad y la tecnología avanza tan rápido que ni las entidades públicas logran estar al margen de los avances y los aplicativos a los estudiantes.

Cuando culminan la etapa de colegio y tienen que tomar una decisión acerca de su carrera la cual define su futuro la limitación de conocimientos básicos acerca de la tecnología no permite al joven la buena elección por miedo al fracaso ya que se tiene una idea de perfección en algunos casos. En una carrera como comunicación digital saber manejar estas herramientas es algo esencial ya que es una base para poder realizar los trabajos propuestos por los docentes, pero si el estudiante no adquirió esos conocimientos para realizar los entregables en diferentes formatos se estresan y se sienten inferiores ante sus demás compañeros quienes en sus instituciones les explicaron personalmente cómo se usan generando poco a poco una desigualdad educativa en la que no tienen un buen promedio ni la disposición para no aceptar los conocimientos enseñados por los docentes.

El poco conocimiento crea un aumento de la deserción educativa en la que por miedo, estrés o limitaciones obliga a los estudiantes a dejar la carrera universitaria sin poder explorar las grandes oportunidades que ofrece la comunicación en este caso digital. Esto es demostrado por los resultados de las entrevistas y encuestas hechas a los estudiantes de semestres de segundo semestre en adelante quienes aportaron su experiencia, soluciones y ayuda para que más estudiantes no pase por eso y disfrute de lo digital.

Muchos dicen que que la diferencia entre lo privado y lo público es muy grande, pero la brecha entre ellas incide mucho en lo digital debido a los recursos otorgados por las organizaciones quienes aunque intentan ir al ritmo de lo tecnológico se quedan cortos y son obligados a mejorar año por año mientras que la educación privada cuenta con la oportunidad de un avance más continuo sin la dependencia de las entidades públicas.

Lo que este proyecto busca es que esa brecha disminuya al punto de desaparecer y que los estudiantes al llegar cuenten con una página en la que no encontrarán exceso de información ni falta de explicación empezando la universidad con un buen promedio y la capacidad de atender las necesidades como estudiante de primer semestre que no tendrá que preguntar a jóvenes con más experiencia para hacer los entregables que quedarán en su portafolio.

Resultados

Después de realizar las diferentes encuestas se encontraron que las aplicaciones más comunes entre los estudiantes de comunicación digital del segundo semestre que son útiles para el uso cotidiano como estudiantes quienes se sintieron agobiados en los primeros momentos ya que no contaban con la guía adecuada y tuvieron que aprender por medio de las plataformas digitales como Google sintiéndose abrumados por tener tantas explicaciones y poca claridad de uso de estas aplicaciones.

En la lista de las aplicaciones esta:

Genially

Una aplicación en la que se pueden realizar presentaciones interactivas, juegos creativos para las aulas de clase y estudiantes universitarios para crear clases únicas y diferentes, además como estudiante se puede crear líneas del tiempo, interacciones con botones para un recorrido más dinámico por las presentaciones a la hora de la exposición. Es una opción gratuita, pero como todas las aplicaciones cuenta con una membresía pro en la que se tiene más opciones, aunque la versión gratis tiene la capacidad de ser una herramienta para crear una excelente entrega.

Indicaciones de uso:

1. Ingresa a Genially desde su sitio web oficial y crea una cuenta o inicia sesión. La herramienta funciona directamente en línea, desde cualquier navegador.
2. Al entrar al panel principal, selecciona qué deseas crear: Presentación interactiva, infografía, imagen interactiva, material educativo o lúdico y documento digital.
3. Personaliza tu proyecto agregando: textos, imágenes, íconos y formas, videos y audios y enlaces externos.
4. Añade interactividad seleccionando un elemento y activando: Ventanas emergentes, enlaces, etiquetas informativas y animaciones al hacer clic o al pasar el cursor.
5. Aplica animaciones de entrada, salida o énfasis a los elementos para dar ritmo visual al contenido, evitando la sobrecarga para mantener la claridad.
6. Guarda tu proyecto y publícalo cuando esté listo. Genially genera un enlace para compartir, o permite incrustar el contenido en páginas web y plataformas educativas.
7. Revisa las licencias de uso de plantillas y recursos según tu tipo de cuenta (gratuita o premium) y respeta los derechos de autor del contenido utilizado.

CapCut

Una aplicación en la que se puede editar videos de manera sencilla que cuenta con una versión premium y gratuita que tiene un costo razonable mensualmente de $30.000 o

$60.000 anual en el que te dan acceso a un espacio ilimitado y más opciones para dar el toque especial en los videos realizados desde el primer semestre de la carrera. Cuando se cuenta con premium se crea un acceso al que la inteligencia artificial puede ser una ayuda

Indicaciones de uso:

1. Descarga Cap Cut desde la tienda de aplicaciones (App Store, Google Play) o accede a su versión de escritorio/web. Inicia sesión o utiliza la app sin cuenta según tus necesidades.
2. Abre la aplicación y selecciona “Nuevo proyecto”. Luego, elige los videos, imágenes o audios que deseas editar y agregalos a la línea de tiempo.
3. En la línea de tiempo puedes: Cortar o dividir clips, ajustar la duración, modificar el volumen del audio y reordenar escenas.
4. CapCut ofrece una amplia biblioteca de: Filtros y efectos visuales, transiciones entre clips, animaciones de entrada y salida.
5. Selecciona la opción “Texto” para añadir títulos, subtítulos o créditos. Puedes personalizar:

Tipografía, tamaño y color, Animación del texto.

6. Añade música desde la biblioteca de CapCut o importa tus propios audios. Ajusta los niveles de sonido y sincroniza el audio con el video.

7. Cuando finalices la edición, pulsa “Exportar” y selecciona la resolución y formato deseado. El video puede guardarse en tu dispositivo o compartirse directamente en redes sociales.

8. Respeta los derechos de autor de la música, imágenes y videos utilizados. Verifica las licencias antes de publicar contenido con fines comerciales.

Leonardo

Leonardo AI es una plataforma de inteligencia artificial diseñada para generar imágenes digitales, a partir de texto. Utiliza modelos sofisticados de aprendizaje automático permitiendo a los usuarios, la creación de ilustraciones, arte conceptual y piezas visuales de alta calidad rápidamente y de forma accesible. Esta herramienta es, ciertamente, para diseñadores, artistas, creadores de contenido y aquellos sin experiencia técnica, dado que funciona mediante descripciones escritas, o sea prompts que la IA interpreta para producir imágenes originales con distintos estilos visuales.

Leonardo AI, sobresale por ofrecer opciones de personalización, cómo escoger modelos artísticos, ajustes de estilo, iluminación y nivel de detalle, dándole al usuario un mayor control creativo. Además, permite el uso de imágenes de referencia y la creación de varias variaciones de la misma idea. En un mundo donde la creatividad digital depende cada día más de la tecnología, Leonardo AI, es presentada como una herramienta innovadora que expande las posibilidades de creación visual y hace que el acceso al arte generado por inteligencia artificial sea algo de todos.

Indicaciones de uso:

1. Ingresa a Leonardo AI desde su sitio web oficial y crea una cuenta o inicia sesión.

Puedes usarla desde el navegador, sin necesidad de instalar programas adicionales.

2. Una vez dentro, elige la opción **“Image Generation”** o “Crear imagen”. Aquí podrás seleccionar: Modelo de IA (según estilo: realista, ilustración, anime, arte conceptual, etc.), Tamaño y formato de la imagen y Cantidad de imágenes a generar.

3. En el campo de texto, describe de forma clara y detallada la imagen que deseas crear. Ejemplo: “Ilustración digital de una ciudad futurista, colores neón, estilo cyberpunk, alta definición”, entre más específico mejor.

4. Puedes modificar parámetros como: Nivel de detalle, iluminación, estilo artístico y uso de imágenes de referencia.

5. Haz clic en **“Generate”** y espera unos segundos mientras la IA procesa la solicitud. La plataforma mostrará varias versiones de la imagen según la configuración elegida.

6. Selecciona la imagen que más te guste. Puedes: Descargarla, editarla nuevamente y usarla como base para nuevas creaciones.

7. Respeta las normas de uso de Leonardo AI: Evita generar contenido ofensivo o protegido por derechos de autor sin permiso y revisa las licencias según el tipo de cuenta (gratuita o de pago) antes de usar imágenes con fines comerciales.

Canva

Una aplicación en la que encuentras diferentes plantillas en caso de no querer iniciar tus presentaciones desde cero en donde lo único que

tienes que hacer es organizar el texto y agregar pequeñas imágenes para darle el toque a la presentación, además cuenta con diferentes extensiones para hacer gráficas, tablas,grabar audios y crear imágenes con inteligencia artificial. En caso de querer pegar fotos reales acerca del tema que deseas buscar podrás encontrar muchas opciones además de marcos para una mejor organización en ellas creando una imagen pulcra y creativa para complementar tu discurso.

Indicaciones de uso:

1. Ingresa a Canva desde su sitio web o aplicación móvil. Inicia sesión con tu correo electrónico, cuenta de Google, Facebook o Apple.

2. En la página principal, selecciona el formato que deseas crear, por ejemplo: Publicaciones para redes sociales, presentaciones, afiches o poster, flyers y documentos o videos,

3. Puedes comenzar desde: Plantillas prediseñadas, que facilitan el trabajo visual y Lienzo en blanco, si prefieres crear desde cero.

4. Utiliza el panel de herramientas para: Agregar y editar texto (fuentes, tamaño, color), insertar imágenes, íconos, formas y elementos gráficos, cambiar colores y fondos, subir imágenes o videos propios.

5. Ajusta la alineación, el espaciado y las capas de los elementos para lograr un diseño equilibrado y claro. Canva ofrece guías visuales para facilitar esta tarea.

6. Los diseños se guardan automáticamente.

7. Para exportarlos, selecciona “Compartir” y elige el formato de descarga (PNG, JPG, PDF, MP4, etc.).

8. Canva permite compartir diseños con otras personas para: Editar en tiempo real, comentar y revisar contenido.

9. Respeta las licencias de elementos gráficos y tipografías , revisa qué recursos son gratuitos y cuáles requieren Canva Pro, especialmente para uso comercial.

Adobe

Adobe es un gigante en software creativo, ¡lo sabes!, adorado mundialmente por sus herramientas digitales para diseño gráfico, edición de imagen y video, ilustración, fotografía, desarrollo web y gestión de documentos. Nacida en 1982, se ha plantado como un ícono en el mundo creativo y tecnológico, ¿eh? A través del ecosistema Adobe Creative Cloud, la empresa ofrece aplicaciones profesionales como Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro y After Effects, usadas a mansalva por diseñadores, artistas, comunicadores, estudiantes y empresas. Estas herramientas facilitan la creación de contenido visual de alta calidad, ¡si señor!, para medios impresos, digitales y audiovisuales.

Además, Adobe impulsa la innovación con inteligencia artificial, principalmente con Adobe Firefly, ¿verdad?, que optimiza los procesos creativos y agiliza tareas, ampliando la expresión y productividad. Debido a su enfoque en la creatividad, la tecnología y la experiencia del usuario, Adobe, bueno, se ha vuelto un pilar clave del mundo digital de hoy.

Indicaciones de uso:

1. Abre la aplicación de Adobe desde tu computador.

2. Inicia sesión con tu Adobe ID si el sistema lo solicita.

3. En la pantalla inicial, seleccione Crear nuevo o Abrir archivo según lo que necesites.

4. Haz clic en Crear nuevo.

5. Elige el tipo de documento (impresión, digital, video, etc.).

6. Configura el tamaño, resolución y modo de color (RGB o CMYK).

7. Presiona Crear para comenzar.

8. Barra de herramientas: ubicada generalmente a la izquierda, contiene las herramientas principales (selección, texto, pincel, formas, etc.).

9. Paneles: a la derecha encontrarás capas, colores, propiedades y ajustes.

10. Área de trabajo: zona central donde editas tu diseño o contenido.

11. Ve a Archivo > Guardar o Guardar como.

12. Elige la ubicación y el formato adecuado (.PSD, .AI, .INDD, etc.).

13. Guarda con frecuencia para evitar pérdida de información.

14. Selecciona Archivo > Exportar.

15. Elige el formato final (JPG, PNG, PDF, MP4, entre otros).

16. Ajusta la calidad y resolución según el uso final (web o impresión).

17. Haz clic en Exportar.

18. Guarda todos los cambios realizados.

19. Cierra el archivo y luego la aplicación desde Archivo > Salir.

Picsart

Adobe, una compañía prominente, sobresale en el terreno del software creativo. Conocida en todo el mundo, su oferta son herramientas digitales para diseño gráfico, imagen y video, ilustración, fotografía, desarrollo web, gestionando documentos. Se establecieron en 1982, desde entonces se hizo muy fuerte en la industria creativa y tecnológica.

Picsart es una plataforma digital y aplicación para editar imágenes. Con ella, los usuarios pueden fácilmente crear, modificar y personalizar fotos y diseños, super intuitivos. Ofrecen bastantes herramientas, filtros, efectos, textos, calcomanías y opciones de dibujo. Esto hizo Picsart popular para principiantes, creadores de contenido y diseñadores.

Su interfaz, muy accesible, facilita la experimentación visual gracias a su enfoque creativo. Transforma imágenes simples en diseños geniales para redes sociales, proyectos educativos o también personales. También, Picsart incentiva la creatividad colectiva, mediante su comunidad online, permitiendo a los usuarios compartir y descubrir nuevas ideas.

Indicaciones de uso:

1. Descarga Picsart desde la App Store, Google Play o ingresa a su versión web.

   Inicia sesión o continúa como invitado.

2. Pulsa el botón “Crear” o “+” y selecciona una imagen desde tu galería, toma una foto o elige un lienzo en blanco.

3. Utiliza las herramientas principales: Editar: ajustar brillo, contraste, saturación y filtros, recortar: cambiar el tamaño o formato, texto: añadir títulos con diferentes tipografías, stickers: insertar stickers prediseñados o crear los propios, dibujar: añadir trazos o ilustraciones manuales.

4. Explora efectos artísticos, superposiciones y trabaja con **capas** para lograr composiciones más complejas.

5. Cuando finalices, pulsa Guardar para descargar la imagen o Compartir directamente en redes sociales como Instagram, Facebook o WhatsApp.

6. Verifica que los cambios estén guardados y cierra la aplicación.

Pictory.AI

Pictory. AI, una ingeniosa herramienta de edición de vídeo impulsada por IA. Su objetivo principal: simplificar y agilizar la producción de contenido audiovisual de primer nivel, aun cuando la edición no sea lo tuyo. Con funciones automatizadas, Pictory. AI transforma textos, guiones e ideas en vídeos completos; imágenes, clips, música y subtítulos, ¡todo sin dramas!

Lo notable de Pictory. AI. Su habilidad para transmutar texto escrito -como artículos de blog, guiones y resúmenes- en vídeos aptos para redes sociales, páginas web, o presentaciones. Esta herramienta optimiza cada vídeo por sí sola, acomodando duración, ritmo visual, elementos multimedia, buscando un resultado final profesional, además de muy atractivo.

Indicaciones de uso:

1. Ingresa a Pictory.AI

2. Regístrate o inicia sesión con tu cuenta

3. Script to Video: convierte un texto o guion en video

4. Article to Video: transforma un artículo o blog en video Edit Videos Using Text: edita un video usando solo texto

5. Visuals to Video: crea videos desde imágenes y clips

6. Pega tu texto, guión o enlace

7. Ajusta el idioma y el tono si es necesario

8. Haz clic en Proceed / Generate

9. Divide el texto en escenas

10. Asigna imágenes y videos automáticamente

11. Agrega subtítulos y música de fondo

12. Cambiar imágenes o clips

13. Editar textos y subtítulos

14. Elegir tipografías y colores

15. Ajustar música, volumen y duración

16. Añadir voz en off (IA o grabación propia)

17. Revisa el video completo

18. Ajusta escenas si algo no encaja

19. Corrige textos o tiempos

20. Haz clic en Export

21. Elige la resolución (según tu plan)

22. Descarga el video o compártelo directamente

23. Usa textos claros y cortos para mejores resultados

24. Revisa siempre las imágenes sugeridas por la IA

25. Ideal para redes sociales, marketing, educación y presentaciones

26. Funciona mejor con guiones estructurados.

Filmora

Filmora es un software de edición de video, creado por Wondershare. Su propósito es facilitar la creación audiovisual de forma intuitiva y eficiente, ya ves. Filmora, se adapta tanto a novatos como a editores con nociones básicas, gracias a su interfaz amable y un montón de herramientas. Este programa agiliza la edición, incorporando cortes, transiciones, efectos chulos, títulos llamativos, música y ajustes de audio, sin necesidad de ser un pro. También, Filmora soporta muchos formatos de video y ofrece opciones de exportación ideales para redes sociales y plataformas digitales.

Indicaciones de uso:

1. Inicia Filmora desde tu computador y selecciona “Nuevo proyecto” para comenzar una edición desde cero.

2. Haz clic en “Importar” y carga los videos, imágenes o audios que vas a utilizar.

Estos aparecerán en la biblioteca de medios.

3. Arrastra los archivos desde la biblioteca hacia la línea de tiempo (parte inferior): El video va en la pista principal, el audio puede ir en pistas separadas y las imágenes y textos se colocan encima del video.

4. Utiliza las herramientas de edición: Cortar o dividir clips, ajustar volumen y eliminar ruido, aplicar filtros, transiciones y efectos y agregar títulos y subtítulos.

5. Presiona el botón Play para revisar cómo va quedando el video y hacer ajustes si es necesario.

6. Cuando termines: Haz clic en “Exportar”, elige el formato (MP4, MOV, etc.), selecciona la resolución y guarda el archivo en tu computador o súbelo directamente a redes sociales.

7. Recuerda guardar el proyecto (.wfp) para poder editarlo más adelante sin perder el trabajo.

Adobe audition

Adobe Audition es un software profesional de edición de audio. Creado por Adobe Systems, sirve para grabar, editar, y mezclar sonido, incluyendo restauración con gran calidad. Es súper útil en producción musical, podcast, radio, y doblaje, también en cine y contenido digital. El programa brinda herramientas avanzadas para la limpieza de ruidos, adecuar niveles, y aplicar efectos. También permite mezclar pistas, afinando la calidad del audio de manera precisa. Además, la interfaz es intuitiva; permitiendo la edición en forma de onda o sesiones multipista. Eso facilita mucho la producción y organización de proyectos complejos. Con su integración con Premiere Pro y After Effects, Adobe Audition se hace fundamental para el flujo de trabajo audiovisual profesional.

Indicaciones de uso:

1. Abre **Adobe Audition**.
2. Haz clic en **Archivo > Nuevo > Sesión multipista** (si vas a trabajar con varias pistas).
3. Asigna un nombre al proyecto, elige ubicación y configura la frecuencia (44.1 kHz es estándar para música).
4. Conecta tu micrófono a la computadora.
5. Ve a Edición > Preferencias > Hardware de audio y selecciona tu micrófono.
6. En la pista, haz clic en el botón R (Grabar) para activarla.
7. Presiona el botón rojo de grabación en la parte inferior y comienza a hablar o cantar.
8. Pulsa espacio para detener.
9. Haz doble clic en el clip grabado.
10. Usa la herramienta de selección para cortar partes no deseadas.
11. Presiona Supr (Delete) para eliminar errores o silencios.
12. Puedes aplicar efectos desde Efectos > Reducción de ruido / Restauración si hay sonidos molestos.
13. Selecciona el clip o pista.

Ve al panel **Efectos**.

Puedes agregar:

- Ecualizador (EQ) para mejorar la claridad.
- Compresor para equilibrar volumen.
- Reverb para dar ambiente.

Ajusta los parámetros y escucha el resultado antes de aplicar.

14. En la vista Multipista, ajusta el volumen con los controles laterales.

15. Usa el paneo (L/R) si quieres mover el sonido a izquierda o derecha.
16. Organiza música, voz y efectos en pistas separadas.
17. Ve a Archivo > Exportar > Mezcla multipista completa.
18. Elige formato (MP3 o WAV).
19. Selecciona calidad y guarda el archivo.

Audacity

Adobe Audacity es un programa de edición y grabación de audio digital que sirve para crear, modificar, y refinar ficheros de sonido. Este software deja grabar voces, música, y más sonidos; también se pueden editar pistas, cortar, pegar, mezclar, poner efectos y quitar ruidos. Se usa mucho en hacer música, podcasts, y en editar cosas para vídeos y otras obras audiovisuales.

Con su interfaz fácil de usar y montones de herramientas para editar, Adobe Audacity le hace la vida más sencilla a principiantes y expertos del audio por igual. Ademas, puede trabajar con muchos tipos de archivos, y tiene opciones muy avanzadas para mejorar el sonido, haciéndolo una elección flexible en la producción digital.

Indicaciones de uso:

1. Ingresa a la página oficial de Audacity.
2. Descarga la versión compatible con tu sistema operativo (Windows, Mac o Linux).
3. Instala el programa siguiendo los pasos del asistente.
4. Abre Audacity.
5. En la parte superior, selecciona tu micrófono en el menú desplegable de dispositivos.
6. Ajusta el volumen de entrada para evitar que el audio se escuche saturado.
7. Haz clic en el botón rojo Grabar
8. Habla o reproduce el sonido que deseas capturar.
9. Cuando termines, presiona el botón Detener

Seleccionar: Usa el cursor para marcar la parte que quieres modificar.

Cortar: Ctrl + X **Copiar:** Ctrl + C **Pegar:** Ctrl + V

Eliminar ruido:

1. Selecciona un fragmento donde solo haya ruido.Ve a *Efecto Reducción de ruido*

Obtener perfil de ruido.

Selecciona todo el audio y aplica la reducción.

10. Ve al menú **Efectos**.
11. Puedes aplicar opciones como
    a. Amplificar
    b. Eco
    c. Normalizar
    d. Cambiar tono o velocidad
12. Ve a **Archivo- Exportar**.
13. Elige el formato (MP3, WAV, etc.).
14. Guarda el archivo en la ubicación deseada.

Inshot

InShot, una aplicación para la edición de video y fotos que se diseñó específicamente para móviles. Es super famosa entre los creadores de contenido, estudiantes y usuarios de redes sociales, porque permite editar vídeos rápido, simple, y de forma profesional, sin conocimientos avanzados. Con InShot, se pueden recortar, juntar y ajustar clips de vídeo, añadir música, efectos, filtros, textos, stick-

ers y transiciones. Además, posibilita cambiar el formato del video, según la red social donde se quiera publicar, tipo Instagram, Tik Tok, YouTube o Facebook.

La interfaz es intuitiva y sencilla, lo cual la hace una herramienta ideal, para quiénes desean crear contenido atractivo desde el móvil, de manera práctica y eficaz.

Indicaciones de uso:

1. Ve a Play Store (Android) o App Store (iPhone).
2. Busca **InShot** y descárgala.
3. Ábrela una vez instalada.
4. En la pantalla principal, elige si quieres editar **Video**, **Foto** o hacer un **Collage**.
5. Selecciona el archivo desde tu galería.
6. Pulsa el botón de confirmación para comenzar.
7. Usa la opción **Recortar (Trim)** para cortar partes innecesarias.
8. Ajusta la duración arrastrando los extremos del clip.
9. Toca la opción **Música**.
10. Puedes añadir canciones de la biblioteca de InShot, de tu celular o grabar tu voz.
11. Ajusta el volumen y sincroniza el audio.
12. Selecciona **Texto** para escribir frases o títulos.
13. Modifica el color, tamaño y duración en pantalla.
14. Usa **Stickers** y emojis para hacerlo más dinámico.
15. Entra en **Filtro** o **Efectos** para mejorar la imagen.
16. Ajusta brillo, contraste, saturación si lo necesitas.
17. Cambia la relación de aspecto (1:1, 9:16, 16:9, etc.) según la red social donde lo publicarás.
18. Toca el botón **Guardar**.
19. Elige la calidad (720p, 1080p, etc.).
20. Espera que se exporte y compártelo.

Luzia

Luzia es una inteligencia artificial diseñada para usar sobre todo WhatsApp y más plataformas de mensajería, eso permite a la gente interactuar con tecnología avanzada de forma fácil y accesible. Ella apunta a simplificar cosas del día a día como contestar preguntas, traducir textos, crear contenido, aclarar inquietudes escolares y dar soporte en muchas áreas, todo en una charla normal y veloz. Lo que distingue a Luzia es lo fácil que es usarla porque no precisa aplicaciones complicadas ni ajustes avanzados, haciéndola algo útil para estudiantes, profesionales y todos quienes precisan ayuda al instante por chat.

Indicaciones de uso:

1. Para utilizar Luzia, debes agregar su número a WhatsApp (o ingresar desde la plataforma donde esté disponible) e iniciar una conversación como si estuvieras chateando con cualquier contacto.
2. Formula tus preguntas o solicitudes de manera clara y específica para obtener mejores respuestas.

Puedes pedirle que:

- Resuelva dudas académicas
- Genere textos (ensayos, historias, resúmenes)
- Traduzca idiomas
- Cree imágenes (si la función está disponible)
- Responda preguntas generales

3. Aunque Luzia ofrece respuestas rápidas y útiles, es recomendable verificar la información cuando se trate de temas académicos, médicos o legales importantes.
4. No compartas información personal sensible. Utiliza la herramienta con fines educativos, informativos o creativos de manera ética.

Referencias bibliográficas

• 1-Abad, L. (2014). Diseño-deprogramasdee-inclusión-paraalfabetizaciónmed-iáticadepersonasmayores. Comunicar,21(42),173-180. https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197019.pdf 2-Castells,

• M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. 1. http://economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf 3.Huelves, F., (2009). Buenas prácticas TIC. La alfabetizacióndigital enmayores. Teoríade laEducación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 10(2),48-65 https://www.redalyc.org/pdf/2010/201017352005.pdf

• 4-Núñez,S.,Ávila,J.,Olivares,S. (2017).Eldesarrollodelpensamientocríticoenestudiantesunive rsitariospor medio del Aprendizaje Basado en Problemas. Revista Iberoamericana de Educación Superior, 8(23)

• https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007 28722017000300084 5-Viciana, V., Fernández, A. y Linares,M., et al. (2018). Losestudiosuniversitarios yelmindfulness.Una revisiónsistemática.REICE.RevistaIberoamericanasobreCalidad,EficaciayCambioenEducación16(1),119 135.https://repositorio.uam.es/handle/10486/681022 Audacity(s.f.).AUDACITY:softwaredeediciónde audio.https://audacity.es/

• 6- Capcut (s. f.). CapCut la descarga hace brillar tu trabajo. • https://www.capcut.com/es-es/tools/video-editor download 7- Euroinnova (s. f.). Adobe Audition: editor de audio profesional. https://www.euroinnova.co/blog/adobe

• audition-que-es-y-para-que-sirve 8- Franco (s. f.). Creative Cloud de Adobe Suite: las apps que todo creador de contenido necesita.

• https://www.thepowermba.com/es/blog/creative-cloud-de-adobe-suite 9- Genially (s f.). Desbloquea tu genialidad. Diseña contenido interactivo. https://genial.ly/es/ 10-Knott, R. (s. f.). Los 10 mejores programas para editar vídeos. https://www.techsmith.es/blog/programa editar-videos/ 11-Moravi (2024). Los 14 mejores creadores de collages de fotos para PC y móvil Aprender más:

• https://www.movavi.com/es/learning-portal/photo-collage-makers-for-mobile-and-desktop. html Movavi.com. https://www.movavi.com/es/learning-portal/photo-collage-makers-for mobile-and-desktop.html © 12-Orientanet (s. f.). ¿Qué puedo aprender en Photoshop? https://www.orientanet.es/que-puedo-aprender en-photoshop/?-expand_article=1

CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA DONACIÓN DE ÓRGANOS Y TEJIDOS DIRIGIDA A JÓVENES DE LA UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ

Linda Valentina Molina Ospina
Ana Sofia Morales Mendoza.
Facultad de Humanidades Artes y Ciencias Sociales
Programa de Comunicación Social y Periodismo.
Universidad de Ibagué

Resumen

Este trabajo de grado desarrolla una estrategia de comunicación estratégica enfocada en incrementar el conocimiento, el interés y la disposición hacia la donación de órganos y tejidos en estudiantes de la Universidad de Ibagué. Ante un panorama nacional con bajas tasas de donación (7.4 donantes por millón de habitantes) y una marcada desinformación en el departamento del Tolima, la investigación adopta un enfoque metodológico mixto. Se realizó un diagnóstico inicial mediante 71 encuestas y un grupo focal con 29 estudiantes, identificando que el 73.3% posee nulo o escaso conocimiento sobre el proceso. La propuesta se estructuró bajo el Plan Estratégico de Comunicación (PEC) de Andrés Aljure, implementando tácticas digitales en la cuenta de Instagram de *El Anzuelo Medios*. Los resultados muestran un alcance significativo, con más de 2,700 visualizaciones combinadas en productos audiovisuales (*reels* y carruseles), logrando sensibilizar a la comunidad universitaria y reducir la brecha informativa sobre mitos y procesos de trasplante.

Palabras clave

Donación de órganos, comunicación estratégica, desinformación, jóvenes universitarios, redes sociales.

Introducción

Colombia ha sido un país pionero en América Latina en materia de trasplantes, iniciando hitos médicos desde 1966 con el primer trasplante de riñón, seguido por médula ósea en 1976 e hígado en 1979. A pesar de la creación de la Red Nacional de Donación y Trasplante en 2004, el país enfrenta un desafío crítico de salud pública. Para finales de 2024, la tasa de donación se situaba en apenas 7.4 donantes por millón de habitantes, una cifra insuficiente frente a los 4,046 colombianos que permanecen en lista de espera. De estos pacientes, la gran mayoría requiere un riñón (3,732), seguidos por quienes esperan un hígado, pulmón, corazón o páncreas.

El problema central identificado radica en la **deficiente difusión de información** por parte de las entidades de salud, lo cual alimenta una brecha de desconocimiento poblacional. En el Tolima, las ituaciónes más aguda: solo existe una institución habilitada para estos procedimientos (clínica AVIDANTI en Ibagué) y la información disponible en canales oficiales es escasa o está desactualizada. Esta carencia informativa permite la proliferación de mitos y prejuicios éticos que impiden la toma de decisiones basadas en hechos verídicos.

La investigación se sustenta en que la comunicación estratégica puede actuar como motor de cambio social. El objetivo principal fue desarrollar una campaña informativa para jóvenes de la Universidad de Ibagué, reconociendo que este grupo poblacional posee un papel clave en la construcción de una cultura de solidaridad. Se planteó la pregunta de cómo incrementar el conocimiento, interés y disposición mediante un lenguaje cercano y formatos digitales adecuados al consumo juvenil.

Metodología

El diseño metodológico adoptó un **enfoque mixto**, combinando herramientas cuantitativas y cualitativas para comprender las percepciones y comportamientos de los estudiantes. La estructura del proyecto siguió las siete etapas del Plan Estratégico de Comunicación (PEC) propuesto por Andrés Aljure (2015):

1. **Análisis de la situación:** Se recolectó información de bases de datos académicas y se aplicaron instrumentos de diagnóstico. Se determinó una muestra de 68 encuestas sobre una población de 4,326 estudiantes, logrando finalmente la aplicación de **71 encuestas presenciales**.
2. **Análisis DOFA:** Se clasificaron factores internos y externos, identificando la receptividad de los jóvenes hacia causas sociales como una fortaleza y la falta de educación sobre el proceso de trasplante como una debilidad crítica.
3. **Definición de objetivos:** Se formularon metas bajo el formato **SMART** (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con tiempo definido), priorizando la visibilización de la donación.
4. **Definición de públicos:** Se segmentó a estudiantes de Psicología, Ingeniería y Comunicación Social, utilizando **mapas de empatía** para entender qué oyen, ven, sienten y dicen respecto al tema.
5. **Definición de mensaje:** Los mensajes se diseñaron para ser eficaces y concisos, diferenciando entre enfoques emocionales para humanidades y datos racionales para áreas técnicas.
6. **Plan táctico:** Se seleccionó a *El Anzuelo Medios* (Instagram) como canal principal, dada su cercanía con la comunidad universitaria.
7. **Definición de indicadores:** Se utilizaron indicadores de gestión e impacto para medir el alcance y la interacción de los contenidos publicados.

Adicionalmente, se realizó un **grupo focal con 29 estudiantes** para profundizar en las motivaciones personales y las barreras psicológicas frente a la donación.

Resultados

El diagnóstico inicial a través de las encuestas reveló datos contundentes sobre la percepción universitaria. El **73.3% de los estudiantes manifestó estar poco o nada informado** sobre el proceso de donación. Un hallazgo paradójico fue que, si bien el **100% de los encuestados aceptaría recibir un** órgano en caso de necesidad, solo el **81.7% está dispuesto a donar** después de fallecer, y un 16.9% aún manifiesta incertidumbre.

Respecto al conocimiento técnico, los órganos más reconocidos como aptos para donar son el riñón, corazón e hígado; sin embargo, existe un desconocimiento generalizado sobre tejidos como la piel (solo 41 menciones) y las córneas (35 menciones). Además, el 66.2% considera que la religión influye directamente en esta decisión.

En la fase de implementación de la campaña, se publicaron tres productos audiovisuales clave en Instagram:

- **Reel 1 (Mitos y Verdades):** Desmintió 5 prejuicios comunes. Obtuvo **1,525 visualizaciones**, con un alcance del 49.3% en no seguidores, lo que indica una alta viralidad inicial.
- **Reel 2 (Cifras y Datos):** Enfocado en perfiles racionales (como Ingeniería).

Logró **818 visualizaciones** en su exposición por redes.

- **Carrusel Informativo:** Presentó información organizada sobre preguntas frecuentes. Alcanzó **1.462 visualizaciones y** un alto nivel de interacción mediante "me gusta" y compartidos.
- **Recordatorio Sobre Donaciónde** Órganos **y Tejidos:** Lapublicación alcanzó **1.005 visualizaciones**, con un 53,3% de alcance en usuarios no seguidores, evidenciando expansión del mensaje más allá de la comunidad habitual.
- **Punto de donación en Ibagué:** Obtuvo **1.229 visualizaciones**, con un alcance del 62,2% en seguidores y 37,8% en no seguidores, evidenciando ampliación del mensaje hacia nuevas audiencias.

El grupo focal permitió observar que los contenidos emotivos generan una conexión inmediata; **27 de los 29 participantes expresaron sentir tristeza o reflexión** ante videos testimoniales, lo que abre la puerta aundiálogo más profundo. Sinembargo, se detectó una "actitud pasiva", pues muy pocos han considerado donar sangre o informarse por iniciativa propia.

Discusión

Los resultados obtenidos se alinean con la **Teoría de la Sociedad de la Información y del Conocimiento** de Castells(2001), la cual sugiere que la infraestructura tecnológica permite que la información fluya, pero el acceso a los datos no garantiza su apropiación si no hay una mediación pedagógica. La campaña demostró que las redes sociales son canales efectivos, pero la desinformación persiste debido a la falta de una educación crítica y sostenida.

Desde la perspectiva de la **Comunicación Estratégica** (Massoni, 2013), la intervención no se limitó a transmitir datos, sino que buscó el "en cuentro sociocultural". El uso de mapas de empatía permitió que el mensaje no fuera unidireccional, sino que respondiera a las dolencias y aspiraciones de los estudiantes, transformando la percepción de la donación de un acto médico frío a un gesto de solidaridad colectiva.

La priorización de estrategias (Matriz de incidencia) demostró que las tácticas digitales adaptadas al lenguaje juvenil (estrategias DO1 y DO2) son más eficaces que los métodos tradicionales de las instituciones desalud, las cuales suelen presentar información difusa o desactualizada. Esto refuerza el planteamiento de Aljure (2015) sobre la importancia de analizar detalladamente a la audiencia para generar impacto real.

Conclusiones

La investigación permitió concluir que existe una **necesidad urgente de educación sanitaria** en la Universidad de Ibagué, fundamentada en que el 93% de los estudiantes aprueba la inclusión de campañas educativas en la institución. Se validó que los jóvenes, aunque dispuestos a recibir trasplantes, mantienen temores basados en mitos que solo pueden ser combatidos mediante una comunicación transparente y segmentada.

Aunque la estrategia no se ejecutó en su totalidad debido a limitaciones de tiempo académico, los productos publicados en *El Anzuelo Medios* demostraron que los **formatos audiovisuales breves** (*reels*) poseen una capacidad de alcance superior a otros medios, permitiendo que el mensaje trascienda el público habitual de la cuenta. Se recomienda que futurasintervencionesincluyanvideostestimonialesyconcursosinteractivosparafomentar la participación activa y no solo el consumo pasivo de información.

Finalmente, es imperativo que las universidades establezcan alianzas con entidades de salud para dotar de mayor credibilidad y sostenibilidad a estos procesos comunicativos, garantizando que la disposición a donar se convierta en una acción consciente y dialogada con las familias.

Referencias bibliográficas

- Al jure Saab, A. (2015). *El planes tratégico de comunicación*: *método y recomendaciones prácticas para su elaboración.* Editorial UOC.
- Castells,M.(2006). *La era dela información*: *Economía, sociedad y cultura* (4.ª ed.). Alianza.
- Doran,G.T.(1981).There's a S.M.A.R.T. Way to Write Management's Goals and Objectives. *Management Review*, 70, 35-36.
- Martínez, A. L., & Figueroa Urrego, B. L. (2017). *Caracterización de los estudiantes de la Institución Universitaria AntonioJosé Camacho a partir de la Ley 1805 del 2016* (Trabajo de grado).
- Massoni, S. (2007). *Modelo de comunicación estratégica*: *Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente*. Homo Sapiens Ediciones.
- Moreno-Cano, A. & Angulo-Rincón, L. (2016). Acercamiento hacia las actitudes sobre la donación de órganos en Colombia: primer paso para la transformación socialcon ayuda de la comunicación. *Revista Española de Comunicación en-Salud*, 7(2), 190–214.
- Vera Alonso(2020). Citado en: Molina, L.V. & Morales, A.S. (2025). *Campaña informativa sobre la donación de órganos y tejidos dirigida a jóvenes de la Universidad de Ibagué*.

PROYECTO EDUCOMUNICATIVO PARA FORTALECER LA INTELIGENCIA LÓGICO VERBAL ESCRITA EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO GIMNASIO GALILEO GALILEI DE TUNJA

Ponencia trabajo de grado

Daniel Lancheros Sánchez
Comunicación Social
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad De Boyacá
Tunja, Boyacá
2026

Resumen

El presente trabajo describe el desarrollo de un proyecto educomunicativo orientado al fortalecimiento de la inteligencia lógico-verbal escrita en estudiantes de bachillerato, a partir de la implementación de diversas estrategias pedagógicas basadas en la escritura, la creatividad y el análisis crítico. Durante el proceso se abordaron aspectos como la ortografía, la coherencia textual, el uso de conectores y la construcción de relatos, teniendo en cuenta las dificultades iniciales relacionadas con la atención, la disciplina y la motivación de los estudiantes.

El objetivo general del proyecto fue fortalecer las competencias lógico-verbales escritas de los estudiantes mediante el diseño e implementación de actividades educomunicativas que integraran el pensamiento crítico y la creatividad, promoviendo una participación activa y reflexiva frente a su contexto social y educativo.

La metodología utilizada tuvo un enfoque cualitativo y se desarrolló a través de actividades prácticas como trabajos escritos de crítica social, construcción de guiones, creación de historias, entrevistas, ejercicios de stop motion, juegos dinámicos de palabras y el análisis de la estructura de la noticia y los medios de comunicación. Estas estrategias permitieron evaluar y potenciar las habilidades comunicativas de los estudiantes en distintos formatos y lenguajes.

Como conclusión general, el proyecto evidenció que, a pesar de las dificultades iniciales, los estudiantes demostraron un alto nivel de pensamiento crítico, conciencia social y capacidad creativa, lo que permitió consolidar la experiencia como un proceso de aprendizaje significativo y enriquecedor, reafirmando la importancia de la educomunicación en los contextos educativos contemporáneos.

Palabras claves

Educomunicación, escritura, pensamiento crítico, inteligencia lógico-verbal y educación media.

Abstract

Educommunicative project to strengthen logical-verbal written intelligence in high school students at Gimnasio Galileo Galilei School in Tunja

The present study describes the development of an educommunicative project aimed at strengthening logical-verbal written intelligence in high school students through the implementation of various pedagogical strategies based on writing, creativity, and critical analysis. Throughout the process, aspects such as spelling, textual coherence, the use of connectors, and narrative construction were addressed, taking into account the initial difficulties related to students' attention, discipline, and motivation.

The general objective of the project was to strengthen students' logical-verbal written competencies through the design and implementation of educommunicative activities that integrated critical thinking and creativity, promoting active and reflective participation in relation to their social and educational context.

The methodology adopted a qualitative approach and was developed through practical activities such as written social critique assignments, scriptwriting, creative storytelling, interviews, stop-motion exercises, dynamic word games, and the analysis of news structure and mass media. These strategies made it possible to assess and enhance students' communicative skills across different formats and languages.

As a general conclusion, the project demonstrated that, despite the initial difficulties, students exhibited a high level of critical thinking, social awareness, and creative ability, which helped consolidate the experience as a meaningful and enriching learning process, reaffirming the importance of educommunication in contemporary educational contexts.

Keywords

Educommunication, writing, critical thinking, logical-verbal intelligence, and secondary education.

Introducción

La educación media enfrenta actualmente múltiples desafíos relacionados con los procesos de atención, disciplina y motivación de los estudiantes, especialmente en contextos escolares donde la edad, el entorno social y las dinámicas propias de la adolescencia influyen de manera directa en el aprendizaje. Estas situaciones suelen evidenciarse con mayor fuerza en el desarrollo de competencias comunicativas escritas, reflejadas en dificultades de ortografía, uso inadecuado de conectores, problemas de coherencia textual y una tendencia a recurrir a temáticas repetitivas o poco creativas al momento de escribir.

En este contexto, el presente proyecto surge como una propuesta educomunicativa orientada a fortalecer la inteligencia lógico-verbal escrita de estudiantes de bachillerato, a partir de estrategias pedagógicas que integran la comunicación, la creatividad y el pensamiento crítico. Durante el proceso se identificó que, si bien el inicio estuvo marcado por problemas de atención e indisciplina que dificultaron el desarrollo de algunas actividades, los estudiantes demostraron un alto potencial reflexivo, especialmente al abordar ejercicios de crítica social, en los cuales evidenciaron un notable nivel de análisis, sensibilidad frente a problemáticas actuales y una sorprendente memoria histórica para su edad y contexto de vida, aun tratándose de un colegio privado.

El proyecto incluyó el desarrollo de trabajos escritos, construcción de guiones, creación de historias creativas, ejercicios de entrevista, dinámicas de stop motion, juegos de palabras y el estudio de la estructura y tipos de noticias, así como el análisis de los medios de comunicación y su papel en la circulación de información. Estas actividades permitieron poner a prueba la creatividad, la practicidad y las habilidades comunicativas de los estudiantes, favoreciendo procesos de aprendizaje significativo. A pesar de las dificultades iniciales, la experiencia se consolidó como un ejercicio formativo enriquecedor, tanto para

los estudiantes como para el investigador, evidenciando la pertinencia de la educomunicación como puente entre educación y comunicación.

Metodología

El presente proyecto se enmarcó en la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, denominada Derecho humano, jurídico y social sostenible. Igualmen-

te hace parte de la sublínea Comunicación y sociedad, adscrita al programa de Comunicación Social.

La investigación se desarrolló desde el paradigma cualitativo ya que busca comprender las dinámicas de la inteligencia lógico-verbal escrita en los estudiantes del Colegio Gimnasio Galileo Galilei de Tunja, a partir de sus percepciones y experiencias. De otra parte, abordó un problema social (Sandoval, 1996), especialmente situado en un contexto educativo y comunicacional. El enfoque del proyecto es socio-crítico en la medida que propone no solo el diagnóstico de una realidad social, sino que implica un aporte transformador al mismo (Habermas, 1982).

Estructura metodológica

La metodología del proyecto se basó en un diseño de investigación de campo con enfoque cualitativo, orientado a fortalecer la inteligencia lógico-verbal escrita en los estudiantes de grado once del Colegio Gimnasio Galileo Galilei de Tunja. El desarrollo del proyecto se organizó en cuatro fases fundamentales, que en total comprendió quince encuentros o sesiones con los estudiantes y docentes, garantizando la participación activa, el respeto por sus derechos y el bienestar de todos los involucrados.

Fase 1

Diagnóstico de necesidades y oportunidades:

Cuyo objetivo fue identificar las principales dificultades y oportunidades relacionadas con la inteligencia lógico-verbal escrita en los estudiantes. Para ello, se realizaron tres sesiones presenciales. La primera sesión consiste en la presentación y sensibilización del proyecto tanto a los estudiantes como al docente encargado de la asignatura lógico-verbal, asegurando que todos comprendieran el propósito y la importancia del proyecto. En la segunda sesión se llevó a cabo un grupo focal con docentes encargados de asignaturas que cuenten con relación al tema para recoger información desde la perspectiva institucional y pedagógica. Finalmente, en la tercera sesión se aplicó un grupo focal con los estudiantes del grado, utilizando dinámicas participativas para identificar sus necesidades y oportunidades en el área de escritura. Estas tres sesiones permitieron obtener un diagnóstico integral que fundamentará las siguientes etapas.

Fase 2

Diseño del proyecto educomunicativo:

En esta etapa no se realizaron encuentros directos con los estudiantes, pues se centró en la sistematización de la información recolectada durante el diagnóstico y en la elaboración de una propuesta estratégica basada en la educomunicación. Esta propuesta se adaptó al modelo pedagógico del colegio y a los intereses y características de los estudiantes, seleccionando las estrategias más adecuadas para fortalecer sus competencias lógico-verbales escritas. Además, se realizaron reuniones de validación con el equipo docente para asegurar la pertinencia y viabilidad del diseño.

Fase 3

Implementación del proyecto:

Se inició con la sesión cuatro (general), en la que se presentó la estrategia educomunicativa y el plan de trabajo a los estudiantes y al docente encargado, generando propuestas sugeridas por los mismos y así contar con un compromiso en conjunto para el desarrollo de las actividades. Luego, se realizaron 13 sesiones, las cuales consistieron en talleres y microproyectos prácticos, diseñados para desarrollar habilidades lógico-verbales escritas mediante actividades

como técnicas de argumentación, elaboración de textos expositivos, creación de guiones e historias. Cada taller, en su gran mayoría, tuvo una duración aproximada de una hora, promoviendo un aprendizaje activo y significativo.

Fase 4

Producto final:

Se contó con la iniciativa de la mayoría de estudiantes en hacer un producto final que signifique una muestra a modo de resultado general de este proceso, dicha iniciativa se da gracias al apoyo del docente de la asignatura quien asumió el reto junto a los estudiantes que querían participar en el proyecto, el cual, se realizó un seguimiento de dos sesiones con el fin de orientar y acompañar el proceso creativo y de planeación de un producto: Inmolado.

En total, el proyecto contempló 19 visitas presenciales a la institución educativa distribuidas a lo largo de aproximadamente tres meses, con un enfoque que privilegió la práctica y la participación activa, ya que el 80% de las sesiones corresponden a actividades prácticas con los estudiantes. Además, se garantizó el consentimiento informado y la confidencialidad de la información, promoviendo un ambiente ético y respetuoso. Esta estructura metodológica aseguró la coherencia entre los objetivos, las actividades y los productos esperados, facilitando el fortalecimiento efectivo de las competencias lógico-verbales escritas en los estudiantes del colegio.

Discusión

Los resultados del proyecto permiten evidenciar que las dificultades iniciales relacionadas con la atención, la indisciplina y la falta de interés no constituyen barreras definitivas para el desarrollo de competencias comunicativas, sino retos propios de la etapa educativa y del contexto juvenil. A medida que se implementaron estrategias educomunicativas dinámicas y participativas, se observó una mejora progresiva en la disposición de los estudiantes hacia las actividades propuestas, especialmente aquellas que les permitieron expresar sus opiniones y reflexionar sobre problemáticas sociales.

Uno de los hallazgos más relevantes fue el alto nivel de pensamiento crítico demostrado por los estudiantes en los trabajos de crítica social. A pesar de su edad y contexto, evidenciaron una notable memoria histórica y una postura reflexiva frente a temas de interés social, lo cual contrasta con las dificultades inicialmente observadas en aspectos formales de la escritura como la ortografía y la coherencia. Esto sugiere que las falencias no radican en la ausencia de ideas o criterio, sino en la necesidad de fortalecer las herramientas expresivas para comunicar dichos pensamientos de manera efectiva.

Asimismo, la construcción de guiones, historias creativas, entrevistas y ejercicios audiovisuales permitió diversificar los modos de expresión y romper con esquemas narrativos tradicionales y temáticas cliché. Si bien algunas actividades tuvieron mayor acogida que otras, en conjunto contribuyeron a estimular la creatividad, la practicidad y el trabajo colaborativo. En este sentido, la educomunicación se consolida como una estrategia pertinente para articular la comunicación y la educación, favoreciendo procesos de aprendizaje más significativos, críticos y contextualizados.

Finalmente, la experiencia reafirma que, aunque el inicio del proceso fue complejo, el desarrollo del proyecto representó una oportunidad de aprendizaje integral, tanto para los estudiantes como para el investigador, demostrando que la implementación de propuestas educomunicativas puede generar transformaciones positivas en los procesos de escritura y en la formación crítica de los estudiantes.

Resultados

Los resultados del proyecto evidencian que la implementación de estrategias educomunicativas permitió identificar y atender las principales dificultades de los estudiantes en la escritura lógico-verbal, especialmente en aspectos como la coherencia textual, el uso de conectores y la organización de ideas. A partir del diseño e implementación de actividades prácticas y creativas, se observó un fortalecimiento progresivo de las competencias escritas, así como una mayor participación, disposición al trabajo colaborativo y desarrollo del pensamiento crítico. Asimismo, los estudiantes demostraron una mayor capacidad para analizar su contexto social y expresar sus ideas de manera reflexiva y estructurada, lo que confirma el cumplimiento de los objetivos propuestos y la pertinencia de la educomunicación como estrategia pedagógica.

Referencias bibliográficas

• Bodmer, A. M. & Forero, K. D. (2022). El periódico escolar como estrategia para el reconocimiento del territorio por parte de los estudiantes del Colegio Liceo Ciudad Capital. Recuperado de: http://hdl.handle.net/11349/31646

• Dewey, J. (1916). Democracy and education: An introduction to the philosophy of education. The Macmillan Company.

• De León Isis, B. (2023). Periódico escolar digital, estrategia para mejorar la comprensión lectora y producción textual de los estudiantes de grado 10° en la Institución Educativa Técnico Agropecuaria Calixto Díaz Palencia de Magangué-Bolívar. https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/16645

• Graves, D. H. (1983). Writing: Research and practice. Routledge.

• Gardner, H. (1983). Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences.

• Habermas, J. (1982). Conocimiento e interés. Taurus

• Halliday, M.A.K. (1978). Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning.

• Hymes, D. (1972). On Communicative Competence.

• Jakobson, R. (1960). Closing Statement: Linguistics and Poetics.

• Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación.

• Latorre, A. (2003). La investigación acción. Conocer y cambiar la práctica educativa. GRAÓ

• Lucía, S. B. M. (2021). Diseño e implementación de un periódico digital escolar mediante la aplicación móvil TRELLO para el desarrollo de la producción textual en los estudiantes de grado quinto de la IERD San Nicolás. https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/14496

• Martín-Barbero, J. (1993). De los medios a las mediaciones.

• Piaget, J. (1969). Psychology of Intelligence.

• Pulido, J. y Rojas, L. (2022). Los medios de comunicación: mediadores para el fortalecimiento de las competencias comunicativas en estudiantes de instituciones educativas de Tunja. Informe de Proyección Social. Vicerrectoría de Proyección Institucional. División de Responsabilidad Social Universitaria. Sección de Proyección Social. Universidad de Boyacá. https://onx.la/5de76

• Ruiz, S. (2020). El Taquígrafo: elaboración de un periódico escolar como estrategia para potenciar el interés por la asignatura de historia a través del trabajo colaborativo [Tesis de maestría, Universidad Católica de Murcia]. https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5005/Ruiz_Fernandez_Silvia%20df.pdf?sequence=1

• Sandoval, C. (1996). Investigación cualitativa. ICFES

• Vygotsky, L.S. (1978). Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes.

• Watzlawick, P. L., Beavin, J. B., & Jackson, D. D. (1967). Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes. W. W. Norton & Company.

•

TRIPULANTES: ESCENARIOS DE HISTORIAS, CO CREACIÓN, ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Maribel Salazar Estrada
Profesora Universidad de Antioquia
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
maribel.salazare@udea.edu.co

Diego Luis Villegas Botero
Profesor universitario
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
dvillegasbotero@gmail.com

Resumen

El artículo presenta los principales hallazgos de la investigación-creación *Tripulantes,* desarrollada con estudiantes de noveno grado en la Institución Educativa San Fernando del municipio de Amagá (Antioquia, Colombia). El objetivo fue analizar la incidencia de las narrativas transmedia en la promoción de la educación inclusiva y equitativa, en el contexto escolar rural. Desde un enfoque cualitativo, basado en la fenomenología y la semiótica social, la metodología se estructuró en cinco fases: diagnóstico, diseño, implementación, análisis y elaboración del informe final. El estudio evidenció que las narrativas transmedia enriquecen las prácticas pedagógicas, propician espacios de diálogo sobre salud mental, fortalecen las habilidades comunicativas, narrativas y técnicas, y favorecen la inclusión educativa. Se proponen recomendaciones para implementar experiencias pedagógicas transmedia en contextos escolares.

Palabras clave

Narrativas transmedia, educación inclusiva, salud mental, innovación pedagógica, contexto escolar.

Abstract

This article presents the main findings of the research-creation project Tripulantes, conducted with ninth-grade students at the Institucion Educativa San Fernando in Amagá (Antioquia, Colombia). The objective was to analyze the impact of transmedia narratives on promoting inclusive and equitable education in rural schools. Using a qualitative approach based on phenomenology and social semiotics, the methodology was structured in five phases: diagnosis, design, implementation, analysis, and preparation of the final report. The research showed that transmedia narratives enrich pedagogical practices, foster spaces for dialogue on mental health, strengthen communication, narrative, and technical skills, and promote educational inclusion. Recommendations were proposed for implementing transmedia pedagogical experiences in school settings.

Keyboards

Transmedia storytelling, inclusive education, mental health, pedagogical innovation, school context.

Resumo

O artigo apresenta os principais resultados da pesquisa-criação "Tripulantes", desenvolvida com alunos do nono ano do Ensino Fundamental da Instituição Educacional San Fernando, no município de Amagá (Antioquia, Colômbia). O objetivo foi analisar o impacto das narrativas transmidiáticas na promoção da educação inclusiva e equitativa em ambientes escolares rurais. Utilizando uma abordagem qualitativa fundamentada na fenomenologia e na semiótica social, a metodologia foi estruturada em cinco fases: diagnóstico, concepção, implementação, análise e elaboração do relatório final. O estudo mostrou que narrativas transmidiáticas enriquecem as práticas pedagógicas, fomentam espaços de diálogo sobre saúde mental, fortalecem as habilidades comunicacionais, narrativas e técnicas e promovem a inclusão educacional. São propostas recomendações para a implementação de experiências pedagógicas transmidiáticas em contextos escolares.

Palavras-chave

Narrativas: transmidiáticas, educação inclusiva, saúde mental, inovação pedagógica, contexto escolar.

Introducción

La educación contemporánea enfrenta el reto de adaptarse a los nuevos lenguajes y prácticas culturales y comunicativas, mediadas por la tecnología, en un ecosistema saturado de informacion y en constante transformación sociocultural. Esto implica adaptar las prácticas pedagógicas hacia enfoques más participativos, sensibles y contextualizados, que reconozcan las voces de los jóvenes como fuentes legítimas del saber y a ellos mismos como actores de su propio aprendizaje.

En este contexto, las narrativas transmedia emergen como una estrategia pedagógica que articula múltiples plataformas, lenguajes y formatos, permitiendo la expansión de una historia en distintos medios, donde cada uno aporta de forma complementaria (Jenkis, 2008). Esta estrategia narrativa favorece el desarrollo de habilidades creativas, comunicativas y colaborativas, promoviendo un aprendizaje personalizado y significativo.

Al mismo tiempo, la salud mental se posiciona como un componente esencial en los escenarios escolares, ya que los estudiantes se enfrentan a múltiples factores de riesgo, además de los cambios físicos, psicológicos y emocionales propios de la adolescencia. Por esta razón, es fundamental reconocer sus emociones y sentimientos, ofrecer espacios para la expresión y fomentar el cuidado tanto individual como colectivo, en aras de una educación equitativa e inclusiva.

En este marco, la investigación-creación *Tripulantes*, liderada por la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y financiada por la Dirección de Investigación de la misma institución, formuló la siguiente pregunta: ¿Pueden las estrategias de narrativas transmedia en el aula promover la equidad educativa y la salud mental en estudiantes de noveno grado de la Institución Educativa San Fernando del municipio de Amagá, para garantizar una educación inclusiva y equitativa?. Esta pregunta se inscribe en una mirada crítica del territorio como construcción social, afectiva y simbólica, en la que los jóvenes reclaman espacios de expresión, pertenencia y participación.

Para dar respuesta, se planteó el objetivo general de analizar la incidencia de dichas estrategias en la promoción de una educación más equitativa e inclusiva en el contexto escolar rural, a partir de ello, se definieron los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar las percepciones y necesidades en relación con la equidad educativa y la salud mental en el contexto escolar de la población objeto de estudio.
2. Diseñar una estrategia de narrativas transmedia que abordara temas de relevancia para la comunidad escolar y promueva la equidad educativa y la salud mental.
3. Implementar la estrategia de narrativas transmedia creada de manera participativa en el grupo piloto de estudiantes y docentes.
4. Documentar el proceso de creación y la experiencia de implementación de la estrategia de narrativas transmedia para aplicación en otros entornos escolares similares.

El proyecto se llevó a cabo en el suroeste de Antioquia, municipio de Amagá, específicamente en la Institución Educativa San Fernando, que acoge a estudiantes de las zonas rurales y urbanas, ofreciendo desde educación preescolar hasta media rural, incluyendo programas especiales como Escuela Nueva, Telesecundaria y Aceleración del Aprendizaje, bajo la supervisión de la Secretaría de Educación de Antioquia.

La propuesta contó con el respaldo de la Secretaría de Educación, Deporte, Cultura y Turismo de aquel municipio y se articuló con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4), referido a la educación de calidad: "garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje a lo largo de la vida para todos" (UNESCO 2017, p. 11).

Tripulantes se propuso contribuir a este objetivo desde una estrategia pedagógica centrada en narrativas transmedia, que articula la salud mental con la construcción colectiva de conocimiento y exige prácticas pedagógicas sensibles, capaces de integrar lenguajes emocionales, expresivos y situados, que responden a las realidades de los jóvenes.

Narrativas transmedia y otras formas de aprendizaje

Las narrativas transmedia constituyen una estrategia de comunicación que potencia la expansión de un relato a múltiples plataformas y lenguajes, promoviendo la participación activa de los usuarios y la co-creación. Estas características no solo redefinen los modos de producción y consumo de contenidos, sino también que introduce otras formas de enseñar y aprender caracterizadas por la interactividad, la colaboración y el pensamiento crítico. En esta dirección, comprender los conceptos vinculados a las narrativas transmedia resulta necesario para delimitar el campo teórico.

Para tal fin, se elaboró una nube de palabras a partir de la revisión documental de literatura académica reciente (2017-2024), con el propósito de visualizar la densidad conceptual y evidenciar los términos más recurrentes. A continuación, se presenta la figura 1, que sintetiza los conceptos centrales abordados el marco teórico



Figura 1.

Nube de palabras revisión documental
Nota. Elaboración propia. Conceptos claves en la revisión teórica (2025)

La anterior figura presenta los conceptos clave identificados en la revisión de literatura de la investigación-creación. Estos términos, representados en tonos verde, azul y gris, reflejan la diversidad de dimensiones que confluyen en las narrativas transmedia aplicadas a contextos educativos. Palabras como educación, salud mental, inclusión, territorio y expresividad destacan la conexión entre tecnología, cultura participativa y bienestar emocional de los jóvenes. Así mismo expone la riqueza conceptual del campo, donde confluyen aspectos comunicativos, pedagógicos y sociales orientados a la transformación educativa desde una perspectiva transmedia, inclusiva y situada.

Como lo expresan Scolari et al (2019, p. 118): "las narrativas transmedia se caracterizan por dos elementos: por una parte, el relato se expande en muchos medios y plataformas; por otro lado, los prosumidores (Toffler, 1980) participan activamente en ese proceso de expansión narrativa", interviniendo en la expansión, resignificación y circulación de la historia.

Desde la perspectiva cultural, los relatos han acompañado a la humanidad como una forma de dar sentido a la experiencia humana, al contexto, y el conocimiento, permitiendo transcender contextos geográficos y

simbólicos. Así, si bien la creación de contenido por parte de los usuarios no es algo nuevo, la digitalización ha transformado estas prácticas, democratizando la narrativa y facilitando su producción, circulación y apropiación.

En palabras de Anahí Lovato y Roberto Irigaray (2021, p. 2):

Las narrativas de no-ficción no resultaron ajenas a estas transformaciones. Muy por el contrario, muchos proyectos documentales y periodísticos comenzaron a asumir formas interactivas, inmersivas y transmediales, experimentando con múltiples lenguajes, desarrollando estrategias participativas e historias que se expanden en diversas plataformas y soportes.

Esta teoría ha sido ampliamente desarrollada por autores como Jenkis (2008), quienes sostienen que este tipo de narrativas se insertan en una cultura participativa donde los sujetos no solo consumen, sino que participan activamente y contribuyen a la expansión del relato. Esto transforma el modelo tradicional de comunicación, entre el emisor y el receptor abriendo posibilidades educativas centradas en la colaboración el pensamiento crítico y la agencia de los sujetos.

El relato ya no solo comunica hechos, sino que activa sensibilidades, memorias, vínculos e identidades, permitiendo a los sujetos narrarse y narrar su contexto. Desde esta perspectiva, las narrativas se convierten en espacios de mediación simbólica, donde el sujeto es al mismo tiempo, emisor, receptor y productor de sentido.

El campo educativo también ha sido permeado por estas transformaciones tecnológicas y narrativas. Los procesos de enseñanza-aprendizaje hoy, van más allá de las aulas tradicionales, integrando plataformas digitales, redes sociales, contenidos multiformato y eventos virtuales que fomentan la interacción activa de los usuarios y la creación colectiva. Como lo señala la UNESCO (2023) "en un mundo en que las tecnologías repercuten en cada aspecto de nuestras vidas, no podemos concebir una educación sin innovaciones".

Es por ello que Rodríguez y Cáceres (2022) reconocen que las narrativos transmedia, al ser incorporadas en contextos educativos, promueven aprendizajes, donde los jóvenes adquieren habilidades digitales y críticas.. Lo que propone una redefinición del rol del docente como mediador de experiencias significativas y del estudiante como autor y curador de su propio proceso.

Los soportes tecnológicos no solo median el conocimiento, sino que reconfiguran las relaciones, los vínculos, los afectos y la experiencia de enseñanza-aprendizaje. La educación transmedia, no es solo una estrategia metodología, sino una propuesta integral que apuesta por generar experiencias de aprendizaje sensibles, donde cuerpo, territorio, salud mental, agencia, y personalización del aprendizaje se integran como componentes del ecosistema educativo.

Desde el enfoque metodológico y epistemológico, la experiencia articula elementos de la cartografía social y sensible, entendidos no solo como técnicas de mapeo, sino como formas de leer, narrar y habitar los territorios desde experiencias vividas, sentimientos, afectos y memorias. Autores como Ospina et al., (2022) plantean que las cartografías situadas permiten comprender el territorio como una experiencia sensible, que integra cuerpos, emociones y prácticas colectivas. En esta dirección, se reconoce el aula como un espacio simbólico emocional donde se construyen vínculos sociales, y donde los relatos de los jóvenes se convierten en mapas narrativos de su territorio, la salud mental y la educación como espacios de expresión y bienestar.

Salud mental y educación: entre el bienestar y el aprendizaje

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) define la salud men-

tal como “un estado de bienestar en el cual cada individuo desarrolla su potencial, puede afrontar las tensiones de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera, y puede aportar algo a su comunidad”. Esta concepción comprende el equilibrio emocional, la resiliencia y la posibilidad de establecer relaciones saludables con uno mismo y su entorno.

Sin embargo, esta premisa contrasta con los últimos indicadores del informe *The Mental State of the World 2024* (Sapiens), el cual concluye que los jóvenes colombianos, entre 18 y 24 años se encuentran en un nivel de 29 puntos en el promedio de bienestar mental, en una escala de 0 a 200. Este panorama revela una crisis que transciende lo individual y se relaciona con múltiples factores estructurales como la desigualdad, la precarización de la vida y la falta de oportunidades.

Entre los principales factores de riesgo identificados se encuentran: presión social, baja autoestima, tristeza, ansiedad, culpa excesiva, desconexión de la realidad, entre otros. Estas problemáticas no solo deterioran la salud mental, sino que también afectan de forma negativa el desarrollo personal, académico y relacional de la juventud.

En este contexto, los entornos escolares se erigen como espacios para la prevención, el acompañamiento y la promoción de la salud mental, no solo desde un enfoque asistencial, sino mediante la construcción de espacios seguros, de diálogo, participación y escucha. Esto implica superar la mirada patológica o exclusivamente clínica, reconociendo a los jóvenes como sujetos activos en la construcción de su bienestar, con derecho a ser escuchados y acompañados.

A pesar de ello, la salud mental y las emociones siguen siendo temas subestimados en muchas instituciones educativas, como lo sostienen Fernández Berrocal (2018) y Mayer et al. (2021) “ este escepticismo desconoce [...] cómo la inteligencia emocional se relaciona con aspectos tan relevantes [...] como la salud y la felicidad, la convivencia escolar”. Esto refleja una falta de comprensión sobre la relevancia de la salud mental en los procesos educativos y el bienestar integral de los estudiantes.

En este marco, las narrativas se convierten en dispositivos de cuidado y transformación. A través del relato, los estudiantes pueden procesar experiencias, resignificar dolores y construir nuevas formas de relación consigo mismos y con los demás.

Los jóvenes no solo crean las historias, las mezclan y distribuyen en diferentes formatos — como textos, videos, audios o imágenes— a través de plataformas como Tik Tok, Instagram, YouTube, podcast o cómic digitales. Estas prácticas, como formas de significar su propia experiencia, se convierten en herramientas para visibilizar sus sentimientos y construir vínculos. Desde la educomunicación, las narrativas transmedia en el aula se configuran como espacios para que los estudiantes asuman un rol participativo, crítico y reflexivo, capaces de representar su realidad y su territorio. Esto favorece el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que promueve la inclusión, la resignificación, y la apertura de espacios para el diálogo, la escucha, la construcción conjunta y el reconocimiento colectivo.

Metodología

El proyecto se suscribió dentro del paradigma cualitativo, adoptando el enfoque de investigación-creación, por su capacidad para integrar procesos de producción artística y reflexiva en contextos educativos. Este enfoque permitió una compresión más profunda de los sujetos, contextos y dinámicas sociales. Como lo afirma Solorzano (2023), la investigación-creación es pertinente en escenarios donde las experiencias vividas y simbólicas son claves para la generación de conocimiento contextualizado y significativo. Asimismo posibilita que los jóvenes desarrollen diferentes formas de expresión y cuestionen los discursos tradicionales y generen relatos que reconozcan sus saberes y prácticas como formas

legítimas de conocimiento.

Este enfoque se articuló con la fenomenología y la semiótica social, permitiendo comprender el sentido que los estudiantes dan a su experiencia a través de las narrativas transmedia. El ejercicio articuló la reflexión crítica y la pedagogía, así como el sentido social del estudiante en tanto creador de conocimiento. Desde la fenomenología, se identificaron las vivencias de los estudiantes, explorando cómo estas se manifestaban en los relatos. La semiótica social, por su parte permitió analizar las formas simbólicas y los recursos multimodales (texto, imagen, audio, video) empleados en sus producciones. Esta combinación metodológica permitió comprender la construcción de sentido de los estudiantes y sus prácticas narrativas.

En coherencia con los principios de la investigación-creación, se reconoció que los saberes locales, las emociones y las expresiones de los jóvenes son dimensiones fundamentales del conocimiento. El proyecto se concibió como una práctica situada, que privilegió la voz de los estudiantes y su cotidianidad como punto de partida para la reflexión pedagógica.

El papel del equipo investigador fue activo y reflexivo, ejerciendo su rol como mediador, facilitador y co-creador en el proceso. Esto se alinea con los principios de la investigación creación, al reconocer la subjetividad como una fuente legitima de conocimiento. De igual forma, permitió documentar tensiones, experiencias y aprendizajes a lo largo del estudio, lo que fortaleció la ruta metodológica y el carácter colaborativo de la investigación, pues se fomentó una relación horizontal con los participantes, en la que se privilegiaron sus expectativas, experiencias e intereses como base para la construcción de conocimiento, la personalización del aprendizaje y la agencia estudiantil.

La muestra consistió en 30 estudiantes del grado noveno, con edades entre 14 y 16 años, de la Institución Educativa San Fernando en el municipio de Amagá, Antioquia. Su selección se realizó mediante el muestreo intencional, manteniendo una distribución equilibrada entre hombres y mujeres, así como la disposición y voluntad de participar del estudio. Como lo exponen Samperi-Cabrera (2023, p. 22) “se debe definir la población o muestra que se investigará. Esto incluye determinar el perfil de los participantes, como edad, género, profesión, entre otros criterios relevantes”.

En esta dirección, se tuvieron en cuenta criterios de inclusión como la diversidad en género, la disponibilidad para participar, el interés en procesos creativos y de producción audiovisual. Estas decisiones buscaban garantizar una muestra heterogénea que diera cuenta de la pluralidad de voces en la institución educativa.

También se tuvo presente la diversidad en sexo, género, edad y contexto socioeconómico, con el fin de tener una representación equilibrada de la comunidad estudiantil. La atención a la heterogeneidad buscó asegurar que los resultados fueran sensibles a las múltiples voces del entorno educativo. Se documentaron las características demográficas mediante fichas de caracterización aplicadas al proceso.

Adicionalmente, se procuró que el diseño metodológico respondiera a una ética social, reconociendo a los sujetos como protagonistas de su proceso formativo. El equipo investigador garantizó espacios seguros de participación, promoviendo confianza, respeto mutuo y el reconocimiento de la diversidad.

El proceso metodológico se desarrolló en cinco fases, alineadas con los objetivos del estudio. A continuación, se describen en la Tabla 1:

Tabla 1.

Ruta metodológica de la investigación-creación Tripulantes

Fase	Propósito	Procedimiento	Instrumentos
1. Diagnóstico	Establecer una línea base sobre las capacidades narrativas y dinámicas grupales de los estudiantes, así como realizar un análisis preliminar del entorno educativo.	Revisión de literatura, análisis de producciones transmedia de no ficción con enfoque social, y realización de talleres de escritura creativa y juegos cooperativos.	Matriz de revisión de literatura Matriz de revisión documental de producciones transmedia de no ficción Cuestionarios y entrevistas estudiantes y profesores
2. Diseño de la narrativa transmedia	Desarrollar una estrategia narrativa centrada en temáticas de relevancia social y personal para los estudiantes.	Identificación de los factores de riesgo a abordar (sexualidad, amor propio, drogadicción, proyecto de vida) Creación de una narrativa central a partir de talleres	Guías didácticas de juegos cooperativos, escritura creativa, creación de personajes y relatos
3. Implementación	Activar la narrativa central y expandirla a otros contenidos producidos por los estudiantes.	Producción de contenidos narrativos en diversos formatos (serie sonora, foto-ensayos, magazín audiovisual, canciones, pósters).	Creación de contenidos en diferentes formatos Documentación audiovisual y sonora
4. Análisis	Evaluar los hallazgos a la luz de los objetivos propuestos	Análisis comparativo con literatura, categorización y triangulación	Fichas de análisis de contenido .
5. Informe final	Redacción del informe y devolución a la comunidad	Redacción del informe final, incluyendo análisis de los hallazgos y sugerencias para futuras aplicaciones.	Documento final y recomendaciones

Nota. Elaboración propia. Proceso metodológico de la investigación-creación Tripulantes

Las fases desarrolladas a través de sesiones presenciales en la institución, comprendieron entre 2 y 4 encuentros de 90 minutos. El proceso fue documentado mediante diversos registros audiovisuales, sonoros y escritos. La participación activa de los estudiantes fue crucial para garantizar la co-creación de los contenidos. Algunos momentos significativos fueron compartidos en el perfil de Instagram del proyecto: @Tripulantess, donde se visibilizan algunas de las actividades desarrolladas con la comunidad educativa.

Para asegurar la validez y fiabilidad del estudio, se combinaron diversas estrategias metodológicas, adoptando una lógica de triangulación que incluyó entrevistas semi-estructuradas, grupos focales, observación participante y análisis documental. Cada técnica se aplicó en distintos momentos del proceso, para facilitar la comparación entre las fases. Los cuestionarios y guías de entrevistas fueron revisados por pares académicos, y ajustados en su lenguaje y pertinencia para la población adolescente. Asimismo, se diseñaron fichas de análisis para sistematizar los contenidos narrativos creados (guiones, relatos, personajes), facilitando una interpretación coherente.

La observación participante permitió registrar las dinámicas de co-creación, así como los conflictos creativos y el compromiso durante los talleres. Esto resultó relevante para comprender las historias, las relaciones y los significados construidos colectivamente. El proceso fue interactivo: los hallazgos preliminares del estudio se compartieron con los participantes a lo largo de las diferentes fases, permitiendo que los productos fueran una representación de sus experiencias y puntos de vista.

Este carácter participativo y reflexivo fortaleció la agencia de los estudiantes quienes asumieron roles activo en la toma de decisiones narrativas estéticas, formatos y validación de los contenidos creados. La colaboración y co-creación se convirtió en un eje metodológico central, lo que permitió que los productos transmedia reflejaran la identidad y las preocupaciones reales de los estudiantes.

Se realizó un seguimiento de las decisiones metodológicas durante cada fase del proyecto, facilitando la documentación sistemática que incluyó las disposiciones sobre los métodos y técnicas empleadas, para garantizar la transparencia en el proceso de investigación y favorecer su aplicabilidad en otros contextos.

La investigación se desarrolló respetando los principios éticos con seres humanos en contextos educativos. Se contó con la participación del CEPI -Comité de Ética del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-, para la aprobación del protocolo de investigación y revisión de los instrumentos para el desarrollo de actividades con menores de edad. Se firmó el asentimiento informado por los padres y/o acudientes, así como por los estudiantes del grado noveno que hicieron parte de la investigación, garantizando así la naturaleza del estudio, los procedimientos y su derecho a retirarse en cualquier momento del proceso de investigación.

Los datos personales fueron tratados de acuerdo con las normativas internacionales de protección de datos, (RGPD). La información fue almacenada en una unidad institucional garantizando el anonimato, el acceso a los datos recolectados fue limitado al equipo investigador y se tomaron las precauciones para asegurar que las herramientas tecnológicas utilizadas no presentaran sesgos ni excluyeran a algunos estudiantes por razones de accesibilidad.

Hallazgos: entre voces, relatos y territorio

La investigación-creación *Tripulantes*, desarrollada en el municipio de Amagá (Antioquia, Colombia), evidenció cuatro macrocategorías emergentes: salud mental, alfabetización digital y TIC, narrativas transmedia y temáticas juveniles. Estos hallazgos se derivaron del análisis de la información obtenida mediante revisión de literatura, observación participante, productos estudiantiles y fichas de análisis de contenido, interpretados bajo un enfoque fenomenológico-semiótico desde una perspectiva crítica y situada. La sistematización permitió organizar la experiencia en cuatro macrocategorías, que se detallan en la tabla 2.

Tabla 2

Estructura de macrocategorías y subcategorías emergentes

Macrocategoría	Subcategoría
Salud mental	- Bienestar - Expresión emocional - Reflexión sobre la vida y la muerte - Necesidad de acompañamiento psicosocial
Alfabetización y TIC	-Acceso limitado a las TIC - Desarrollo de habilidades - Apropiación de herramientas - Conceptos básicos de producción audiovisual
Narrativas transmedia	- Construcción de personajes y relatos - Producción de contenidos - Co-creación y trabajo en equipo - Participación activa
Temáticas juveniles	- Autoestima - Sexualidad - Drogadicción - Proyecto de vida

Nota. Elaboración propia a partir del proceso de codificación cualitativa (2025).

La tabla 2 presenta la estructura de las macrocategorías y subcategorías identificadas durante el proceso investigativo. La primera, salud mental integra el bienestar, la expresión emocional, la reflexión sobre la vida y la muerte, y la necesidad de acompañamiento psicosocial, evidenciando preocupaciones, vivencias subjetivas y formas de habitar el mundo por parte de los jóvenes. La segunda, alfabetización y TIC, señala limitaciones en el acceso a la tecnología, así como avances en el desarrollo de habilidades digitales, la apropiación de herramientas y el conocimiento básico de la producción audiovisual. La tercera, narrativas transmedia, muestra la capacidad de los estudiantes para construir personajes, relatos y contenidos en diferentes

formatos y participar activamente de todo el proceso. La cuarta macrocategoría, temáticas juveniles, recoge preocupaciones relevantes para los jóvenes, como autoestima, sexualidad drogadicción y proyecto de vida, las cuales surgieron como temas centrales para el desarrollo del relato central de las narrativas transmedia.

Igualmente, se evidenciaron transformaciones significativas en las prácticas escolares, en lo concerniente a la promoción de la salud mental y la educación inclusiva y equitativa. Las narrativas transmedia permitieron diversificar las metodologías tradicionales, incorporando formatos, audiovisuales y actividades lúdicas, de co-creación y colaborativas, que resignificaron el aprendizaje desde participación y el interés de los participantes.

Tabla 3.

Medios y Lenguajes utilizados en la experiencia transmedia

Actividad	Aplicación	Resultado pedagógico
Juegos cooperativos	Dinámicas grupales para estimular confianza y la co- creación y retos para resolver en equipo	Fortaleza de la convivencia, el trabajo en equipo y el compromiso social
Escritura creativa	Ejercicios de introspección y expresión del yo	Desarrollo de la expresión emocional y narrativa
Creación de personajes	Diseño de identidades y roles para las historias	Imaginación y sentido crítico
Creación de guiones	Planeación de relatos	Organización del pensamiento y estructuras narrativas
Grabación de audio	Registro de voces y sonidos	Apropiación de la voz
Escritura y grabación de canciones	Composición y grabación de letras musicales	Expresión oral y escrita
Collage	Representación visual de emociones e ideas factores de riesgo	Lenguaje simbólico y expresión artística
Fotoensayo	Creación de relatos visuales	Articulación entre imagen y narrativa
Escaleta y grabación de magazín	Planeación y ejecución de un magazín audiovisual	Organización narrativas, expresión audiovisual

Nota. Elaboración propia a partir de los medios utilizados en el proyecto Tripulantes (2025).

Más allá de los resultados de los productos narrativos y metodológicos de la experiencia, esto reveló un entramado emocional, dado que los espacios de co-creción se convirtieron en espacios íntimos, de expresión, catarsis y resistencia simbólica . La escritura de cartas, la grabación de canciones y la creación de historias se convirtieron en formas de dar voz a lo que no siempre se escucha en la escuela como es: la violencia, la muerte, la soledad, la depresión entre otros.

Cada texto, cada imagen o cada sonido, permitió a los estudiantes resignificar sus experiencias o búsquedas. En esta vía, las narrativas transmedia permitieron proyectar sus mundos internos, sin la presión de lo correcto o lo evaluable. El lenguaje se volvió territorio emocional, lo que posibilitó que la salud mental, no fuera reducida a diagnósticos o cifras y se presentará como una experiencia situada, corporal y sentida.

En paralelo, es importante mencionar que el proceso también afectó al equipo investigador, especialmente frente a las situaciones críticas como la ideación suicida de una estudiante, que exigió una respuesta ética, sensible e inmediata, que se relata más adelante. Estas vivencias mostraron que investigar desde las narrativas, en clave de investigación-creación, implica habitar el aula no solo desde lo metodológico, sino desde una disposición sensible que reconoce la voz, el cuerpo, las emociones como formas legitimas de conocimiento. La co-creación se convirtió así en una acto pedagógico sensible, donde la producción de sentido fue también una práctica de cuidado colectivo.

Estas prácticas promovieron un aprendizaje significativo en el que el

conocimiento, el dialogo con los lenguajes de los jóvenes, y permitió visibilizar temas sensibles relacionados con la salud mental como la autoestima, la drogadicción, la sexualidad y el proyecto de vida que fueron temas propuestos por los estudiantes. Las narrativas transmedia resignificaron el acto educativo desde los lenguajes expresivos y culturales de los estudiantes.

El proceso se convirtió en un catalizador de expresión y diálogo. A través del taller de escritura creativa *¿Qué temas se deben tratar con los jóvenes de Amaga?,* se exploraron las preocupaciones emocionales y sociales emergentes del territorio. Como se observa en la figura 2.

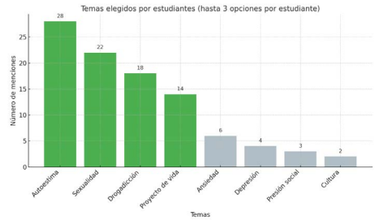


Figura 2.

Temas de interés seleccionados por los estudiantes en relación con su realidad personal, social y territorial

Nota. Elaboración propia se muestra los resultados obtenidos de la actividad con los estudiantes

Esta gráfica presenta los resultados de la actividad realizada a los 30 estudiantes, quienes podían seleccionar hasta tres temas de interés relacionados con su realidad personal, social y territorio. Los datos muestran que los temas más recurrentes fueron autoestima, sexualidad, drogadicción y proyecto de vida. Esto indicó una preocupación predominante por aspectos vinculados al desarrollo personal, la salud afectiva-sexual y la prevención de riesgos. Tal como se señaló anteriormente, estos cuatro temas en líneas anteriores, estos cuatro fueron los seleccionados para crear el relato central de las narrativas transmedia del proyecto.

Además, aunque con menor frecuencia, emergieron temas como ansiedad, depresión, presión social y cultura, lo que amplía el panorama de inquietudes de los jóvenes hacia cuestiones de salud mental, influencia del entorno y construcción de identidad cultural. Estos resultados son valiosos para orientar procesos pedagógicos y proyectos educativos que respondan de manera pertinente a los intereses y necesidades reales de los estudiantes.

Paralelamente, en otra actividad de escritura creativa de carácter introspectivo, una estudiante expresó una ideación suicida a través de una carta. Este hallazgo fue identificado por el equipo investigador que de manera inmediata, en articulación con los psico orientadores de la Dirección de Bienestar Institucional e Interacción Social del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, se activó la ruta de atención integral en salud mental, con el equipo administrativo y la psicóloga de la institución educativa. Este episodio evidenció la importancia de crear espacios de contención emocional y canalización de conflictos internos.

El uso del lenguaje audiovisual así como el uso de medios para contar historias permitieron el desarrollo de competencias en redacción, guion, grabación y lenguaje audiovisual, favoreciendo tanto la expresión personal como el proceso académico y fomentando el desarrollo de la alfabetización transmedia, (Scolari, 2016) como se detalla en la tabla 4.

Tabla 4.

Desarrollo de competencias

Dimensión	Competencia
Comunicativa	Mejora en la argumentación oral y escrita, uso del lenguaje audiovisual
Narrativa	Creación de personajes y tramas coherentes
Técnica	Manejo de herramientas digitales
Social	Trabajo en equipo, respeto por la diferencia y colaboración
Expresiva	Desarrollo de una voz propia en los relatos, exploración de emociones y experiencias

Transmedia	Integración de múltiples formas para narrar, comprensión crítica y creativa
Académica	Aplicación de habilidades narrativas y audiovisuales en contexto escolares
Estética	Cuidado de la composición visual, valoración de elementos de composición y creatividad

Nota. Elaboración propia a partir de los aprendizajes del proceso del proyecto Tripulantes (2025)

La experiencia transmedia permitió identificar el desarrollo de diversas competencias narrativas, comunicativas, técnicas y sociales. Esto se expresó en habilidades como la creación de relatos, manejo de herramientas digitales, argumentación oral y escrita, y el fortalecimiento de la comunidad. Estas competencias no solo potenciaron el aprendizaje, sino que también fortalecieron la agencia juvenil en el ejercicio de narrase, representarse y ocupar el territorio.

Estos hallazgos permiten reconocer a los jóvenes no solo como objeto de estudio sino como seres activos capaces de construir saberes, narrativas y sentido en consonancia con su territorio y su experiencia. En ese marco, *Tripulantes* se configura como una forma de resistencia simbólica, en la que los lenguajes de los jóvenes, los cuerpos y las emociones adquieren valor político y pedagógico.

La experiencia transmedia abrió un espacio de convergencia frente a las lógicas tradicionales de la escuela, habilitando territorios expresivos donde los jóvenes nombran sus preocupaciones —la salud mental, el futuro, el cuerpo, el placer, la muerte o el dolor— desde sus propias prácticas culturales y mediáticas. Esta apuesta por una educomunicación crítica y situada se inscribe en los desafíos por construir una educación más equitativa, sensible y transformadora en contextos como Amagá.

Discusión: entre relatos y pedagogías sensibles

Los hallazgos de la investigación-creación *Tripulantes* evidencian que las narrativas transmedia, integradas desde una perspectiva participativa y situada, tienen un potencial significativo para transformar las dinámicas escolares. Mas allá de una herramienta didáctica, la investigación-creación se utilizó como dispositivo pedagógico y político para resignificar los vínculos entre jóvenes, escuela y territorio. Siguiendo esta lógica, se retoman los pensamientos de autores latinoamericanos como Paulo Freire, German Muñoz y Jesús Martin Barbero, quienes han impulsado la necesidad de comprender la educación como un acto de deliberación, comunicación y producción simbólica.

Como lo proponen Scolari, Lugo Rodríguez y Masanet (2019), la educación transmedia articula el vínculo entre las prácticas que ocurren en los medios —fuera del ámbito escolar— y las actividades de aprendizaje que realizan dentro del aula. En esta investigación, a partir de procesos colaborativos, los estudiantes desarrollaron habilidades narrativas, técnicas y comunicativas; lograron resignificar sus experiencias individuales y colectivas, fortaleciendo el sentido de pertenencia y su participación activa en el contexto escolar. Este proceso de co-creación les permitió estar en un espacio expresivo donde los lenguajes visuales, sonoros y digitales actuaron como herramientas para construir relatos y resignificar su contexto. Esto se alinea con lo planteado por Buckingham (2007) sobre el papel de las narrativas mediáticas en la formación de la identidad de los jóvenes.

En el diálogo con investigaciones previas, como las de Scolari et al. (2018), se evidencia que las narrativas transmedia permiten ejecutar competencias mediáticas y transversales que no se limitan al ámbito tecnológico, sino que incluyen dimensiones afectivas, críticas y sociales del aprendizaje. Estas prácticas se alinean con lo que Jenkins (2015) ha descrito como una "cultura participativa", en la que los jóvenes dejan de ser consumidores pasivos para convertirse en productores de

contenidos con voz propia.

En el contexto colombiano, el uso de las narrativas transmedia en el campo educativo ha tomado relevancia. Como lo afirman Alzate Gallego et al. (2023 p. 41): "[…] para el caso de la educación, profundizar los conocimientos explotando el potencial de los contenidos digitales, de las redes sociales y el papel activo que asumen los usuarios en esta". En este sentido, los hallazgos de la investigación en la Institución Educativa San Fernando de Amagá han develado cómo las estrategias transmedia pueden convertirse en articuladores entre las realidades rurales y las herramientas digitales, especialmente cuando se combinan las narrativas locales y los saberes territoriales.

Un ejemplo paradigmático al respecto es la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes, en el departamento del Caquetá, Colombia. Esta iniciativa ha demostrado cómo las narrativas transmedia pueden empoderar a las comunidades para contar sus propias historias, convertirlas en productores de contenido y agentes activos en la preservación de su patrimonio cultural. A través de medios como el video, la fotografía y las redes sociales logran visibilizar su cultura, tradiciones y problemáticas locales.

Esta investigación-creación se articula con los planteamientos de la UNESCO (2023) sobre la urgencia de replantear la educación desde una perspectiva integral, que reconozca la intersección entre emociones, tecnologías y equidad educativa. La experiencia demostró que, cuando se integran lenguajes expresivos con prácticas pedagógicas sensibles, se generan espacios de diálogo, escucha activa y construcción de redes de apoyo.

Desde una perspectiva latinoamericana, estas prácticas configuran una forma de resistencia cultural frente a los estándares tradicionales de la escuela, que en ocasiones han ignorado los saberes propios, las emociones, la salud mental y el territorio. Retomar el sentido narrativo de los estudiantes en el aula, como sujetos que producen sentido, memoria y afecto.

La experiencia se constituye en una cartografía sensible del territorio escolar, que articula memorias, cuerpos, saberes, experiencias, afectos y emociones como formas legítimas del conocimiento. Esta forma de leer los contextos escolares desde los lenguajes de los jóvenes permite visualizar la educación como un proceso simbólico, en que se comparten sentidos, vínculos y subjetividades.

A partir de estos resultados y los aprendizajes de la investigación-creación *Tripulantes*, es posible proponer una serie de recomendaciones para futuros productores de narrativas transmedia en contextos educativo. Estas recomendaciones combinan dimensiones pedagógicas, técnicas y éticas y busca orientar a profesores, investigadores o productores en la creación de experiencias de aprendizaje significativas. Ver tabla 4

Tabla 4.

Recomendaciones para diseñar experiencias transmedia en contextos escolares

Dimensión	Recomendación	Aplicación
Planificación pedagógica y técnica	Realizar una planificación inicial rigurosa con objetivos claros, alineados con el currículo	Diseñar guías didácticas, establecer propósitos aprendizaje
Análisis del contexto	Evaluar condiciones institucionales, tecnológicas y características de la comunidad educativa	Identificar medios más usados, accesibilidad, recursos disponibles y necesidades de la comunidad
Escucha activa del territorio	Reconocer las narrativas locales y las experiencias de vida de los estudiantes como punto de partida para el diseño pedagógico	Realizar ejercicios de escucha, escritura creativa, entrevistas o cartografías con estudiante y comunidad para incorporar sus vivencias en las actividades

Diseño narrativa transmedia	Crear historias expandidas y multiplataforma de acuerdo a los intereses de la comunidad educativa	Adaptar contenido a cada medio, garantizar continuidad narrativas y permitir la participación según interés, motivación y experiencia
Integración de múltiples lenguajes	Fomentar el uso de diversos formatos (audio, video, fotografía, escritura) para potenciar la expresión y comprensión	Diseñar recursos en diferentes lenguajes, sonoros, visuales, textuales y audiovisuales
Participación y co-creacion	Fomentar la participación activa, segura y significativo de estudiantes y profesores en todas las fases del proceso	Crear espacios de trabajo en equipo, gamificación y establecer canales de retroalimentación bajo acompañamiento del docente
Evaluación y mejora continúa	Implementar mecanismos de retroalimentación y ajuste de permanente del contenido	Recoger opiniones de estudiantes, profesores, analizar los resultados y actualizar recursos y estrategias pedagógicas
Gestión de recursos humanos y técnicos	Contar con un equipo interdisciplinario y recursos adecuados	Incluir profesionales según necesidades, (ejemplo psicosociales), controlar versión de archivos asegurar formatos nativos y exportables
Ética y seguridad	Garantizar el respeto por la privacidad, la propiedad intelectual y la accesibilidad	Usar licencias, firmar asentimientos, consentimientos, proteger datos personales y adaptar contenidos a diversas capacidades
Flexibilidad e integración curricular	Adaptar los contenidos transmedia a los micro currículos sin afectar el flujo escolar	Mapear contenidos curriculares, coordinar con áreas académicas y evitar la sobreoferta de propuestas
Tecnología con propósito pedagógico	Usar herramientas digitales que fortalezcan el aprendizaje no solo por novedad	Seleccionar plataformas por su utilidad didáctica; promover habilidades como el autoaprendizaje, y la autonomía estudiantil
Formación docente en educomunicación	Brindar herramientas a los docentes para facilitar procesos de mediación transmedia sensibles al contexto	Realizar talleres de actualización en alfabetización mediática, diseño de narrativas transmedia y metodologías participativas contextualizadas a cada comunidad

Nota: elaboración propia a partir de la experiencia transmedia Tripulantes (2025).

Estas recomendaciones surgen del proceso de investigación realizado en Amagá, un contexto educativo rural enfrentado a necesidades urgentes en salud mental. Se fundamentan tanto de la experiencia directa como del análisis comparativo de literatura y producciones transmedia de no ficción en América latina. Su sistematización permitió desarrollar la experiencia más allá de su singularidad, abriendo posibilidades de replicabilidad y adecuación en otros escenarios educativos.

No obstante, se identificaron desafíos relacionados con la infraestructura tecnológica, la formación docente en metodologías creativas, herramientas digitales y la sostenibilidad de estas prácticas más allá del proyecto. Abordar estos desafíos exige políticas públicas comprometidas con la innovación educativa y la salud mental escolar desde una perspectiva nacional.

El proyecto *Tripulantes* no solo aportó a la innovación didáctica; también permitió crear una pedagogía situada, afectiva y transformadora, que da voz a los estudiantes como actores del proceso educativo. Su potencial de réplica reside en su enfoque participativo, flexible y contextualizado. En esta dirección, narrar la escuela desde la voz de los estudiantes, es una forma de resignificarla, cuidarla y reinventarla de forma

colectiva.

Conclusiones

narrar para habitar la escuela

La investigación-creación *Tripulantes* evidenció la integración significativa de las narrativas transmedia al ámbito escolar, posibilitando una educación inclusiva, emocionalmente sensible y socialmente situada. La estrategia permitió visibilizar las voces de los jóvenes, personalizar su aprendizaje, fortalecer habilidades comunicativas, narrativas y tecnológicas, y propiciar espacios de expresión ligados a la salud mental y el bienestar emocional.

En relación con el objetivo general del estudio — analizar la incidencia de las narrativas transmedia en la promoción de una educación más equitativa e inclusiva en el contexto escolar rural—, se constató que estas herramientas no solo enriquecen el currículo, sino que también constituyen un vehículo para abordar temas complejos como la salud mental, desde una perspectiva crítica, creativa y participativa.

Los resultados demostraron que el enfoque de investigación creación y narrativas transmedia permiten posicionar al estudiante como un sujeto activo, critico y creativo, capaz de narrar su vida y su entorno mediante diversos lenguajes expresivos, reforzando la agencia y la personalización del aprendizaje.

Entre los principales aportes se destacan, en tanto prácticas que configuran formas alternativas de aprender, narrar y habitar la escuela:

- La validación de una metodología basada en la investigación-creación que integra participación, reflexión crítica, expresión simbólica y narración transmedia
- La articulación de factores emocionales, territoriales y educativos en una experiencia significativa.
- La identificación de condiciones pedagógicas, institucionales y tecnológicas como herramientas prescindibles para la aplicación de metodologías educativas situadas y sensibles.

Como proyección, se plantea la necesidad de escalar esta experiencia a otros escenarios educativos, mediante el fortalecimiento de la formación docente, el trabajo interdisciplinario y políticas públicas que legitimen la innovación en los contextos escolares.

Tripulantes evidenció que la escuela puede ser un espacio de escucha, creación, y cuidado: un escenario simbólico donde los jóvenes narran su mundo y lo habitan desde sus propias experiencias. Así, estar en la escuela implica también abrirla a lenguaje sensibles, a narrativas que conecten con la vida y a metodologías que propicien los diálogos y las voces.

Referencias bibliográficas

- Buckingham, D. (2007). Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Polity Press.
- Fernández Berrocal, P., & Cabello, R. (2021). La inteligencia emocional como fundamento de la educación emocional.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.
- Jenkins, H. (2008). La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Jenkins, H. (2015). Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa editorial.
- Lovato, A., & Irigaray, F. (2021). La no-ficción latinoamericana: del documental interactivo al documental transmedia. Hipertext.Net, (23), 1-5.
- Martín-Barbero, J. (2003). Ofi-

cio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica.

• Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2021). Emotional intelligence: New ability or eclectic traits? American Psychologist, 63(6), 503–517.

• Muñoz, G. (2004). Cultura juvenil, comunicación y escuela. Magisterio.

• Organización Mundial de la Salud. (2022). Salud mental: Fortalecimiento de nuestra respuesta. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response

• Ospina Mesa, C., Montoya Arango, V., & Sepúlveda López, L. (2021). La escuela es territorio. Cartografía social de experiencias pedagógicas en instituciones educativas de Medellín y Bello, Colombia. Territorios, (44-Especial), 1-20. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.9024

• Rodríguez, L. B. A., & Cáceres, D. A. B. (2022). Beneficios de las narrativas transmedia como estrategias educativas en contextos digitales. Hacedor-AIAPÆC, 6(2), 60-69.

• Sampieri-Cabrera, R. (2023). Glosario de términos y conceptos de investigación cualitativa. Available at SSRN 4574353.

• Sapiens Lab. (2024). The Mental State of the World Report 2024. https://www.sapienlabs.org/reports

• Scolari, C. (2016). Alfabetismo transmedia: Estrategias para la educación mediática. Gedisa

• Scolari, C. A., Masanet, M. J., Guerrero-Pico, M., & Estables, M. J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: An international comparative study. Comunicar, 26(55), 1–10.

• Scolari, C. (2018). Introducción: del alfabetismo mediático al alfabetismo transmedia. Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. Comunicación y sociedad, 1, 14-23

• Scolari, C. A., Lugo Rodríguez, N., & Masanet, M. J. (2019). Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. Revista Latina de Comunicación Social, 74, 116–132.

• Solórzano, H. J. R. (2023). Investigación creación en comunicación-educación: La imaginación como potencia transformadora y comunicativa. Revista Boletín Redipe, 12(10), 30-43.

• Toffler, A. (1980). The third wave. William Morrow

• UNESCO. (2017). Educación 2030: Marco de acción para la implementación del ODS 4. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245656

• UNESCO. (2023). Replantear la educación: Hacia un bien común mundial. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

BARRERAS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN DE ÁBREGO, NORTE DE SANTANDER

MSc. Jairo Fenando Barbosa Trigos
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
Grupo de Investigación Communis.
Vía Acolsure sede El Algodonal.Ocaña.
Colombia.
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3011-0441
Correo: jfbarbosat@ufpso.edu.co

MSc. Elvis fernando Ríos Pacheco
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
Grupo de Investigación Communis.
Vía Acolsure sede El Algodonal.Ocaña.
Colombia.
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8983-4156
Correo: efriosp@ufpso.edu.co

MSc. Héverd Augusto Páez Quintana
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
Grupo de Investigación Communis.
Vía Acolsure sede El Algodonal.
Ocaña. Colombia.
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2153-6360
Correo: hapaezq64ufpso.edu.co

Resumen

La ponencia “Barreras de comunicación en la educación de Ábrego, Norte de Santander” presenta los resultados de una investigación orientada a identificar las principales interferencias que afectan los procesos de enseñanza y aprendizaje en la institución educativa Carlos Julio Torrado Peñaranda. El estudio se fundamenta teóricamente en la teoría de la aguja hipodérmica, el paradigma de Lasswell y el modelo Shannon-Weaver, comprendiendo la comunicación como un proceso complejo en el que intervienen emisor, mensaje, canal, contexto y posibles ruidos.

Metodológicamente, se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, apoyado en el positivismo, que permitió recolectar y analizar datos concretos sobre las barreras comunicativas en el aula. La población estuvo conformada por la comunidad educativa y se aplicó un muestreo estratificado con un nivel de confianza del 95 %, seleccionando una muestra de 190 estudiantes. La encuesta fue el instrumento principal para conocer opiniones, actitudes y comportamientos frente a las dificultades comunicativas.

Los resultados evidencian que las barreras físicas ocupan el primer lugar (51,67 %), seguidas de las semánticas (26,67 %), pedagógicas (11,67 %) y fisiológicas (10 %). Se identificaron falencias en la comunicación verbal docente (51,66 %), uso limitado del espacio físico y persistencia de modelos tradicionales de enseñanza. Asimismo, se destaca la ayuda entre pares (26,66 %) y la orientación docente (35 %) como estrategias para superar las barreras detectadas.

Palabras clave

Educación, Barreras, Comunicación, Catatumbo y Pedagogía.

Introducción

En la investigación realizada en el municipio de Ábrego, Norte de Santander, uno de los 11 municipios que integran la hermosa subregión del Catatumbo, es importante destacar que es un municipio caracterizado por su incalculable riqueza natural, y lastimosamente también por la presencia de grupos armados y tensiones sociales que han afectado el tejido y la educación.

Para lograr una mirada amplia del fenómeno objeto de estudio, se integró diferentes procesos teóricos metodológicos y operativos que permitieron la ejecución del proyecto; además, diversas perspectivas teóricas como la teoría de la aguja hipodérmica, el paradigma de Lasswell y el modelo Shannon–Weaver, permitieron comprender que la comunicación en el aula no es un acto lineal,

sino un proceso complejo en el que intervienen emisor, mensaje, canal, contexto y posibles interferencias.

Desde esta fundamentación teórica, las barreras comunicativas identificadas en Ábrego, físicas, fisiológicas, semánticas y pedagógicas, no se interpretan como hechos aislados, sino como interferencias que afectan el flujo del mensaje y, por ende, el aprendizaje. En los resultados globales del municipio se evidencia que la barrera física ocupa el primer lugar con 51,67 %, seguida de la semántica (26,67 %), la pedagógica (11,67 %) y la fisiológica (10 %).

El análisis por género mostró que tanto mujeres como hombres identifican principalmente las barreras físicas (25 % y 26,66 % respectivamente). No obstante, son las mujeres quienes tienden a señalar con mayor énfasis las barreras verbales directas del docente, mientras que los hombres perciben con mayor frecuencia barreras externas, tema que para desde el modelo Shannon–Weaver, son situaciones que podrían interpretarse como 'ruidos' que distorsionan el mensaje

Estas diferencias reflejan cómo la experiencia comunicativa se construye de manera diversa según las percepciones individuales, aspecto que el marco teórico reconoce al considerar los factores culturales y sociales en el proceso comunicativo.

Metodología

Para la ejecución del proyecto se trabajó con un enfoque cuantitativo, pues permitió recolectar datos concretos que ayudaron a comprender las diferentes irrupciones de comunicación que afectan los procesos de enseñanza y aprendizaje de los públicos estudiados. Los estudios cuantitativos son importantes porque, como manifiesta Sosa (2014), "parte del supuesto de que en potencia todos los datos son cuantificables. Para ello se apoya en los fundamentos del positivismo..., cuya tendencia es hacia la concentración del análisis en las manifestaciones externas de la realidad" (Calle, 2023).

Población y muestra

Según Lilia (2015), cuando se habla de población, se define como un "conjunto de elementos que presentan una característica o condición común que es objeto de estudio" (p. 8). Por otro lado, la autora expresa que la muestra se entiende como una parte de un conjunto de elementos que presentan una característica o condición común que es objeto de estudio de los elementos o subconjunto de una población, la cual se selecciona para el estudio de esa característica o condición.

Para el desarrollo del proyecto participó como población objetivo. la comunidad educativa de la institución Carlos Julio Torrado Peñaranda de Ábrego, en el Catatumbo colombiano. Así mismo, se utilizó un muestreo estratificado para la selección de los participantes en la recolección de información, que se evidencia en las fórmulas y tabla siguientes:

Donde:

N = tamaño de la población.

Z = nivel de confianza (95%).

p = proporción de aceptación (50%).

q = proporción de rechazo (50%).

E = error de estimación dispuesto a asumir.

n= Muestra

$$n = \frac{381\ (0.5 \times 0.5)\ (1.96)^2}{(381\text{-}1)\ 0.05^2 + [(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5]}$$

$$n = 190$$

La aplicación de la fórmula permitió seleccionar una muestra estratificada por grados del colegio; en este caso, la muestra estuvo conformada por 190 estudiantes. Para establecer las submuestras a las cuales se les aplicó el instrumento de recolección de información, se recurrió al siguiente factor de selección:

Factor de selección F.S = 191/381

F.S.= 0,50131234

Luego de la aplicación y selección por datos numéricos, se pudieron establecer los estudiantes de la institución educativa: 40 estudiantes de sexto, 40 estudiantes de octavo, 40 estudiantes de noveno, 40 estudiantes de noveno y 30 estudiantes de undécimo.

En las investigaciones, la selección de técnicas e instrumentos de recolección de información juega un papel crucial, ya que esta permitirá objetividad en el levantamiento de los datos, así como su comparación y análisis respectivo. Por lo anterior, la encuesta fue la herramienta principal para la recolección de información, entendida esta como "una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos.

A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos" (Reyes, 2015, p. 3). Esta fue la principal razón de ser

de la investigación, conocer opiniones y datos concretos sobre las barreras de comunicación que se presentan en el aula.

Discusión

Tanto para docentes como para los mismos estudiantes, el hecho de que el 40 por ciento de los jóvenes provengan del sector rural se convierte en un impedimento para que puedan desarrollarse a nivel pedagógico y superar las diferentes barreras. Una de ellas tiene que ver con los temores propios de quien ha sido criado por padres en su mayoría analfabetos. Esto genera dos problemas fundamentales: 1) no hay conciencia meridiana de la importancia del estudio como proceso de crecimiento personal y profesional y 2) no existe acompañamiento en la formación fundamental para la motivación y la ayuda, máxime a los niños de temprana edad.

Las barreras pedagógicas están referidas por los estudiantes por las capacidades propias y de los mismos docentes para llevar a cabo el proceso en el aula. Estas barreras se suman a las de salud que, en algunos casos, agravan la situación. Los docentes son conscientes de que existen barreras para adelantar los procesos pedagógicos debido a varios factores, entre ellos la poca tecnología, la escasez de ayudas didácticas y el desinterés de los estudiantes.

Pese al esfuerzo que realizan los colegios y escuelas del municipio, los espacios físicos y los recursos didácticos no permiten que los estudiantes puedan contar con las herramientas para ejercitar y vencer las barreras pedagógicas.

Esto repercute en: 1) baja atención y asimilación de las teorías y conceptos, 2) malas calificaciones en todo tipo de evaluación, 3) desinterés generalizado por el estudio y 4) una apatía y pereza mental generalizada y recurrente.

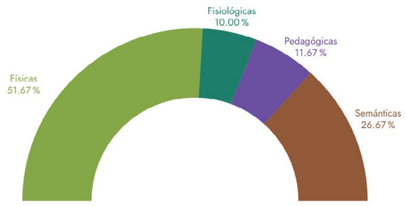
Las barreras físicas están relacionadas con problemas de capacidad reducida y problemas de salud, mientras que las psicológicas a problemas de tipo mental que afectan el desarrollo y la atención. Este tipo de barreras son muchas veces silenciosas y poco expresadas. Por lo tanto, las instituciones y los mismos docentes deben identificar en cada estudiante si existe este tipo de barreras.

Resultados

Si los datos en principio muestran similitudes con los resultados globales de la investigación en cuanto a la barrera física como la más presente en el aula, para el caso de Ábrego, particularmente se hace más visible la barrera fisiológica. El 10 por ciento de los encuestados, seis de 60, mencionaron la presencia de situaciones personales de salud como vista, habla o escucha, o problemas de corte psicológico, emocional o mental.

Figura 1.

Barreras comunicativas globales en el municipio de Ábrego.



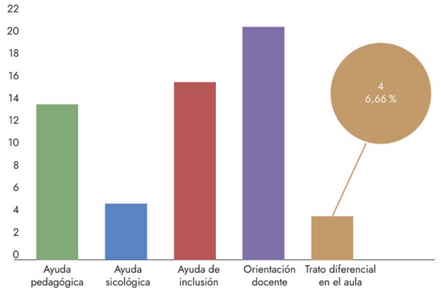
Fuente: Autoría propia.

Asimismo, probablemente al ser un municipio más grande en donde los estudiantes tienen mayor acceso a la información y por ende al conocimiento fuera del aula, una cuarta parte de los estudiantes participantes, el 26,66 por ciento, es consciente de las barreras de tipo semántica, aquellas ligadas directamente con la comunicación verbal y no verbal.

En ambos casos, las ayudas al interior de las aulas presentan una variación significativa. En este municipio tomó mayor fuerza la inclusión por parte de los pares como se muestra a continuación:

Figura 2.

Ayudas para superar barreras en Ábrego.



Fuente: Autoría propia.

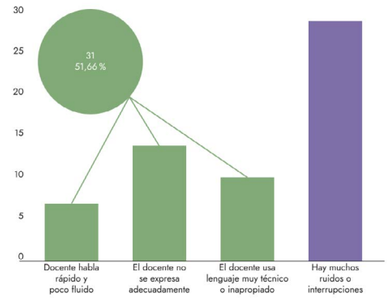
La ayuda de otros compañeros, con un valor de 26,66 por ciento, casi iguala a la orientación que brindan los docentes, cuyo valor del 35 por ciento las convierten en las dos estrategias para subsanar las barreras identificadas y lograr un proceso formativo efectivo.

Además, a pesar de ser un valor mínimo, cuatro respuestas de 60 en total, el 6,66 por ciento de los encuestados, expresó la existencia de un trato diferencial en el aula, lo cual refleja coherencia entre los resultados generales sobre las barreras comunicativas presentes y la forma de resolverlas conjuntamente entre docentes y discentes.

Lo expresado contrasta un poco al identificar problemas específicos de comunicación verbal, en los que los docentes son quienes no logran buenos resultados en su labor al momento de impartir las clases.

Figura 3.

Problemas de comunicación verbal en Ábrego.



Fuente: Autoría propia.

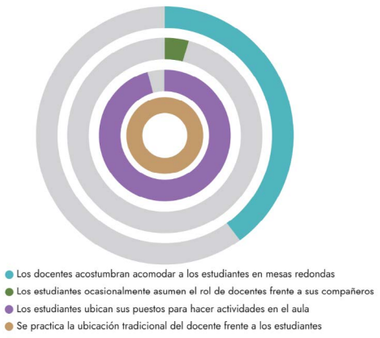
Al respecto, el 51,66 por ciento de las respuestas, poco más de la mitad, dieron cuenta de falencias en los docentes cuando orientan los temas. Entre los principales errores identificados se destacan: no expresar correctamente los conocimientos, emplear un lenguaje muy técnico o inapropiado, y hablar con rapidez y poca fluidez verbal.

El 48,34 por ciento restante se ubica en la opción que indica la presencia de ruidos externos e interrupciones propias de la institución o provocadas por actores externos, como las entidades que realizan actividades con la población de educación básica secundaria.

A diferencia del anterior criterio, en relación con la comunicación proxémica, este es el municipio que procura usar el espacio físico de formas un tanto diferentes. Aunque los resultados solo ubican diez estudiantes, el 16,66 por ciento, en la opción de acomodar los pupitres en mesa redonda, en un salón de 30 estudiantes aproximadamente, lo anterior podría ser una tercera parte; de alguna forma es una metodología y una forma de comunicación espacial que cambia el tradicional modelo unidireccional de la educación.

Figura 4.

Prácticas comunicativas y uso del espacio en Ábrego.



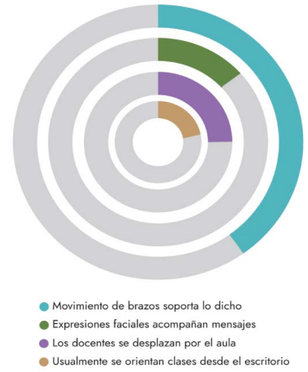
Fuente: Autoría propia.

Contrario al hallazgo, es aún muy alta la práctica docente anclada a la posición tradicional frente a los educandos, como el viejo modelo que intrínsecamente establece que el docente es el que sabe y manda y los alumnos no saben y por ende son subordinados. El 41,66 por ciento, 25 de 60 estudiantes encuestados, así respondieron.

Un número similar que contrarresta el modelo tradicional encontrado es que el 41 por ciento de los estudiantes ubican sus puestos de la forma que les permita hacer actividades conjuntas dentro de la clase, lo que puede fortalecer competencias blandas como el trabajo en equipo, reafirmando el poco movimiento del docente para mejorar su comunicación con el alumnado.

Figura 5.

Elementos corporales y espaciales en Ábrego.



Fuente: Autoría propia.

Solo 15 estudiantes de 60 participantes de la investigación, el 25 por ciento, mencionaron que el docente se desplaza por el aula para mejorar la conexión con ellos a la hora de impartir la clase. El resultado concuerda con la inmovilidad de quien lidera el proceso formativo como se detalló atrás.

No obstante, son el cuerpo y las expresiones faciales las que permiten establecer contacto entre el educador y el educando, de alguna forma solventando la falta de cercanía física como característica identificada.

Referencias bibliográficas

- Alonso, M. C. G. (2023). Comunicación no verbal en Pandemia.: Cuando la vida nos obligó a mirarnos a los ojos. Revista de Comunicación y Salud: RCyS, 13(1), 10.
- Arévalo, J. (2019). Guía turística de Norte de Santander. Editorial Nortesantandereana.
- Reyes, M. P. (2015). La encuesta. Obtenido de https://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/laencuesta.%20pdf

• Auz, D. y Villanueva, J. (2022). Las barreras comunicativas en los discursos de Gobierno de Ecuador, Perú y Chile. Razón Y Palabra, 340-364. https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1845

• Bernal, Á., Cañarte, C., Macías, T. y Ponce, M. (2022). La comunicación asertiva

• y su aporte en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Polo del conocimiento.

• https://doi.org/10.23857/pc.v7i4.3850

• Calle, S. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. Ciencia Latina

• Revista Científica Multidisciplinar, 1865-1879. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016

• Alcaldía de Ábrego. (2023). Información general. https://abrego-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml

• Calua, M. R., Delgado, Y. L. y López, O. (2021). Comunicación asertiva en el

• contexto educativo: revisión sistemática. Revista Boletín Redipe, 315-333.

• Castro, C., y Filippi, L. (2010). Modelos matemáticos de información y comunicación, cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): mejorar la comunicación es el desafío de nuestro destino cultural. Re-Presentaciones: Periodismo, Comunicación y Sociedad, (6), 145-161.

• García-Pérez, A. (2019). Comunicación efectiva en el aula: Desafíos y soluciones. Revista de Educación, 45(2), 20-35.

• Infoamerica. (2025). Infoamérica. Obtenido de Harold Dwight Lasswell (1902-1978): https://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm

• Pagán Martínez, M. (2016). Proceso de comunicación según Shannon y Weaver. Researchgate. https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Proceso-de-comunicacion-segun-Shannon-y-Weaver-Fuente-Elaboracion-propia_fig1_308741704

• Ríos Pacheco, E. F., Páez Quintana, H. A. y Barbosa Trigos, J. F. (2020). Estrategias

• de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento.

• Lilia, C. F. A. (2015). Población y muestra. Plantel Texcoco Escuela Preparatoria.

• Vallejos, T. G. (2018). Teoría de la aguja hipodérmica: El inicio de la guerra por la mente. Centro Internacional de Investigación Ananzada en Seguridad y Defensa. https://bit.ly/4d0UdCP.

CIENCIA, EDUCACIÓN Y BIOÉTICA EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: HACIA UNA COMUNICACIÓN ÉTICA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Emilio José Ibeas
Sociedad para el Fomento de la Docencia de la Bioética
España
emiliojoseibeas@gmail.com

Resumen

El presente artículo analiza la intersección entre ciencia, educación, comunicación y bioética en el contexto de la "encrucijada digital" característica del año 2026. Esta era está marcada por la consolidación de la Inteligencia Artificial (IA) generativa y una crisis profunda de la autenticidad en el discurso público. Se argumenta que la comunicación actúa como el eje articulador que vincula los avances científicos con la responsabilidad social y la dignidad humana. Ante la proliferación de narrativas algorítmicas que pueden sesgar la percepción pública y erosionar la confianza en las instituciones, la bioética emerge como una disciplina esencial para garantizar que el desarrollo tecnológico no ignore los principios de justicia, autonomía y equidad. A través de una revisión reflexiva y dialéctica, se propone que la formación de una ciudadanía con pensamiento crítico y comunicadores con sensibilidad ética es la única vía para mitigar la desinformación sistémica y promover un desarrollo científico orientado al bienestar común.

Palabras clave

Comunicación digital, Bioética, Inteligencia Artificial, Educación mediática, Autenticidad, Discursos diversos.

Introducción

La sociedad contemporánea no solo atraviesa una fase de cambio tecnológico; se encuentra en medio de una metamorfosis acelerada que ha redefinido los linderos de lo real, lo sintético y lo humano. Lo que hace apenas unos años se conceptualizaba como la "era de la información" o la "sociedad red", ha mutado en 2026 en una "encrucijada digital". Este término no es accidental: describe un punto de no retorno donde la mediación humana ya no solo se apoya en la técnica, sino que compite y, en ocasiones, se supedita a procesos automatizados de generación de sentido. En este escenario, la intersección entre ciencia, educación y bioética emerge como el campo de batalla estratégico para comprender y gestionar las tensiones de un mundo donde el algoritmo no solo procesa datos, sino que construye realidades.

Hacia el año 2026, la Inteligencia Artificial (IA) ha dejado de ser una herramienta disruptiva para convertirse en la infraestructura invisible que sostiene el tejido de la vida cotidiana. Desde la gestión de sistemas de salud hasta la personalización de currículos educativos y la curaduría de la opinión pública, los sistemas algorítmicos operan con una opacidad que desafía los principios democráticos de transparencia y rendición de cuentas. La comunicación, por tanto, no puede seguir siendo entendida bajo el modelo lineal de transmisión de datos. Hoy es el eje articulador, la "membrana ética" que debe vincular los hitos de la ciencia con las necesidades apremiantes de justicia social y dignidad humana. Sin una comunicación anclada en la ética, el avance científico corre el riesgo de transformarse en una nueva forma de colonialismo digital, donde los sesgos de

los modelos de lenguaje dictan quién tiene voz y qué discursos son considerados legítimos.

En este contexto, la bioética reclama un lugar protagónico en la plaza pública digital. Tradicionalmente confinada a los entornos médicos y de experimentación clínica, la bioética se expande hoy hacia la "Bioética Global", una disciplina necesaria para reflexionar sobre las implicaciones morales de la vida tecnificada. Si la comunicación es el proceso mediante el cual dotamos de sentido al mundo, la bioética es la brújula que asegura que ese sentido sea humano. La crisis de autenticidad que caracteriza a esta década —marcada por la post-autenticidad y los contenidos sintéticos— no es solo un problema técnico de detección de *deepfakes*; es, fundamentalmente, una crisis del contrato social. Cuando el ciudadano pierde la capacidad de distinguir entre la fuente humana y el autómata, la base de la confianza institucional se desmorona.

La educación, por su parte, enfrenta el desafío de cerrar las brechas de comprensión generadas por la inmediatez algorítmica. La velocidad a la que se produce y difunde el conocimiento científico en 2026 impide una digestión crítica pausada, favoreciendo la proliferación de la "infopolución". No se trata simplemente de alfabetizar en el uso de herramientas, sino de formar una ciudadanía capaz de ejercer la soberanía tecnológica y el pensamiento crítico frente a la seducción de la automatización.

Esta ponencia sostiene que la respuesta a la encrucijada digital no es tecnológica, sino ética y educativa. Proponemos que solo a través de una comunicación que asuma los principios bioéticos de autonomía, beneficencia y justicia, podremos garantizar que la inteligencia artificial sirva para expandir las capacidades humanas en lugar de erosionar nuestra autonomía intelectual. El camino hacia el futuro requiere puentes sólidos entre el dato y el valor, entre la innovación y la justicia, asegurando que la tecnología sea un medio para el bienestar común y no un fin en sí misma que sacrifique la verdad en el altar de la eficiencia algorítmica.

Metodología

La investigación se fundamenta en un paradigma cualitativo de corte reflexivo y documental, empleando el método analítico-sintético para abordar la complejidad de la IA en la comunicación. Se ha estructurado el análisis bajo cuatro ejes metodológicos que permiten una visión holística del fenómeno. En primer lugar, se realizó una Revisión Sistemática de Literatura, analizando documentos de organismos internacionales como la UNESCO y la OCDE, junto con autores clave en bioética global y comunicación entre 2020 y 2026. Este paso permitió establecer una base teórica sólida sobre el impacto de los Grandes Modelos de Lenguaje (LLMs) en la esfera pública.

En segundo lugar, se aplicó un Análisis de Discursos Digitales, observando las narrativas predominantes sobre la IA en medios de comunicación y redes académicas, identificando patrones de sesgo y representación. Tercero, se utilizó el Método Dialéctico para confrontar los avances tecnológicos (IA generativa, vigilancia digital) con los principios clásicos de la bioética: justicia, no maleficencia y autonomía. Finalmente, se integró el Estudio de Casos Críticos, evaluando incidentes de desinformación científica mediada por algoritmos para identificar fallas en la cadena de comunicación ética. Este enfoque permite no solo describir el fenómeno, sino proponer modelos alternativos de comunicación que privilegien la transparencia y la construcción conjunta de sentido frente a la opacidad de los algoritmos.

Discusión

La discusión se centra en la erosión de la autenticidad y la aparición de lo que denominamos "verdad líquida". En 2026, la IA generativa ha alcanzado una sofisticación que desafía la percepción humana. La producción de discursos "sintéticos" ha creado una era de post-autenticidad donde el ciudadano medio no logra distinguir entre una fuente humana y una

artificial. Desde la bioética, esto representa una vulneración al principio de honestidad informativa. Si el contrato social comunicativo se basa en la confianza, la proliferación de *fake science* generada algorítmicamente pone en riesgo no solo la credibilidad institucional, sino la salud pública y la estabilidad democrática.

Asimismo, la discusión aborda la problemática de los sesgos algorítmicos. Los sistemas de IA, entrenados con datos que reflejan prejuicios históricos, tienden a marginar los discursos diversos y las voces periféricas. Aquí, la comunicación adquiere una dimensión política esencial: debe denunciar cómo los algoritmos de recomendación crean cámaras de eco que limitan la diversidad del pensamiento. Un avance científico que no es inclusivo no es éticamente aceptable bajo los estándares de la bioética social. A esto se suma la "Economía de la Atención", donde la estructura de las plataformas digitales prioriza el *engagement* emocional sobre el rigor científico, derivando en una "infopolución" que sacrifica la verdad por el beneficio económico. La educación y la comunicación deben unirse para cuestionar la moralidad de estos sistemas que automatizan la opinión pública sin filtros éticos humanos.

Resultados

Los hallazgos de esta investigación permiten proyectar una estructura de respuesta integral ante la crisis de la autenticidad y los desafíos de la IA generativa. Los resultados se agrupan en cuatro ejes de transformación que constituyen un nuevo paradigma para las facultades de comunicación y la sociedad civil.

El Comunicador como Auditor de Transparencia y Mediador Bioético

Uno de los resultados más contundentes es la necesidad de una mutación profesional. El comunicador del 2026 ha dejado de ser un simple redactor o estratega de medios para convertirse en un "Auditor de Transparencia". Se ha evidenciado que la producción automatizada de contenidos requiere una supervisión humana no solo estilística, sino ontológica. Este nuevo perfil profesional debe estar capacitado en la trazabilidad de los datos: identificar la procedencia de la información, detectar los sesgos de entrenamiento en los modelos de lenguaje utilizados y certificar la veracidad de los hechos frente a las "alucinaciones" de la IA. La mediación bioética implica que el comunicador asuma la responsabilidad moral de las consecuencias de la información que difunde, actuando como el último filtro de humanidad antes de que el dato llegue a la esfera pública.

Institucionalización de la Gobernanza Algorítmica Crítica

Como resultado del análisis dialéctico, se propone la creación de Comités de Ética de la Comunicación Digital (CECD) en las universidades y medios de comunicación. Estos comités no deben ser consultivos, sino vinculantes en la evaluación de campañas de salud pública o divulgación científica sensible. El estudio de casos demostró que la delegación total de la comunicación en algoritmos de recomendación erosiona la justicia social. Por tanto, la implementación de estos comités garantiza que los criterios de difusión no sean únicamente el *engagement* o el beneficio económico, sino el respeto a la diversidad de discursos y la protección contra la desinformación sistémica. La gobernanza aquí se entiende como un ejercicio de soberanía donde la sociedad civil recupera el control sobre qué algoritmos median su realidad.

Implementación del "Derecho a la Explicación" y la Alfabetización Transmedia

La investigación arroja que la brecha digital en 2026 ya no es de acceso, sino de comprensión profunda de la caja negra algorítmica. Un resulta-

do clave es la exigencia regulatoria y educativa del "Derecho a la Explicación". Esto significa que cualquier contenido generado o distribuido por IA debe ser identificable y, sobre todo, su lógica de selección debe ser explicable para el usuario final. En el plano educativo, esto se traduce en una Alfabetización Transmedia Crítica que enseñe a los estudiantes no solo a producir con IA, sino a deconstruir sus narrativas. El resultado esperado es una ciudadanía que no sea receptora pasiva de "verdades sintéticas", sino actora crítica que demanda transparencia sobre cómo se construyen las agendas informativas en la encrucijada digital.

Rescate de la Narrativa Humanista en la Comunicación de la Ciencia

Finalmente, se observa que la hiper-tecnificación de la comunicación ha generado una desafección ciudadana hacia la ciencia. El resultado de este análisis propone un retorno a la "Ciencia Abierta Narrativa". Frente a la frialdad de los datos procesados por IA, la comunicación debe rescatar el relato humano del descubrimiento: sus errores, sus dilemas éticos y su impacto real en la comunidad. La IA debe usarse para procesar la complejidad, pero la comunicación debe ser el puente que humanice ese conocimiento. Los resultados indican que los discursos diversos y periféricos encuentran mayor resonancia cuando se alejan de la estandarización algorítmica y apuestan por la autenticidad radical, basada en la experiencia vivida y la responsabilidad ética compartida.

Referencias bibliográficas

• Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación [AFACOM]. (2024). Lineamientos para la formación de comunicadores en la era digital: Ética, IA y compromiso social. Editorial AFACOM.

• Cely Galindo, G. (2022). Bioética y comunicación: El diálogo necesario para la supervivencia de lo humano (3.ª ed.). Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

• Diéguez, A. (2023). Cuerpos adecuados: Humanismo y transhumanismo ante la inteligencia artificial. Herder Editorial.

• Ferrés, J., y Piscitelli, A. (2020). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar: Revista Científica de Educomunicación, 28(64), 9-18. https://doi.org/10.3916/C64-2020-01

• Floridi, L. (2023). The ethics of artificial intelligence: Principles, challenges, and opportunities. Oxford University Press.

• García-Peñalvo, F. J. (2025). La encrucijada ética de la inteligencia artificial generativa en la educación superior. Education in the Knowledge Society (EKS), 26, Artículo e31542. https://doi.org/10.14201/eks.31542

• Han, B-C. (2024). Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia. Taurus.

• Innerarity, D. (2022). La libertad democrática en la era de los algoritmos. Enclave de Libros.

• López-Borrull, A., e Inclán-García, C. (2024). Desinformación científica y bioética: Retos para los profesionales de la comunicación. Revista Española de Documentación Científica, 47(2), e352. https://doi.org/10.3989/redc.2024.2.2045

• O'Neil, C. (2016). Armas de destrucción matemática: Cómo el Big Data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia (Traducción revisada en 2024). Capitán Swing.

• Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381115_spa

• Pariser, E. (2017). El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus. (Obra fundamental para el análisis de sesgos en la discusión).

• Piscitelli, A. (2025). IA Generativa y el fin de la interfaz: Crónicas de la post-autenticidad. Paidós.

• Schwab, K., y Malleret, T. (2024). La gran narrativa: Por un futuro mejor en la era de la IA. Debate.

• Wolton, D. (2021). Comunicar es convivir: Sobre el buen uso de las tecnologías. Gedisa.

• Zuboff, S. (2023). La era del capitalismo de vigilancia: La lucha por un futuro humano en la nueva frontera del poder. Paidós.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

COMUNICAR LA CIENCIA DESDE EL TERRITORIO: UNA APUESTA DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN DINÁMICAS REGIONALES DESDE URABÁ

Dora Milena Echeverry Echeverri
Laura Aristizábal Jaramillo

Palabras claves

Comunicación de la ciencia - Gestión del conocimiento - Grupo de investigación - Conocimiento territorializado

Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), impulsadas por el auge de internet en las últimas décadas y el reciente surgimiento de la Inteligencia Artificial, han transformado vertiginosamente los procesos de generación, desarrollo y difusión del conocimiento. Este fenómeno ha generado retos estructurales para la sociedad en general, y particularmente para los grupos de investigación, posicionando la gestión y la divulgación de la ciencia como una herramienta indispensable para dinamizar los conocimientos en los territorios.

La gestión del conocimiento requiere aplicar el ciclo de actividades clave que la componen —identificar, crear, almacenar, compartir y usar— (García y Gómez, 2015, citado en CEN, 2004; Chen & Burstein, 2006; Chen & Mohamed, 2007; Anand & Singh, 2011). Al adoptar estos elementos, los grupos de investigación logran reflexionar sobre sus estrategias, activos y procesos en la construcción del conocimiento, lo que les permite incrementar las capacidades de incidencia territorial.

Este proyecto se enmarca en el trabajo que realiza el Grupo de Investigación en Dinámicas Regionales de la Universidad de Antioquia en Urabá. El análisis se enfoca en variables internas, específicamente en la necesidad de evaluar los procesos, productos y medios de comunicación de la ciencia empleados en los últimos cinco años, con el fin de orientar estrategias que permita orientar la toma de decisiones informadas, garantizar la viabilidad de los proyectos y potenciar el impacto en la región.

Propuesta metodológica

Metodológicamente, se adopta un enfoque cualitativo a través del estudio de caso. Para la recolección de la información, se utilizaron matrices para el registro y análisis de la producción académica del grupo. Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas para contrastar las percepciones que se tiene sobre la comunicación de la ciencia. La fase de análisis empleó un ejercicio hermenéutico orientado a la comprensión de los procesos de producción del conocimiento y las estrategias implementadas para la comunicación científica.

Resultados parciales

Gestión del Conocimiento y Comunicación de la Ciencia en Urabá: Pluralidad de voces, plataformas y retos territoriales

Para la construcción de estos resultados parciales se sistematizaron 78 productos en diferentes formatos

(artículos, capítulos de libro, videos, podcast, cartillas y ponencias). Asimismo, se analizaron los productos derivados de proyectos de investigación financiados por la Universidad de Antioquia y se realizaron cuatro entrevistas semiestructuradas a investigadores con mayor producción académica.

A través de un proceso de contrastación y haciendo uso del ciclo hermenéutico, permitió evidenciar los siguientes elementos:

Panorama Cuantitativo de la Producción Científica

El grupo de investigación presenta una dinámica de producción diversa y situada, con un total de 78 productos analizados. La distribución devela una prioridad hacia la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) por encima de los formatos académicos tradicionales, el 82% de la producción se clasifica como "Divulgación de la ciencia", mientras que solo el 14% corresponde a "Nuevo conocimiento".

Existe una inclinación hacia los productos audiovisuales y performativos. Distribuidos de la siguiente manera, la realización de videos (33.33%) es el formato más utilizado para la divulgación de resultados de investigación, seguidos de ponencias (24.36%), nacionales e internacionales, podcasts (11.54%), y cartillas (5.13%); lo que representa el 74% del total de productos, se evidencia así una tendencia del grupo hacia la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) y la apropiación social del conocimiento. Por otra parte, los productos tradicionales, artículos científicos (10.26%) y capítulos de libro (7.69%), representan una fracción menor de la producción total.

La principal ventana de difusión es el entorno digital, con 45 productos circulando en plataformas como YouTube y repositorios institucionales. Este ejercicio demuestra que el grupo busca alternativas para comunicar *en, desde y para* el territorio a través de narrativas ágiles y comprensibles para las comunidades.

El papel de la comunicación en la ciencia

Para los investigadores del grupo, la comunicación es un componente epistemológico y ético, no es un proceso de difusión final. Se comprende la ciencia como un lenguaje con intencionalidad concreta que busca superar dogmas históricos. Existe consenso en que la comunicación debe ser transversal en la investigación pues se considera "una función pública a la investigación, en la medida que se permite conocer lo que se está haciendo en todo el proceso" (Comunicación personal, febrero 2 de 2026) así que se le otorga una función pública a la investigación, desde su diseño y no solo en el anuncio de resultados. En este contexto, la comunicación pública de la ciencia surge como una responsabilidad política. Su papel principal es aterrizar los hallazgos científicos al lenguaje cotidiano de la sociedad, ya sea en ámbitos escolares, barriales o populares. Así, la comunicación actúa como el puente necesario para que el conocimiento científico sea útil en la comprensión y transformación de las realidades territoriales.

El dilema del lenguaje: productos para la academia o para el territorio

El análisis revela una tensión constante entre las demandas institucionales y el compromiso social. Esta doble intencionalidad obliga a los investigadores a debatirse entre posicionarse en el campo científico mediante artículos indexados (necesarios para obtener recursos y escalafón) o apostarle a contribuir en la solución de problemas territoriales mediante formatos alternativos.

Se considera que los artículos y capítulos de libros tienen un impacto restringido en un nicho académico y especializado, sin embargo "para un investigador es absolutamente fundamental. Si vos no públicas en revistas científicas, ese conocimiento que estás generando, queda como en el vacío" (Comunicación personal,

febrero 1 de 2026). Así que se reconoce que estos productos son fundamentales para el avance del conocimiento; ahora bien, también se evidencia que el lenguaje técnico y las plataformas de difusión limitan el alcance fuera.

El grupo entiende que los formatos audiovisuales, cartillas y talleres se diseñan con una intencionalidad formativa y pedagógica, pues tienen la capacidad de conectar con las narrativas y realidades de las comunidades. Así que estos productos buscan sensibilizar a la población sobre temas recurrentes que aborda el grupo como la construcción de paz, convivencia, los conflictos socioambientales y la gobernanza territorial del agua.

Impacto y alcance real

El impacto del grupo es dual, se logra un posicionamiento en redes académicas globales (ponencias en congresos nacionales e internacionales, Brasil, México, Colombia), pero enfrenta dificultades para lograr una incidencia con los tomadores de decisiones. Muchas investigaciones no llegan a la política pública por falta de un lenguaje adecuado. En el caso de los productos audiovisuales la respuesta del público suele ser de carácter aprobatorio o afectivo ("les gusta verse o escucharse"), pero rara vez se traduce en una crítica técnica o la apropiación del conocimiento.

Retos estructurales en Urabá para comunicar la ciencia

La comunicación en los proyectos de investigación generalmente se concibe como una actividad secundaria. En el análisis se identificaron tres barreras principales:

El reto más citado se relaciona con la financiación de los proyectos, los recursos generalmente son muy limitados, obligan a sacrificar la calidad comunicativa "porque (el investigador o grupo de investigación) o hace ciencia o piensa en los formatos adecuados para entregarlos a la realidad." (Comunicación personal, febrero 1 de 2026). los recursos no alcanzan para pensar en estrategias de comunicación pública de la ciencia lo que conlleva a una situación incómoda para el investigador, elegir entre "hacer ciencia" o "pensar la comunicación"

Se requieren equipos interdisciplinares que permitan pensar los proyectos de manera integral, quienes investigan no pueden ser a la vez escritores, editores y comunicadores. Es por ello que la comunicación suele ser intuitiva y espontánea.

Generalmente las convocatorias condicionan la producción del conocimiento privilegiando formatos de nuevo conocimiento, lo que relega a un segundo plano la comunicación pública de la ciencia.

Conclusiones preliminares

- El reto actual es transitar de la visibilización a la incidencia, es decir, que el conocimiento generado transforme la realidad territorial de Urabá y se integre efectivamente en políticas públicas y planes de desarrollo.
- Se propone crear espacios permanentes de divulgación que funcionen como una plataforma continua de circulación del conocimiento producido por el grupo.
- El activo principal del grupo es generar conocimiento territorializado "es el único grupo que se piensa desde la región" (Comunicación personal, febrero 1 de 2026), de manera que se requiere consolidar una estrategia integral que le apueste a democratizar las ciencias sociales en la Universidad de Antioquia en Urabá.

Referencias bibliográficas

- García Alsina, M., Gómez-Vargas, M. (2015). Prácticas de gestión del conocimiento en los grupos de investigación: estudio de un caso. *Revista Interamericana de Bibliotecología, 38*(1), 13-25. https://revistas.udea.edu.co/index.php/RIB/article/view/21321
- García Rodríguez, A., Rizo Rabelo, N., & Dávila Lorenzo, M. (2024). *La comunicación y su relación con el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación*. ComHumanitas: revista científica de comunicación, 15(1), 1–25. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9895285
- Romero González, Z. (2009). *Gestión del conocimiento: Evolución y conceptos*. Saber, Ciencia y Libertad, 4(2), 145–150. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6261723
- Urrego, C. (2024). *Comunicación de la ciencia y las narrativas para públicos no especializados*. Escribanía, 22(1). https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/5069

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

EXPERIENCIA DE LA UNIDAD DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA RELACIÓN ENTRE COMUNIDAD, CIENCIA, ARTE, COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

Carlos Andrés Urrego Zuluaga
Universidad de Manizales

Resumen

La apropiación social del conocimiento es una estrategia de co-construcción de conocimiento que ha logrado transformar el rol de los públicos al pasar de agentes pasivos a activos. Desde el 2018 la Universidad de Manizales fundó la revista de comunicación científica Eureka y, en el 2022, se desarrolló la Unidad de ASC de la institución. Esta unidad interdisciplinaria une el periodismo, la comunicación, el arte y la ASC con procesos científicos de diferentes áreas del conocimiento para ejecutar proyectos de distinta índole con el objetivo de co-construir contenidos y saberes relevantes para la transformación social y visibilizar los procesos científico-técnicos a públicos no especializados. Hasta el momento, la Unidad ha participado en la ejecución de seis proyectos de variadas temáticas como salud, biología, patrimonio biocultural, bioeconomía, gobernanza, entre otros. En ese proceso ha desarrollado ejercicios colaborativos en los que como resultado se tienen pódcast, videocast, artículos periodísticos, exposiciones fotográficas, murales co-creativos, talleres y colaboratorios, entre otras, en los que científicos, comunidad, artistas y comunicadoras han trabajado de manera conjunta.

Palabras clave

Apropiación social del conocimiento, Eureka, comunicación de la ciencia,

Introducción

La Apropiación Social del Conocimiento es un conjunto de procesos que tienen como objetivo democratizar el desarrollo del conocimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación. Esto se da a través del diálogo intencionado de saberes técnicos, tradicionales, culturales, campesinos y su aplicación para la resolución de un problema de manera conjunta. "Sus antecedentes transitan desde la declaración misma de la ciencia como un derecho que hay que garantizar, hasta el desarrollo de acciones y estrategias concretas", asegura el Ministerio de CTeI de Colombia (2021, p. 21).

Dichas acciones o estrategias están centradas en formación, diálogo, gobernanza, gestión, comunicación y divulgación del saber con un proceso intencionado en el que comunidades que, generalmente, no comparten los mismos códigos comunicativos construyen procesos de acuerdos para trabajar conjuntamente. Lo que se conoce como transcodificación.

La ASC cuenta con la comunicación de la ciencia como una de sus bases fundacionales, al convertirse en el método con el que se construyen productos comunicativos que visibilizan los procesos científicos. Pero los públicos no solo reciben esa información de manera pasiva, sino que participan de manera activa en su desarrollo. "Se define como el proceso mediante el cual una sociedad hace que el conocimiento científico y tecnológico esté disponible para todos sus miembros de modo que puedan adaptarlo y aplicarlo a sus propias necesidades". (Romero-Rodríguez et al., 2020, p. 2)

Mientras que para Marín Agudelo (2012), la ASC implica la democratización del acceso y uso del conocimiento científico y tecnológico como "estrategia para su adecuada transmisión y aprovechamiento entre los distintos actores sociales". (Marín Agudelo, 2012, p. 56).

La comunicación de la ciencia, como parte de la subespecialidad de esta disciplina se entiende como "el uso de habilidades, medios, actividades y diálogos apropiados para producir una o más de las siguientes respuestas personales a la ciencia… Conciencia, … Disfrute … Interés … Opiniones … Comprensión … La comunicación científica puede involucrar a profesionales de la ciencia, mediadores y otros miembros del público en general, ya sea entre pares o entre grupos". (López, et al., 2024, p. 2).

La comunicación de la ciencia hace parte fundamental de la ASC al apoyar los procesos a través de productos basados en herramientas periodísticas (y también de ficción) y, al mismo tiempo, aprovechar sus metodologías de trabajo para conminar a las comunidades a participar en las demás estrategias de ASC.

Con esto claro, la Universidad de Manizales inició en 2018 una propuesta de comunicación de la ciencia basada en una revista impresa, Eureka, ciencia para la gente, en la que a través de la aplicación de herramientas periodísticas se abordaban los hitos científicos más relevantes de la institución y sus aliados. Esa primera etapa del proyecto contó con la publicación de ocho números en los que se publicaron un poco más de 70 artículos periodísticos en géneros como reportaje, entrevista, perfiles, entre otros.

Con esta experiencia, en 2022, la institución, a través de la Dirección de Investigaciones y Posgrados decidió conformar una Unidad de ASC para que ayudara a formular y ejecutar proyectos investigativos de diferentes temáticas desde una mirada co-laborativa, apoyar en el desarrollo de acciones comunicativas y fortalecer la relación entre científicos, comunidad y artistas. Para esto se tomó la decisión de que Eureka sería el canal por el que se transmitirían los contenidos y los procesos que se adelantaran a través de procesos multi y transmediales.

Para esto, el equipo en el que hacen parte comunicadores, periodistas, fotógrafos, diseñadores, artistas gráficos y sonoros, entre otros, utilizan el concepto de transcodificación como metodología de trabajo para el desarrollo de productos desde el componente comunicativo y, al mismo tiempo, el trabajo colaborativo con comunidades y expertos para actividades de ASC.

Entre sus resultados esperables se encuentra la necesidad de contextualizar, presentar causas y consecuencias, tanto de los procesos científicos como de los conceptos teóricos en los que se basa la puesta en marcha de nuevo conocimiento. Un proceso de transcodificación cumple con su objetivo cuando el público no especializado destinatario del mensaje logra comprender la información y, ojalá, la apropia para su vida (aunque ese es un proceso diferente, conocido como apropiación social del conocimiento que necesita de la comunicación, divulgación o periodismo científico pero que va más allá del simple envío de mensajes). (Urrego, 2024, p. 4).

En esta ponencia se presenta la estructura de trabajo de la Unidad de ASC de la Universidad de Manizales y los resultados obtenidos en el ejercicio de acompañamiento de diferentes proyectos, además de los aprendizajes recolectados.

Metodología

La metodología de trabajo que se ha instaurado en el ejercicio de la Unidad de ASC de la Universidad de Manizales es híbrida, en la que se han unido elementos de transdisciplinariedad al unir diferentes saberes para abordar temas complejos, ASC al construir socialmente el conoci-

miento, se han abordado pasos de la Investigación-acción participativa, conocida como IAP, al poner a las comunidades en el centro del ejercicio de resolución de conflictos y, finalmente, la comunicación pública de la ciencia, que supera el modelo deficitario, ubica a las comunidades como agentes activos y se privilegia el diálogo, los contextos y la experiencia co-construida.

Estos elementos teóricos conforman un proceso teórico que se aplica en fases de trabajo según los proyectos o las necesidades de cada proyecto o iniciativa, de la siguiente manera:

Fase 1:

identificación del problema

En esta fase se trabaja de manera conjunta con las comunidades y los investigadores para identificar una situación a resolver. Pueden ser temas de necesidades comunicativas en turismo comunitario y ambiental, o necesidades de mejorar los procesos de gobernanza de una comunidad en particular o el riesgo de pérdida de especies esenciales para los bosques periurbanos. Con esta discusión conjunta se delimita el tema y el problema a trabajar.

Fase 2:

Diseño cooperativo y cocreativo

En esta fase de diseño metodológico se definen los lenguajes, formatos, posibles contenidos y cómo, a través de la co-creación, las comunidades se convierten en prosumidores de la resolución del problema.

Fase 3:

Producción colaborativa

Esta fase se centra en desarrollar las actividades de la fase 2 a través de espacios colaborativos, talleres, colaboratorios; también se llevan a cabo los procesos de comunicación basados en la preproducción, producción y posproducción de diferentes contenidos multiplataforma, según los acuerdos realizados con los grupos de trabajo.

Fase 4:

presentación de resultados y sustentabilidad

Esta fase cierra el proceso de los proyectos al presentar a las comunidades el recorrido realizado y a otro tipo de agentes interesados en conocer la metodología y los resultados desarrollados. Igualmente, el objetivo es empoderar a las comunidades para que ellas mismas puedan continuar con las iniciativas de manera autónoma, al aplicar las herramientas co-construidas.

El aprovechamiento interdisciplinario, más que una revisión narrativa, se convierte en un núcleo estratégico de la Unidad. Esto al lograr confluir saberes que prestan rigor, interés público, sentido social, mediación, emoción y memorabilidad, lo que contribuye a los diálogos actuales de la ciencia y fortalece la gobernanza del conocimiento.

Discusión

El uso de metodologías híbridas, además basadas en diferentes tipos de conocimiento ha sido un reto para el equipo de trabajo, inicialmente, para transcodificar los lenguajes y poder comunicar de manera clara los objetivos de cada proceso. De la misma manera se han dado tensiones entre los diferentes saberes a la hora de proponer soluciones a los problemas que, siempre, deben contar con la participación activa de las comunidades.

Los procesos cocreativos toman tiempo y es común que las comunidades o los mismos científicos no cuenten con la disponibilidad para participar. Pero, al mismo tiempo, es común encontrar grupos supremamente comprometidos con los

procesos y con los objetivos de las investigaciones, por lo que la sustentabilidad de las iniciativas cuenta con referentes comunitarios para su mantenimiento.

Resultados

La Unidad de ASC de la Universidad de Manizales ha participado en los siguientes proyectos:

• Narración y escucha: centrado en la resiliencia de personas víctimas del conflicto armado. Se cocrearon manuales expositivos con historias ficticias construidas desde las experiencias reales para demostrar cómo quienes han sufrido de violencia pueden reconstruir su vida. Se desarrollaron productos audiovisuales y pódcast.

• Juntos por la CTeI: centrado en la gobernanza de la CTeI. Se realizaron 3 capítulos audiovisuales de una serie llamada Caldas con Ciencia, emitida en dos canales públicos caldenses. También se construyó un mapa sobre los procesos de ASC en el departamento y una batería digital del proyecto.

• Magdalena caldense: patrimonio biocultural: centrado en potenciar las herramientas comunitarias de turismo ambiental y científico. Se llevaron a cabo 35 talleres con diferentes comunidades del centro sur de Caldas y el oriente del departamento sobre saberes comunicativos, piezas audiovisuales, un número impreso de la revista página y un proyecto multimedial.

• Biofábricas: centrado en procesos bioeconómicos. Se lelvaron a cabo eventos de retroalimentación con diferentes públicos, cubrimiento periodístico, producción de caricaturas centrados en los procesos científicos.

• Acemate: centrado en niños con TDAH. Se realizaron talleres informativos, eventos co-creativos, piezas periodísticas, productos audiovisuales y baterías digitales.

• Comunicación ambiental, piloto para la ASC: centrado en monos nocturnos. Se realizaron talleres de sensibilización y colaboratorios, en los que se desarrollaron productos narrativos cocreados, productos gráficos tipo mural cocreados, productos periodísticos y digitales.

•

Las plataformas digitales de la revista Eureka se convirtieron en el bastión comunicativo de todos estos procesos científicos. Para eso se tiene una página web, una revista impresa (con 11 números desarrollados), un canal de Spotify, uno de Youtube y una cuenta de Instagram.

Durante el 2025, la página web contó con más de 13 mil visitas. En Instagram (@eurekaumanizales) creció cerca de 600 seguidores (actualmente cuenta con 2310 seguidores). En Spotify cerca de 3800 reproducciones de los pódcast y vcast desarrollados y en Youtube cerca de 4 mil reproducciones. Un promedio de 2.500 reproducciones mensuales.

Además de productos permanentes como el mural Mono nocturno, desarrollado de manera cocreativa en uno de los proyectos.

Imagen 1.

Mural co-construido El mono nocturno



Foto: construcción propia

La Unidad de ASC de la Universidad de Manizales ha trabajado conjuntamente con más de 500 integrantes de diferentes comunidades, varios colectivos artísticos y cerca de 20 profesionales de diferentes ramas del saber.

Referencias bibliográficas

• Lopes, R. M., Comarú, M. W., Pierini, M. F., de Souza, R. A., & Hauser-Davis, R. A. (2024). Scientific communication and scientific literacy for the public perception of the importance of environmental quality for public health. Frontiers in Communication, 9, 1297246. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1297246

• Marín Agudelo, S. A. (2012). Apropiación social del conocimiento: Una nueva dimensión de los archivos. Revista Interamericana de Bibliotecología, 35(1), 55–62. https://doi.org/10.17533/udea.rib.13337

• Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2021). Política Pública de Apropiación Social del Conocimiento en el marco de la CTeI. https://minciencias.gov.co

• Pabón, R. (2018). Apropiación social del conocimiento: una aproximación teórica y perspectivas para Colombia. Educación y Humanismo. https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/article/view/2629/4523

• Romero-Rodríguez, J.-M., Ramírez-Montoya, M.-S., Aznar-Díaz, I., & Hinojo-Lucena, F.-J. (2020). Social appropriation of knowledge as a key factor for local development and open innovation: A systematic review. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6(2), 44. https://doi.org/10.3390/joitmc6020044

• Urrego, C. (2024). Comunicación de la ciencia y las narrativas para públicos no especializados: La experiencia de Eureka en la Universidad de Manizales. Escribanía, 22(1). https://doi.org/10.30554/escribania.V22i1.5069

AULA-LABORATORIO: FORMACIÓN TEMPRANA EN INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS

María Juliana Soto Narváez
Jefa del Departamento de Comunicación en entornos digitales
Universidad Icesi
Cali-Colombia
mjsoto@icesi.edu.co

Resumen

Se presenta una experiencia pedagógica desarrollada en el curso Investigación y estrategias de audiencias del programa de Comunicación de la Universidad Icesi, donde el aula funciona como un laboratorio de investigación aplicada. A partir del análisis de casos reales del contexto local, los estudiantes diseñan estrategias metodológicas, dialogan con productores y realizan trabajo de campo con audiencias. El proceso aborda la formulación de preguntas, el cuidado ético de los datos y la devolución responsable de hallazgos, permitiendo comprender a las audiencias como sujetos culturales y fortalecer una formación investigativa crítica desde el pregrado.

Palabras claves

Audiencias, formación en investigación, aprendizaje situado, ética, habilidades fuertes.

Introducción

En América Latina, los estudios de audiencias han resaltado el rol de las personas como lectoras activas, con capacidad de interpretación, resistencia y producción de sentido (Martín-Barbero, 2011; Rincón, 2008). Hoy, además, comentan, circulan e intervienen contenidos, muchas veces desde posiciones no institucionales, lo que los convierte en productores culturales, narrativos y políticos. Esta perspectiva ha influenciado varios ámbitos: académicos, educativos y públicos.

En contraste, muchos estudiantes de comunicación suelen tener una comprensión inicial funcionalista de las audiencias, centrada en segmentaciones, métricas y patrones de consumo. Esta mirada instrumental, basada en la lógica de seducción y control, dificulta reconocer la dimensión cultural, política y estética de los públicos.

La experiencia presentada en esta ponencia surge del curso Investigación y estrategia de audiencias del programa de Comunicación de la Universidad Icesi (Cali, Colombia). En este espacio, el aula se transforma en un laboratorio de investigación aplicada en el que los estudiantes diseñan y ejecutan proyectos con audiencias reales, en diálogo con iniciativas comunicativas activas en su entorno.

El objetivo es poner en común los aprendizajes pedagógicos, metodológicos y éticos que emergen de esa experiencia formativa, reconociendo el valor de introducir la investigación desde etapas tempranas para formar comunicadores con sentido crítico y comprometidos con las realidades sociales y los sujetos con los que la comunicación ocurre.

Metodología

El curso Investigación y estrategias de audiencias, hace parte de la malla curricular del programa de Comunicación de la Universidad Icesi y está diseñado para que estudiantes

de primeros semestres de comunicación, que en su mayoría están formándose en dos carreras, se aproximen al estudio de audiencias desde una perspectiva práctica, situada y crítica. El eje metodológico del curso combina el aprendizaje basado en proyectos (ABP) con el enfoque de aprendizaje situado, promoviendo la articulación entre teoría y contexto mediante el contacto directo con actores reales del ecosistema comunicativo local.

El punto de partida de la experiencia consiste en conocer distintos proyectos de comunicación: sus trabajos periodísticos así como su presencia en redes sociales y sus páginas web. En el año 2025, los estudiantes trabajaron con seis proyectos de comunicación activos en la ciudad de Cali, seleccionados por su diversidad temática y de formatos. Estos incluyeron el colectivo NoísRadio (pódcast Atrato, madre majestuosa); el Observatorio de Realidades Educativas de la Universidad Icesi (pódcast Aulas que inspiran); la periodista Gabriela Supelano Londoño (pódcast Entrespecies de El Espectador); el realizador Víctor León (video-pódcast Calibanenado); el colectivo universitario "No se aceptan piropos" con su medio digital del mismo nombre; y el medio universitario Ciudad Vaga (pódcast La Difusa). Estos casos permitieron a los estudiantes explorar diferentes tipos de narrativas, públicos y propósitos comunicativos.

Después de la exploración, los equipos de estudiantes elige uno de los proyectos presentados y realiza un primer ejercicio de indagación sobre el mismo. Elaboran una ficha técnica sobre el proyecto, una primera batería de preguntas y una indagación sobre las consideraciones éticas para acercarse a las audiencias.

En un tercer momento, los productores y/o realizadores de los proyectos son invitados a la clase para presentar el proyecto y responder algunas preguntas que los estudiantes han preparado previamente para indagar sobre qué tanto conocen o desean conocer sobre sus audiencias.

Estos primeros pasos permiten contextualizar el proyecto, comprender su propósito y acordar los alcances de la colaboración. A partir de este momento, los estudiantes diseñan una estrategia de investigación de audiencias que responda a necesidades reales del caso elegido.

Durante la etapa de diseño de instrumentos, se les invita a reflexionar sobre el acto de preguntar, reconociendo que toda investigación tiene en su centro una pregunta, que nace de la curiosidad genuina por comprender al otro. Esta dimensión, que a menudo se reduce a una función técnica o de "levantamiento de información", es problematizada en clase a partir de lecturas que abordan el preguntar como una práctica ética y relacional.

La lectura de Elías Canetti (2007), es particularmente útil para abrir esta discusión. En sus palabras, "toda pregunta es una incursión. Cuando la pregunta se ejerce como medio del poder, penetra como una navaja que cortase el cuerpo del interrogado. Ya sabemos lo que podemos encontrar dentro; pero queremos encontrarlo y tocarlo realmente" (p. 328).

Esta imagen permite comprender que preguntar no es un acto neutro ni necesariamente amable: es un ejercicio de poder, de exposición y de tensión. Desde esta perspectiva, los instrumentos de investigación se conciben como escenarios de conversación y construcción dialéctica de sentido. Aprender a preguntar es, entonces, el corazón del curso: para conversar con curiosidad, propiciar respuestas que superen el binario sí/no, y permitir que de la escucha atenta emerjan nuevas preguntas.

Este enfoque también exige que los y las estudiantes anticipen las condiciones concretas del trabajo de campo: ¿a quién se pregunta?, ¿en qué contexto?, ¿en qué momento?, ¿cómo puede sentirse el otro? Se reflexiona sobre la confianza, el respeto por el pensamiento ajeno y por el tiempo del otro. Leer a Canetti y dialogar con textos como "La pregunta perfecta" de Leila Guerriero contribuye a que el acto de preguntar se valore como profundamente humano, sensible y ético.

Otro de los aspectos centrales del

curso es la dimensión ética del trabajo de campo. Desde las primeras semanas se abordan contenidos relacionados con el consentimiento informado, la protección de datos personales, el respeto por las narrativas del otro y la responsabilidad de quien investiga.

El proceso incluye análisis del proyecto, formulación del problema, diseño metodológico, trabajo de campo, análisis y devolución pública. Esta última etapa es una de las más significativas del proceso, pues implica que los estudiantes preparen una presentación clara, argumentada y empática de sus resultados ante los actores con los que trabajaron. Esta instancia cierra el ciclo investigativo con un ejercicio de devolución responsable, que fomenta la posibilidad de diálogo entre investigación académica y práctica profesional.

Discusión

La experiencia desarrollada en el curso Investigación y estrategia de audiencias se basa en una comprensión contemporánea de las audiencias como sujetos activos, atravesados por mediaciones culturales, prácticas sociales y estéticas diversas. A lo largo del curso, se hace evidente la tendencia inicial a asociar el concepto de audiencia con categorías funcionales como "público objetivo", centradas en la lógica persuasiva del mercadeo. Ampliar esa mirada permite formular preguntas más profundas: ¿qué tienen para contarnos?, ¿qué hacen con los medios?, ¿cómo se vinculan con el mundo?

Un punto de partida es el desplazamiento que propone Jesús Martín-Barbero (2011), quien insiste en reubicar el estudio de las audiencias en el "descampado de la mutación cultural", donde los sujetos resignifican los mensajes desde sus prácticas, memorias y contextos. Esta visión resulta fundamental para la propuesta del curso, ya que al trabajar con casos reales y audiencias concretas, los estudiantes se ven forzados a abandonar categorías preconcebidas y a acercarse, con sensibilidad y rigor, a las formas particulares en que las personas usan los medios, negocian significados y construyen sentido (Rincón, 2008)

Desde esta perspectiva, el curso propone conocer técnicas de investigación social, así como desarrollar la capacidad de preguntar con sensibilidad, escuchar con apertura y devolver con responsabilidad. Es en esa línea que Figueras-Maz, Gómez-Puertas y Revuelta (2019) insisten en la necesidad de una "investigación responsable" que se base en el respeto, la transparencia y la reciprocidad.

Esta dimensión no siempre se logra del todo. Formular una pregunta que invite a la conversación y no a la respuesta automática es una tarea compleja. Se trata también de aprender a leer señales, anticipar reacciones y, sobre todo, a escuchar. En muchos casos, los equipos se enfrentan a sus propios límites para establecer relaciones de confianza con los sujetos de estudio, siendo este un indicador del terreno real, y muchas veces frágil, en el que se construye el conocimiento cuando se investiga.

Otro punto central de esta discusión es el vínculo entre investigación y experiencia. Como afirman Quintas-Froufe y González-Neira (2021), la investigación en audiencias debe avanzar hacia modelos que integren nuevas formas de escucha, de observación y de narración. Este curso se inscribe en esa línea al proponer una investigación que no busca confirmar hipótesis previas, sino descubrir desde la curiosidad.

Uno de los hallazgos más significativos para los estudiantes es que muchos de los productores de los proyectos de comunicación no cuentan con estudios previos sobre sus audiencias o públicos. Para la mayoría, este ejercicio representa la primera vez que reciben un análisis sobre quiénes los siguen, cómo acceden a sus contenidos o por qué los escuchan. Esta ausencia de información sistematizada convierte el ejercicio de investigación en clase en un aporte significativo para los equipos productores.

A partir de estas observaciones, en el curso han emergido dos categorías que permiten enriquecer el análisis: audiencia real, que hace referencia a las personas que han interactuado de forma explícita con los contenidos, y audiencia potencial que alude a aquellos públicos que, por sus características demográficas, intereses culturales, políticos o estéticos, podrían formar parte de las audiencias deseadas, aunque no conozcan aún el proyecto.

Estas dinámicas permiten que los estudiantes entiendan la investigación como una práctica situada que se transforma en contacto con el contexto, los actores y sus propias narrativas. La posibilidad de mapear tanto las audiencias existentes como las imaginadas abre el campo para pensar de manera más crítica y estratégica las relaciones entre producción, circulación y recepción en los ecosistemas mediáticos actuales.

Resultados

Los proyectos desarrollados durante el 2025 han permitido construir una mirada más matizada de las audiencias, reconociéndolas como personas activas con intereses diversos, alejadas de las visiones que las reducen a entidades abstractas o previsibles.

En el caso del proyecto La Difusa, los hallazgos permitieron identificar diferencias significativas en los hábitos de consumo digital entre estudiantes de la Universidad del Valle y de la Universidad Icesi. Además, los estudiantes reconocieron que los productores del medio no contaban con un análisis sistemático de sus públicos, y que este ejercicio representó un primer paso para comprender quiénes los escuchan, cómo acceden a sus contenidos y por qué se vinculan con ellos.

En el trabajo con el pódcast Entrespecies, el equipo investigador empleó entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido para contrastar las visiones del equipo de producción, un oyente ocasional y un experto invitado. Entre los hallazgos destacaron la valoración de la ciencia con identidad local, la conexión emocional que ciertos episodios generan, y la importancia de una estructura narrativa clara y accesible. El análisis mostró que los episodios más efectivos combinan títulos provocadores, relevancia social y un enfoque que hace comprensibles los contenidos científicos. Además, se observaron emociones claves en los comentarios del público, como orgullo, admiración y curiosidad, lo que permitió comprender mejor la dimensión afectiva de la recepción.

A través de encuestas y entrevistas, los estudiantes del equipo que trabajó con el pódcast Atrato, madre majestuosa identificaron que las audiencias valoran la conexión entre arte, memoria y medio ambiente, y que los paisajes sonoros y los testimonios, producen una apropiación simbólica del territorio y una mayor empatía con los mensajes del pódcast.

Durante el proceso investigativo, los equipos enfrentaron diversos desafíos metodológicos. Uno de los más frecuentes fue la necesidad de ajustar los instrumentos de recolección de datos según las condiciones concretas de cada encuentro. Preguntas que funcionaban bien en el diseño inicial resultaron poco útiles en la interacción real.

También se propició una reflexión continua sobre los marcos de referencia propios. Los estudiantes fueron invitados a observar críticamente sus ideas previas sobre quiénes son las audiencias, qué les interesa y cómo consumen contenidos. En algunos casos, el contacto con los públicos permitió desmontar ciertos prejuicios. En otros, esas representaciones persistieron. Más que resolver definitivamente esas tensiones, el curso busca activar una disposición para cuestionarlas y para reconocer su influencia en el proceso investigativo.

Otro obstáculo recurrente fue la dificultad para lograr la participación de las audiencias en los ejercicios metodológicos, enfrentando barreras concretas como la falta de tiempo de las personas convocadas, el desinterés por este tipo de ejercicios o la ausencia de incentivos.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

Esta experiencia también permitió observar críticamente las dinámicas habituales de trabajo en grupo en el contexto universitario, pues lo más común es la distribución de tareas de forma fragmentada desde el inicio. Pedagógicamente, este es uno de los retos más importantes: enseñar a valorar el diálogo con las ideas del otro y asumir de forma equitativa la responsabilidad del conocimiento producido.

Finalmente, el momento de entrega de los informes a los productores aporta elementos interesantes para la discusión sobre investigación en el aula, en la medida en que exige explicitar el carácter pedagógico del ejercicio. En este caso, resulta fundamental que los invitados comprendan que se trata de un proceso de aprendizaje en curso y no de un informe elaborado por expertos ni de una consultoría propia de un centro de investigación. Por su parte, los estudiantes presentan sus lecturas e interpretaciones del trabajo de campo, atravesadas por vacíos conceptuales y metodológicos que son propios de su nivel de formación. La devolución busca, así, abrir un diálogo con sentido pedagógico, en el que productores y estudiantes reconozcan el valor del ejercicio sin perder de vista su condición exploratoria, pedagógica y no concluyente.

En este sentido, dos momentos resultaron especialmente reveladores. En el caso del pódcast Aulas que inspiran, los productores se conmovieron al conocer por primera vez los comentarios del público sobre su trabajo, lo que evidenció que la producción de contenidos no siempre está acompañada por una reflexión sistemática sobre las audiencias ni por estrategias claras para comprender cómo estas se relacionan con los contenidos. Por su parte, en Entrespecies, sorprendió constatar que, pese a pertenecer a un medio reconocido, su realizadora solo tenía acceso a las métricas básicas de Spotify, al igual que proyectos independientes. Ambos casos permitieron reflexionar sobre la importancia de los estudios de audiencias más allá de los indicadores cuantitativos.

El trabajo realizado en este primer año, permite abordar en las clases la pluralidad del concepto audiencias, en escenarios de aprendizaje dinámicos, y así se preparan para investigar las formas de la escucha, consumo de imágenes y lectura de narrativas de toda clase, no solo para aprender a “segmentar” públicos o “cautivar” posibles espectadores-clientes, sino para comprender que la comunicación es un campo de estudios que nos permite ver cómo los otros ven, leen y le dan sentido al mundo.

Referencias bibliográficas

• Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). Fake news, trolls y otros encantos. Siglo XXI Editores.

• Canetti, E. (2007). Masa y poder. Alianza Editorial.

• Figueras-Maz, M., Gómez-Puertas, L., & Revuelta, G. (2019). La investigación responsable en los estudios de audiencia y recepción. Empiria. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, (42), 71–98.

• Martín-Barbero, J. (2011). Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural. En N. Jacks (Ed.), Análisis de recepción en América Latina (pp. 451–461). CIESPAL.

• Rincón, O. (2008). No más audiencias, todos devenimos productores. Comunicar, 30, 93–98.

• Rincón, O., Bonilla, J., Cataño, M., & Zuluaga, J. (2012). De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Sello Editorial Javeriano.

• Létourneau, J. (2009). Caja de herramientas del joven investigador. La Carreta.

• Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (Eds.). (2021). Los estudios de la audiencia: De la tradición a la innovación. Gedisa.

GAMIFICACIÓN Y EDUCOMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN PRIMARIA: ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS

María Juanita Peñuela Guzmán
Programa de Comunicación Social y Periodismo
Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales
Universidad de Ibagué
Octubre
2025

Abstract

This study aims to analyze how gamification and media literacy strategies contribute to the development of communication skills in a group of primary school children within a formal education context. Currently, a lack of knowledge about gamification methodologies for primary education can limit the use of critical thinking and the development of communication skills in their school environment. This research was conducted using a qualitative approach based on media literacy theory and through the use of workshops, participatory diagnostic tools, a planning format, and an evaluation matrix. The results reveal that gamification and media literacy constitute a transformative learning strategy, making students active participants in their educational process by creating environments of trust, motivation, and active participation that strengthen communication skills for producing their own messages in vulnerable contexts. Regarding the use of images of minors, it should be clarified that, thanks to my practicum at the Escuela Normal Superior de Ibagué, I was able to join the university to carry out the activities related to this thesis project.

Palabras clave

Educación, comunicación, gamificación, habilidades comunicativas, educomunicación.

Introducción

La investigación que se presenta a continuación se enfoca en la implementación de las estrategias de gamificación y educomunicación para el desarrollo de habilidades comunicativas con un grupo de niños y niñas de educación primaria dentro de contextos de educación formal.

Planteamiento del problema

En la actualidad es importante emplear metodologías como la gamificación que permiten innovar la educación en niños y niñas de primaria, con el propósito de crear un pensamiento crítico y desarrollar habilidades comunicativas en su entorno. Un estudio reciente analizó las contribuciones de la gamificación en la educación básica primaria en Colombia entre 2020 y 2024 (Moya Ortiz, Díaz Rodríguez, 2024).

Según estadísticas internacionales, se evidencian deficiencias significativas en el desarrollo de habilidades y competencias comunicativas. El Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA), señala que el 50% de los estudiantes colombianos presenta dificultades en competencias lingüísticas (Niño, 2022). Según el Banco Mundial y UNICEF, el 70% de los niños y niñas de 10 años en países de ingresos bajos y medianos no pueden leer ni comprender un texto simple, lo que indica una crisis de aprendizaje profunda (Banco Mundial, 2022).

Pregunta de investigación

¿Cómo la implementación de la gamificación y la educomunicación permite el desarrollo de habilidades comunicativas en un contexto de educación primaria formal?

Objetivo general

Analizar cómo las estrategias de gamificación y educomunicación contribuyen al desarrollo de habilidades comunicativas con un grupo de niños y niñas de educación primaria en un contexto de educación formal.

Objetivos específicos

1. Identificar las habilidades comunicativas que han desarrollado un grupo de niños y niñas de educación primaria en un contexto de educación formal a través de la gamificación.
2. Diseñar una estrategia de gamificación para llevar a cabo a través de un proyecto educomunicativo con un grupo de niños y niñas de educación primaria en un contexto de educación formal.
3. Evaluar las estrategias de gamificación en el desarrollo de habilidades comunicativas con un grupo de niños y niñas de educación primaria.

Justificación

La educación y la comunicación son dos áreas entrelazadas que desempeñan un papel importante en la formación de ciudadanos críticos y participativos. La capacidad de comunicarse eficazmente es esencial en una era digital y de nuevas tecnologías que han transformado la manera de acceder, difundir e interactuar con la información.

Diversos estudios han demostrado el impacto positivo de la gamificación en la enseñanza. Un estudio realizado con 80 estudiantes de primaria permitió evidenciar que, a partir de la implementación de estas estrategias, el 78% de los alumnos logran alcanzar un nivel excelente de comunicación, partiendo de un 90% que inicialmente se encontraba en un nivel deficiente (Vásquez, 2010).

Desde la perspectiva de la comunicación social, la gamificación se justifica por su capacidad de transformar los procesos educativos en entornos más participativos y dinámicos. Al integrar las herramientas digitales y metodologías interactivas, la gamificación favorece un aprendizaje basado en la experimentación y la colaboración; la necesidad de esta investigación se enfoca en implementar estrategias innovadoras que potencien el desarrollo comunicativo en la educación primaria, la gamificación enmarcada en la educomunicación es una alternativa eficaz para mejorar la calidad educativa y enfrentar desafíos comunicativos (Cárdenas, 2006).

De manera personal, este estudio también surge del interés por entrelazar mis procesos de formación. Actualmente soy estudiante del Programa de Formación Complementaria (PFC) en la Escuela Normal Superior de Ibagué, el cual se enfoca en la pedagogía en la primera infancia. Desde esta experiencia, he reconocido el valor de aplicar estrategias lúdicas y participativas que promuevan el aprendizaje significativo.

Estado del arte

El estado del arte de la presente investigación fue realizado a partir de la búsqueda de información de las bases de datos de SciELO México, Dialnet, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Revista Latina de Comunicación Social, Polo del conocimiento, Razón y

Palabra, Revista ecuatoriana de psicología y Universidad de Cartagena/ Maestría en Recursos Digitales

Los resultados de búsqueda obtenidos fueron sistematizados a través de una matriz llevada a cabo por medio de Excel. Cada investigación fue categorizada y se extrajo la información correspondiente a: año y país de procedencia, título del artículo, tema central, objetivos/preguntas/ hipótesis, marco teórico, metodología, conclusiones y recomendaciones. (Matriz sistematizada)

Marco teórico: Teoría de la educomunicación

Paulo Freire (1970) afirma que la educación es un acto comunicativo, basado en el diálogo, la participación crítica y la construcción conjunta del conocimiento. Planteó la propuesta pedagogía del oprimido impulsando la idea de que los estudiantes deben ser sujetos activos que transforman su realidad a través de la comunicación dialógica (Martini, 2020).

Jesús Martín-Barbero (2003) planteó una visión cultural de la comunicación, introduciendo el concepto de mediaciones, que explica cómo las prácticas culturales influyen en la recepción de los mensajes. Para la educomunicación, su aporte fue mostrar que los procesos educativos no pueden ignorar el contexto cultural de los estudiantes (Ruiz Maron, 2004).

Mario Kaplún (2010) planteó que educar y comunicar son procesos que deben ser participativos y emancipadores. Criticó los modelos tradicionales de transmisión unidireccional de información, proponiendo en cambio una pedagogía de la comunicación basada en el diálogo, la creación colectiva de mensajes y la formación de sujetos críticos (Kaplún, 2010).

Guillermo Orozco Gómez centró su estudio en la recepción activa de los medios por parte de las audiencias, especialmente escolares. Su perspectiva muestra que los estudiantes no absorben pasivamente los contenidos mediáticos, sino que los reinterpretan desde sus propios contextos y experiencias (Orozco, 1997).

Daniel Prieto Castillo enfocó su trabajo en los procesos de comunicación educativa, resaltando la importancia de diseñar estrategias comunicativas que favorezcan el aprendizaje y la participación social. Propuso entender la comunicación como herramienta de transformación social y no solo como transferencia de contenidos (Castillo, 2013).

Gamificación

Jane McGonigal (2019) sostiene que los juegos pueden mejorar la vida real al generar motivación, felicidad y compromiso. Su principal aporte es demostrar que el diseño de experiencias de juego puede aplicarse a la educación y al cambio social de manera significativa (Valenzuela Alfaro, 2021).

Karl Kapp (2013) entiende la gamificación como una estrategia educativa que usa mecánicas de juego para mejorar el aprendizaje. Su aporte fundamental es ofrecer modelos prácticos para aplicar la gamificación en contextos formativos, enfocándose en el compromiso y la retención (Ortiz-Colón, Jordán, & Agredal, 2018).

Yu-kai Chou (2016) plantea que la gamificación debe basarse en motivaciones humanas profundas, no solo en recompensas superficiales. Su modelo Octalysis es un aporte clave para diseñar experiencias gamificadas más efectivas y centradas en las emociones y necesidades del usuario. (Yu Kai Chou,2016)

Habilidades comunicativas

Lev Vygotsky (1896) consideraba que el lenguaje y la comunicación se desarrollan a través de la interacción social y son fundamentales para el aprendizaje (Casabonne, Droguett, 2014). Jean Piaget (Piaget,1980) planteaba que el desarrollo del lenguaje está relacionado al desarrollo cognitivo. Para él, la comunicación infantil pasa de ser egocéntrica a socializada conforme avanza la maduración intelectual.

Emilia Ferreiro (1991) revolucionó la comprensión de la alfabetización infantil al demostrar que los niños y niñas no aprenden a leer y escribir de manera pasiva, sino que construyen activamente hipótesis sobre el lenguaje escrito. Demostró que los niños y niñas no aprenden a leer y escribir simplemente memorizando letras y sonidos, sino que construyen activamente su comprensión sobre cómo funciona el lenguaje escrito (Ferreiro, Teberosky, 1991).

Metodología

Enfoque de la investigación

Esta investigación emplea un enfoque cualitativo, el cual se caracteriza por buscar la comprensión de los fenómenos en su contexto natural, interpretando los significados que las personas, en este caso los niños y niñas, atribuyen a sus experiencias (Baptista, 2022). El desarrollo y análisis de la información se realizará por medio del enfoque cualitativo propuesto por (Bardin,1996), identificando categorías emergentes que den cuenta de las formas en que los niños y niñas construyen sus aprendizajes, interactúan con su entorno, les dan significado a sus experiencias comunicándose.

Jean Piaget (1970), quien desarrolló métodos para estudiar cómo los niños y niñas construyen su conocimiento rectificando esto por medio de entrevistas clínicas y observaciones directas para entender el pensamiento del niño, enfatizando en el papel del niño como protagonista en su aprendizaje. Lev Vygotsky (1978), cuya perspectiva y propuesta sociocultural del aprendizaje infantil destaca la importancia del lenguaje y la interacción como herramientas cualitativas para comprender la construcción del conocimiento.

Método

La Investigación Acción Participativa (IAP) es un enfoque cualitativo que comprende y transforma la realidad social de los individuos por medio de la participación activa de los sujetos involucrados. Según Fals Borda (1987), en la IAP no separa al investigador de los sujetos de estudio, por el contrario, busca integrar a los participantes como coinvestigadores que analizan, reflexionan y actúan sobre sus propios contextos.

El desarrollo de la investigación participativa tiene como etapa inicial un **diagnóstico participativo,** en el cual niños y niñas, docentes y padres identifican las necesidades comunicativas de los estudiantes.

Luego se realiza la **definición colectiva del problema** y el diseño colaborativo de una propuesta de intervención basada en gamificación. En la fase de **implementación**, las actividades se desarrollan en el salón de clase, fomentando la participación crítica de los niños y niñas. Al mismo tiempo, el investigador observa las interacciones y realiza momentos de reflexión con los estudiantes. Al finalizar, se realiza una **evaluación participativa**, en la que los niños y docentes valoran juntos los resultados obtenidos. Además, se sistematizan los hallazgos para realizar una retroalimentación a la comunidad educativa.

Población

La población de esta investigación está constituida por niños y niñas de grado quinto de primaria de la Institución Educativa Alberto Santofimio Caicedo de la ciudad de Ibagué, ubicada en un contexto socioeconómico vulnerable. El grado quinto tres, conformado por una docente directora de grupo y 30 estudiantes presenta edades comprendidas entre los 10 y 14 años, lo que refleja la presencia de rezago escolar, fenómeno común en comunidades con dificultades de acceso y permanencia escolar. Los niños y niñas enfrentan problemáticas asociadas a la violencia intrafamiliar, pobreza y limitadas oportunidades

de acceso a recursos tecnológicos, físicos y culturales, factores que influyen directamente en su desarrollo integral y comunicativo.

El vínculo con la Institución Educativa Alberto Santofimio Caicedo surge a partir de mi proceso de formación en la Escuela Normal Superior de Ibagué, donde realice mis prácticas pedagógicas como docente de apoyo. Durante este periodo, tuve la oportunidad de acompañar el trabajo del grado 5-3, con quienes desarrollé diversas actividades orientadas en el fortalecimiento del aprendizaje. A través de estas experiencias previas, logré identificar que muchos de los niños y niñas presentaban dificultades en la implementación de sus habilidades comunicativas.

A su vez, Vygotsky (1978) plantea que el desarrollo de habilidades comunicativas se da en la interacción con otros y mediante el uso de mediadores culturales, lo que destaca la importancia de proponer actividades cooperativas, dialógicas y contextualizadas.

Kaplún (1998), desde la educomunicación, sostiene que los niños y niñas deben ser vistos como emisores activos de mensajes, capaces de construir sentido sobre su realidad y proponer transformaciones.

Por otra parte, Marta Soler (2004) destaca la importancia de las interacciones dialógicas en la escuela como medio para superar desigualdades sociales y culturales. En contextos vulnerables, la comunicación entre actores de la comunidad permite la construcción de sentido compartido y el empoderamiento comunicativo de los estudiantes.

El **taller** es ideado como un espacio de interacción donde los participantes son protagonistas activos en la construcción de saberes. Según Kaplún (1998), un taller no debe entenderse como un lugar de transmisión de contenidos, sino como un ámbito de creación colectiva, diálogo y acción.

El **diagnóstico participativo** es una fase importante en cualquier proceso de investigación acción o intervención educativa. Para Fals Borda (1987), el diagnóstico no debe ser impuesto desde afuera, sino construido con los propios sujetos de estudio, en este caso, los niños y niñas .

La **planeación de actividades**, desde esta lógica Kaplún (1998) señala que la programación educativa debe estar abierta a las necesidades y propuestas de los participantes, permitiendo ajustes continuos de acuerdo a las retroalimentaciones necesarias.

Diseño de los talleres

En total, se diseñaron y desarrollaron trece talleres educomunicativos. Cada uno fue elaborado con base en el formato de planeación propuesto, que incluye el nombre, el

objetivo, la descripción de las actividades, los recursos utilizados y los criterios de evaluación.

Discusión

La gamificación es definida por Kapp (2012) como el uso de elementos lúdicos en contextos académicos para potenciar la motivación y el aprendizaje. En el marco de esta investigación, se evidenció que los talleres como *La oca de las palabras* y *Súper habilidades para comunicar mejor*, ejemplifican este concepto al convertir actividades cotidianas de vocabulario y escucha en retos colectivos que fomentan la cooperación y la motivación. De igual manera, *Improshow*: *palabras sin miedo* permitió que los estudiantes exploren la improvisación y la expresión oral a través del juego de roles.

Por su parte, la educomunicación se observó como una estrategia que convierte a los estudiantes en sujetos activos y productores de su propio aprendizaje. Freire (1970) afirmó que la comunicación en educación debe ser dialógica y liberadora, mientras que Kaplún (1998), defiende el diálogo horizontal en los procesos pedagógicos. Durante el desarrollo de la investigación se realizaron talleres como *Explorando los medios que nos*

comunican, en el que los estudiantes identifican y dramatizan el uso de diferentes medios y canales de comunicación.

En el taller *Notikids* y *Somos reporteros en acción,* en los que se asumieron roles de periodistas y guionistas para crear noticieros escolares, los estudiantes fortalecieron su capacidad de síntesis, la expresión oral y escrita, además de desarrollar trabajo en equipo, escucha activa y creatividad en la producción de mensajes colectivos.

Los resultados muestran que la educomunicación, combinada con la gamificación, crea entornos de confianza y motivación que favorecen el desarrollo de habilidades comunicativas, por su parte la educomunicación se consolida como un proceso transformador en el pensamiento crítico, procesos participativos y en la mejoría de competencias comunicativas. El desarrollo de habilidades comunicativas se dio de manera diferente según el tipo de actividad.

Finalmente, de forma más específica, la habilidad comunicativa de la oralidad presentó progresos notables en espacios que exigían interacción directa. Cassany (2006) afirma que hablar no solo implica emitir sonidos, sino estructurar discursos comprensibles y efectivos. Talleres como *Improshow*: *palabras sin miedo* ayudaron a que los niños y niñas pongan en práctica la improvisación y la empatía, mientras que en el taller *Debate en el recreo*, se fortaleció la argumentación, el respeto por la palabra de los demás y la escucha activa.

Finalmente, se recomienda a futuros investigadores que continúen esta línea de estudio, ampliar la muestra poblacional y diversificar contextos educativos, con el propósito de fortalecer la validez y aplicabilidad de los resultados obtenidos. La presente investigación se desarrolló con un grupo específico de estudiantes de educación primaria; por ello, extender el estudio a diferentes niveles escolares permitiría obtener una visión más amplia del impacto de la gamificación y la educomunicación en el desarrollo de habilidades comunicativas.

Referencias bibliográficas

• Avirama Muñoz, M, Canoles Ceden, Z y Castellanos Fernández de Castro, V. (2022). Estrategia didáctica para el favorecimiento de las habilidades escritoras mediadas por la gamificación apoyada en la realidad aumentada en los estudiantes del grado 3º del nivel de básica primaria de la Institución Educativa Santa Rosa de Lima. Universidad de Cartagena. Recuperado de: https://hdl.handle.net/11227/16520

• Argilés, FT (2017). Yu Kai Chou (2016). Gamificación procesable: más allá de puntos, insignias y tablas de clasificación. Medios de octálisis: Fremont. CALIFORNIA. Revista Internacional de Organizaciones= Revista Internacional de Organizaciones, (18), 137-144)

• Ayuso del Puerto, D., Gutiérrez Esteban, P., & Castro Robles, M. (2022). Experiencia formativa virtual en Realidad Aumentada con el alumno de Educación Primaria de un centro de Atención Educativa Preferente.

• Borda, O. F. (1987). Democracia y participación: algunas reflexiones. Revista Colombiana de Sociología, 5(1).

• Bardin, L. (1996) Análisis de contenido. Madrid: Akal Ediciones.

• Bautista, N. P. (2022). Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones. Editorial El Manual Moderno.

• Belmonte Jiménez, A. M., & Isequilla Alarcón, E. (2024). Educomunicación analítico y didáctico de la plataforma digital "Educaplay" en el diseño de una campaña de Publicidad y R.R.P.P.: Una perspectiva hacia la inclusión educativa: Didactic use of the "Educaplay" platform

in the design of an advertising and PR campaign. Razón Y Palabra, 28(119), 55–64. https://doi.org/10.26807/rp.v28i119.2100

• Bertrand Regader. (2015, mayo 31). La Teoría Sociocultural de Lev Vygotsky. Portal Psicología y Mente. https://psicologiaymente.com/desarrollo/teoria-sociocultural-lev-vygotsky

• Butler, A. (2021). Defining Critical Media Literacy. Critical Media Literacy and Civic Learning: Interactive Explorations for Students and Teachers. https://edtechbooks.org/mediaandcivicleaming/media_literacy

• Cárdenas Vela, M., Hidalgo Barreno, M., & Samaniego Moreno, N. (2024). Educomunicación y desarrollo de habilidades digitales en la educación. Polo del Conocimiento, 9(3), 2611-2631. doi:https://doi.org/10.23857/pc.v9i3.6810

• Cárdenas, L. S. (2006). Influencia del contexto social en el aprendizaje de los educandos que asisten a INEA.

• Cuervo Cortés, S. S. (2024). Estrategia lúdica para fortalecer las habilidades comunicativas de los estudiantes de quinto de primaria del Colegio José Martí de la localidad 18 Bogotá DC.

• Castillo, D. P. (2013) En torno a la palabra en la prác-tica de la educomunicación.

• Carrera, B., & Mazzarella, C. (2001). Vygotsky: enfoque sociocultural. Educere, 5(13), 41-44.

• Casabonne, C., & Droguett, Z. (2014). La relación entre lenguaje, desarrollo y aprendizaje desde la teoría sociohistórica de Vygotsky. Trabajo de investigación. En prensa. Recuperado de https://www. aacademica. org/ccisternascasabonne/3. pdf.

• Cárdenas, M. (2019). La escucha activa como estrategia para fortalecer la comunicación asertiva entre los estudiantes del grado sexto del colegio club de leones de Cúcuta. Universidad Santo Tomás.

• Cassany, D. (2005). Literacidad crítica: leer y escribir la ideología. In Taller en el IX Simposio Internacional de la Sociedad Española de Didáctica de la Lengua y la Literatura.

• Chou, Y. K. (2016). Actionable gamification (Vol. 501). Packt Publishing.

• Niño Prins Eugenia. (2022). Habilidades comunicativas: una forma de fortalecer la calidad de educación primaria. Gaceta de Pedagogía, (43), 238–249. https://doi.org/10.56219/rgp.vi43.962

• Fandos, M. (2003). Análisis didáctico del proceso de enseñanza-aprendizaje. Obtenido de https://www. tdx. cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1. pdf.

• Ferreiro, E., & Teberosky, A. (1991). Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño. Siglo xxi.

• Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores. La "educación bancaria" es uno de los conceptos básicos de su pedagogía. Fue acuñado en esta obra, editada por primera vez.

• Gálvez Palomeque, K., Feijoó Correa, E., Lazo Serrano, L., & Benítez Luzuriaga, K. (2023). Educomunicación y alfabetización digital en comunidades rurales: estudio de caso en Machala. Polo del Conocimiento, 8(11), 842-865. doi:https://doi.org/10.23857/pc.v8i11.6240

• Genuine school [1] https://studyatgenuine.com/blog/habilidades-comunicativas-en-ninos/

• Gutiérrez Pérez, José, Meira Cartea, Pablo Á., & González Gaudiano, Édgar J.. (2020). Educación y comunicación para el cambio climático. Revista mexicana de investigación educativa, 25(87), 819-842. Epub 19 de febrero de 2021. Recuperado en 16 de marzo de 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&id=S1405-66662020000400819&lng=es&tlng=es.

• González, M. A., Barragán Zapata, A., De Ávila Navarrete, C., & Diaz, D. D. (2023). Análisis sobre el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.

• Gutierrez Braojos, C., & Salmerón-Pérez, H. (2012). Estrategias de comprensión lectora para estudiantes de primer grado de educación primaria.

• Kapp, KM (2013). Manual de campo sobre la gamificación del aprendizaje y la instrucción: Ideas puestas en práctica. John Wiley & Sons.

• Lozano-Monterrubio, N., Cuartielles, R., Carrillo-Pérez, N., & Montagut, M. (2024). Escape rooms como metodología educativa para combatir la desinformación en alumnos de primaria y secundaria: el caso

• de Learn to Escape. Revista Latina De Comunicación Social, (82). https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2243

• Marín, N., & Soler, M. (2004). Una comunidad de aprendizaje. Cuadernos de pedagogía, 33, 60-62.

• Martín-Barbero, J. (2003). Al sur de la modernidad: Comunicación, globalización y multiculturalidad. Instituto International de Literatura Iberoamericana.

• Martini, R. G. (2020). Educomunicación:¿ Contracampo o intersección?. In Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo ciberconectado y empoderado (pp. 677-685). Grupo Comunicar.

• McGonigal, J. (2019). ¿Por qué los videojuegos pueden mejorar tu vida y cambiar el mundo?: Un encuentro entre el mundo virtual y el real en el que las personas salen favorecidas. Siglo XXI Editores.

• Mendoza, C. M. S., & Alarcón, M. D. C. T. (2024). Actividades lúdicas para estimular el desarrollo de la expresión escrita en los niños de subnivel inicial 2. Maestro y sociedad, 21(2), 490-501.

• Moya Ortiz I. A., & Díaz Rodríguez, M. E. (2024). La Gamificación en la Educación Básica Primaria en Colombia. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(5), 11376-11401. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14519

• Mundial, B. (2022). El 70% de los niños de 10 años se encuentran en situación de pobreza de aprendizajes y no pueden leer y comprender un texto simple. Web Banco Mundial.

• Murillo Rojas, M., Araya Ramírez, J., & Barquero Mejías, K. (2023). Situación de la pobreza de los aprendizajes en la población estudiantil de 10 años en el período 2019-2022.

• Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. Comunicar, (8).

• Ortiz-Colón, A. M., Jordán, J., & Agredal, M. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. Educação e pesquisa, 44, e173773.

• Piaget, J. E. A. N. (1980). Teoría del desarrollo cognitivo de Piaget. Creative Commons Attribution-Share Alike, 3(1), 1-13.

• Ponce Tigua, N. I., & Santa María Romero, G. P. (2025). La Educomunicación como estrategia didáctica para el desarrollo del pensamiento crítico. Revista Ecuatoriana De Psicología, 8(20), 94–105. https://doi.org/10.33996/repsi.v8i20.156

• Ramos Cevallos, Magda Patricia, Segovia Avendaño, Matilde Esther, & Juárez Tamayo, Nélyda. (2024). Impacto de la gamificación en el aprendizaje de estudiantes universitarios. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 14(28), e659. Epub 11 de noviembre de 2024.https://doi.org/10.23913/ride.v14i28.1902

• Ruiz Marn, Eduardo. (2004). ver a las mediaciones simplemente como unidades nos hace caer en un error: la fragmentación UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LAS MEDIACIONES. Punto Cero, 09(08), 64-68. Recuperado en 04 de mayo de 2025, de http://www.scielo.org.bo/scie-

lo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100011&lng=es&tlng=es.

• Rogoff, B. (2003). La naturaleza cultural del desarrollo humano. Oxford University Press.

• Tejedor Calvo, S., Recoder, M. J., & Pulido Rodriguez, C. (2022). Fomento de vocaciones científicas desde el juego y las preguntas: construcción de un directorio de 80 interrogantes desde la ciencia, la educomunicación y los videojuegos. En Transformando la educación a través del conocimiento (pp. 1252-1262) https://ddd.uab.cat/record/269345

• Vásquez Rodríguez, F. (Ed.). (2010). Estrategias de enseñanza: Investigaciones sobre didáctica en instituciones educativas de la ciudad de Pasto. Universidad de la Salle. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/fce-unisalle/20170117011106/Estrategias.pdf

• Valenzuela Alfaro, M. Á. (2021). Gamificación para el aprendizaje. Una aproximación teórica sobre la importancia social del juego en el ámbito educativo. Revista Educación las Américas, 11(1). [fecha de Consulta 4 de mayo de 2025]. Disponible en: https://portal.amelica.org/ameli/journal/248/2482275001/

• Vissani, Laura Elena, Scherman, Patricia y Fantini, Nilda Delfina (2017). Emilia Ferreiro y Ana Teberosky. OLos sistemas de escritura en el desarrollo del niño. IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

• Werbach, K., & Hunter, D. (2015). The gamification toolkit: dynamics, mechanics, and components for the win. University of Pennsylvania Pres1

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA FORTALECER LA COMPETENCIA MEDIÁTICA AUDIOVISUAL EN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO GIMNASIO GALILEO GALILEI DE TUNJA.

Carol Mariana Huertas González
Comunicación Social
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de Boyacá
Tunja
2026

Abstract

This research project aimed to strengthen the media competencies of eleventh-grade students at Colegio Gimnasio Galileo Galilei through an educommunicative proposal based on the implementation of participatory audiovisual workshops. The methodology adopted followed a qualitative approach and was structured into four phases: diagnosis of needs and opportunities, design of the educommunicative strategy, implementation of practical workshops, and follow-up of the final product.

The workshops were carried out over an approximate period of three months, during which students actively participated in activities focused on audiovisual production, such as camera handling, conducting interviews, creating stop-motion pieces, and developing digital content. The results showed a high level of student interest, engagement, and participation, as well as the relevance of practice as a central component of meaningful learning, contributing significantly to the strengthening of students' media and communicative skills.

Resumen

Este proyecto de investigación tuvo como propósito fortalecer las competencias mediáticas audiovisuales de los estudiantes de grado once del Colegio Gimnasio Galileo Galilei de Tunja, esto, mediante una propuesta educomunicativa basada en la implementación de talleres audiovisuales de carácter participativo. La metodología adoptada correspondió a un enfoque cualitativo y se estructuró en cuatro fases: diagnóstico de necesidades y oportunidades, diseño de la estrategia educomunicativa, implementación de talleres prácticos y seguimiento del producto final.

El desarrollo de los talleres se llevó a cabo durante un periodo aproximado de tres meses, en el cual los estudiantes participaron activamente en actividades orientadas a la producción audiovisual, tales como el manejo de cámara, la realización de entrevistas, la elaboración de piezas en stop motion y la creación de contenidos digitales. Los resultados evidenciaron un alto nivel de interés, compromiso y participación por parte de los estudiantes, así como la relevancia de la práctica como eje central del aprendizaje significativo, contribuyendo de manera sustancial al fortalecimiento de sus habilidades mediáticas y comunicativas.

Palabras clave

Educomunicación, competencias mediáticas, jóvenes, medios audiovisuales.

Introducción

En la actualidad, los medios de comunicación y las tecnologías digitales ocupan un lugar central en la vida cotidiana de los jóvenes, influyendo de manera directa en sus procesos de aprendizaje, socialización y construcción de identidad. En el contexto educativo, esta realidad plantea el desafío de formar estudiantes no solo como consumidores de contenidos mediáticos, sino como sujetos críticos, reflexivos y capaces de producir mensajes de manera consciente y responsable. En este sentido, la educomunicación surge como un enfoque integrador que articula la educación y la comunicación, promoviendo el desarrollo de competencias mediáticas a partir de la participación activa y el aprendizaje significativo.

El presente proyecto de investigación se desarrolla en el contexto escolar con estudiantes de grado once, desde una perspectiva cualitativa, y tiene como objetivo principal fortalecer sus habilidades mediáticas mediante la implementación de talleres y estrategias educomunicativas audiovisuales. La propuesta parte de la necesidad de responder a las dinámicas comunicativas contemporáneas, en las cuales el lenguaje audiovisual y los entornos digitales se han convertido en herramientas fundamentales para la expresión, la construcción de conocimiento y la participación social de los jóvenes.

Desde el campo de la Comunicación Social, este proyecto reconoce el valor de los medios como espacios pedagógicos que posibilitan procesos de enseñanza-aprendizaje más dinámicos, participativos y cercanos a la realidad de los estudiantes. A través de la educomunicación, se busca trascender los modelos tradicionales de educación, en los que el estudiante asume un rol pasivo, para dar paso a experiencias formativas en las que el aprendizaje se construye desde la práctica, el diálogo y la creación colectiva de contenidos mediáticos.

La investigación se estructura en torno al diseño e implementación de una estrategia educomunicativa que contempla el uso de herramientas audiovisuales como la cámara, la entrevista, el stop motion y otros formatos de creación de contenido digital. Estas actividades permiten que los estudiantes desarrollen competencias técnicas, expresivas y críticas, al tiempo que reflexionan sobre el uso responsable de los medios y el impacto de los mensajes que producen y consumen en su entorno social y cultural.

Asimismo, el proyecto se apoya en los recursos tecnológicos disponibles en la institución educativa Gimnasio Galileo Galilei de Tunja y en el acompañamiento de la Universidad de Boyacá, que aporta espacios y medios como la radio universitaria, fortaleciendo el proceso formativo y ampliando las posibilidades de aprendizaje mediático. Esta articulación entre la educación media y la educación superior evidencia el potencial de los proyectos educomunicativos como puentes de formación, orientación vocacional y apropiación social del conocimiento.

Finalmente, esta propuesta investigativa concibe la práctica como eje central del aprendizaje, priorizando experiencias que permitan a los estudiantes aplicar los conocimientos teóricos en situaciones reales de producción mediática. De esta manera, el proyecto no solo busca fortalecer las competencias mediáticas de los estudiantes, sino también aportar al campo de la educomunicación como una estrategia pertinente para la formación integral de los jóvenes en el contexto educativo actual.

Metodología

Este proyecto se encuentra bajo la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, denominada Derecho humano, jurídico y social sostenible. Así mismo hace parte de la sublínea de Comunicación y Sociedad, asignado al programa de Comunicación Social. El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo.

El desarrollo de este proyecto se realizará bajo el paradigma cualitativo teniendo en cuenta que se busca analizar y comprender los conocimientos adquiridos por parte de los estudiantes a lo largo de su proceso académico, percepciones y experiencias mismas en el manejo de los medios audiovisuales.

Estructura metodológica

Entendiendo que el objetivo de esta investigación es fortalecer las habilidades mediáticas, esta investigación se apoya en una investigación en el contexto escolar con una perspectiva cualitativa. Para lograrlo, el proyecto se ha estructurado en cuatro etapas, que permitirán la participación activa tanto de estudiantes como de docentes garantizando así el respeto y el bienestar de todos los implicados.

Fase 1 Diagnóstico de necesidades y oportunidades: en esta primera etapa se busca identificar las problemáticas y oportunidades en el manejo de las competencias mediáticas en los estudiantes. Para esto se tiene determinado realizar 3 sesiones donde los estudiantes y docentes compartirán sus diferentes puntos de vista y perspectivas en el acercamiento y utilización de estas herramientas. En la primera sesión se dará a conocer el proyecto en la comunidad. Allí se mostrará la relevancia y el objetivo de la realización de la investigación. Para la segunda sesión se buscará tener un acercamiento con el docente encargado de esta forma se podrá realizar un sondeo sobre las experiencias previas. Por último, se llevará a cabo un grupo focal con los estudiantes que permitirá identificar las posibles falencias y fortalezas en el uso e implementación de las competencias mediáticas.

Fase 2 Diseño del proyecto educomunicativo: en esta segunda etapa se realizará la planeación y diseño de la estrategia educomunicativa, con base a la información recolectada en la etapa 1, de esta forma se buscará adaptar la estrategia atendiendo a las necesidades evidenciadas en los estudiantes teniendo en cuenta el modelo pedagógico de la institución y las herramientas y elementos con los que cuenta la institución y los estudiantes.

Fase 3 Implementación del proyecto: para esta fase se retomarán las sesiones presenciales con los estudiantes. Se llevará a cabo la cuarta sesión que permitirán mostrar el plan de trabajo al docente y a los estudiantes.

Luego, se realizarán 13 sesiones en las que de forma participativa y dinámica los estudiantes realizarán actividades dentro de la institución que les permita desarrollar las habilidades mediáticas en el desarrollo de talleres de manejo de cámara, entrevistas, realización de stop motion y demás creación de contenidos que promuevan la utilización de las herramientas digitales. Para concluir esta etapa se realizará una sesión adicional en la que se permitirá evaluar con los estudiantes su experiencia y avances en el desarrollo del proyecto.

Fase 4 Producto final: se contó con la participación activa de la mayoría de estudiantes en hacer un producto final que signifique una muestra a modo de resultado general de este proceso, dicha iniciativa se da gracias al apoyo del docente de la asignatura quien asumió el reto junto a los estudiantes que querían participar en el proyecto, el cual, se realizó un seguimiento de dos sesiones con el fin de orientar y acompañar el proceso creativo y de planeación del producto: Inmolado.

Este proyecto de investigación constará de 19 visitas presenciales que se realizarán en un lapso de un poco más de 3 meses, la implementación de este proyecto busca poner la práctica como medio de aprendizaje donde tendrá mayor relevancia las actividades que les permita a los estudiantes poner en práctica el conocimiento teórico.

Discusión

Los resultados obtenidos a partir de la implementación de la propuesta educomunicativa permiten reafirmar la pertinencia de integrar estra-

tegias mediáticas audiovisuales en el contexto escolar como un medio para el fortalecimiento de las competencias mediáticas en estudiantes de educación media. Esta experiencia se inscribe dentro de los postulados de la educomunicación, entendida como un campo que articula la educación y la comunicación desde una perspectiva crítica, participativa y transformadora (Kaplún, 1998).

Uno de los principales hallazgos del proyecto se relaciona con la importancia de la práctica como eje central del aprendizaje, aspecto que coincide con los planteamientos de Paulo Freire (1970), quien propone una educación dialógica en la que los sujetos participan activamente en la construcción del conocimiento. En este sentido, el desarrollo de talleres audiovisuales permitió que los estudiantes asumieran un rol protagónico en los procesos de aprendizaje, pasando de ser receptores pasivos de información a productores de contenidos mediáticos con sentido crítico y reflexivo.

Asimismo, la disponibilidad y facilidad en el uso de los equipos audiovisuales de la institución educativa, sumada al apoyo de los espacios y recursos de la Universidad de Boyacá —como la radio universitaria—, favoreció la apropiación de los lenguajes mediáticos por parte de los estudiantes.

Este aspecto se relaciona con lo planteado por Martín-Barbero (2003), quien señala la necesidad de comprender los medios no solo como herramientas tecnológicas, sino como mediaciones culturales que influyen en las formas de aprender, comunicar y construir identidad, especialmente en los jóvenes.

Otro elemento relevante fue el alto nivel de interés, motivación y participación evidenciado por los estudiantes durante el desarrollo del proyecto. Este resultado coincide con los aportes de Buckingham (2003), quien sostiene que la educación mediática resulta más efectiva cuando se conecta con las experiencias, intereses y prácticas culturales de los jóvenes. La creación de contenidos audiovisuales permitió que los estudiantes se identificaran con los procesos propuestos y reconocieran los medios como espacios de expresión y participación social.

No obstante, el proyecto también evidenció limitaciones relacionadas con el tiempo destinado a las sesiones, las cuales tuvieron una duración de 45 minutos. Esta restricción temporal incidió en el desarrollo de algunas actividades prácticas y procesos creativos, lo que pone en evidencia una de las tensiones frecuentes entre las propuestas innovadoras y las dinámicas propias del sistema escolar. Tal como lo señala Kaplún (2002), los procesos educomunicativos requieren tiempos más amplios y flexibles para garantizar la reflexión, el diálogo y la producción colectiva de sentido.

En síntesis, los resultados de esta experiencia confirman que las propuestas educomunicativas basadas en estrategias audiovisuales constituyen una alternativa pertinente para el fortalecimiento de las competencias mediáticas en contextos escolares. Sin embargo, su impacto depende en gran medida de factores como la articulación institucional, la disponibilidad de recursos, la motivación de los estudiantes y la adecuación de los tiempos pedagógicos. En concordancia con los planteamientos de Freire (1970) y Martín-Barbero (2003), este proyecto reafirma la necesidad de promover una educación crítica que reconozca a los jóvenes como sujetos activos en los procesos comunicativos y educativos.

Resultados

En coherencia con los objetivos planteados, los resultados del estudio se organizan en tres apartados, correspondientes a las fases de caracterización, diseño y desarrollo del proyecto educomunicativo.

Caracterización de las debilidades y potencialidades en la competencia mediática audiovisual

A partir de la aplicación de los instrumentos diagnósticos y el análisis de las actividades iniciales, se identificaron diversas debilidades y potencialidades en torno a la competencia mediática audiovisual de los estudiantes del colegio Gimnasio Galileo Galilei de Tunja.

Entre las principales debilidades, se evidenció un uso mayormente instrumental y recreativo de los medios audiovisuales, con limitadas capacidades para el análisis crítico de los mensajes mediáticos, la identificación de intenciones comunicativas y la reflexión sobre el impacto de los contenidos consumidos. Asimismo, se observó escaso conocimiento sobre los lenguajes audiovisuales y sus elementos narrativos y técnicos.

No obstante, también se reconocieron potencialidades significativas, como el alto nivel de familiaridad de los estudiantes con dispositivos digitales, su interés por los contenidos audiovisuales y su disposición para participar en actividades creativas mediadas por tecnologías. Estas fortalezas constituyeron una base favorable para el diseño e implementación del proyecto educomunicativo.

Diseño del proyecto educomunicativo

Con base en los resultados del diagnóstico, se diseñó un proyecto educomunicativo alineado con el Proyecto Pedagógico Institucional (PPI), orientado al fortalecimiento de la competencia mediática audiovisual. El diseño integró estrategias pedagógicas participativas, el uso crítico de los medios y la producción audiovisual como herramientas para el aprendizaje significativo.

El proyecto contempló actividades progresivas que articularon el análisis de contenidos audiovisuales, la reflexión ética y la creación de productos mediáticos, promoviendo el desarrollo de habilidades críticas, expresivas y comunicativas en los estudiantes. Asimismo, se garantizó la coherencia con los principios institucionales y las necesidades del contexto escolar.

Desarrollo e implementación del proyecto educomunicativo

Durante la fase de desarrollo del proyecto, los estudiantes participaron activamente en las diferentes actividades propuestas, evidenciando avances significativos en su competencia mediática audiovisual. A través del análisis guiado de materiales audiovisuales y la producción de contenidos propios, se fortalecieron habilidades como la interpretación crítica de mensajes, el uso consciente del lenguaje audiovisual y el trabajo colaborativo.

Los resultados mostraron una mayor capacidad de los estudiantes para cuestionar los contenidos mediáticos, reconocer estereotipos, identificar intenciones comunicativas y expresar ideas de manera creativa y responsable. De igual forma, se observó un incremento en la motivación y el compromiso de los estudiantes frente a los procesos de aprendizaje mediados por la educomunicación.

Referencias bibliográficas

• Torres, L (2021), Los medios de comunicación como mediadores del aprendizaje en la educación básica y media del colegio INEM Carlos Arturo Torres, Tunja

• González, L (2023), Noticiero escolar como estrategia de educomunicación para el fortalecimiento de las competencias mediáticas

• Piscitelli, A (2009), Narrativos e inmigrantes digitales

• Orozco, G (2014), Educomunicación: recepción mediática, aprendizajes y ciudadanía.

• Díaz Aguaded, J (2012), Competencias mediáticas, alfabetización mediática o educación mediática.

• Flores, E (2004) la educación, enfocado en el desarrollo de habilidades comunicativas efectivas.

• Drake, B (2023), La educomunicación orientada a la infancia y a la adolescencia Propuesta para el análisis de experiencias de educación audiovisual.

• Latorre, A (2003), La investigación-acción: Conocer y cambiar la práctica educativa. Graó.

• Kaplún, M (1998) Pedagogía de la educomuncación

POLITALLERES: CO-CREACIÓN INVESTIGATIVA ORIENTADA A LA PUBLICACIÓN ACADÉMICA

Juliana Betancur Restrepo
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia
juliana.betancur3@udea.edu.co

Jhojan Alexis Meneses Millán
Periodista
Universidad de Antioquia
jhojan.meneses@udea.edu.co

Maritza Andrea Trujillo Rodríguez
Magister en Ciencia Política
Coordinadora del semillero Polifonía
Coordinadora de Formación en Investigación de la Facultad de Comunicaciones y Filología
Universidad de Antioquia
mandrea.trujillo@udea.edu.co

Thomas Mejía López
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia.
thomas.mejial@udea.edu.co

Maria Fernanda Plazas
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia
mariaf.plazas@udea.edu.co

Maria José Vallejo
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia
maria.vallejom@udea.edu.co

Sara Uribe de los Ríos
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia
sara.uribed@udea.edu.co

Este proyecto contó con el apoyo de la Facultad de Comunicaciones y Filología para su realización, a través de la convocatoria interna de semilleros de investigación.

Resumen

Esta ponencia presenta *Politalleres*: *co-creación investigativa orientada a la publicación académica*, una propuesta educomunicativa desarrollada por *Polifonía*, revista de estudiantes de periodismo de la Universidad de Antioquia. El proyecto surge como respuesta al distanciamiento que se identificó en estudiantes de periodismo frente a la publicación académica, la cual en ocasiones es percibida como un trámite rígido, frío y excluyente.

Mediante un diseño metodológico cualitativo y exploratorio que articula el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), la Investigación Acción Participativa (IAP), la Investigación-creación y la Sistematización de Experiencias, la propuesta transforma a la revista de un receptáculo pasivo a una incubadora de co-creación. Se exponen los resultados de un piloto centrado en "Saberes campesinos", estructurado en tres fases iterativas (la semilla, la flor y el fruto), que convocó a estudiantes de diversas unidades académicas. Los hallazgos, derivados del laboratorio editorial, demuestran que la edición colaborativa horizontal y libre del dispositivo de una calificación incrementa la motivación y mejora la escritura académica, garantizando el "derecho a entender" y la apropiación social del conocimiento. No obstante, el proceso visibiliza tensiones críticas, como la fricción con los tiempos académicos regulares y la paradójica resistencia participativa dentro del propio pregrado, planteando nuevos retos para la democratización del saber.

Palabras clave

Co-creación, producción académica, proceso editorial, Aprendizaje Basado en Proyectos, Investigación-creación

Introducción

El ecosistema académico contemporáneo enfrenta un desafío crítico en sus bases: el creciente distanciamiento y desentendimiento de las y los estudiantes de pregrado frente a los procesos de investigación formal. Como advierte Carlino (2005), para las juventudes universitarias la academia suele proyectar una imagen cerrada, exclusiva o anticuada; una percepción que genera una barrera epistemológica que aleja a posibles investigadoras e investigadores. En consecuencia, las y los estudiantes terminan viendo la publicación como un trámite estéril y deshumanizado en lugar de un espacio vivo de diálogo y construcción de saberes. Problematizar esta lejanía es urgente,

pues la consecuencia directa de esta apatía no es solo la falta de textos en las revistas estudiantiles, sino la consolidación de una élite del saber: al marginar a las voces en formación, la universidad pierde la oportunidad de oxigenar sus debates y termina reproduciendo un eco de las mismas perspectivas institucionales.

Para comprender el desarrollo de la propuesta educomunicativa que aquí presentamos, es necesario remitirnos a su lugar de enunciación: *Polifonía*, la revista de estudiantes de periodismo de la Universidad de Antioquia (UdeA). Nacida en 2022 en respuesta a este distanciamiento, *Polifonía* fue concebida no solo como un medio de difusión, sino como "un semillero y laboratorio que, a través del proceso editorial, se ha consolidado como un espacio de aprendizaje autónomo y colaborativo dentro del pregrado" (Bedoya et al., 2025). Como semillero investigativo, el equipo ha asumido el ciclo completo de producción editorial (convocatoria, edición, diagramación y difusión), enfocándose en tres áreas clave: la formación de autores, la formación de editores y, fundamentalmente, la sensibilización y resignificación sobre lo que implica investigar.

Más allá de operar la revista, el proyecto se ha propuesto cuestionar los paradigmas preconcebidos sobre lo que debe ser una publicación académica en el mundo actual. Como periodistas en formación, habitamos una encrucijada disciplinar constante: la tensión entre el periodismo —que exige un lenguaje público, sentido de urgencia y conexión con la calle— y la academia tradicional —caracterizada por la jerga especializada, la pausa reflexiva y, muchas veces, la asepsia del escritorio— (Bourdieu, 2003). En este cruce, nos dimos cuenta de que la respuesta no estaba en aislarnos en nuestra propia disciplina, sino en convocar otras áreas del conocimiento. Por ello, nos vimos en la necesidad de problematizar si una revista de esta naturaleza debería sostener una supuesta objetividad y desproveerse de posturas frente a su entorno, o si, por el contrario, debía expandir las fronteras tradicionales de la "academia", integrando las voces de estudiantes de otras facultades para abrazar narrativas más diversas, cercanas y comprometidas.

En este trayecto de consolidación, nos enfrentamos a problemáticas estructurales que trascienden la inexperiencia de una publicación estudiantil nueva. El mayor obstáculo que catalizó el proyecto del que trata este texto fue la convocatoria de artículos. Nos vimos obligados a analizar la baja participación: la ausencia de envíos no respondía necesariamente a una carencia de textos o de ideas, sino a la naturaleza pasiva del modelo editorial tradicional (Salatino, 2018). Usualmente, las revistas asumen un rol distante, limitándose a esperar la llegada de artículos tras un anuncio público, dinámica que termina forzando a comités y directores a rebuscar textos entre colegas para sostener los números cuando la recepción es nula.

Para ser fieles a los valores que rigen a *Polifonía* —el "derecho a entender", la formación colaborativa y el aprendizaje autodidacta—, decidimos transformar radicalmente la forma de llegar a las y los posibles autores mediante guías, asesorías y encuentros formativos. De allí nace *Politalleres*: *co-creación investigativa orientada a la publicación académica*. Esta propuesta busca sacar a la revista de su rol pasivo para ofrecer espacios de aprendizaje y co-creación a través de la conversación y la reflexión, sentando las bases de un proceso editorial participativo.

En este sentido, la presente ponencia tiene como objetivo exponer y analizar la metodología de los *Politalleres* como una alternativa pedagógica y de resistencia frente a las lógicas excluyentes de la publicación tradicional. Para ello, el texto se estructura de la siguiente manera: en un primer momento, se detalla la ruta metodológica cualitativa y exploratoria que da vida a este proceso; posteriormente, se presenta una discusión conceptual donde se tensionan las prácticas de edición frente a lógicas como el "derecho a entender" y la inmediatez digital; y finalmente, se exponen los resultados obtenidos tras la implementación de este modelo en nuestro equipo editorial.

Ruta metodológica

El proyecto se enmarca en un diseño de investigación de corte cualitativo y exploratorio: cualitativo en tanto busca comprender las experiencias, los significados y las transformaciones subjetivas de quienes participan en el proceso editorial; y es exploratorio porque aborda un fenómeno —la revista estudiantil de periodismo operando como incubadora de co-creación— sobre el cual existe escasa literatura previa, permitiendo abrir nuevas rutas de indagación (Hernández-Sampieri et al., 2014). *Polifonía* viene trabajando con una metodología construida de manera colectiva, evolucionando a partir de cada experiencia adquirida en la producción de nuevos números. Su enfoque no es estático; combina diferentes estrategias metodológicas adaptadas a las necesidades y dinámicas del equipo editorial, teniendo como ejes vertebradores el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) y la Sistematización de Experiencias, complementados con herramientas de la Investigación Acción Participativa (IAP) y la Investigación-creación.

En primer lugar, el ABP (o investigación orientada) permite estructurar el esfuerzo colectivo hacia un producto concreto (la publicación) resolviendo problemas del entorno (Thomas, 2000). Como señalan Botella y Ramos (2019), el ABP no solo prioriza el resultado final, sino que otorga gran importancia al proceso de aprendizaje en sí mismo. Al ser un método de naturaleza creativa, su estructura se ajusta de manera flexible. Este modelo involucra la formación a través de la práctica y la autogestión: en *Polifonía*, cada número de la revista o ciclo de talleres es concebido como un proyecto que atraviesa distintas etapas (gestión, formación, convocatoria, edición, publicación y difusión). El trabajo colaborativo es la base; se autogestionan espacios formativos que nutren a cada comité, y luego ese conocimiento se aplica en las publicaciones.

Esta base pedagógica se nutre operativamente de la Investigación Acción Participativa (IAP) y la Investigación-creación (o Inspiración-creación). Desde la IAP (Fals Borda, 1999), asumimos una relación horizontal que busca romper la asimetría tradicional entre el editor que juzga y quien escribe para ser evaluado. A su vez, la Investigación-creación (Borgdorff, 2005) nos permite concebir el artículo final no solo como un reporte de datos, sino como un producto estético y narrativo con profundo valor periodístico.

En la práctica, estas metodologías convergen en una ruta articulada a través de tres fases iterativas. Inicialmente, se desarrollan los primeros talleres teórico-prácticos, concebidos como espacios de encuentro donde se definen las temáticas comunes, se brindan herramientas investigativas y se fomenta el diálogo de saberes; aquí se desarticula la idea de que la investigación inicia frente a una página en blanco y en solitario. Posteriormente, se transita hacia una etapa de investigación orientada y co-creada, la cual implica un acompañamiento continuo a las y los autores en la estructuración de sus proyectos (bajo la lógica del ABP), promoviendo el trabajo en red y evitando la alienación del proceso investigativo. Finalmente, el ciclo culmina con la recepción y edición colaborativa, una fase donde el proceso de revisión por pares abandona su rol punitivo para convertirse en un espacio de mentoría y retroalimentación constructiva.

Por otro lado, la Sistematización de Experiencias (Jara Holliday, 2018) funciona como el soporte metodológico transversal que le permite al equipo reflexionar sobre su propio quehacer. Esta herramienta favorece la identificación de aciertos y oportunidades de mejora. En palabras de Chávez-Tafur:

> El proceso minucioso de sistematización nos forzará a ejercer la autocrítica y nos permitirá estar abiertos a sugerencias y opiniones producto de la interacción con otras personas. En suma, nos ayudará a producir nuevos conocimientos para mejorar nuestras prácticas. (2006, p. 10)

Gracias a esta estrategia, las y los participantes han logrado cuestio-

nar y redefinir los criterios editoriales. Esta perspectiva se alinea con la premisa de Expósito y González, quienes sostienen que la verdadera transformación radica en las personas que participan en el proceso, pues "al sistematizar, fortalecen su capacidad de impulsar praxis transformadoras" (2017, p. 3).

Ahora bien, desde una mirada investigativa crítica, asumir este entramado metodológico no está exento de riesgos y contradicciones. Hibridar el ABP, la IAP y la Investigación-creación en un entorno de pregrado demanda una carga emocional, temporal y cognitiva altísima para el equipo editorial, exponiéndolo al desgaste institucional o *burnout*. Asimismo, la promesa de horizontalidad absoluta que persigue la IAP choca inevitablemente con la asimetría inherente al proceso de publicación: por más dialógico que sea el acompañamiento, existe un momento de cierre donde el comité debe ejercer un filtro de calidad y tomar decisiones editoriales. En lugar de ofrecer resoluciones definitivas o fórmulas infalibles, consideramos un acto de madurez académica asumir estas tensiones como parte constitutiva del proyecto.

Actualmente, el equipo mantiene estas dificultades bajo constante evaluación y diálogo, utilizándolas como insumo crítico dentro de nuestra propia sistematización de experiencias para continuar calibrando la balanza entre la co-creación horizontal y el rigor académico.

Discusión

Históricamente, el proceso de publicación académica ha sido percibido como un camino tedioso, burocrático y, en muchas ocasiones, desconectado del impacto social real. Si bien es cierto que la ciencia contemporánea se construye frecuentemente en grandes equipos y redes de colaboración, la maquinaria de la publicación ha impuesto una lógica rígida y estandarizada. La investigación termina viéndose sometida a un proceso frío y mecanicista, donde el afán por cumplir con las métricas de impacto (*publish or perish*) suele despojar a los textos de su sentido vital y de su conexión con el entorno (Beigel, 2014).

En los inicios de nuestra labor en el semillero *Polifonía*, al plantearnos el proceso editorial como una metodología para la enseñanza-aprendizaje, identificamos una problemática latente: la indiferencia y el distanciamiento de los periodistas en formación frente a la publicación académica. Esta apatía no era infundada; respondía a un rechazo hacia ese formato "sin alma", donde la rigurosidad científica parece estar reñida con la sensibilidad narrativa. A medida que avanzamos, nos enfrentamos a un segundo desafío igual de apremiante: la baja participación en las convocatorias de publicación. Comprendimos que esta reticencia no derivaba de una soledad literal del investigador, sino de la concepción del proceso editorial como un trámite árido y un filtro punitivo. Sumado a esto, los tiempos de edición —que muchas veces se extienden de más— generan un profundo desaliento en las y los autores para sus publicaciones actuales y posteriores, una dinámica que termina por alienarles y aislar su conocimiento en un vacío social.

Para subvertir estos retos, surge *Politalleres: co-creación investigativa orientada a la publicación académica*, un proyecto que busca asentarse como una metodología transformadora para las revistas. Esta propuesta parte de una premisa fundamental: reconfigurar la imagen de la producción académica devolviéndole su carácter humano y relacional. Esto implica, en primer lugar, reconocer el valor de los saberes que tradicionalmente han sido relegados por no provenir de la institucionalidad formal, promoviendo lo que Boaventura De Sousa Santos (2010) denomina una "ecología de saberes"; y, en segundo lugar, incentivar y difundir el trabajo de la revista para acercarla a estudiantes que desconocen sus dinámicas, haciendo transparentes y accesibles los procesos editoriales que allí se llevan a cabo.

Desde la primera década de los 2000, diversas disciplinas han abo-

gado por el "derecho a entender", un movimiento aplicado inicialmente a temas legales que defiende que las leyes, normas y contratos deben estar escritos de manera que la ciudadanía pueda comprenderlos. Como señalan Tascón y Montolío (2020), citando a Campo (2009-2011), "una justicia moderna es una justicia que la ciudadanía es capaz de comprender".

Extrapolando este principio a nuestro contexto, proponemos que *una academia moderna debe ser una academia que la ciudadanía sea capaz de comprender*. La opacidad y el uso de lenguajes deliberadamente crípticos en los *papers* no son meros accidentes de estilo, sino mecanismos que, conscientes o no, actúan como barreras de exclusión. Una academia separada de su comunidad, que encripta sus hallazgos, carece de un efecto real y termina perpetuando desigualdades epistemológicas. Es aquí donde el "derecho a entender" se entrelaza con la Apropiación Social del Conocimiento (ASC). De acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia (Minciencias, 2021), la ASC no es un mero ejercicio de divulgación unidireccional o "traducción" de términos complejos, sino un proceso que convoca a la convergencia, el diálogo de saberes y la participación activa de diversos actores sociales.

En sintonía con esto, la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Antioquia (2022) establece que los semilleros deben propender por "la formación de ciudadanos críticos, reflexivos, éticos y políticos (...) establecer nuevas relaciones con los saberes y una transformación del rol del aprendiz de pasivo-tradicional a uno participativo-crítico" (p. 4). La revista, concebida como semillero y espacio académico, asume este mandato al proponer la "co-producción" como un método para democratizar el acto de escribir.

Ahora bien, apostar por el "derecho a entender" y cuestionar la frialdad del sistema no implica abogar por una producción de conocimiento escueta, desorganizada o carente de rigor. Por el contrario, reconocemos la pertinencia de mantener unos principios estructurados dentro de las lógicas de publicación académica, en tanto estos garantizan que el conocimiento pueda ser rastreado, referenciado y recuperado de forma ágil. Esta trazabilidad es, en sí misma, una garantía indispensable para la democratización del saber. No obstante, proponemos que estos principios deben ser estructurados, pero no *estructurantes* ni asfixiantes. Vale la pena cuestionar y repensar nuestras formas de mantener el orden para no caer en la deshumanización del proceso investigativo; por ejemplo, problematizando convenciones tan normalizadas como la de reducir la identidad y el recorrido vital de las y los autores a un mero apellido y la inicial de su nombre, una práctica que sistemáticamente evita evidenciar el papel que cumplimos las mujeres en la ciencia, silenciando nuestros nombres y reduciéndonos a un apellido que, en última instancia, proviene de una herencia patriarcal.

Tradicionalmente, las revistas académicas asumen un rol pasivo: operan como receptáculos que lanzan una convocatoria y esperan la llegada de artículos finalizados, limitándose a juzgarlos y filtrarlos. Frente a esto, *Politalleres* problematiza la idea del editor como un mero "guardián de la puerta" (*gatekeeper*) y propone transitar hacia una revista-incubadora. Para ello, nos anclamos en la *Educomunicación*, entendida desde la perspectiva de Kaplún (1998) no como una simple transmisión de información, sino como un proceso dialógico y emancipador.

Al asumirnos como periodistas en formación editando una revista académica, nos enfrentamos a una tensión epistemológica fundamental: la exigencia tradicional de "objetividad" y asepsia científica versus la naturaleza inherentemente situada y política del periodismo y las ciencias sociales. Decidimos no desproveer a la revista de sus posturas, pero tampoco buscamos situarnos en oposiciones binarias rígidas. Por el contrario, la co-creación editorial nos permite desmitificar esa falsa neutralidad académica, reconociendo que todo conocimiento se produce desde un lugar de enunciación específico. Esto

no significa abandonar el rigor, sino buscar que la investigación y la publicación académica tomen lo mejor de ambos mundos: la objetividad científica en diálogo con la humanidad y sensibilidad periodística. Al final de cuentas, una no tiene que existir sin la otra; pueden complementarse para llevar esta sinergia tanto a los artículos publicados como a los propios procesos editoriales, demostrando que asumir una postura frente al entorno no resta validez a la investigación, sino que le otorga pertinencia.

El distanciamiento de las y los estudiantes de pregrado frente a la investigación no solo obedece a la rigidez de la academia, sino que está profundamente mediado por las lógicas que lo digital ha traído consigo. Quienes investigan habitan un ecosistema de información marcado por la inmediatez, la fragmentación y, muchas veces, la superficialidad de los formatos breves; una dinámica que pensadores como Byung-Chul Han (2014) han descrito críticamente frente a la actual crisis del pensamiento profundo y contemplativo.

Frente a esto, los *Politalleres* se plantearon como una oportunidad inmejorable para abordar temas que genuinamente nos apasionan y explorarlos a profundidad, escapando de las lógicas de los contenidos cortos. Más que un simple espacio de redacción, los talleres sirvieron como un lugar para "habitar" y reivindicar la pausa, permitiéndonos reflexionar sobre el propio oficio y entender que el periodismo también se construye desde el pensamiento profundo y sosegado, y no exclusivamente desde la agilidad que exigen formatos como la crónica o el perfil.

Encontrar el punto de equilibrio es el mayor desafío de esta propuesta. No se trata de vender la idea de que "hacer ciencia es fácil" —porque el rigor investigativo demanda tiempo, frustración, lectura y contrastación profunda—, sino de demostrar que lo riguroso no tiene por qué ser elitista o incomprensible. La metodología busca desmitificar la figura del científico inalcanzable para el estudiante de pregrado, ofreciéndole andamiajes metodológicos que traduzcan la densidad académica en un proceso apasionante, donde la profundidad analítica conviva con la claridad narrativa.

A través de los espacios dialógicos implementados, hemos comprobado que las investigaciones encuentran enfoques más enriquecidos cuando se construyen en colectivo. Un ejemplo palpable de esto fue nuestro piloto centrado en los "saberes campesinos". Allí evidenciamos cómo las y los autores dejan de ser engranajes de una maquinaria de publicación para reconocerse como parte de una red comunitaria. Esta red valida epistemologías diversas y le devuelve la calidez a la investigación. Al final, *Politalleres* no solo alimenta las páginas de nuestra revista, sino que interviene políticamente la forma en que habitamos la academia, construyendo un puente sólido entre el rigor investigativo, la sensibilidad periodística y la apropiación social del conocimiento.

Resultados

Para evaluar la viabilidad de la propuesta, se diseñó e implementó un número especial de la revista enfocado en los "Saberes campesinos". Como prueba piloto, se desarrollaron tres *Politalleres* en la Universidad de Antioquia que convocaron a más de 20 estudiantes. La decisión de abrir la convocatoria a todas las facultades —y no limitarla exclusivamente al pregrado de periodismo— permitió una pluralidad de visiones, enriquecida por la diversidad geográfica de las y los participantes. Estos espacios se consolidaron no solo como laboratorios de experimentación académica, sino como escenarios para la construcción de memoria colectiva.

La UNESCO (s.f.) declara que "salvaguardar una visión del mundo o un sistema de creencias es aún más difícil que preservar un entorno natural". Bajo esa premisa, el piloto buscó documentar las resistencias intergeneracionales y las prácticas propias del campesinado colombiano desde un enfoque educomunicacional. Estas tradiciones suelen ser invisibilizadas por la brecha existente entre una academia históricamente etnocentrista y un periodismo que, en ocasiones, opera desde el escritorio sin constituirse como un actor de construcción social territorial. Frente a esto, como plantean Corredor, Moreno y Quitian (2021), los escenarios formativos deben ser espacios "apropiados para la transmisión de estos saberes", rompiendo con hegemonías culturales que no dialogan con las "particularidades individuales y colectivas de los grupos sociales".

La semilla, la flor y el fruto: fases de creación

El proceso operativo del piloto integró el conocimiento local de las y los participantes con herramientas de investigación-creación, estructurándose en tres momentos metafóricos y metodológicos:

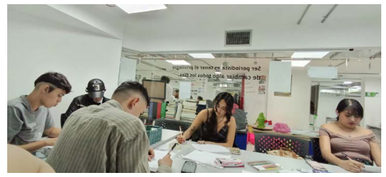
1. La semilla: enfocada en la evocación. Se guió a las y los estudiantes a través de sus propios contextos y memorias sensoriales mediante preguntas detonantes (¿Qué canción le suena a campo? ¿Qué cocinaría en una estufa de leña?). El producto creativo de esta fase fue la elaboración de un fanzine-origami con la estructura de una casa campesina, lo que permitió mapear las nociones previas del grupo y comenzar a reconocer sus vivencias como conocimiento válido.



2. La flor: orientada a la investigación de los saberes. En esta etapa se profundizó en conceptos como la violencia epistémica y se revisaron metodologías que no perpetuaran a la academia tradicional como único eje central. Se propuso la realización de entrevistas a personas campesinas allegadas a los participantes y se ejecutó un juego sensorial explorando objetos de la tradición rural colombiana mediante el olfato, el tacto y el oído.



3. El fruto: centrada en la materialización periodística y académica. Utilizando dinámicas propias de un "consejo de redacción", se incentivó a las y los participantes a proponer y delimitar temas sobre los cuales generar memoria, otorgándoles un enfoque publicable.



Como resultado directo de estos encuentros, se concretaron 25 propuestas temáticas posibles. Dada la capacidad operativa del comité editorial y de los autores, y al trabajo independiente que requiere cada texto, se depuró la lista para desarrollar un máximo de 8 artículos orientados a la publicación del número especial. Es importante destacar que los formatos finales aún no están rígidamente establecidos; como parte de la autonomía otorgada, cada autor tiene la tarea de definir qué formato (ensayo, reseña, cuento, crónica o poema) resulta más pertinente para su tema. Actualmente, el desarrollo final de estos textos se encuentra en pausa estratégica mientras la revista culmina la edición de su número regular en curso.

Hallazgos del proceso editorial como metodología

Más allá de los productos textuales, la sistematización de este piloto arrojó resultados vitales sobre las di-

námicas de trabajo universitario. En primer lugar, se evidenció que la relación horizontal construida entre las y los participantes fue un factor determinante para sostener la motivación. Al tratarse de un tema con profundos ecos personales, el campo, los talleres se nutrieron de anécdotas íntimas que posteriormente fueron elevadas a un nivel de problematización rigurosa.

Por otro lado, el "laboratorio editorial" demostró que someter los textos a correcciones colaborativas es altamente viable y pedagógico cuando se elimina el peso punitivo. Al no estar atado a una calificación (una mala nota), el temor al fracaso disminuyó, permitiendo a los estudiantes mejorar su estilo de escritura y aplicar estándares académicos desde un interés genuino y no desde la coerción.

Sin embargo, el proceso sacó a la luz dos tensiones metodológicas críticas. La primera es la fricción temporal: los ciclos de devolución y corrección de artículos chocan constantemente con la carga académica regular de las y los estudiantes y sus periodos de vacaciones, lo que dificulta mantener el ritmo de trabajo extra que exige una publicación. La segunda es la paradoja de la participación disciplinar: aunque el proyecto fue ideado originalmente para fomentar duplas colaborativas entre estudiantes de periodismo y estudiantes de otras facultades, la recepción y el nivel de compromiso por parte del propio pregrado de periodismo no fue tan satisfactoria como se esperaba. Lejos de ser considerado un fracaso, el equipo editorial ha asumido esta ausencia como un insumo de diagnóstico fundamental, apuntando a la necesidad de implementar futuros grupos focales para evaluar en qué está fallando la comunicación interna y por qué las dinámicas tradicionales del pregrado están alienando a sus propios estudiantes de este tipo de espacios extracurriculares.

Por último, invitamos a las y los lectores a visitar la página de la revista, que se encuentra alojada en la sección de publicaciones del pregrado en periodismo de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia (https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/unidades-academicas/comunicaciones/estudiar-facultad/pregrados/periodismo/Contenido/asMenuLateral/Publicaciones) donde podrá encontrar los números publicados y notar la evolución de *Polifonía*. Además, no dude en escribirnos en caso de tener alguna duda, propuesta o sugerencia.

Referencias bibliográficas

- Bedoya, N. A., Betancur, J., Mejía, T., Millán, J., Trujillo, M. A., Vallejo, M. J., y Vásquez, S. (2025). Polifonía: el proceso editorial como metodología para el aprendizaje. [Manuscrito no publicado]. Universidad de Antioquia.
- Beigel, F. (2014). Publishing from the periphery: Structural heterogeneity and segmented circuits. The evaluation of scientific publications for tenure in Argentina's CONICET. Current Sociology, 62(5), 743–765. https://doi.org/10.1177/0011392114533977
- Borgdorff, H. (2005). El debate sobre la investigación en las artes. Cairon: Revista de Ciencias de la Danza, (10), 25–46. https://www.researchcatalogue.net/profile/download-media?work=129470&file=129476
- Botella Nicolás, A. M., y Ramos Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos: Una revisión bibliográfica. Revista Iberoamericana de Educación Superior, 10(28), 3–23. https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.163.58923
- Bourdieu, P. (2003). Los usos sociales de la ciencia. Nueva Visión. https://suriweb.com.ar/wp/wp-content/uploads/2019/05/Los-usos-sociales-de-la-ciencia-Bourdieu.pdf
- Carlino, P. (2005). Escribir, leer y aprender en la universidad: Una introducción a la alfabetización académica. Fondo de Cultura Económica. https://www.aacademica.org/paula.carlino/3.pdf

- Chávez-Tafur, J. (2006). Aprender de la experiencia. Una metodología para la sistematización. LEISA Revista de Agroecología, 22(1), 10–15. https://www.leisa-al.org/web/images/stories/Materialinteres/sistematizacion.pdf
- Corredor, K., Moreno, E., y Quitian, L. (2021). Fortalecimiento de saberes tradicionales campesinos en la IED Alfonso Pabón Pabón. Revista Tecné, Episteme y Didaxis. https://revistas.upn.edu.co/index.php/TED/article/view/15254
- de Sousa Santos, B. (2010). Descolonizar el saber, reinventar el poder. Trilce. https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2018/03/descolonizar-el-saber_final-de-souza-santos.pdf
- Expósito, D., y González, J. A. (2017). Sistematización de experiencias en contextos educativos. Revista Cubana de Educación Superior, 36(2), 54–67. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1608-89212017000200003
- Fals Borda, O. (1999). Orígenes universales y retos actuales de la IAP (Investigación-Acción Participativa). Análisis Político, (38), 71–88. https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/79283
- Han, B.-C. (2014). En el enjambre. Herder Editorial. https://www.master7.cl/coedirectivo/2022/en_el_enjambre.pdf
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Jara Holliday, O. (2018). La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles. CINDE. https://www.unc.edu.ar/sites/default/files/La%20sistematizaci%C3%B3n%20de%20experiencias%20-%20Oscar%20Jara%20(edicion%20colombiana).pdf
- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre. https://otrasvoceseneducacion.org/wp-content/uploads/2022/12/Una-Pedagogia-de-la-comunicacion-Mario-Kaplun.pdf
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación [Minciencias]. (2021). Política Pública de Apropiación Social del Conocimiento en el marco de la CTeI. Gobierno de Colombia. https://minciencias.gov.co/sites/default/files/politica_publica_de_apropiacion_social_del_conocimiento.pdf
- Salatino, M. (2018). La estructura del espacio latinoamericano de revistas científicas [tesis de doctorado]. Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/10720
- Tascón, M., y Montolío, E. (2020). El derecho a entender. La comunicación clara, la mejor defensa de la ciudadanía. Catarata. https://www.catarata.org/libro/el-derecho-a-entender_108430/
- Thomas, J. W. (2000). A review of research on project-based learning. Autodesk Foundation. http://www.bobpearlman.org/BestPractices/PBL_Research.pdf
- UNESCO. (s.f.). Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo. Recuperado de https://ich.unesco.org/es/conocimientos-relacionados-con-la-naturaleza-00056
- Vicerrectoría de Investigación. (2022). Lineamientos para los semilleros de investigación. Universidad de Antioquia. https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna/investigacion/semilleros+-de+investigacion/Contenido/asListado/lineamientos-semilleros-investigacion-udea





Mesa 8

Ciencia, Educación e Investigación en Comunicación

CARTOGRAFÍAS DE LA MEMORIA PARA EL CUIDADO DEL AGUA: COMUNICACIÓN, TERRITORIO Y PEDAGOGÍA AMBIENTAL EN LA QUEBRADA EL AMOLADERO

Adriana Patricia Garzón Forero
Sonia Bibiana Rojas Wilches
Jaime Alberto Navarro López
UNAD

Resumen

El proyecto “Memorias de agua, vida y resistencia” analiza el proceso de recuperación de la memoria ambiental y comunitaria en torno a la Quebrada El Amoladero (Zipaquirá, Colombia), un ecosistema afectado por la expansión urbana, la contaminación y la estigmatización como “caño”. El objetivo de la investigación es comprender las relaciones históricas, culturales y emocionales entre la comunidad y este cuerpo de agua, para traducirlas en estrategias de comunicación y pedagogía ambiental. Metodológicamente, el estudio se inscribe en el paradigma crítico social mediante el diseño de Recuperación Colectiva de la Historia (RCH), utilizando técnicas participativas como entrevistas semiestructuradas, cartografía social y paseos del recuerdo junto a organizaciones locales como el colectivo S.O.S Amoladero y la Veeduría Verde OBA. Los resultados evidencian una transición en el imaginario colectivo desde un espacio vital de sociabilidad ancestral hacia un escenario de duelo ambiental. Sin embargo, se expone que la recuperación de la memoria histórica actúa como motor para el ejercicio de una ciudadanía ambiental, forjando una “identidad hídrica” que promueve el paso de la aceptación pasiva a la restauración activa. Finalmente, los hallazgos fundamentan el diseño de un sendero interpretativo multimedia, concluyendo que la memoria comunitaria es una estrategia política de justicia ambiental indispensable para la defensa y gobernanza del agua.

Palabras clave

Memoria colectiva; Comunicación ambiental; Participación comunitaria; Ciudadanía ambiental; Comunicación y desarrollo

Introducción

La quebrada El Amoladero se encuentra ubicada en el municipio de Zipaquirá, nace en el Páramo de Guerrero, inicia su cauce principal en el límite intermunicipal entre las veredas San Antonio y La Chapa, pero su sistema de drenaje se alimenta de numerosas microcuencas y afluentes que tienen su origen en las estribaciones y zonas de transición del complejo de Páramo de Guerrero. Este ecosistema, catalogado como el páramo más degradado de Colombia según el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Van Humboldt (Roa P. et al., 2023), presenta altos niveles de intervención antrópica y fragmentación, lo que genera zonas difusas entre sus áreas núcleo y los bosques altoandinos circundantes. Su importancia radica en que provee de agua a los acueductos veredales de las veredas de la Chapa y San Antonio. Asimismo, se puede afirmar que es la última “quebrada viva” (no intervenida) de la zona urbana de Zipaquirá, dado que se han encontrado algunos factores bióticos (organismos vivos) como son: árboles nativos, especies endémicas de fauna como la musaraña colombiana (Criptosis Tomasis) y de algunas

aves migratorias, pero también factores abióticos como la riqueza del suelo, y la humedad.

Zipaquirá es uno de los municipios de la zona sábana centro, que enfrenta desde hace algunos años un fenómeno migratorio creciente. Según el DANE, en 2005 Zipaquirá tenía 99.996 habitantes, en el censo de 2018 la población ascendió a 130.537; la proyección para el año 2023 es de 161.445 y se espera que en los próximos 5 años llegue a 200 mil habitantes. Esta densificación poblacional ha significado una mayor demanda de servicios básicos como educación, salud, vías públicas, etc, con los que el municipio no cuenta de manera suficiente. Dicho fenómeno, también impacta en algunos conflictos socioambientales ya presentes en el territorio relacionados con el agua, al no contar con fuentes de agua potable, además de la contaminación de las fuentes hídricas, como en el caso de la quebrada El Amoladero que ha sufrido cambios en el paisaje natural, afectando su valor estético y su capacidad para proporcionar servicios ecosistémicos, contaminación de la fuente hídrica por conexiones erradas y vertimiento de aguas residuales y de tipo industrial por empresas construidas cerca y/o sobre la zona hídrica.

También se evidencia presencia de semovientes en la zona de la ronda de protección, construcciones y presencia de residuos de construcción y demolición. En cuanto a las problemáticas sociales, se evidencia la construcción de cambuches, consumo de sustancias psicoactivas, hurtos, falta de señalización y de alumbrado público, cuestiones que han generado un imaginario de peligro sobre la quebrada El Amoladero, e incluso, un desconocimiento de ésta como quebrada, llegándose a catalogar como “caño”. En este sentido más allá de la degradación física de la Quebrada El Amoladero, el territorio enfrenta una crisis de significación la transición discursiva del ecosistema hacia la categoría de ‘caño’ que ha erosionado el tejido social y la responsabilidad ciudadana.

Ante la situación de la quebrada, la comunidad ha empezado a actuar de manera colectiva y organizada desde diferentes escenarios para generar algunas propuestas de recuperación de la cuenca y sensibilizar sobre la importancia del cuidado de este cuerpo de agua. Tal es el caso del colectivo S.O.S el Amoladero y la Veeduría Verde OBA en donde participan activamente habitantes del sector, así como visitantes, que han venido trabajando desde hace más de cinco años en la recuperación de la quebrada a través de la organización de jornadas de siembra y cuidado de árboles, actividades culturales de sensibilización, escuela ambiental para niños, entre otras. Uno de los espacios más importantes que han logrado dichos colectivos es la Mesa Territorial para la Gobernanza del Agua, Quebrada El Amoladero que articula alrededor de 22 actores, tanto entidades gubernamentales y no gubernamentales, así como organizaciones sociales y comunitarias.

En este escenario, surgen iniciativas relevantes, tanto desde la comunidad como desde la institucionalidad, encaminadas a trabajar por la conservación y la sostenibilidad de la quebrada, como la presente investigación denominada “Memorias de agua, vida y resistencia” que busca comprender cómo la recuperación de la memoria colectiva puede contribuir al fortalecimiento de la acción comunitaria y la comunicación en torno a la Quebrada El Amoladero, para promover su restauración, conservación y apropiación territorial.

Esta investigación se fundamenta en la necesidad de trascender los modelos de comunicación ambiental lineales y tecnocráticos que han fracasado al ignorar las dimensiones emocionales e históricas de la comunidad. Al recuperar la memoria colectiva, la comunicación deja de ser un canal de información para convertirse en una estrategia política de justicia ambiental, capaz de mediar en las tensiones entre el saber técnico institucional y la identidad hídrica de los habitantes.

Para dar respuesta a este propósito, el presente artículo se estructura de la siguiente manera: en un primer momento, se expone el marco teórico que fundamenta el estudio, abor-

dando las categorías de memoria histórica y ambiental, así como las dimensiones de la ciudadanía y la comunicación ambiental. A continuación, se detalla la ruta metodológica sustentada en el paradigma crítico social y la Recuperación Colectiva de la Historia (RCH), describiendo la aplicación de técnicas participativas junto a los actores del territorio. Posteriormente, se presentan los resultados obtenidos, los cuales revelan las profundas relaciones históricas, culturales y emocionales que tejen la identidad hídrica de la comunidad, así como las proyecciones para el diseño de un sendero interpretativo y una herramienta digital de conservación. Finalmente, se propone una discusión de estos hallazgos a la luz de experiencias internacionales y se ofrecen las conclusiones que evidencian cómo el recuerdo colectivo se transforma en un acto político de resistencia para la protección del agua

.

La memoria histórica

Problemas ambientales como el que se presenta en la quebrada en El Amoladero, hacen parte de la crisis ambiental contemporánea que demanda nuevos enfoques que trasciendan las soluciones meramente técnicas para incorporar dimensiones sociales, culturales e históricas en la construcción de alternativas sostenibles. En este sentido, la recuperación de la memoria histórica constituye un mecanismo fundamental para la construcción y el fortalecimiento de comunidades o colectivos afectados o interesados en problemáticas ambientales, las cuales, a su vez, se convierten en el motor de procesos de restauración y conservación que garantizan la sostenibilidad ambiental a largo plazo.

La memoria histórica ambiental no constituye simplemente un archivo del pasado, sino un repositorio activo de conocimiento ecológico que incluye "conocimientos y prácticas ecológicas tradicionales, cambios y transformaciones ambientales históricas, relaciones espirituales y culturales con cuerpos de agua y experiencias de degradación ambiental" (Rodríguez Alarcón, 2022). Algunos estudios analizados revelan que las comunidades conservan en su memoria colectiva información crucial sobre el funcionamiento de los ecosistemas, las prácticas de manejo sostenible y los impactos de las transformaciones ambientales.

Por ejemplo, las comunidades Mapuche documentaron el uso histórico del río Huenehue para agua potable, cuidado animal, lavandería y baño (Ibarra E. & Riquelme M., 2019) , mientras que algunas experiencias en Portugal revelaron "métodos agrícolas sostenibles, uso de plantas medicinales e intervenciones manuales como abrir desembocaduras de ríos y transportar arena" (Rollo, 2025). Esta memoria constituye un conocimiento situado que, captura experiencias situadas que a menudo son ignoradas por enfoques técnico-científicos.

Desde la perspectiva de las ciencias sociales, es fundamental en la construcción y preservación de la identidad de las comunidades. Halbwachs & Díaz (1995) la definen como una reconstrucción de los datos proporcionados por el presente de la vida social y proyectada sobre el pasado reinventado. Este concepto no se limita únicamente a la rememoración de hechos pasados, sino que implica la reconstrucción y reinterpretación constante de la historia colectiva. En este sentido, no solo es una herramienta para recordar y comprender el pasado, sino que también es crucial para la construcción de narrativas identitarias que fortalecen el tejido social y promueven la cohesión comunitaria. Dicha memoria tiene su base en la experiencia de los sujetos, que, desde la noción de Thompson citado por Echeverry, (2004) se expresa en dos momentos: la experiencia vivida y la experiencia percibida. La primera implica conocimientos adquiridos durante la vida cotidiana, mientras que la segunda abarca elementos obtenidos del conocimiento formalizado como el discurso político, religioso, de los medios de comunicación, de distintos mensajes culturales, de elementos históricos y sociales, en fin, del conocimiento históricamente producido y acumulado. La experiencia, aunque surge espontáneamente en el ser social, también requiere pensamiento y reflexión, y produce cambios que generan nuevos cuestionamientos en la conciencia social.

Enmarcar los procesos de memoria dentro de la cultura que los identifica es esencial para comprender su significado y alcance. La memoria, entendida como una construcción social y cultural, se nutre de símbolos, rituales, tradiciones y narrativas propias de cada grupo humano (Ricoeur, 2004). Estas expresiones culturales no solo preservan la memoria colectiva, sino que también contribuyen a la transmisión intergeneracional de conocimientos y valores, fortaleciendo así la identidad cultural de las comunidades. En este sentido, se destaca la influencia de los contextos sociales y culturales en la formación de la memoria colectiva, subrayando la importancia de comprender las relaciones entre individuos y grupos en la construcción de narrativas históricas compartidas.

En el contexto de la memoria histórica de los cuerpos de agua, las prácticas culturales asociadas a ellos representan la identidad y la historia de una comunidad y reflejan las interacciones humanas con el entorno acuático en el tiempo. Desde rituales ancestrales hasta prácticas de subsistencia tradicionales, los cuerpos de agua han sido testigos y protagonistas de eventos históricos y culturales que han dejado una huella indeleble en la memoria colectiva de las sociedades. Así, la preservación y valorización del patrimonio cultural ligado a los cuerpos de agua no solo contribuye a la conservación de la diversidad cultural, sino que también enriquece la comprensión de la historia local y fomenta un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia estos recursos naturales.

La memoria ambiental es complementaria en el estudio de la memoria histórica, en contextos donde el territorio y el medio ambiente son centrales en la configuración de la identidad y la historia de las comunidades. Esta perspectiva encuentra respaldo en el trabajo del Centro Nacional de Memoria Histórica de Colombia, cuyo informe "Del ñame espino al calabazo, objetos que despiertan memorias" destaca la importancia de la memoria ambiental como una herramienta para comprender las interacciones entre las comunidades y su entorno natural, así como para abordar los desafíos ambientales contemporáneos (CNMH, 2014). Por otro lado, Tolosa (2019) define la memoria histórica ambiental como: "el ejercicio riguroso de narración sobre el recorrido de la guerra sobre los territorios y su consecuente influencia sobre los planes de vida y maneras de habitar de las comunidades" (p.30). Desde esta perspectiva se resalta la importancia de la memoria en el contexto ambiental y político, destacando cómo está amenazada por regímenes totalitarios que buscan estandarizar la vida y la información. Este mismo autor señala que el pensamiento ambiental ofrece claves para transformar las relaciones humanas y con la naturaleza, proponiendo una filosofía ambiental que incorpore la dimensión poética de la memoria del mundo, destacando la necesidad de entender la relación entre los seres humanos y la naturaleza desde una perspectiva estética y ética.

Para Tolosa (2019) la memoria ambiental es una herramienta política para la reconciliación, la justicia, la reparación y la construcción de garantías de no repetición en contextos de conflicto armado. Esta herramienta parte de la necesidad de reconocer y valorar las narrativas locales y las relaciones históricas entre las comunidades y su entorno natural, desafiando las verdades universales y promoviendo una comprensión más amplia y diversa de la realidad.

Ciudadanía ambiental

Ahora bien, el ejercicio de reconstrucción y recolección de datos históricos sobre un cuerpo de agua no es en sí mismo un acto que contribuya al fortalecimiento de las acciones ciudadanas en torno a la recuperación de los ecosistemas. Para esto último, hace falta activar algunos mecanismos a través de los cuales la memoria histórica se convierta en un insumo clave en el proceso de cons-

trucción de una ciudadanía ambiental, entre los cuales están: generar identidad y activar la apropiación y participación en el territorio.

La ciudadanía medioambiental representa un enfoque transformador de la participación comunitaria en el cuidado de los recursos naturales, especialmente en contextos urbanos donde las fuentes de agua atraviesan zonas densamente pobladas como en el caso de Zipaquirá. Las investigaciones demuestran que la ciudadanía medioambiental implica "una participación activa y territorializada en la que las comunidades participan en la toma de decisiones medioambientales y demuestran comportamientos de gestión responsable" (Rollo, 2025). Este concepto va más allá de la participación cívica tradicional para abarcar una comprensión más profunda de la interconexión entre las comunidades humanas y sus entornos ecológicos. En las cuencas hidrográficas urbanizadas, la ciudadanía medioambiental se manifiesta a través del reconocimiento por parte de los residentes de su papel como administradores de los recursos hídricos que fluyen por sus barrios, lo que fomenta un sentido de responsabilidad colectiva por la salud del ecosistema.

El desarrollo de la ciudadanía medioambiental en el contexto del agua urbana es especialmente evidente en los casos en que las comunidades recuperan la memoria medioambiental histórica para informar los esfuerzos de conservación actuales. Los estudios demuestran que cuando los residentes comprenden la importancia histórica de los cuerpos de agua, esto motiva la acción y el compromiso de la comunidad y conduce a un cambio de la aceptación pasiva a la demanda activa de restauración (Ibarra E. & Riquelme M., 2019). Los arroyos y ríos urbanos que se han degradado debido al desarrollo suelen convertirse en puntos focales para la organización comunitaria, a medida que los residentes aprenden sobre las condiciones ecológicas del pasado y los usos tradicionales. Esta conciencia histórica crea conexiones emocionales y culturales que impulsan la acción colectiva, transformando la preocupación medioambiental individual en una gestión comunitaria organizada.

La participación comunitaria en la restauración del agua adopta múltiples formas, desde mecanismos formales de gobernanza hasta la organización de base y la acción directa. Las investigaciones indican que una ciudadanía ambiental eficaz incluye la participación en la toma de decisiones, comportamientos de administración responsable como la resistencia y las propuestas de cogobernanza (Rollo, 2025). En contextos urbanos, esto se traduce en la participación de los residentes en los procesos de planificación de cuencas hidrográficas, en programas de monitoreo de arroyos, en la organización de limpiezas de vecindarios y en la promoción de cambios en las políticas que protejan la calidad del agua. Pava F., (2022)documentó cómo las comunidades utilizaron mecanismos de participación ciudadana como peticiones, acciones populares, consejos abiertos, mesas de trabajo y proyectos ambientales y comunitarios para influir en las decisiones sobre la gestión del agua. Estos enfoques participativos muestran cómo la ciudadanía puede salvar la brecha entre la gestión técnica del agua y las necesidades de la comunidad.

Los resultados de las acciones de la ciudadanía medioambiental van más allá de las actividades de restauración inmediatas y abarcan transformaciones más amplias en la identidad de la comunidad y las estructuras de gobernanza. Las comunidades que desarrollan una fuerte ciudadanía ambiental en torno a los recursos hídricos suelen lograr el reconocimiento y la preservación del patrimonio natural y cultural, así como iniciativas lideradas por la comunidad (Fernández E., 2024). Estos esfuerzos pueden dar lugar a resultados concretos en materia de conservación, como el establecimiento de áreas protegidas, la ejecución de proyectos de restauración y la integración de los conocimientos de la comunidad en los procesos de planificación municipal. Además, la ciudadanía ambiental en torno a las

fuentes de agua urbanas genera cambios duraderos en la forma en que las comunidades entienden su relación con la naturaleza, fomentando lo que algunos autores describen como "el reconocimiento de los ríos como entidades vivas con memoria y agencia propias" (Sánchez, 2024). Esta perspectiva altera fundamentalmente la relación entre el ser humano y el agua, pasando de una relación de explotación a una de colaboración y cuidado mutuo.

Comunicación ambiental

Los retos para explorar nuevas miradas en el análisis sobre los problemas medioambientales también se extienden al campo de la comunicación, especialmente al campo de la comunicación ambiental. Históricamente, las aproximaciones a la protección del entorno se basaban en la transferencia lineal de información, asumiendo que el conocimiento técnico generaría automáticamente cambios de comportamiento. Sin embargo, la cultura ambiental establece los parámetros de relación y reproducción social con la naturaleza, evidenciando que los problemas ambientales requieren un abordaje profundamente cultural, ético y pedagógico (Miranda M., 2013).En este contexto, la comunicación ambiental ha dejado de concebirse como una mera herramienta de divulgación científica para erigirse como un territorio transdisciplinario emergente y un eje indispensable en la construcción de nuevos paradigmas sociales (Gavirati, 2016; Mares Ortega, 2022).

El propósito contemporáneo de la comunicación ambiental trasciende la provisión de información o el fomento de una "comunicación verde" corporativa; su objetivo fundamental es propiciar la significación social, la elaboración de acuerdos colectivos y la toma de decisiones democráticas frente a los problemas del entorno (Aparicio et al., 2016). Es en esta intersección entre comunicación, educación y participación donde emerge el concepto central de ciudadanía ambiental.

Formar ciudadanos ambientales implica un objetivo crítico-reflexivo que va más allá de la concientización pasiva; procura la consolidación de una sociedad capaz de establecer autónomamente sus agendas, buscar soluciones a los problemas de su territorio y empoderarse en la agencia social para influir en las políticas públicas (Mares Ortega, 2022). La comunicación para el desarrollo sostenible actúa como el vehículo para este empoderamiento, al promover un intercambio de conocimientos y un diálogo horizontal que tiene en cuenta los intereses, necesidades y capacidades de todos los actores, reconociendo a las comunidades locales no como receptores pasivos, sino como administradores de su propio desarrollo (Servaes, 2012).

Aterrizando esta perspectiva en contextos urbanos y periurbanos tensionados por el crecimiento inmobiliario y la degradación de las cuencas hídricas, como es el caso de la Quebrada El Amoladero, la ciudadanía ambiental se materializa a través de la apropiación y "reactivación" del territorio. La cultura ambiental se configura entonces como una ciudadanía comunitaria en relación simbiótica con el espacio que habita, basada en la acción colectiva y la recuperación de saberes históricos y emocionales (Mares Ortega, 2022). Cuando la comunidad reconstruye su memoria ambiental y asume una "identidad hídrica", la comunicación deja de ser un proceso lineal para convertirse en una trama compleja de encuentros, conflictos y significados compartidos (Mares Ortega, 2022).

Metodología

La investigación se soportó en el paradigma crítico social, posición perfilada en el nivel epistemológico, como un intento de introducir de manera explícita la ideología (en contraposición al ideal positivista de neutralidad valorativa) y la reflexión crítica sobre cómo se produce conocimiento. Dicho carácter ideológico se justifica en lo que Habermas concibe como el interés emancipatorio propio de las ciencias crítico-so-

ciales-, que tiene su identidad en la "preocupación por develar las ataduras de la realidad, esto es, todas aquellas determinaciones que alienan u oprimen lo social" (Becerra J. & Torres C., 2022).

Desde este paradigma, la investigación se dirige a la producción de conocimiento sobre la realidad y a su transformación efectiva. De ahí que "la crítica social e ideológica cobre sentido en este paradigma, en la medida en que también busca facilitar la creación de condiciones propicias para el desarrollo humano y social de los sujetos involucrados" cuestión que implica la participación de estos, en el proceso de investigación de sus experiencias (Becerra J. & Torres C., 2022). Por eso el paradigma crítico social está estrechamente relacionado, en el nivel metodológico, con los diseños participativos de investigación, donde destaca el protagonismo de los actores sociales en la producción de conocimiento y en la definición de acciones de cambio. (Becerra J. & Torres C., 2022) señala algunos rasgos comunes a los procesos de investigación sustentados en este paradigma: 1. Asumen de modo abierto y flexible los diseños de investigación; asimismo emplean diversas técnicas e instrumentos, generalmente haciéndolos participativos en su ejecución y análisis. 2. Implican una participación decisoria de los sujetos involucrados. Investigadores e investigados son al mismo tiempo objeto y sujeto de la investigación. 3. Fomenta la creación y fortalecimiento de los grupos y organizaciones críticas y autónomas, con capacidad de acción.

Junto con la Investigación Acción Participativa IAP, el Diagnóstico Participativo, y la Sistematización de Experiencias, la Recuperación Colectiva de la Historia (RCH)es uno de los diseños metodológicos propios de este paradigma. La RCH se concibe como "una modalidad de producción de conocimientos que busca reconstruir la historia/memoria de hechos y procesos compartidos por colectivos populares (organizados o no) involucrando activamente a sus protagonistas; además de enriquecer el saber social sobre el pasado común, la RCH busca fortalecer procesos de identificación y organización colectiva (Cendales & Torres, 2001)

En este sentido, algunos miembros de la comunidad han jugado un papel activo dentro del ejercicio investigativo, especialmente en el proceso de identificación de actores clave para la aplicación del cuestionario de entrevista, así como en el proceso de convocatoria a los espacios de cartografía social. Igualmente, han sido claves a la hora de reconocer las problemáticas reales del territorio ya que han vivido de primera mano las afectaciones que sufre la comunidad aledaña a la quebrada. También tienen un conocimiento amplio sobre las acciones que se han venido realizando, los actores que se han venido interesando en dichas problemáticas y los diálogos que se han venido tejiendo con las instituciones.

Técnicas e instrumentos

La selección de los participantes con quienes se trabajaron las tres técnicas: entrevista, cartografía y paseo del recuerdo, se realizó mediante un muestreo por conveniencia y la técnica de 'bola de nieve', estrategia que facilitó el acceso a actores con un vínculo histórico y social estrecho con el territorio. Los criterios de inclusión para los entrevistados se centraron en: i) el tiempo de residencia en el municipio de Zipaquirá; ii) su rol activo dentro de la comunidad, priorizando líderes de Juntas de Acción Comunal o referentes locales; iii) el conocimiento directo de los pobladores más antiguos de la zona; iv) la trayectoria de trabajo o activismo en torno a la quebrada; y v) la participación previa en procesos de reconocimiento de memorias ambientales.

Entrevistas

El primer instrumento aplicado en la investigación fue la entrevista semiestructurada que fue aplicada a 15 personas de manera individual y dos familias que solicitaron fueran entrevistados de manera conjunta. Esta

herramienta permitió reconocer diferentes percepciones de los habitantes del municipio, en razón a su ubicación ya que algunos entrevistados viven en la cuenca alta de la quebrada, específicamente en las veredas La Chapa y San Antonio y otros viven en la cuenca media, mucho más cerca de la zona urbana del municipio, en donde es más evidente problemáticas como la contaminación del agua y la inseguridad en la ronda de la quebrada. Por otro lado, se hizo evidente en los relatos, una diferencia de ideas en cuanto al tiempo que llevaba el entrevistado viviendo en el municipio ya que, aunque la mayoría son nativos, otros han llegado en los últimos años. Finalmente, otro aspecto relevante del ejercicio de entrevistas es el rol del entrevistado dentro de su comunidad, ya que se entrevistaron perfiles de líderes comunitarios, pero también comunidad que no participa activamente en procesos organizativos.

Como herramienta primaria de recolección de información, se implementó la entrevista semiestructurada, la cual permitió profundizar en las dimensiones subjetivas y narrativas de los habitantes. Una vez recolectados los testimonios, el tratamiento de los datos implicó un riguroso ejercicio de transcripción y sistematización apoyado en el software de análisis cualitativo Atlas.ti. El proceso analítico se desarrolló en dos etapas: primero, una codificación abierta, que permitió identificar conceptos emergentes y descriptores clave en los relatos; y segundo, una codificación axial, mediante la cual se establecieron relaciones jerárquicas y categorías analíticas transversales. Este procedimiento garantizó que las conclusiones del estudio no solo fueran descriptivas, sino que surgieran de una estructuración sistemática y verificable de la memoria colectiva de la Quebrada El Amoladero. En el proceso de análisis de la información recolectada con las tres herramientas, se trabajó con algunos códigos previamente identificados y otros que emergen de las narrativas de los entrevistados, como se muestra a continuación.

Tabla 1.

Libro de Códigos Historias de Agua, Vida y Resistencia

Código Principal	Subcódigo	Definición Operativa
1. Memorias del Territorio y Vínculo Comunitario	1.1. Memoria Ancestral y Onomástica	Registros sobre el pasado indígena y la evolución de los nombres del cuerpo de agua.
	1.2. Prácticas y Saberes Tradicionales	Usos históricos del agua y formas antiguas de gestión comunitaria.
	1.3. Dimensión Simbólica y Emocional	Vínculos afectivos, identidad hídrica y narrativas místicas sobre el territorio.
2. Transformaciones y Conflictos Socioambientales	2.1. Degradación Ecosistémica	Cambios físicos y biológicos negativos observados en el tiempo.
	2.2. Impacto de la Expansión Urbana	Presión del desarrollo inmobiliario sobre la dinámica natural y social.
3. Agencia Comunitaria y Ciudadanía Ambiental	3.1. Acción Colectiva Organizada	Esfuerzos de resistencia y restauración liderados por la comunidad.
	3.2. Pedagogía y Apropiación Territorial	Procesos de enseñanza y reactivación del sentido de pertenencia.
4. Gestión Institucional y Normativa	4.1. Relación y Gobernanza	Interacción con entidades del Estado y aplicación de marcos legales.
	4.2. Tensiones Técnico-Sociales	Conflictos entre el saber técnico institucional y el saber ecológico comunitario.
5. Imaginarios y Propuestas de Futuro	5.1. Restauración y Diseño del Sendero	Visiones y sugerencias para la recuperación física y social del área.

Nota: Elaboración Propia

Cartografía Social y paseos del recuerdo

Complementariamente, se empleó la cartografía social como técnica de investigación-acción-participativa, orientada a la espacialización de las memorias y la identificación de con-

flictos ambientales en el territorio. Esta herramienta se operacionalizó a través de los 'paseos del recuerdo', los cuales consistieron en recorridos itinerantes a lo largo del cauce de la Quebrada El Amoladero. Durante estos tránsitos, los investigadores y miembros de la comunidad realizaron un ejercicio de observación participante y registro etnográfico, vinculando el relato oral con el espacio físico. Posteriormente, en talleres de mapeo colectivo, se procedió a la construcción de mapas sociales donde la comunidad representó gráficamente la evolución del ecosistema, identificando hitos históricos, zonas de vertimientos y lugares de significación cultural.

Teniendo en cuenta que el recorrido de la Quebrada involucra la comunidad asentada a lo largo de toda su cuenca, se consideró importante realizar dos ejercicios de cartografía, uno en la cuenca alta y otro en la cuenca media. Allí se convocó a líderes zonales, presidente de Juntas de Acción Comunal y habitantes interesados en el proceso, especialmente personas adultas mayores que vivieran hace mucho tiempo en el municipio.

En cada lugar se realizó una sesión de trabajo orientada por una guía diseñada previamente, que contaba con algunas preguntas evocadoras para iniciar y guiar el ejercicio de conversación con las personas. Cada grupo tenía la orientación de un miembro del equipo de investigación, para acompañar el proceso de ubicación de elementos en el mapa y tomar nota de los aspectos más llamativos de las narraciones de la comunidad.

La triangulación entre los relatos obtenidos en las entrevistas y las representaciones gráficas de la cartografía social constituyó el insumo fundamental para el diseño de la arquitectura de información del mapa de navegación digital, asegurando que la herramienta tecnológica sea un reflejo fiel del sentir y el saber comunitario.

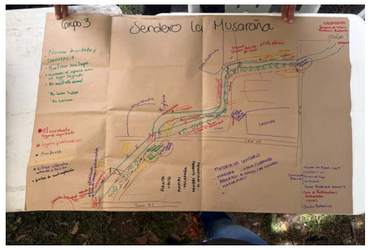


Figura 1.

Detalle de la cartografía social realizada por la comunidad de la Vereda El Amoladero, 2025

Resultados

La relación entre la comunidad y la Quebrada El Amoladero es un tejido complejo de memorias históricas, prácticas culturales y vínculos emocionales que han evolucionado desde una visión del agua como un recurso de uso para la vida social y productiva hacia un espacio de resistencia y recuperación ambiental.

A continuación, se describen algunas dimensiones identificadas.

1. Relaciones Históricas: Entre el Origen Ancestral y la Memoria Ambiental

La historia de la quebrada no es lineal; está marcada por una memoria histórica que rescata la identidad del territorio y una memoria ambiental que registra su transformación física. La comunidad reconoce en la quebrada un pasado ancestral vinculado a la cultura Muisca, evidenciado en hallazgos de figuras precolombinas en el subsuelo de la parte alta.

Históricamente, la gestión del agua era comunitaria y rudimentaria, basada en la soberanía hídrica tradicional. Los habitantes recuerdan cómo sus antepasados traían el agua mediante "canales hechos a mano" o "zanjas" de barro para surtir a las pocas casas que existían en veredas como San Antonio. *"El abuelo y los abuelos de la vereda traían el agua por canales hechos a mano… hacían la zanja y por ahí bajaba el agua y llegaba y la recogían"* (H. Mora, comunicación personal, 20 de octubre de 2025).

La onomástica de la quebrada también refleja cambios en su uso, en algunos textos se identifica que la quebrada como "Almorzadero", nombre que probablemente evolucionó a "Amoladero" y, tras la contaminación urbana, fue estigmatizada como "Río Negro" o simplemente "el caño".

2. Relaciones Culturales: El Agua como Espacio de Sociabilidad y Trabajo

Desde la perspectiva cultural, la quebrada ha funcionado como el escenario principal de las memorias de uso tradicional. El nombre actual, "El Amoladero", está intrínsecamente ligado a la práctica de "amolar" la ropa (lavarla y frotarla contra las piedras), una actividad que convertía la ronda hídrica en la "quebrada para lavar", un espacio público vital donde se tejían redes sociales mientras se realizaban las labores del hogar.

"Dicen que el Amoladero es por lo de que venía la gente a lavar acá, entonces eso era en esa época, decían, vamos es a molar, era a lavar la ropa" (T. Ramírez, comunicación personal, 29 de octubre 2025).

Las prácticas recreativas como los "paseos de olla", la pesca de truchas, y el aprendizaje de la natación en "las tomas" (lagunas naturales o represamientos), constituyen el núcleo de la identidad cultural de los zipaquireños más antiguos. Actualmente, esta cultura se ha transformado en ciudadanía ambiental, donde el arte (muralismo, teatro, música) y festivales como el "Sembrarte" que se realiza cada año, son las nuevas formas de relacionamiento cultural para defender el ecosistema frente a la expansión urbana.

"Nos bañábamos en la toma a escondidas porque el de la finca… nos daba escopetazos de advertencia… era un lugar maravilloso" (O. Bejarano, comunicación personal, 31 de mayo de 2025).

3. Relaciones Emocionales: Identidad, Duelo y Sanación

El vínculo emocional con El Amoladero es profundo y ambivalente. Existe un sentido de pertenencia, especialmente en las nuevas generaciones, arraigado en la idea de que "nosotros también somos agua", lo que genera una unión ontológica entre el habitante y la quebrada. Para muchos, el territorio ha funcionado como un refugio y espacio de sanación, especialmente durante la pandemia, ofreciendo tranquilidad y armonía frente al caos urbano.

"Siento que también un objetivo que tenemos con todo este trabajo es recordarnos como agua que camina y recordarnos que también somos Amoladero" (D. Rodríguez, comunicación personal, 7 de noviembre 2025). *"La quebrada ha sido como el espacio en el que he logrado representarme a mí mismo y como un espacio también de sanación… muchas veces uno llegaba estresado del trabajo… trabajaba en la quebrada y ya salía uno con más energías"* (E.Rodríguez, comunicación personal, 3 de octubre de 2025).

Sin embargo, este amor por el territorio convive con el duelo ambiental. Los testimonios reflejan una profunda tristeza al observar el cambio del agua cristalina por "aguas negras" y la desaparición de especies como la musaraña, los peces o las aves migratorias. Esta emoción negativa, no obstante, se ha canalizado como motor de la acción comunitaria, donde la frustración institucional se transforma en empoderamiento para evitar que la quebrada sea "cementada" o "canalizada".

4. Apropiación territorial y ciudadanía ambiental

La apropiación territorial identificada en la Quebrada El Amoladero trasciende la simple posesión física del suelo, configurándose como un proceso de "reactivación del territorio" donde la comunidad se reconoce como parte intrínseca del ecosistema. Los hallazgos sugieren que esta relación no es de dominación, sino de vínculo afectivo e identidad hídrica, donde los habitantes se perciben

como “agua que camina”. Esta perspectiva coincide con lo planteado por Pava F., (2022) donde la ciudadanía ambiental se define como una participación territorializada que permite a las comunidades actuar como administradoras responsables de sus recursos. Al redefinir su derecho no solo al uso, sino al reconocimiento de la quebrada como un sujeto de derechos, la comunidad rompe con el paradigma antropocéntrico de explotación y asume deberes de custodia y restauración activa.

La transición de una “aceptación pasiva” de la contaminación hacia una **“**demanda activa de restauración” está directamente mediada por la recuperación de la memoria histórica ambiental, especialmente desde el interés de nuevas generaciones. El contraste entre el recuerdo de la “quebrada viva”, donde se practicaban la pesca y los baños recreativos en “la toma”, y el estado actual de degradación, actúa como un motor de resistencia colectiva contra la estigmatización del cuerpo de agua como un simple “caño”. Esta conciencia histórica crea conexiones emocionales que impulsan la gestión comunitaria organizada, transformando la preocupación individual en acciones concretas como el festival “Sembrarte” y la siembra de más de 4,500 árboles nativos.

Sin embargo, emergen tensiones críticas entre el saber comunitario y la intervención técnica institucional. El conflicto derivado de la propuesta de “adecuación hidráulica” que hace algunos años fue impulsado por parte de la EPZ (Empresa de Servicios Públicos de Zipaquirá) evidencia una forma de dominación técnica que la comunidad ha desafiado mediante la organización social. La resistencia a la canalización con cemento y la defensa de una restauración manual muestran una ciudadanía ambiental que reclama su derecho a participar en las decisiones que afectan su entorno vital.

Finalmente, la sostenibilidad del corredor ambiental enfrenta el desafío del desarraigo provocado por la urbanización rápida y la densificación poblacional. Se identifica que mientras los habitantes antiguos conservan un fuerte sentido de pertenencia basado en la memoria, algunos de los nuevos residentes de conjuntos cerrados suelen mostrar apatía, percibiendo la quebrada como una fuente de inseguridad. No obstante, la consolidación de la Mesa Territorial para la Gobernanza del Agua y los esfuerzos de educación ambiental permanente sugieren que es posible construir una ciudad sensible al agua. La recuperación de la memoria no es, por tanto, un ejercicio nostálgico, sino una estrategia política de justicia ambiental que permite reconocer a los ríos y quebradas como entidades vivas con agencia propia (Gutiérrez Pisso et al., 2024).

5. Un sendero para la conservación

El alcance de esta investigación no se limitó a la reconstrucción de la memoria histórica del pasado, sino que también indagó en los sueños y proyecciones futuras de los habitantes respecto a su entorno natural. En este sentido, se identificó y fortaleció una visión compartida entre la comunidad y la administración municipal: la consolidación de un sendero o corredor ambiental en la Quebrada El Amoladero. El objetivo central de esta iniciativa es facilitar que la ciudadanía reconozca el espacio, se apropie de él y asuma un rol activo en su cuidado y conservación. Como resultado directo de este proyecto, se construyó y entregó un documento que sirvió como insumo base para los estudios iniciados por la Secretaría de Desarrollo Rural y Ambiente del municipio, para el diseño técnico y ambiental de dicho corredor.

Adicionalmente, y como parte de los compromisos de la propuesta investigativa, se conceptualizó el desarrollo de una herramienta digital interactiva. Como se observa en la Tabla 2, la investigación permitió realizar una triangulación de datos que evidencia una tensión constante entre el ‘territorio recordado’ y el ‘territorio vivido’. Mientras que las entrevistas aportaron la carga emocional y narrativa, la cartografía social permitió ubicar geográficamente las heridas

del ecosistema. Esta convergencia de datos fundamenta la propuesta pedagógica del mapa de navegación, asegurando que cada nodo digital responda a una realidad espacial y afectiva validada por la comunidad.

Tabla 2.

Triangulación de datos por categoría analítica.

Categoría Analítica	Hallazgos en Entrevistas (Relato Oral)	Hallazgos en Cartografía Social (Espacialización)	Síntesis Analítica e Interpretación
Memoria Ambiental e Histórica	Relatos de la quebrada como espacio de sociabilidad (lavandería, juegos) y provisión de alimento.	Identificación de hitos desaparecidos: “pozos”, piedras de lavado y antiguos cauces ahora cementados.	Duelo ambiental: Existe una ruptura traumática entre el pasado de abundancia y el presente de degradación.
Apropiación y Conflicto Territorial	Percepción de la quebrada como un “caño” o alcantarillado debido a la negligencia institucional.	Ubicación de puntos críticos de vertimiento, basurales y zonas de invasión urbanística sobre la ronda.	Desconexión sistémica: La comunidad se siente ajena al ecosistema debido a la estigmatización simbólica del agua.
Ciudadanía e Identidad Hídrica	Emergencia del deseo de restauración y defensa del territorio como un “sujeto de derechos”.	Diseño de la “Quebrada Soñada”: mapeo de posibles aulas ambientales, senderos y huertas comunitarias.	Resistencia activa: La memoria actúa como motor para pasar de la queja pasiva a la acción ciudadana organizada.
Pedagogía Ambiental Comunicativa	Necesidad de lenguajes más cercanos y menos técnicos para entender el ecosistema.	Validación de hitos históricos para el “Mapa de Navegación” y la ruta de los “Paseos del Recuerdo”.	Educomunicación situada: La estrategia digital cobra sentido al basarse en la geografía del afecto y no solo en datos técnicos.

Nota: Elaboración Propia

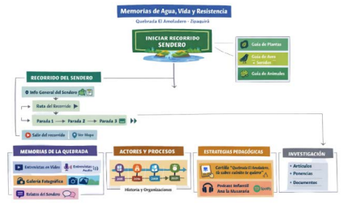
Esta plataforma estará diseñada para permitir a la comunidad realizar un recorrido, virtual y como acompañamiento físico, por la quebrada, accediendo a información detallada sobre su historia, su importancia estratégica para el territorio, su biodiversidad, la conectividad ecológica (fauna y vegetación) y los procesos ciudadanos de recuperación.

El sitio web se encuentra actualmente en fase de diseño y construcción, teniendo como materia prima e insumo principal los relatos recogidos durante las entrevistas y los ejercicios de cartografía social realizados con la comunidad. A continuación, se presenta el mapa de navegación de la plataforma, titulada “Memorias de Agua, Vida y Resistencia”. Como se observa en el esquema, el sitio alojará diversos productos educomunicativos organizados en módulos estratégicos:

- Recorrido del Sendero: Un mapa interactivo estructurado por paradas y rutas.
- Guías de Vida: Catálogos interactivos con información sobre plantas, aves (incluyendo sonidos) y animales endémicos.
- Memorias de la Quebrada: Un repositorio de memoria oral y visual que incluye entrevistas (en audio y video), galerías fotográficas y relatos del sendero.
- Actores y Procesos: Una línea de tiempo que documenta la historia y la evolución de las organizaciones comunitarias desde el 2008 hasta la actualidad.
- Estrategias Pedagógicas: Espacio para la divulgación de materiales didácticos creados en el marco del proyecto, como la cartilla “Quebrada El Amoladero, tú sabes cuánto te quiero” y el podcast infantil “Ana la Musaraña”.
- Investigación: Un repositorio académico para artículos, ponencias y documentos técnicos derivados del estudio.

Figura 2.

Mapa Navegación Sendero



Discusión

Los hallazgos de esta investigación permiten identificar que la memoria histórica no es un archivo pasivo, sino un motor de ciudadanía ambiental que transforma la "aceptación pasiva" de la contaminación en una "demanda activa de restauración". Un resultado central es la emergencia de una identidad hídrica, donde los habitantes se reconocen como "agua que camina", otorgando a la quebrada el estatus de sujeto de derechos y superando la visión técnica institucional que la reduce a un "caño de drenaje". Estos hallazgos revelan que el recuerdo de prácticas tradicionales, como el lavado de ropa ("amolar") y los baños en "la toma", constituye la base emocional sobre la cual se asienta la defensa actual del territorio frente a la expansión urbana.

Al comparar estos resultados con otros estudios, se observa una coincidencia significativa con investigaciones internacionales donde la memoria comunitaria actúa como un "conocimiento situado" frecuentemente ignorado por los enfoques técnico-científicos. Al igual que las comunidades Mapuche en Chile, que documentaron el uso histórico de los ríos para la defensa territorial, o los casos en Portugal donde los saberes tradicionales preservaron métodos agrícolas sostenibles, en El Amoladero la recuperación de la cosmovisión Muisca de "pensamiento, palabra, corazón y acción" proporciona un marco ético para la restauración que la ingeniería hidráulica convencional no contempla. Esta investigación reafirma que, independientemente del contexto geográfico, la participación territorializada y la recuperación de la historia colectiva son herramientas universales para fortalecer la gobernanza local del agua y la defensa de los bienes comunes urbanos.

A pesar de que la pregunta de investigación pudo contestarse satisfactoriamente al evidenciar cómo la memoria fortalece la acción comunitaria, el estudio enfrentó limitaciones importantes. La principal es el desarraigo territorial provocado por la rápida expansión inmobiliaria; los nuevos habitantes de los conjuntos residenciales carecen del vínculo histórico con el ecosistema, lo que genera una apatía urbana que dificulta la cohesión en los procesos de cuidado. Un caso similar se presenta con los habitantes más antiguos que ya no recuerdan muchos detalles sobre su relación con la quebrada y que se han contaminado de alguna manera por esa apatía hacia lo que sucede en torno al cuidado del agua en el municipio. Asimismo, existen barreras normativas, ya que la resolución actual de protección de la ronda no permite infraestructuras deseadas por la comunidad, como huertas o aulas ambientales, lo que genera una tensión entre el deseo ciudadano y la legalidad vigente. Estas limitaciones representan oportunidades para futuras investigaciones que exploren estrategias de "comunidades sensibles al agua" en contextos de alta rotación demográfica y propongan actualizaciones normativas que integren los usos sociales con la conservación estricta.

Esta investigación no solo encontró nostalgia, sino una estrategia política de justicia ambiental. Se confirmó que, sin la intervención de colectivos y organizaciones sociales, la quebrada probablemente ya habría sido canalizada o cementada. Para quienes deseen replicar este estudio, se recomienda enfáticamente la metodología de Recuperación Colectiva de la Historia (RCH) y el uso de dispositivos educomunicativos y de conservación como el sendero interpretativo, que permiten traducir los relatos sensoriales del pasado en acciones de conservación presente. La importancia de estos hallazgos reside en su capacidad para validar a los ríos y quebradas como entidades vivas con agencia propia, dejando una huella metodológica útil para la protección de cuencas altoandinas que enfrentan presiones urbanísticas similares.

Conclusiones

La investigación demuestra que la Quebrada El Amoladero no es simplemente un recurso hidrológico, sino un complejo tejido de memorias históricas, prácticas culturales y vínculos emocionales que definen la identidad de Zipaquirá. La recuperación de la memoria ha permitido que la comunidad transite de una visión nostálgica de usos tradicionales como el lavado de ropa, hacia el reconocimiento de la quebrada como un sujeto de derechos y un ecosistema vivo. Al desafiar la estigmatización del cuerpo de agua como un simple "caño", los habitantes han reconstruido una identidad hídrica bajo la premisa de que los seres humanos son "agua que camina", transformando el recuerdo en un repositorio activo de conocimiento ecológico y pertenencia territorial.

El fortalecimiento de la ciudadanía ambiental se manifiesta en el paso de una "aceptación pasiva" de la degradación hacia una "demanda activa de restauración", liderada por organizaciones como el colectivo S.O.S Amoladero y la Veeduría Verde Oba. Este empoderamiento comunitario ha logrado resultados tangibles, como la siembra de más de 4,500 árboles nativos, la creación de la Mesa Territorial para la Gobernanza del Agua y la resistencia frente a intervenciones técnicas institucionales que amenazaban con canalizar el cauce. La apropiación territorial se entiende aquí no como dominio, sino como una "reactivación" del territorio, donde la acción colectiva actúa como una barrera crítica frente a las presiones del descontrol de las construcciones y el individualismo urbano.

Finalmente, el diseño del sendero interpretativo, inicialmente en el espacio digital, se proyecta como dispositivo fundamental para la sostenibilidad y la justicia ambiental del corredor.

Al integrar la cosmovisión ancestral Muisca, basada en el pensamiento, palabra, corazón y acción, con la ciencia ciudadana, el proyecto propone un modelo de "ciudad sensible al agua" que vincula el páramo con el río Bogotá. Recordar el estado prístino de la quebrada se revela como un acto político de resistencia, asegurando que esta aula ambiental viva trascienda la urgencia del presente y se convierta en un legado de reparación ecosistémica para las generaciones futuras.

Referencias bibliográficas

- Aparicio, R., Escobedo, M., Zoncuantla, C. P., Coatepec, ;, & Veracruz, M. (2016). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. Comunicación y Sociedad, (25), 209–235. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000100009&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Becerra J., A., & Torres C., A. (2022). La Práctica Investigativa en Ciencias Sociales Nuevas Perspectivas (Universidad Pedagógica Nacional., Ed.; 2a ed.).
- Cendales, L., & Torres, A. (2001). Recordar en vivir, algunas técnicas para reactivar la memoria colectiva. Aportes. Revista Aportes · 26, (15). https://www.academia.edu/38585284/Recordar_es_vivir_T%C3%A9cnicas_para_reactivar_la_memoria_colectiva
- CNMH. (2014). Del ñame espino al calabazo: objetos que despiertan memorias. (C. N. de M. Histórica, Ed.). https://accioneseiniciativas.centrodememoriahistorica.gov.co/s/inicio/item/259
- Echeverry, D. B. (2004). Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica. La Práctica Investigativa En Ciencias Sociales., 123.
- Fernández E., A. M. (2024). El programa de extensión Barrios de Piedra: compensación de daño ambiental, construcción colectiva de la memoria histórica y desarrollo comunitario. Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía, 35, 73–88. https://doi.org/10.37838/unicen/est.35-105
- Gavirati, P. M. (2016). La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente Estudio de caso en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (1985-2015). La Trama de La Comunicación, 20(1),

109–127. https://doi.org/10.35305/lt.v20i1.565

• Gutiérrez , J. A. 15 (), ., Caldón Palechor, J. F., Mosquera Rodríguez A.S., & Belalcázar Chantre D. P. (2024). Los ríos como sujetos de derechos. Desarrollo de la jurisprudencia constitucional colombiana. Revista Academia & Derecho, 15 (28)(15), 1–25.

• Halbwachs, M., & Díaz, A. L. (1995). Memoria colectiva y memoria histórica. Reis, (69), 209. https://doi.org/10.2307/40183784

• Ibarra E., M. I., & Riquelme M., W. (2019). Sentipensar mapuche con las aguas del Huenehue: Hacia una ecología política y una antropología por demanda. Polis (Santiago), 18(54). https://doi.org/10.32735/s0718-6568/2019-n54-1402

• Mares O., L. K. (2022). La comunicación ambiental, aproximaciones teórico-interdisciplinarias para abordar la problemática socioambiental. Sintaxis, (9), 131–152. https://doi.org/10.36105/stx.2022n9.9

• Miranda M., L. M. (2013). Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales. Producción + Limpia, 8(2), 94–105. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012134&info=resumen&idioma=SPA

• Pava F., L. K. (2022). Gobernanza y percepción del agua en la cuenca del río Cañaveralejo Cali-Colombia: Participación ciudadana y responsabilidad social [Universidad Nacional de La Plata]. https://doi.org/10.35537/10915/138217

• Ricoeur, P. (. (2004). Memory, history, forgetting. (University of Chicago Press, Ed.).

• Roa P., D. E., Parada R., N., & Rodríguez V., R. A. (2023). Lineamientos estratégicos para una gestión agropecuaria sostenible en el marco del cambio climático en el páramo de Guerrero, Cogua, Cundinamarca, Colombia. Naturaleza y Sociedad. Desafíos Medioambientales, ISSN-e 2805-8631, No. 6, 2023 (Ejemplar Dedicado a: Perspectives and Challenges in Nature-Society Interrelations Through Religious and Spiritual Experiences), Págs. 193-221, (6), 193–221. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9659058&info=resumen&idioma=SPA

• Rodríguez A., M. N. (2022). Suelos pantanosos y afluentes contaminados: la construcción histórica del agua como amenaza para la población de Jojutla, Morelos, México. Sociedad y Ambiente, (25), 1–29. https://doi.org/10.31840/sya.vi25.2552

• Rollo, M. F. (2025). Ouçam, por favor: a natureza e as comunidades agradecem – história Oral e Patrimônio Biocultural para a conservação e a biodiversidade. Outros Tempos: Pesquisa Em Foco - História. https://doi.org/10.18817/ot.v22i40.1311

• Sánchez, C. (2024). La represa es una forma de frontera. Una noción de memoria histórica ambiental a partir de la obra de Carolina Caycedo. Escritos. https://doi.org/10.18566/escr.v32n68.a08

• Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. CIC: Cuadernos de Información y Comunicación, ISSN-e 1988-4001, ISSN 1135-7991, No 17, 2012, Págs. 17-40, (17), 17–40. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4029225&info=resumen&idioma=SPA

• Tolosa Ch. J. (2019). Memoria ambiental y reconciliación. La enunciación de la vida. (Censat Agua Viva., Ed.). https://co.boell.org/sites/default/files/memoriambiental1_web.pdf

Diálogo, identidad y territorio: aportes de la comunicación participativa a la revitalización urbana en Popayán

Carolina Quiñonez Zúñiga
Comunicadora Social y
Magister en Administración.
Fundación Universitaria de Popayán (FUP).

Magda Yised Erazo Muñoz, Arquitecta.
Especialista en Derecho Urbano.

José Manuel Alegría Cerón
Arquitecto. Especialista en proyectos.
Fundación Universitaria de Popayán (FUP)

Resumen

Esta ponencia analiza los resultados del proyecto Revitalización de la Galería del Barrio Bolívar y su entorno en la ciudad de Popayán-Cauca, desde la perspectiva de la comunicación participativa como mediación fundamental en los procesos de transformación urbana y patrimonial. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de Investigación-Acción, articulando a más de mil comerciantes, actores institucionales y organizaciones sociales en un proceso estructurado de diagnóstico integral y co-creación territorial.

La comunicación fue concebida no como instrumento informativo, sino como práctica sociocultural orientada a reconstruir confianza, fortalecer la gobernanza participativa y posibilitar la emergencia de imaginarios colectivos. A través de talleres sectoriales, cartografía participativa, ejercicios de prototipado espacial, análisis semiótico y diseño colaborativo de identidad visual, se configuró una visión compartida de futuro que proyecta la galería como un espacio renovado, seguro, ordenado y sostenible, capaz de preservar su identidad cultural y fortalecer su función como núcleo de economía popular y campesina.

Entre los principales resultados se destacan: (1) la consolidación de un modelo de gobernanza multiactor basado en mapeo estratégico y representación sectorial; (2) la construcción participativa de un imaginario urbano que articula modernización infraestructural con preservación patrimonial, cohesión social e inclusión; y (3) la co-creación de una identidad visual legitimada por la comunidad, materializada en un imagotipo que simboliza trabajo colectivo, pertenencia y transformación territorial.

La investigación evidencia que la revitalización urbana sostenible no se sostiene exclusivamente en intervenciones físicas, sino en la construcción de narrativas compartidas que resignifican el territorio. En este caso, la comunicación participativa actuó como dimensión constitutiva del desarrollo, permitiendo consolidar una “modernidad alternativa” para la ciudad de Popayán, donde la economía popular y la memoria colectiva se integran al diseño del futuro urbano.

Palabras clave

Comunicación participativa, Cocreación territorial, Imaginarios urbanos

Introducción

La Galería del Barrio Bolívar y su entorno es el epicentro comercial y cultural más emblemático de la ciudad de Popayán, consolidándose como un nodo de carácter regional. Funciona como un articulador de comunidades, tradiciones y economías, siendo crucial para el departamento del Cauca y el suroccidente colombiano. Su mercado campesino es una tradición que preserva la cultura y fortalece las redes comerciales rurales. Asimismo, representa uno de los espacios más significativos

de Popayán, una ciudad que ostenta reconocimientos internacionales como Ciudad UNESCO de la Gastronomía desde 2005 y Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por sus Procesiones de Semana Santa (Unesco 2009). Esta plaza de mercado, con más de cuatro siglos de historia, ha sido testigo y protagonista de las transformaciones sociales, económicas y urbanas de la capital caucana, evolucionando desde sus orígenes en el Parque Caldas hasta su actual ubicación en el barrio Bolívar. A pesar de su importancia, la galería enfrenta un grave deterioro infraestructural, problemas sociales y ambientales.

La Galería del Barrio Bolívar representa un espacio vital para la vida económica, social y cultural de Popayán, pero su funcionamiento actual está marcado por tensiones profundas que se han acumulado durante décadas. La principal problemática es el deterioro de su infraestructura, derivado de la ausencia de intervenciones estructurales significativas desde 1967. Ello ha resultado en una infraestructura desbordada que no responde a las dinámicas actuales de comercio mayorista y minorista, provocando sobreocupación del espacio público, congestión vehicular permanente, insuficiente gestión de residuos y problemas sistemáticos de salubridad.

La localización de la galería dentro del área de influencia del centro histórico agrava estas tensiones, pues las exigencias de protección patrimonial limitan intervenciones directas, al tiempo que la operación diaria del mercado deteriora progresivamente el entorno urbano patrimonial. Los desafíos contemporáneos relacionados con el deterioro infraestructural, los riesgos ambientales y las tensiones urbanas requieren soluciones integrales que combinen la modernización necesaria con la preservación de las tradiciones y derechos de las comunidades establecidas. Es en este escenario donde el Proyecto Revitalización de la Galería del Barrio Bolívar y su entorno en la ciudad de Popayán-Cauca, se desarrolló con el propósito de avanzar en la construcción de una estrategia de participación comunitaria que posibilite la co-creación de una visión compartida para la propuesta de la nueva Galería del Barrio Bolívar. En este proceso la comunicación como mediación juega un papel importante, a la hora de ser un mecanismo clase en la participación ciudadana. Este enfoque reconoce que los procesos de revitalización urbana y patrimonial no se sostienen únicamente desde la infraestructura o la intervención física, sino que requieren de narrativas colectivas construidas desde la comunidad, en donde la comunicación actúa como mediador entre los habitantes de la Galería, la institucionalidad y la ciudadanía, facilitando el reconocimiento, la apropiación y la transformación simbólica del espacio público.

Pregunta de investigación:

¿Cómo la comunicación participativa facilita la co-creación de imaginarios colectivos en la revitalización de la Galería del Barrio Bolívar y su entorno?

Metodología

Este proyecto se realizó bajo el enfoque cualitativo, cimentado en los postulados de la Investigación-Acción (Sirvent, MT, & Rigal, L. 2023), a través de procesos participativos con delegados que representaron a 1000 comerciantes asentados en la Galería del Barrio Bolívar, se desarrollaron acciones orientadas al diagnóstico participativo de la Galería, talleres de imaginarios colectivos, ejercicios de maquetas tipo “lego”, análisis semiótico de identidad gráfica, mapeos de sueños, cartografía participativa y talleres sectoriales para la identificación de percepciones, expectativas y propuestas comunitarias en torno a la galería.

Este enfoque permitió involucrar de manera activa a residentes, comerciantes, líderes locales y otros actores del territorio, reconociendo su papel fundamental en la identificación de problemáticas, la construcción de diagnósticos compartidos y la formulación de soluciones que respondiera a sus vivencias cotidianas y a sus expectativas sobre la revitalización del espacio.

La metodología incluyó las siguientes fases metodológicas: Tablal. Fases metodológicas del proyecto.

Fase 1: Identificación y Caracterización de Actores	Fase 2: Diagnóstico Integral Multidimensional	Fase 3: Co-creación del Imaginario y visión Compartida
• Mapeo de actores y sectores: • Sondeo de líderes: 255 (participantes) • Talleres participativos de representatividad con los sectores agrícola, alimentos, comercio y servicios para definir voceros oficiales. • Articulación institucional con el sector público, privado y organizaciones sociales para coordinar esfuerzos. • .	• Censo Socioeconómico: Aplicación del Censo 2025 a través de la plataforma Survey123 para caracterizar 942 unidades productivas. • Componente Histórico y Socio-cultural: reconstrucción de la memoria colectiva mediante historias de vida y relatos de tradición gastronómica. • Componente Urbano y de Movilidad: análisis de usos del suelo, levantamiento de campo y conteos vehiculares/peatonales en nodos críticos. • Componente Ambiental: realización de un censo arbóreo y evaluación fitosanitaria del entorno. • Componente Jurídico: Clasificación de las • relaciones entre ocupantes y	• Identidad Visual Participativa: diseño de la marca del proyecto mediante ejercicios de “sensibilidad gráfica” y elección comunitaria del logo. • Talleres “Crea tu Galería”: Uso de herramientas pedagógicas como maquetas planas y fichas tipo “lego” para zonificar • colectivamente el espacio. • Propuesta de Organización Espacial: Consolidación de tres visiones grupales en un esquema de zonificación de tres niveles que incluye cocinas tradicionales y áreas culturales.
		el espacio público para definir mecanismos de compensación.
• Estas fases estuvieron acompañadas de manera transversal por la estrategia de comunicación y gestión social, mediante la cual se integró la comunidad de comerciantes asentados en la Galería y sus alrededores, así como también la articulación institucional para poner en marcha la construcción de la visión. Esta fase incluyó actividades como: Convocatoria (medios tradicionales como perifoneo y volanteo) • Identificación de líderes para el proceso de comunicación: • Construcción de identidad visual • Historias de vida (serie de podcast) • Articulación de medios institucionales • Gestión de la comunicación externa		

Discusión

Comunicación participativa para el cambio social

De acuerdo (Servaes, 2008; Tufte, 2017) la comunicación participativa para el cambio social puede entenderse como un proceso relacional que articula diálogo, empoderamiento y acción colectiva, orientado a la transformación democrática de las estructuras sociales desde el protagonismo de las comunidades. En ese sentido, la comunicación no se limita a la transmisión de información, sino que promueve la interacción, el diálogo y la co-creación de soluciones. En el ámbito de la gestión pública, este enfoque fortalece la legitimidad de las decisiones y mejora la calidad democrática al incorporar la voz ciudadana en la formulación, implementación y evaluación de proyectos urbanos (Emmanuel & Ewoh, 2025).

En el proceso desarrollado con los comerciantes que hacen parte de la Galería Barrio Bolívar, articuló tres líneas fundamentales:

- La comunicación como proceso horizontal y mediado por la cultura
- La participación ciudadana como derecho y como forma de ejercer agencia colectiva
- La gestión de los medios (tradicionales, digitales e inmersivos) como herramientas que potencian la visibilidad, el diálogo intergeneracional y la innovación narrativa.

Este ejercicio facilitó la reconstrucción de confianza con los actores participantes, mitigando el desgaste por décadas de anuncios incumplidos sobre la actualización y renovación de infraestructura de la Galería del Barrio Bolívar. La comunicación participativa estuvo presente desde el inicio del proceso, desde la convocatoria voz a voz con cada uno de los comerciantes, garantizando la vinculación de los actores al proyecto. Se recurrió al uso de medios tradicionales como el volanteo y el perifoneo ya que, por las características de la población y el lugar, se identificaron como los más efectivos. Se generaron espacios de encuentro donde los comerciantes tuvieron la posibilidad de ser escuchados a partir de sus necesidades y también sus propuestas, reconociendo que todos sus aportes fueron integrados a la visión que proyectan de la Galería que sueñan y necesitan.

Desde esta perspectiva, la comunicación es entendida como dimensión constitutiva del desarrollo y no como un instrumento accesorio. Para Servaes (2008), los procesos de cambio social sostenibles sólo son viables cuando se fundamentan en la participación activa de las comunidades, el reconocimiento de los saberes locales y la construcción colectiva de soluciones contextualizadas. En el mismo sentido, Gumucio Dagron (2008) sostiene que la comunicación participativa implica apropiación comunitaria, horizontalidad en las relaciones y protagonismo social, condiciones indispensables para que el cambio emerja desde dentro y no sea impuesto externamente.

Uno de los procesos más significativos y tangibles del proyecto fue la construcción participativa de la identidad visual de la Galería del Barrio Bolívar, el cual más que un ejercicio gráfico, este proceso articuló la escucha, el diálogo y la memoria comunitaria, permitiendo que la identidad visual surja desde la experiencia cotidiana de quienes habitan y dan vida a la galería. Así mediante la observación, escucha y sensibilidad gráfica basado en entrevistas, encuentros comunitarios, ejercicios de escritura, dibujo y diálogo colectivo, fue posible el reconocimiento de la galería como espacio emocional y simbólico, no solo físico, donde convergen memorias, nostalgias, conflictos, trabajo cotidiano y aspiraciones de futuro.

Desde esta mirada, el proceso de comunicación para el proyecto de la galería no solo buscó informar, sino generar procesos de construcción de ciudadanía cultural, mediante el uso crítico y creativo de los medios, el fortalecimiento de vínculos comunitarios y la resignificación de la galería como patrimonio vivo, este enfoque permitió entender el proyecto no se limita a la infraestructura, sino que requiere narrativas colectivas para el reconocimiento y la apropiación simbólica del espacio.

Co-creación:

La co-creación puede definirse como un proceso colaborativo mediante el cual diversos actores —instituciones, expertos y ciudadanía— participan activamente en la generación conjunta de valor social y en la construcción de soluciones contextualizadas. Desde la perspectiva de la innovación social, Manzini (2015) sostiene que el diseño ya no es una práctica exclusiva de expertos, sino una actividad distribuida en la que “cuando todos diseñan” se amplían las capacidades colectivas para transformar el entorno. En este sentido, la co-creación no solo produce resultados espaciales o técnicos, sino que activa redes sociales, fortalece vínculos comunitarios y promueve aprendizajes colectivos. Aplicado al contexto urbano, este enfoque permite democratizar el diseño de la ciudad e integrar los conocimientos situados de quienes habitan el territorio. En el ámbito urbano, la co-creación se articula con enfoques contemporáneos de planificación colaborativa que buscan integrar las experiencias y prácticas cotidianas de los habitantes en el

diseño de espacios públicos, equipamientos y estrategias de revitalización territorial.

Desde el campo del co-design, Sanders y Stappers (2008) conceptualizan la co-creación como la participación activa de múltiples actores en procesos creativos que antes eran controlados exclusivamente por profesionales. Para estos autores, el nuevo panorama del diseño implica pasar de diseñar “para” las personas a diseñar “con” ellas, mediante metodologías colaborativas que incluyen visualización colectiva, prototipado y construcción de narrativas compartidas. Este enfoque respalda la idea de que la legitimidad de una intervención urbana aumenta cuando los usuarios son incorporados en la ideación y evaluación de las propuestas. La participación deja de ser consulta para convertirse en colaboración creativa.

En el proyecto la co-creación estuvo presente en el enfoque metodológico desarrollado a través de diversas herramientas pedagógicas y de diseño participativo que se aplicaron en seis momentos estratégicos del proceso:

Momento 1	Momento 2.	Momento 3.	Momento 4.	Momento 5	Momento 6
Mapeo de actores para el reconocimiento de los diferentes actores presentes en el territorio.	Sondeo de sectores y líderes: encuestas aplicadas a 255 personas para el reconocimiento de los sectores que operan dentro de la galería	Talleres específicos por sectores: i) agrícola, ii) alimentos, iii) comercio iv)abarrotes	Reuniones institucionales (sector público y privado).	Concertación con organizaciones sociales ya constituidas al interior de la galería	Caracterización de representantes delegados:

El desarrollo práctico de los momentos mencionados a través del diálogo, la representación espacial y el consenso, facilitaron que la comunidad imaginara la galería que quiere, definiendo colectivamente las bases para su transformación, garantizando que el futuro de la

Galería del Barrio Bolívar se construya desde la gente, con la gente y para la gente.

Imaginarios Urbanos:

Aportar a la co-creación de una visión compartida, requiere identificar el imaginario a futuro de la galería del barrio Bolívar y su entorno, tomando como punto de partida los imaginarios que hasta la actualidad han sido construidos por la misma comunidad. El imaginario se entiende como el conjunto de representaciones, símbolos, valores, creencias e imágenes compartidas que una sociedad construye para dar sentido a su realidad. Estos imaginarios orientan las percepciones, prácticas y comportamientos colectivos, influyendo en la manera en que las personas interpretan el mundo social, el territorio y sus relaciones.

Desde una perspectiva teórica, Cornelius Castoriadis (1997) introduce el concepto de imaginario social como una fuerza creadora que instituye la sociedad. Para este autor, los imaginarios no son simples reflejos de la realidad, sino creaciones colectivas que producen significados y normas que estructuran la vida social. Por su parte, Gilbert Durand (1968) aborda el imaginario desde la antropología simbólica, señalando que está compuesto por estructuras simbólicas profundas que se expresan a través de mitos, imágenes y narrativas culturales, las cuales organizan la experiencia humana. Asimismo, Castells (1999) destaca que los imaginarios se relacionan con los procesos de construcción de identidad, ya que permiten a los grupos sociales reconocerse y diferenciarse dentro de un contexto histórico y cultural determinado.

En ese sentido el resultado del imaginario para la revitalización de la Galería del Barrio Bolívar es una visión colectiva y compartida que trasciende la obra física para consolidarse como un proyecto de “modernidad alternativa”. El concepto de modernidad alternativa desafía los paradigmas tradicionales de desarrollo urbano, proponiendo nuevas formas de concebir y habitar el espacio urbano que valoren las expresiones culturales populares y los saberes tradicionales. En el contexto payanés, esta modernidad alternativa se materializa en espacios como la galería, donde convergen diferentes formas de intercambio colectivo.

En este proyecto, la identificación

de imaginarios se construyó con los diferentes actores a partir de la respuesta peguntas clave: ¿Cómo imaginan la galería en 10 años?,

¿Cómo podría aportar la nueva galería en la vida económica, social y cultural de la comunidad?, ¿Qué valores y tradiciones deben mantenerse y fortalecerse? y ¿Qué aspectos nuevos les gustaría incorporar para mejorar su funcionamiento y atractivo?,

Los participantes coincidieron en proyectar una galería renovada, segura, ordenada y sostenible, que conserve su identidad cultural y su función como centro de abastos, gastronómico y cultural. Se resaltó la necesidad de mejorar la infraestructura, garantizar la inclusión social, fortalecer la educación ambiental y legitimar su papel como espacio de economía popular y campesina. También se planteó la importancia de convertirla en un espacio con zonas dignas para todas las familias, libre de problemáticas de seguridad y drogas, y que articule lo tradicional y lo moderno.

Los participantes visualizaron a la nueva galería como un motor de desarrollo económico, con capacidad para generar empleo, dinamizar el comercio local, promover la integración social y mejorar la imagen de la ciudad. Se propuso la creación de espacios para niños y jóvenes, la resocialización de personas en situación de calle, la conformación de asociaciones para fortalecer la administración justa del espacio y el impulso de actividades culturales y comunitarias.

En este proceso la co-creación del imaginario de la galería del barrio Bolívar permitió que la comunidad resignificara su territorio, articulando memoria e identidad, y proyectando colectivamente su futuro. El proceso va más allá de diseñar intervenciones físicas o económicas, consolida una visión compartida, capaz de fortalecer el tejido social y dinamizar prácticas culturales y productivas. Así, el imaginario social opera como una herramienta analítica y metodológica para comprender cómo la comunidad se piensa a sí misma, cómo narra su historia y cómo proyecta su devenir.

Resultados

Construcción de una gobernanza participativa multiactor

La estructuración de un modelo de gestión social basado en el mapeo y clasificación estratégica de actores según niveles de interés, afectación e influencia, fue fundamental para avanzar en el proceso. Se identificaron seis tipologías de actores: actores clave, institucionales de alto poder, políticos con influencia indirecta, población altamente afectada con baja influencia, actores económicos medios y actores de baja relevancia directa. En ejercicio evidenció la necesidad de priorizar actores de alta afectación e influencia (Juntas de Acción Comunal, comercio interno y externo, entidades municipales, servicios públicos, comunidades étnicas) y la necesidad de estructurar estrategias diferenciadas de relacionamiento: mesas permanentes de trabajo, acompañamiento territorial, gestión institucional estratégica y comunicación segmentada.

Co-creación de Imaginario Galería Barrio Bolívar

La construcción del imaginario colectivo de futuro constituyó un eje estructurante del proceso de revitalización de la Galería del Barrio Bolívar, en el marco del proyecto, el imaginario no fue entendido como una representación abstracta o simbólica desligada de la realidad material, sino como una construcción social situada, emergente del diálogo intersectorial y de la experiencia cotidiana de quienes habitan y trabajan en la galería. Su elaboración implicó un proceso estructurado que combinó talleres sectoriales, dinámicas de memoria colectiva, ejercicios de liderazgo, murales participativos y espacios de diálogo con actores institucionales.

El análisis cualitativo de los insumos recolectados permitió identificar una visión convergente de futuro (10 años):

Una Galería del Barrio Bolívar renovada, segura, ordenada y sostenible, que conserve su identidad cultural y fortalezca su función como centro de abastos, espacio gastronómico y núcleo cultural de la ciudad. La visión integra la mejora de la infraestructura, la inclusión social, la educación ambiental y el reconocimiento de la galería como escenario legítimo de la economía popular y campesina.

Asimismo, se plantea como un espacio digno para todas las familias, libre de problemáticas de inseguridad y consumo de drogas, que articule tradición y modernidad. En esta proyección, la nueva galería se concibe como motor de desarrollo económico y cohesión social, generador de empleo, dinamizador del comercio local, promotor de organización comunitaria y escenario de integración intergeneracional, con espacios para niños y jóvenes, procesos de resocialización y programación cultural permanente.

En términos de infraestructura, el imaginario proyecta una transformación integral, organizada y funcional de la Galería del Barrio Bolívar, que responda tanto a las necesidades operativas del comercio como a criterios de dignidad, seguridad y sostenibilidad. La infraestructura proyectada integra siete dimensiones:

1. Edificación digna y funcional
2. Zonificación organizada
3. Logística eficiente
4. Servicios públicos adecuados
5. Seguridad estructural
6. Espacios comunitarios
7. Sostenibilidad ambiental

En conjunto, la propuesta va más allá de mejorar la infraestructura, sino que configura un modelo de galería organizada, segura, productiva y culturalmente viva, donde la modernización física esté al servicio de la economía popular y la cohesión social

Identidad visual co-creada:

La construcción de la identidad visual del proceso de revitalización de la Galería del Barrio Bolívar se desarrolló como un ejercicio metodológico de co-diseño, orientado a traducir los significados colectivos emergentes en un símbolo gráfico legitimado por la comunidad. Este resultado se inscribe en el enfoque de participación vinculante adoptado por el proyecto, en el cual los productos comunicativos no fueron definidos unilateralmente por el equipo técnico, sino construidos mediante deliberación y validación social.

El proceso se estructuró en cuatro momentos:

- Recolección de insumos simbólicos
- Formulación de nociones simbólicas preliminares
- Socialización y deliberación comunitaria
- Selección consensuada de la identidad visual oficial del proceso.

La propuesta presentada da cuenta de una comprensión sensible del imaginario comunitario, donde cada signo visual, sonoro o narrativo cobra sentido en la medida en que representa una vivencia, una emoción o un recuerdo a través del uso estratégico de símbolos locales, lenguajes visuales accesibles y un enfoque participativo, la identidad propuesta logra ir más allá del logotipo para convertirse en una expresión viva y sentida de la comunidad. La galería se proyecta, así como un espacio que no solo comercia productos, sino también historias, afectos y relaciones.

Se trata de una marca comunal construida desde el corazón de su gente, que respeta el pasado, celebra el presente y siembra futuro. Esta identidad no es impuesta: es

co-creada, apropiada y resignificada, lo que garantiza su legitimidad, su impacto emocional y su sostenibilidad simbólica a largo plazo. En esta etapa se fragmentará el módulo figurativo con las retroalimentaciones y observaciones conjuntas.

Imagen 1.

Identidad visual Galeria Barrio Bolivar.



El resultado corresponde a un imagotipo con forma de corazón que integra en su centro una mano estilizada. El corazón representa el arraigo, el afecto y la pertenencia, simbolizando la galería como núcleo vital de la economía popular y espacio de memoria colectiva. Su forma alude a la dimensión emocional que la comunidad atribuye al lugar, entendido no solo como mercado, sino como hogar simbólico y escenario de relaciones intergeneracionales.

La mano central simboliza el trabajo conjunto, la cooperación y la corresponsabilidad. Desde una lectura semiótica, la mano actúa como signo de acción y construcción colectiva, reforzando la idea de que la revitalización es un proceso participado y no una intervención externa impuesta.

La integración de ambos elementos genera una composición que comunica simultáneamente afecto y acción, identidad y transformación. Este resultado evidencia que los procesos de co-diseño simbólico pueden operar como dispositivos de construcción de sentido colectivo, fortaleciendo la apropiación social de intervenciones urbanas.

Los colores usados son los que vemos todos los días en nuestro entorno, por eso se sienten familiares y cálidos. ¿Qué simboliza esta marca?, alguna de las respuestas de los participantes es: Que todos somos parte de este lugar. · Que la galería vive gracias al esfuerzode la gente. · Que aquí hay trabajo, emoción y unión. · Que jun tos hacemos de este espacio algo real y fuerte.

Conclusión

La revitalización de la Galería del Barrio Bolívar en Popayán demuestra que la transformación urbana sostenible trasciende la intervención física, fundamentándose en la comunicación participativa como una dimensión constitutiva del desarrollo. Al integrar los resultados obtenidos con los referentes conceptuales, se concluye lo siguiente:

• Procesos de esta naturaleza requieren que el fortalecimiento de la Gobernanza se realice mediante procesos de comunicación horizontal, facilitando de esta manera la reconstrucción de confianza y la consolidación de un modelo de gobernanza multiactor. Esto valida las tesis de Servaes y Gumucio Dagron, quienes sostienen que el cambio social solo es viable cuando se basa en la horizontalidad y el protagonismo de la comunidad. La comunicación no actuó como un simple instrumento informativo, sino como una práctica sociocultural que permitió mediar entre la institucionalidad y los comerciantes, permitiendo ejercer una verdadera agencia colectiva. La práctica validó la teoría al demostrar que el diálogo y la escucha activa (a través de perifoneo, volanteo y encuentros sectoriales) son mecanismos eficaces para reconstruir la confianza ciudadana y legitimar procesos de gobernanza multiactor.

• Comprender la Co-creación como motor de legitimidad, facilitó que en este proceso el co-diseño de la identidad visual y la zonificación espacial

ejemplifique el cambio de paradigma propuesto por Sanders, Stappers y Manzini: se pasó de diseñar “para” la gente a diseñar “con” la gente. El resultado tangible de un imagotipo (corazón y mano) que simboliza afecto y trabajo conjunto demuestra que la participación vinculante genera una apropiación simbólica y sostenibilidad emocional que las intervenciones técnicas unilaterales no logran. Así, el símbolo del corazón y la mano no es una imposición técnica, sino una síntesis de la memoria colectiva y el afecto hacia el territorio, lo que garantiza una sostenibilidad simbólica que la infraestructura física por sí sola no podría lograr.

• El imaginario urbano funciona como el puente entre la teoría social y la transformación física. La práctica en la Galería del Barrio Bolívar confirma que la revitalización urbana sostenible no depende exclusivamente de ladrillos y cemento, sino de la capacidad de la comunidad para resignificar su territorio y construir narrativas compartidas que conviertan el espacio físico en un patrimonio vivo y un escenario de ciudadanía cultura

Referencias bibliográficas

• Castells, M. (1999). The power of identity: The information age: Economy, society and culture (Vol. II). Blackwell Publishers

• Castoriadis, C. (1997). The imaginary institution of society: Creativity and autonomy in the social-historical world (K. Blamey, Trad.). MIT Press. (Obra original publicada en 1975)

• Emmanuel, O., y Ewoh, AI (2025). Estrategias de comunicación gubernamental y participación ciudadana: una revisión temática. Revista de Gestión Pública y Política Social, 31 (1), 8.

• Gumucio Dagron, A. (2008). Vertical versus horizontal communication: An overview of participatory communication for social change. En T. Tufte & A. Mefalopulos (Eds.), Participatory communication: A practical guide (pp. 68–83). World Bank.

• Manzini, E. (2015). Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. MIT Press.

• Sanders, E. B.-N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign, 4(1), 5–18. https://doi.org/10.1080/15710880701875068

• Servaes, J. (2022). Communication for development and social change. In The Routledge handbook of nonprofit communication (pp. 23-31). Routledge.

• Sirvent, M. T., & Rigal, L. (2023). La investigación social en educación: diferentes caminos epistemológicos, lógicos y metodológicos de producción de conocimiento. Miño y Dávila.

• Tufte, T. (2017). Comunicación y cambio social: Una perspectiva ciudadana. John Wiley & Sons.

• Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). Popayán (Colombia), creative city of gastronomy. UNESCO Creative Cities Network. https://www.unesco.org/en/creative-cities/popayan

• Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2009). Procesiones de Semana Santa de Popayán. Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. https://ich.unesco.org/es/RL/procesiones-de-semana-santa-de-popayan-00201

INNOVACIÓN COMUNITARIA Y ETNOTURISMO EN LA SIERRA NORTE DE PUEBLA: DESARROLLO ENDÓGENO DESDE LA EXPERIENCIA INTERCULTURAL

Nora Cecilia Escobar Álvarez
Estudiante Tecnología en Producción de eventos
Semillero CetaE
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
Medellín, Colombia
nora_escobar70231@elpoli.edu.co

Abstract

This paper systematizes the experience of the International Cultural Exchange Program in the Sierra Norte de Puebla (Mexico), analyzing how Nahua and Totonac communities articulate ancestral knowledge with contemporary demands through their ancestral practices and diverse forms of social association, including the TOSEPAN Cooperative and Hotel Taselotzin. Through a qualitative-interpretative case study based on participant observation, experiential systematization, and theoretical triangulation, it demonstrates that culture operates as the structuring axis of endogenous development. Results highlight community governance, biocultural preservation, and intercultural training in student research groups. It concludes that sustainable ethnotourism requires indigenous leadership, horizontal academic cooperation, and permanent ethical oversight.

Palabras clave

Desarrollo endógeno, etnoturismo, turismo comunitario, Sierra Norte de Puebla, pueblos Nahua-Totonaca, innovación autóctona, sostenibilidad biocultural

Introduccion

La presente ponencia se inscribe en el marco del Programa de Intercambio Cultural Internacional desarrollado en la Sierra Norte de Puebla (México), concebido como un espacio de formación integral, inmersión intercultural y reconocimiento del otro entre instituciones de educación superior y comunidades indígenas. En este escenario, la articulación entre el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, la Asociación Civil Talokan y las organizaciones locales de la región permitió construir un dispositivo de cooperación académica que trasciende la movilidad estudiantil tradicional para convertirse en un proceso de coaprendizaje y producción conjunta de conocimiento.

La Sierra Norte de Puebla, territorio con fuerte presencia de pueblos Nahua y Totonaca, se configura como un laboratorio vivo de etnodesarrollo y sostenibilidad cultural, donde la vida ritual, la gastronomía, las formas de producción y las prácticas de hospitalidad revelan la vigencia de saberes ancestrales en diálogo con dinámicas contemporáneas. Desde esta perspectiva, el programa de intercambio se orientó a comprender cómo la cultura opera como eje estructurante del desarrollo endógeno y cómo el etnoturismo y el turismo comunitario, cuando son liderados por la propia comunidad, pueden fortalecer la unidad social y preservar el patrimonio biocultural

La ponencia se propone narrar la experiencia de inmersión en la Sierra Norte de Puebla articulándola con un marco teórico sobre cooperación académica, pueblos originarios y modelos de etnoturismo y desarrollo endógeno en América Latina. A partir de los casos de la cooperativa TOSEPAN y del Hotel Taselotzin, así como de los registros de los semilleros de investigación y de los archivos institucionales, se examinan las formas en que las comunidades indígenas reconfiguran sus prácticas económicas, políticas y espirituales frente a los desafíos de la modernidad. De este modo, el eje central del relato será la "articulación entre instituciones de educación superior colombianas y comunidades indígenas de la Sierra Norte de Puebla para fortalecer procesos de desarrollo endógeno y turismo comunitario", destacando los aprendizajes mutuos y las proyecciones de esta cooperación para futuros programas de intercambio intercultural.

Metodología

La metodología se construyó desde la experiencia vivida en el intercambio, entendiendo que investigar también es dejarse afectar por los territorios y las personas que los habitan. Más que aplicar técnicas desde afuera, el proceso combinó herramientas académicas vivenciales con una actitud de escucha, respeto y coaprendizaje con las comunidades de la Sierra Norte de Puebla - Mexico.

Enfoque general

La investigación se desarrolló como un estudio de caso cualitativo interpretativo, apoyado en la sistematización de experiencias. Esto implicó reconocer el Programa de Intercambio Cultural Internacional como un "*laboratorio vivo*" donde la cooperación académica, el etnoturismo y el desarrollo endógeno se encarnan en historias, prácticas y vínculos concretos. Cada salida de campo, cada vivencia y cada conversación se asumió como una oportunidad de observar, registrar y reflexionar conjuntamente con cada uno de los actores involucrados.

Cooperación académica como experiencia acompañada

La primera dimensión metodológica comprendió el rol estratégico entre la Dirección de Cooperación Nacional e Internacional del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y la Asociación Civil Talokan, quienes acompañaron integralmente el proceso desde la preparación hasta la ejecución. Antes del viaje, se realizaron reuniones virtuales a través de las cuales se socializaron objetivos, se sensibilizaron a estudiantes sobre el contexto sociocultural y se realizaron acuerdos éticos a tener en cuenta durante la experiencia. Durante la inmersión, trascendieron la logística participando en encuentros clave, mediando interculturalmente y propiciando reflexiones diarias.

Metodológicamente, esto se materializó e preparatorias y las rutas temáticas, las sesiones de cierre en cada actividad, los círculos de la palabra, los diarios de campo donde estudiantes registraban sus percepciones, preguntas y aprendizajes emergentes. Así, las organizaciones no se convirtieron solo en facilitadores institucionales, sino aliados éticos y pedagógicos que construyeron en condiciones de confianza, un verdadero co-aprendizaje intercultural.

Vivir la innovación comunitaria - COOPERATIVA TOSEPAN

El trabajo con la Cooperativa TOSEPAN se realizó a través de una visita guiada, donde se tuvieron espacios de conversación y observación participante por medio del recorrido a las instalaciones de la cooperativa y espacios de información. Los estudiantes caminaron, escucharon relatos sobre la historia de la organización, conocieron sus diferentes formas de innovación cooperativa y sus proyectos productivos; permitiendo el registro no solo lo observado, sino también de sus percepciones y la formulación de preguntas producto de las vivencias y la observación directa.

A través de esta visita, se generaron conclusiones sobre tres dimensiones: *material* (producción agroecológica, finanzas solidarias, turismo); *social* (formas de gobernanza, liderazgo colectivo) y *espiritual* (relación con el territorio a través del conocimien-

to y practicas ancestrales, sentido de pertenencia, defensa de la naturaleza).

Mirar el turismo desde la casa de las mujeres - Hotel Taselotzin

La experiencia en el Hotel Taselotzin se vivió *"desde adentro"*, al hospedarse allí, compartir comidas, escuchar historias de las mujeres que sostienen el proyecto y observar cómo se organiza su trabajo cotidiano. La metodología, en este caso, tuvo un fuerte componente etnográfico a partir de la convivencia cotidiana, observando no solo la gastronomía, sino la manera de servir, de recibir al visitante. Las conversaciones con las mujeres donde se habló de su proceso organizativo, de los sus retos y la búsqueda de su independencia en un contexto turístico, a partir de sus miedos, logros y proyecciones.

Desde lo metodológico, estas vivencias se pueden categorizar como liderazgo femenino, autonomía económica, cuidado del visitante y protección de sus saberes ancestrales a través de la conservación de su cultural. La teoría sobre turismo comunitario y etnoturismo se fue incorporando después, al leer estos conceptos a la luz de lo que se había visto, oído y sentido.

Saberes ancestrales y vida cotidiana - Caminar, escuchar, nombrar

Con los pueblos originarios, la metodología se centró en experiencias de contacto directo con los saberes ancestrales en su expresión más cotidiana. Se realizaron para ello, caminatas por el territorio donde se iban contando historias, nombrando plantas, lugares sagrados y prácticas agrícolas y culturales. Además de Talleres y demostraciones sobre preparación de alimentos tradicionales, tipos y usos de plantas medicinales o rituales vinculados a saberes previos y culturales de cada comunidad visitada. Los espacios de conversación donde personas mayores, mujeres y jóvenes compartieron sus historias, cambios en el clima, en la alimentación, en la lengua y en las formas de celebrar. Cada uno de ellos registrados no solo en diarios de campo, fotografías, notas reflexivas y, cuando fue posible, en cartografías sociales hechas a mano (bordados)

Talleres, semilleros y reflexión compartida

Una pieza central de la metodología fue el trabajo realizado con las casas de lectura de la Asociación Civil Talokan, que incluyó: Talleres con actividades lúdicas y de sensibilización sobre interculturalidad -Colombia -México-, sobresaliendo la ética y el respeto a los pueblos originarios. La construcción de vivencias culturales compartidas con niños y niñas de las comunidades mediante juegos, narrativas y prácticas cotidianas; además de espacios de socialización donde los estudiantes y participantes comunitarios intercambiaron experiencias significativas, reflexionando conjuntamente sobre los aprendizajes emergentes.

Metodológicamente, esto transformó a los estudiantes de expectadores pasivos en co-constructores activos, posicionándonos como sujetos reflexivos que aportaron desde la ética y el respeto en el vínculo con las comunidades.

Finalmente, la ética atravesó cada decisión metodológica buscando explicar el propósito de cada visita, pidiendo consentimiento explícito para entrevistas, fotografías o uso de relatos.

En síntesis, la metodología utilizada no fue solo un conjunto de técnicas, sino una forma de estar en el territorio: caminar con otros, escuchar con humildad, registrar con cuidado y pensar con las comunidades. Desde ahí, la ponencia se nutre de la experiencia vivida para dialogar de manera honesta y situada con los marcos teóricos sobre cooperación académica, pueblos originarios, etnoturismo y desarrollo endógeno en América Latina.

Discusión

La presente discusión integra la experiencia vivida con los marcos teóricos, revelando cómo la cultura estructura procesos de desarrollo endógeno y etnoturismo.

La cultura como eje del desarrollo endógeno

La inmersión demostró que la cultura no es adorno, sino infraestructura viva que articula producción, gobernanza y espiritualidad; evidenciado con la Cooperativa TOSEPAN, la cual encarna esta lógica al diversificar sus principales fuentes de producción al beneficio de las comunidades y el turismo bajo asambleas colectivas, mostrando autosuficiencia desde saberes propios (Espinosa-Moreno et al., 2022). Por su parte, el Hotel Taselotzin, liderado por mujeres Nahua, metaboliza la tradición en ingresos equitativos, evitando folclorización mediante control comunitario de la narrativa turística (Bojórquez-Vargas et al., 2018).

Puentes humanos en la cooperación

La dirección de Cooperación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid y la organizacion civil Talokan funcionaron como aliados éticos, no solo como gestores sino como mediadores en la sensibilización intercultural,sirviendo como mediadores de encuentros, facilitando el cumplimiento de los resultados. Este modelo trasciende la internacionalización tradicional para convertirse en co-construcción de conocimiento, donde estudiantes pasan de observadores a co-investigadores junto a comunidades (Jurado Romero, 2013).

Etnoturismo biocultural con límites comunitarios

El turismo en Puebla no consume exotismo, sino que fortalece tejido social cuando las comunidades definen ritmos y conservando el contenido cultural. Taselotzin ilustra liderazgo femenino que integra gastronomía, rituales, medicina tradicional y hospitalidad; preservando intimidad cultural frente a presiones masificadoras (López-Medellín et al., 2021). La Cooperativa TOSEPAN demuestra encadenamientos económicos donde los ingresos son revertidos en el beneficio comunitario, la educación y formación interna y la conservación forestal a través del fortalecimiento de sus conocimientos ancestrales, impregnando de innovación cada uno de sus procesos productivo**Saberes ancestrales como resiliencia activa:** Las comunidades originarias Nahua y Totonaca se resignifican con sus conocimientos bioculturales frente a las crisis contemporáneas: los cuales ayudan a proteger su entorno, fortalecer sus creencias y usarlas al servicio de su comunidad, además de permitir la cohesion entre las comunidades. Estos no son "reliquias", sino estrategias vivas que el etnoturismo puede potenciar sin extractivismo cultural (Civallero, 2008).

Formación situada y "reconocimiento del otro"

La participación de los Semilleros transformaron la inmersión cultural en producción crítica por medio de sus diarios de campo, las experiencias sociales y la participación en los talleres co-creativos, loos cuales generaron competencias interculturales entre los estudiantes y los pobladores de las comunidades originarias visitadas.

Tensiones y límites observados

La experiencia también reveló desafíos como el riesgo de masificación turística, tensiones entre ingresos y preservación ritual, necesidad de mayor transparencia en gobernanza. Estas tensiones enriquecen el análisis, mostrando que desarrollo endógeno requiere vigilancia permanente

sobre quién controla beneficios y narrativas (Gudynas, 2011).

En conclusión, Puebla evidencia que el etnoturismo sostenible emerge cuando comunidades indígenas lideran, la academia acompaña horizontalmente y los saberes ancestrales se posicionan como innovación activa. La cooperación se debe priorizar por medio de la devolución de saberes y experiencias, la ética y la escalabilidad de estos modelos para las instituciones de educacion superior al beneficio de la investigación.

Resultados

La experiencia en la Sierra Norte de Puebla confirma que la cultura actúa como eje estructurante del desarrollo endógeno. La Cooperativa TOSEPAN y el Hotel Taselotzin demuestran cómo las comunidades Nahua y Totonaca articulan saberes ancestrales con demandas contemporáneas, generando autosuficiencia económica sin perder identidad cultural (Jurado Romero, 2013).

El etnoturismo comunitario se consolida como estrategia de preservación biocultural cuando las propias comunidades definen ritmos, contenidos y límites. La convivencia respetuosa en Taselotzin y los encadenamientos productivos de TOSEPAN muestran beneficios equitativos que revierten en conservación territorial y fortalecimiento social (Bojórquez-Vargas et al., 2018).

La cooperación académica trasciende la movilidad estudiantil tradicional. La articulación entre el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Ccadavid y la Organización civil Talokan, se fusiona con las comunidades y posiciona a los estudiantes como co-investigadores, transformando semilleros en espacios de "reconocimiento del otro" que cuestionan privilegios académicos y enriquecen currículos con saberes situados.

La tradición y modernidad se entrelazan en prácticas concretas. La gastronomía como elemento de seguridad alimentaria, la gestión territorial indígena con herramientas contemporáneas, la educación intercultural a través de los intercambios; permiten evidenciar que la sostenibilidad cultural significa desplegar creativamente lo propio frente a la globalización y el cambio climático.

Recomendación final: Escalar programas de intercambio que reconozcan la autoridad epistémica de las diferentes culturas, fortalezcan la gobernanza comunitaria en etnoturismo y sistematicen las experiencias para la gerencia social en los diferentes ámbitos sociales.

Referencias bibliográficas

• Espinosa-Moreno, J., et al. (2022). Looking into the past to build the future: Food, memory, and identity of indigenous people in Puebla, Mexico. Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine, 18(1), 1–18.

• López-Medellín, X., et al. (2021). Nahua biocultural richness: An ethnoherpetological perspective. Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine, 17(33), 1–15.

• Gudynas, E. (2011). Development and alternatives in Latin America: A heterodox guide. En E. Gudynas, A. Acosta, & A. Alberto (Eds.), Beyond development: Alternative visions from Latin America (pp. xx–xx). Transnational Institute; Rosa Luxemburg Stiftung.

• Autor, A. A. (2025). Endogenous development in practice: A theoretical exploration of development planning. International Journal of Arts and Social Science, 8(5), 1–10.

• Bojórquez-Vargas, A. R., Zizumbo-Villarreal, L., Pérez-Ramírez, C. A., & Márquez-Rosano, C. (2018). La gestión comunitaria del turismo: Bienes comunes y sistemas socio-ecológicos. Ra Ximhai, 14(1), 149–162.

• Azevedo Luíndia, L. (2007). Ecoturismo de pueblos indígenas: Propuestas sostenibles. Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe.

• Cañada, R. (2018). A review of Indigenous tourism in Latin America, [Manuscrito no publicado / informe de investigación].

• Jurado Romero, N. (2013). Comprensión de la cultura como elemento estructurante del modelo de desarrollo endógeno: Una perspectiva desde las bases de la gerencia social [Tesis de maestría, Universidad de Nariño].

• Civallero, E. (2008). Culturas ancestrales modernas en universos modernos. Digithum, (10), 1–9.

• Dirección de Cooperación Nacional e Internacional, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. (s. f.). Documentación del Programa de Intercambio Cultural Internacional en Puebla [Documento interno].

• Asociación Civil Talocan. (s. f.). Informes y memorias del programa de inmersión en la Sierra Norte de Puebla [Documento interno].

• Semilleros de investigación de las IES participantes. (s. f.). Informes, diarios de campo y cartografías sociales del intercambio en la Sierra Norte de Puebla [Documentos internos].

• Cooperativa TOSEPAN. (s. f.). Documentación institucional y material de divulgación sobre experiencias de turismo comunitario y desarrollo cooperativo [Documento interno].

• Hotel Taselotzin. (s. f.). Material institucional sobre turismo comunitario indígena y liderazgo femenino en Cuetzalan, Puebla [Documento interno]

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

AIRES VALLENATOS: COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA PARA LA PRESERVACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA CULTURA VALLENATA COMO PATRIMONIO VIVO

AIRES VALLENATOS: TRANSFORMATIVE COMMUNICATION FOR THE PRESERVATION AND PROJECTION OF VALLENATO CULTURE AS LIVING HERITAGE

Angelica Patricia Vides Daza
Comunicadora Social
Especialista En Educación Superior Y A Distancia
Magíster En Educación
https://orcid.org/0000-0001- 5994-3116
angelica.vides@unad.edu.co

Efrén Ricardo Arias Cabargas
Psicólogo
Estudiante De Comunicación
Especialización Salud Mental Comunitaria
https://orcid.org/0009-0001-9588-857X
erariasc@unadvirtual.edu.co

Resumen

Aires Vallenatos es una propuesta editorial y cultural orientada a fortalecer y difundir la cultura vallenata como patrimonio vivo del Caribe colombiano. El proyecto busca revitalizar sus tradiciones, promover sus valores simbólicos y documentar las transformaciones que ha experimentado el vallenato en los territorios rurales, urbanos y en la diáspora. Su estructura comprende cuatro ejes narrativos: Desde la provincia de Padilla, que visibiliza las raíces campesinas y los relatos fundacionales; Vallenato por el mundo, que analiza la expansión internacional del género y su influencia en nuevos contextos culturales; Voces del Vallenato 2.0, que explora los aportes de nuevas generaciones, la circulación digital de contenidos y las dinámicas transmedia que actualizan la tradición; y #VallenatiandoAndoEnLaUNAD, que documenta la experiencia académica y cultural del Festival Internacional Universitario de Música Vallenata UNAD. Aires Vallenatos integra investigación, creación cultural y participación comunitaria para consolidarse como una publicación académica y artística que preserva, interpreta y proyecta la cultura vallenata hacia nuevos públicos, manteniendo viva su memoria y fortaleciendo la sostenibilidad simbólica del territorio.

Palabras clave

Cultura vallenata; patrimonio cultural; Caribe colombiano; tradición musical; memoria colectiva; diáspora vallenata; narrativas culturales; prácticas sonoras; identidad territorial.

Abstract

Aires Vallenatos is an editorial and cultural initiative designed to strengthen and promote vallenato culture as a living heritage of the Colombian Caribbean. The project aims to revitalize its traditions, highlight its symbolic values, and document the transformations that vallenato music has undergone in rural, urban, and diasporic contexts. Its structure is organized around four narrative axes: From the Province of Padilla, which emphasizes the genre's rural roots and foundational stories; Vallenato Around the World, which examines its global expansion and the cultural exchanges it generates; Voices of Vallenato 2.0, which explores the contributions of younger generations, digital content circulation, and the transmedia dynamics that renew the tradition; and #VallenatiandoAndoEnLaUNAD, which documents the academic and cultural experience of the International University Festival of Vallenato Music UNAD. Aires Vallenatos combines research, cultural creation, and community participation to become an academic and artistic publication that preserves, interprets, and projects vallenato culture to new audiences, ensuring the vitality of its collective memory and strengthening the symbolic sustainability of the territory.

Keywords

Vallenato culture; cultural heritage; Colombian Caribbean; musical tradition; collective memory; vallenato diaspora; cultural narratives; sound practices; territorial identity.

Introducción

La cultura vallenata constituye uno de los sistemas simbólicos más significativos del Caribe colombiano y un eje estructurante de la identidad territorial. Reconocida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2015) como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, esta expresión musical y narrativa trasciende la dimensión artística para consolidarse como práctica social que articula memoria, oralidad y construcción histórica.

El vallenato nació como crónica cantada en el antiguo Magdalena Grande. Sus versos documentaron conflictos, afectos, recorridos geográficos y experiencias colectivas. En este sentido, más que género musical, es un dispositivo de comunicación popular que permitió a comunidades rurales narrarse a sí mismas y consolidar un imaginario compartido.

En el marco de la Mesa 8: Comunicación, Sostenibilidad y Territorio, la presente ponencia expone la experiencia editorial de Aires Vallenatos como modelo de comunicación transformadora orientado a la preservación y proyección del patrimonio cultural vallenato. La iniciativa, promovida por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, se concibe como publicación académica y cultural de acceso abierto que articula investigación, creación narrativa y participación comunitaria.

La sostenibilidad cultural, entendida como la capacidad de un territorio para reproducir y resignificar sus prácticas simbólicas en el tiempo, constituye el eje transversal del proyecto. Aires Vallenatos no busca conservar la tradición como reliquia, sino acompañar sus transformaciones desde una perspectiva crítica, pedagógica y territorial.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo e interpretativo. Se realizó revisión documental sobre patrimonio cultural inmaterial, memoria colectiva y narrativas musicales del Caribe colombiano. Se analizaron los aportes de Cataño (2010) sobre cultura popular y tradición oral; de Castellanos (2016) sobre memoria e identidad en el Caribe; y del Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL, 2020) sobre estrategias de preservación cultural comunitaria.

Asimismo, se sistematizó la experiencia editorial de la primera edición de *Aires Vallenatos*, incluyendo análisis de contenido de sus secciones, revisión de textos publicados y entrevistas con actores culturales vinculados al Festival Internacional Universitario de Música Vallenata UNAD.

El proceso metodológico combinó análisis hermenéutico de discursos culturales, observación participante en escenarios académicos y culturales, y sistematización de prácticas comunicativas digitales. Este enfoque permitió comprender la iniciativa no solo como producto editorial, sino como experiencia de mediación cultural y ejercicio de comunicación transformadora.

Discusión

El concepto de patrimonio cultural inmaterial se fundamenta en la idea de que la cultura es proceso dinámico y no archivo estático. Según CRESPIAL (2020), la salvaguardia del patrimonio vivo requiere participación activa de las comunidades portadoras y capacidad de adaptación a contextos contemporáneos. Esta perspectiva cuestiona visiones esencialistas que pretenden fijar la tradición en formas inmutables.

En el caso del vallenato, su expansión internacional y su circulación digital han generado debates en torno a la autenticidad. Sin embargo, como sostiene Castellanos (2016), la memoria colectiva se reconfigura en función de nuevas experiencias sociales; la transformación no implica pérdida, sino resignificación.

Aires Vallenatos asume esta tensión como oportunidad pedagógica. La publicación se estructura en cuatro secciones: Desde la provincia de Padilla, Vallenato por el mundo, Voces del Vallenato 2.0 y #VallenatiandoAndoEnLaUNAD. Cada sección responde a una dimensión específica de sostenibilidad territorial.

Desde la perspectiva de la comunicación transformadora, el proyecto promueve diálogo horizontal entre academia y comunidad. No impone una única narrativa, sino que habilita múltiples voces: músicos, investigadores, cocineras tradicionales, estudiantes y gestores culturales. Esta pluralidad fortalece la sostenibilidad cultural al ampliar la circulación del patrimonio y democratizar su interpretación.

La dimensión educativa resulta central. La universidad pública asume un rol de mediadora cultural, articulando investigación, extensión y creación. La sostenibilidad no se limita a dimensiones ambientales o económicas; también es simbólica. Un territorio sostenible es aquel que reconoce, documenta y proyecta su memoria colectiva.

Resultados

La experiencia de *Aires Vallenatos* evidencia que la comunicación puede convertirse en herramienta efectiva de salvaguardia cultural cuando integra investigación rigurosa, participación comunitaria y circulación digital abierta.

Entre los principales resultados se identifican

- Consolidación de una publicación semestral de acceso abierto.
- Articulación con el Festival Internacional Universitario de Música Vallenata.
- Fortalecimiento del diálogo intergeneracional.
- Posicionamiento del vallenato como objeto legítimo de reflexión académica.

Asimismo, la publicación ha permitido visibilizar prácticas culturales más allá de la música, incluyendo gastronomía, tradición oral y relatos cotidianos. Esta ampliación temática contribuye a comprender el vallenato como ecosistema cultural y no solo como género artístico.

El proyecto demuestra que la comunicación transformadora favorece la sostenibilidad territorial al generar sentido de pertenencia y memoria compartida. Al documentar, analizar y proyectar la cultura vallenata, la publicación fortalece su legitimidad en escenarios académicos y sociales.

Referencias bibliográficas

- Cámara de Comercio de Valledupar. (2018). La cultura vallenata como activo territorial y patrimonio cultural. Cámara de Comercio de Valledupar.
- Castellanos, J. (2016). Memoria, identidad y narrativas musicales en el Caribe colombiano. Universidad del Norte.
- Cataño, G. (2010). Cultura popular y tradición oral en Colombia. Ministerio de Cultura.
- Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL). (2020). Patrimonio vivo: estrategias para la preservación cultural comunitaria. UNESCO.
- UNESCO. (2015). El vallenato tradicional de la región del Magdalena Grande.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

RIO DE HISTORIAS (TNM)

Paula Julieth Salamanca Fernandez
Sofia Londoño Elejalde
Laura Valentina Cely Giraldo
Nathalee Giraldo Jiménez
Líder de Semillero Prometeo
Politécnico Grancolombiano
2025

Resumen

El proyecto Río de Historias (TNM) pretende identificar y visibilizar las diferentes narrativas que emergen de las acciones y procesos comunitarios desarrollados en pro del río Aburrá-Medellín, los cuales inciden en las dinámicas ambientales, sociales, culturales e históricas del Valle de Aburrá. Este trabajo busca destacar y reconocer los esfuerzos de líderes ambientales, voluntarios, colectivos y habitantes cercanos, cuyas iniciativas, aunque significativas, suelen quedar opacadas por la prevalencia de discursos negativos y la invisibilización de sus aportes en el ámbito mediático.

El enfoque se centra en rescatar relatos, acciones y testimonios que, más allá de la historia oficial, contribuyen de manera directa a la conservación y resignificación del río, promoviendo la construcción de memoria ambiental y el fortalecimiento del sentido de pertenencia hacia este ecosistema. La investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, participativo y exploratorio, que integra fuentes primarias (entrevistas y grupos focales con ciudadanos) y fuentes secundarias (noticias y trabajos de investigación previos), con el fin de recopilar y documentar experiencias que fomenten una valoración social más amplia y equilibrada del río.

Como producto principal, se desarrollará un mapa interactivo que incluirá fotografías, historias y un pódcast, con el propósito de difundir estas narrativas y facilitar su acceso a diferentes públicos. Este recurso permitirá que las voces protagonistas trasciendan el medio oral y se materialicen en formatos digitales, generando un proceso de memoria colectiva que reconozca el valor ambiental, social y cultural del río Aburrá-Medellín.

Palabras clave

Narrativas ciudadanas; memoria colectiva; percepción social; participación comunitaria; comunicación ambiental; Río Aburrá Medellín.

Planteamiento del problema

El río Aburrá-Medellín es uno de los elementos naturales más significativos del Valle de Aburrá, tanto por su papel ecológico como por su incidencia en el desarrollo urbano, cultural y social de la región. No obstante, la percepción ciudadana predominante está marcada por discursos asociados a la contaminación, el deterioro ambiental y diversas problemáticas socio territoriales.

La revisión de contenidos digitales y noticias evidencia un predominio de narrativas que presentan el río como espacio de riesgo o conflicto, lo que limita su reconocimiento como un elemento vivo del territorio y oscurece los esfuerzos de quienes trabajan activamente en su protección y resignificación. Esta subrepresentación debilita el sentido de pertenencia y corresponsabilidad ambiental.

El problema central que aborda este proyecto radica en la escasa visibilidad de narrativas positivas sobre el río Aburrá-Medellín. Sin estas historias, la percepción colectiva permanece anclada al deterioro, sin

reconocer su valor social, cultural e histórico ni las acciones ciudadanas orientadas a su recuperación.

Marco teórico

Percepción social

(2003) explica que la percepción social es el proceso mediante el cual las personas interpretan y otorgan significado a su entorno. Asch sostiene que esta percepción no es una reproducción exacta de la realidad, sino una interpretación subjetiva influenciada por experiencias previas y expectativas.

Aplicado al proyecto, esto permite comprender que la imagen negativa del río no es una verdad absoluta, sino una construcción social susceptible de transformación mediante nuevas narrativas.

Narrativa

Colín-Mar (2022) plantea que memoria y relato se alimentan mutuamente. Ricoeur (2014) afirma que la narrativa permite organizar temporalmente la experiencia y construir identidad.

En este sentido, recopilar relatos ciudadanos implica no solo documentar experiencias, sino comprender cómo las comunidades construyen identidad territorial en torno al río.

Participación ciudadana

Gayubas (2025) define la participación ciudadana como el involucramiento activo en asuntos colectivos. La RAE la concibe como la facultad de intervenir en decisiones públicas.

El proyecto se fundamenta en este concepto al promover espacios donde la ciudadanía no solo opina, sino construye memoria y resignifica su territorio.

Metodología

La investigación adopta un enfoque cualitativo, participativo y exploratorio.

Se estructura en tres fases:

1. Revisión documental: análisis de fuentes secundarias verificadas para contextualizar antecedentes y representaciones sociales del río.

2. Trabajo de campo: realización de grupos focales y espacios participativos con al menos 30 ciudadanos.

3. Análisis y sistematización narrativa: los testimonios serán organizados mediante categorización temática, identificando patrones relacionados con memoria, identidad, percepción social y participación comunitaria. Posteriormente, estos contenidos se integraran en un producto multimedia.

Discusión

El análisis de las narrativas recolectadas muestra un contraste significativo entre la imagen negativa predominante del río en el discurso público y las experiencias ciudadanas registradas en el trabajo de campo. Mientras los medios suelen enfatizar la contaminación y el deterioro, los relatos destacan memorias afectivas, prácticas comunitarias y vínculos emocionales con el territorio.

Desde la perspectiva de la percepción social, estas experiencias demuestran que la relación con el entorno no es únicamente objetiva, sino que está mediada por interpretaciones, recuerdos y significados construidos colectivamente. En este sentido, la narrativa se convierte en una herramienta clave para organizar la memoria y fortalecer identidades territoriales.

La sistematización de estas his-

torias en formatos digitales no solo documenta experiencias, sino que también posibilita su circulación pública, ampliando las representaciones existentes sobre el río. Así, la comunicación participativa contribuye a resignificar el territorio, fomentar el sentido de pertenencia y promover la corresponsabilidad ambiental.

Resultados

Hasta el momento, se ha avanzado en la consolidación de la plataforma multimedia del proyecto. Se han producido episodios de pódcast y recopilado testimonios que evidencian emociones de nostalgia, conexión afectiva y esperanza frente a los procesos de recuperación ambiental.

Los hallazgos preliminares identifican categorías recurrentes como:

- El río como espacio de encuentro.Memoria vinculada a la infancia.
- Conexión simbólica con el territorio.
- Necesidad de fortalecer acciones comunitarias.

Estos resultados evidencian la existencia de narrativas positivas que contrastan con el discurso mediático predominante.

Conclusiones

Las narrativas ciudadanas constituyen un eje fundamental para resignificar el río Aburrá-Medellín como un elemento vivo del territorio. La investigación confirma que la percepción social del río está mediada por memorias, emociones e identidades colectivas, lo que demuestra que la imagen negativa no es inmutable.

La producción multimedia permite visibilizar historias de cuidado y transformación que habían permanecido relegadas. Esto evidencia que la comunicación participativa puede actuar como herramienta de resignificación territorial y fortalecimiento de la memoria colectiva.

Aunque los resultados son preliminares, el proyecto avanza de manera coherente con los objetivos planteados y confirma que la resignificación del río es posible cuando se amplifican las voces ciudadanas.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Medellín. Departamento Administrativo de Planeación (2015). Cuaderno de Ciudad No. 3: Parques del Río Medellín. Medellín: Alcaldía de Medellín. https://mdeurbanlab.com/wp-content/uploads/2021/06/Cuaderno-de-Ciudad-No-3.Parques-del-Rio_compressed.pdf
- Boothby, E. J., & Bohns, V. K. (2021). Why a simple act of kindness is not as simple as it seems: Underestimating the positive impact of our compliments on others. Personality and Social Psychology Bulletin, 47(5), 826–840. https://doi.org/10.1177/0146167220949003
- Boothby, E. J., Cooney, G., Sandstrom, G. M., & Clark, M. S. (2018). The liking gap in conversations: Do people like us more than we think? Psychological Science, 29(11), 1742–1756. https://doi.org/10.1177/0956797618783714
- EPM. (2020). Historia ambiental del río Medellín: transformación urbana y saneamiento. Medellín: Empresas Públicas de Medellín. https://www.epm.com.co/institucional/linkedin/saneamiento-del-rio-aburra-medellin-una-estrategia-de-desarrollo-de-region/
- Gayubas, Augusto (19 de julio de 2025). Participación ciudadana. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 21 de noviembre de 2025 de https://concepto.de/participacion-ciudadana/.
- Real Academia Española. (2025). Participación ciudadana. En Diccionario panhispánico del español jurídico. DPEJ. https://dpej.rae.es/lema/participaci%C3%B3n-ciudadana
- Wechsler Massarik. (2003, marzo 28). Percepción social. Definición y factores que la afectan. https://www.gestiopolis.com/percepcion-social-y-el-proceso-de-comprender-a-las-personas/

UN REFUGIO PARA LA VIDA, EL CONOCIMIENTO Y LA CIENCIA

María Fernanda Zapata Rendón
Samuel Osorio Parra
Sara Obando Giraldo
Universidad Pontificia Bolivariana
Semillero audiovisual Óptico
Facultad Comunicación Social-Periodismo

Resumen

Este proyecto propone la producción de un documental que narre la transformación del antiguo Zoológico Santa Fe en el actual Parque de la Conservación de Medellín, reconocido como Centro de Ciencia por Minciencias y entidad museal de coleeciones vivas avalada por Minculturas. A partir de un enfoque narrativo, audiovisual y documental, la propuesta busca visibilizar el cambio de paradigma institucional: de un modelo de exhibición animal a un centro de conservación, investigación y apropiación social del conocimiento.

El documental se estructurará en tres ejes narrativos: la transformación histórica del lugar, las historias de vida de animales rescatados del tráfico ilegal y el impacto social y ambiental de su misión. Metodológicamente, el proyecto se desarrollará en cuatro fases: investigación y guion, rodaje, postproducción y circulación. Se contempla la validación científica del contenido, entrevistas a expertos, registro audiovisual de especies y procesos de rehabilitación, y estrategias de distribución académica y digital.

La iniciativa busca aportar a la reflexión sobre nuevas formas de relacionamiento entre humanos y naturaleza, posicionando al Parque como referente latinoamericano en conservación y educación ambiental. Asimismo, se proyecta como una herramienta de sensibilización que fortalece la identidad ambiental y promueve la sostenibilidad de la vida desde la comunicación.

Palabras claves

Apropiación social del conocimiento, conservación de fauna nativa, divulgación científica, documental audiovisual.

Introducción

La transformación del antiguo Zoológico Santa Fe en el actual Parque de la Conservación de Medellín representa un cambio estructural en la manera de comprender la relación entre sociedad y naturaleza. Desde 2020, el espacio dejó de funcionar bajo un modelo centrado en la exhibición animal para consolidarse como un centro de conservación, investigación y educación ambiental, enfocado en la protección de fauna silvestre víctima del tráfico ilegal.

Este proceso se enmarca en una discusión más amplia sobre el papel de los centros de conservación en América Latina y su responsabilidad ética frente al bienestar animal, la sostenibilidad y la apropiación social del conocimiento. El Parque desarrolla programas científicos y pedagógicos que articulan ciencia, cultura y ciudadanía y alberga actualmente 680 individuos de 119 especies, la mayoría de ellos rescatados del tráfico ilegal de fauna silvetre, considerado como el cuarto crimen organizado más grande del mundo, después del narcotráfico, la falsificación y el tráfico de personas.

En este contexto, la comunicación audiovisual se plantea como una herramienta estratégica para visibilizar estos procesos, generar reflexión y fortalecer la identidad ambiental.

La presente ponencia expone la propuesta de producción de un documental que narra esta transformación institucional y su impacto social, cultural y científico.

Es preciso aclarar que este proyecto se realiza de la mano de otros compañeros: Alejandro Uribe Correa, María Antonia Londoño Hincapié, José Miguel Monsalve Bedoya, Mariana Patiño Sanmiguel, Luis Felipe Peláez Pulgarín.

Metodología

El proyecto se estructura en cuatro fases complementarias y está en proceso de desarrollo:

1. Investigación y construcción de guion

Se realiza revisión documental e histórica del proceso de transformación institucional, entrevistas preliminares a directivos, investigadores y cuidadores, y selección de casos representativos de animales rescatados. El contenido debe ser validado por el equipo técnico del Parque para garantizar rigor conceptual.

2. Producción audiovisual (rodaje)

Se registran testimonios de expertos y actores clave, así como imágenes de fauna, hábitats y procesos de rehabilitación. Se prioriza una narrativa humanizada que conecte datos científicos con relatos de vida.

3. Postproducción

Incluye montaje narrativo, diseño sonoro, musicalización, voz en off y subtitulación en inglés. Se contempla incorporar lengua de señas para ampliar la accesibilidad.

4. Circulación y apropiación social

Se proyecta un estreno oficial en el Parque, presentaciones académicas, difusión en universidades aliadas, festivales ambientales y circulación digital en canales de AFACOM y medios aliados.

Discusión

La transformación del Parque de la Conservación de Medellín refleja un cambio cultural en la manera de concebir los zoológicos y los espacios con fauna silvestre en contextos urbanos. Los hallazgos evidencian que el documental no se limita a registrar un proceso institucional, sino que lo reconfigura narrativamente al desplazar el énfasis de la exhibición hacia el cuidado y la conservación. En este sentido, la producción audiovisual opera como un dispositivo simbólico que organiza la experiencia en forma de relato, permitiendo que el espectador otorgue coherencia y sentido al cambio institucional. Esta función coincide con el planteamiento de Fisher (1984), quien sostiene que los seres humanos comprenden la realidad a través de estructuras narrativas que articulan valores, emociones y razonamientos.

Desde la perspectiva de la comunicación ambiental, el documental evidencia cómo los medios pueden mediar entre conocimiento técnico y ciudadanía. Cox y Pezzullo (2016) señalan que la comunicación ambiental no solo transmite información, sino que construye significados sociales sobre la naturaleza y orienta la deliberación pública en torno a problemas ecológicos. La articulación entre evidencia científica, testimonios y representación audiovisual de la fauna rescatada compone un relato que cuestiona éticamente al espectador y favorece la comprensión del parque como espacio de apropiación y sostenibilidad, más que de exhibición.

Asimismo, el reconocimiento jurídico de los centros de conservación mediante la Ley 2402 de 2024 sitúa esta experiencia en un marco normativo que redefine el papel de estas instituciones en Colombia. De este modo, el documental no solo registra una transformación organizacional, sino que participa en la construcción

de nuevas narrativas ambientales urbanas, evidenciando el potencial del audiovisual como herramienta estratégica en procesos de resignificación institucional y educación para la sostenibilidad.

Resultados

La investigación aún esta en curso, sin embargo se tienen resultados los cuales guían el desarrollo y el enfoque:

1. Desplazamiento narrativo: de la exhibición al cuidado

Uno de los principales hallazgos evidencia un cambio en la lógica de representación del espacio. El documental construye un relato que rompe con la noción tradicional del zoológico como lugar de exhibición y entretenimiento, para posicionarlo como centro de conservación, rehabilitación y protección de fauna silvestre víctima del tráfico ilegal.

Esta transformación se articula mediante recursos audiovisuales que priorizan procesos clínicos, labores de cuidado y testimonios de profesionales, desplazando la mirada del espectáculo hacia la responsabilidad ética. La narrativa no enfatiza la contemplación del animal como objeto visual, sino su condición de sujeto vulnerable que requiere atención especializada.

2. Articulación entre emoción y evidencia científica

El documental integra información técnica sobre procesos de rehabilitación, marcos legales y conservación con elementos emocionales construidos a partir de la cercanía visual con los animales y los relatos del equipo humano.

Este equilibrio produce un efecto de mediación entre conocimiento científico y experiencia sensible. El espectador no solo recibe datos, sino que es conducido hacia una comprensión afectiva del problema del tráfico ilegal de fauna. La emoción no reemplaza la evidencia, sino que la potencia, facilitando su apropiación.

3. Construcción de una identidad institucional renovada

El análisis permite identificar que el documental funciona también como herramienta de resignificación organizacional. A través del relato audiovisual se consolida una nueva identidad institucional basada en el cuidado, la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

El parque deja de ser representado como parte del antiguo modelo zoológico y se proyecta como actor activo en la protección de la biodiversidad. Esta narrativa contribuye a fortalecer su legitimidad social, especialmente en un contexto donde los debates sobre bienestar animal son cada vez más visibles en la esfera pública.

4. Inserción en un contexto normativo y social emergente

Finalmente, los resultados muestran que la narrativa del documental se inscribe en un momento de transición normativa, marcado por el reconocimiento legal de los centros de conservación en Colombia. Este contexto amplifica el sentido del relato, pues no se trata únicamente de un cambio interno, sino de una transformación alineada con nuevas discusiones políticas y ambientales.

En conjunto, los hallazgos evidencian que el documental no opera únicamente como registro audiovisual, sino como dispositivo comunicativo que traduce un cambio estructural en una experiencia narrativa orientada a la educación ambiental y a la construcción de nuevas representaciones urbanas sobre la fauna silvestre.

Referencias bibliográficas

- Aufderheide, P. (2007). Documentary film: A very short introduction. Oxford University Press.
- Buell, L. (2005). The future of environmental criticism: Environmental crisis and literary imagination. Blackwell Publishing.
- Congreso de la República de Colombia. (2024). Ley 2402 de 2024.
- Cox, R., & Pezzullo, P. C. (2016). Environmental communication and the public sphere (4th ed.). SAGE Publications.
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. Communication Monographs, 51(1), 1–22. https://doi.org/10.1080/03637758409390180
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2023). Reconocimiento de centros de ciencia en Colombia.
- Parque de la Conservación de Medellín. (s.f.). Quiénes somos. https://www.parquedelaconservacion.co
- Parque de la Conservación de Medellín. (s.f.). Modelo de conservación y bienestar animal. https://www.parquedelaconservacion.co
- Secretaría de Turismo de Medellín. (2023). Informe de lugares más visitados de la ciudad. Alcaldía de Medellín.
- Sistema de Inteligencia Turística de Medellín. (2024). Informe anual de visitantes.
- U.S Inmigration and Customs Enforcement. (s.f) Retrieved from https://www.ice.gov/hsi/investigate/wildlife-trafficking

COMUNICACIÓN E INTERDISCIPLINARIEDAD EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA: NARRATIVAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y TURISMO SOSTENIBLE EN EL PARQUE NACIONAL NATURAL LOS NEVADOS

José Julián Aguirre Vélez
Ingeniero Ambiental de la Universidad EIA
Docente y profesional del Grupo de Investigaciones Ambientales
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
julian.aguirre@upb.edu.co

María Victoria Pabón Montealegre
Docente de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo
Integrante del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU)
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
maria.pabon@upb.edu.co

Verónica Isabel Suescún Ramírez
Docente de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo
Integrante del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU)
Coordinadora del Semillero en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial (ComunicaRSE)
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
veronica.suescun@upb.edu.co

Resumen

Esta ponencia presenta algunos resultados del proyecto *"Comunicación, cambio climático y turismo sostenible en los Andes tropicales: reconocimiento del contexto en el marco del proyecto Poleka Kasué"*, una iniciativa de investigación formativa que articula estudiantes de Comunicación Social-Periodismo e Ingeniería Ambiental de la Universidad Pontificia Bolivariana. El propósito es analizar cómo las percepciones y narrativas se configuran y comunican entre comunidades locales y turistas del Parque Nacional Natural de Los Nevados, frente al cambio climático y las prácticas de turismo sostenible.

El estudio se orienta a: (1) identificar percepciones, experiencias y narrativas de habitantes y visitantes sobre las transformaciones ambientales y las prácticas de sostenibilidad en ecosistemas de alta montaña; (2) construir un registro audiovisual y comunicacional que visibilice la relevancia ecológica del territorio, así como las acciones locales de adaptación y mitigación asociadas al turismo; y (3) sistematizar experiencias pedagógicas de reconocimiento del contexto a partir del diálogo de saberes entre ingeniería ambiental y comunicación.

La metodología combina un enfoque cualitativo de estudio de caso con investigación-acción participativa, análisis de narrativas y diseño de estrategias comunicativas orientadas al diálogo social, en el marco de un sistema socioecológico complejo como es el Parque Nacional Natural Los Nevados. El proceso comprendió una fase preparatoria de revisión documental y dos salidas de campo (urbana y rural) para la integración interdisciplinar del equipo; un trabajo de campo intensivo de cinco días en el PNNN, que incluyó observación participante, entrevistas semiestructuradas a habitantes y visitantes, conversaciones abiertas y registro audiovisual; y una fase posterior de producción y sistematización de la experiencia.

Los resultados evidencian cómo la interdisciplinariedad y la comunicación para la sostenibilidad no solo fortalecen la formación investigativa, sino que generan insumos para acciones de turismo responsable y adaptación climática.

Palabras clave

percepciones socioambientales, cambio climático, turismo sostenible,

investigación formativa y diálogo de saberes.

Introducción

Los páramos colombianos constituyen ecosistemas de alta montaña reconocidos por su relevancia ambiental, social y económica. El país alberga cerca del 50% de estos sistemas a nivel mundial, distribuidos en las tres cordilleras andinas, la Sierra Nevada de Santa Marta y el Nudo de los Pastos. Su función en la regulación hídrica resulta estratégica, al abastecer de agua a más del 70% de la población nacional y contribuir a la generación de aproximadamente el 53% de la energía eléctrica. Asimismo, operan como reguladores climáticos y reservorios de biodiversidad endémica, actualmente expuesta a transformaciones derivadas tanto del cambio climático como de diversas presiones antrópicas.

En este contexto, el proyecto *"Comunicación, cambio climático y turismo sostenible en los Andes tropicales: reconocimiento del contexto en el marco del proyecto Poleka Kasué"* se orienta a la formación investigativa de estudiantes de Ingeniería Ambiental y Comunicación Social-Periodismo, con el propósito de abordar de manera interdisciplinar la comprensión de fenómenos complejos asociados a la interacción entre clima, biota y sociedad. Desde esta perspectiva, se propone articular la gestión de recursos naturales con los procesos de construcción simbólica y social que configuran las prácticas territoriales de las comunidades que habitan y visitan el entorno del Parque Nacional Natural Los Nevados, particularmente en el área de influencia del Nevado del Ruiz. Este territorio, debido a su localización estratégica y a la acelerada manifestación de procesos asociados al cambio global, constituye un escenario privilegiado para analizar las formas en que dichos cambios son percibidos, interpretados y comunicados socialmente.

A partir de lo anterior, emerge la necesidad de indagar cómo se significan y comunican las transformaciones ambientales y las prácticas de turismo en este contexto: ¿Qué narrativas construyen habitantes y visitantes frente al cambio climático? ¿De qué manera estas narrativas inciden en los procesos de apropiación social del conocimiento y en la configuración de prácticas de turismo sostenible?

En respuesta a estos interrogantes, la investigación tiene como objetivo general analizar, desde una perspectiva comunicacional e interdisciplinar, cómo las percepciones y narrativas sobre el cambio climático y el turismo sostenible se configuran y circulan entre comunidades locales y turistas del Parque Nacional Natural Los Nevados. Para ello, se plantean tres objetivos específicos: (1) identificar percepciones, experiencias y narrativas de habitantes y visitantes sobre las transformaciones ambientales y las prácticas de sostenibilidad en ecosistemas de alta montaña; (2) construir un registro audiovisual que visibilice la relevancia ecológica del territorio y las acciones locales de adaptación y mitigación asociadas al turismo; y (3) sistematizar experiencias pedagógicas de reconocimiento del contexto a partir del diálogo de saberes entre ingeniería ambiental y comunicación.

Marco conceptual

Turismo sostenible: gobernanza, participación y gestión socioambiental del territorio

Según el World Travel and Tourism Council, el sector turismo aportó en 2024 cerca del 10% al Producto Interno Bruto mundial, lo que evidencia el crecimiento de esta industria a escala global. Sin embargo, se hace necesario promover un turismo consciente que minimice los impactos sociales y ambientales en los territorios, así como reordenar prácticas que, a lo largo del tiempo, han estado asociadas a dinámicas de movilidad desestructurada y masificada.

Para la Organización Mundial del

Turismo – OMT (2005), el turismo sostenible se entiende como aquel que tiene en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades anfitrionas. Por su parte, Butler (1999) plantea que el turismo sostenible implica reconocer los límites de carga de los territorios y cuestionar modelos turísticos basados en la masificación y la explotación de recursos naturales.

No obstante, debe enfatizarse que la sostenibilidad en las actividades turísticas no se refiere únicamente a la dimensión ambiental. De acuerdo con Bramwell y Lane (2011), el turismo sostenible se soporta en un proceso político y social que requiere participación comunitaria, gobernanza territorial y toma de decisiones locales. En este sentido, Blasco (2005) lo define como un mecanismo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe, entonces, como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando simultáneamente la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Por ende, la sostenibilidad implica la corresponsabilidad de diversos actores. Según Weaver (2010), el turismo que se desarrolla en áreas naturales protegidas debe promover la conservación mediante la educación y la participación de los visitantes, así como el fomento de la responsabilidad social y ambiental por parte de los actores turísticos. En síntesis, supone un equilibrio dinámico entre conservación ambiental, viabilidad económica y equidad social en los destinos turísticos.

De acuerdo con la presentación de la Política de Turismo Sostenible de Colombia (2020), el país asume la oportunidad de transformarse reconociendo al turismo como un negocio económicamente rentable y viable, pero también como un vehículo de desarrollo social, un medio de protección de los modos de vida de las comunidades y un instrumento para la conservación del medio ambiente, la biodiversidad, los ecosistemas y los recursos naturales. En este marco, emerge la responsabilidad de contribuir a la conservación del capital natural y de promover narrativas ecológicas del territorio en la misma proporción en que se hace uso de sus recursos para soportar las actividades turísticas.

Turismo sostenible en áreas protegidas nacionales

Colombia es reconocida por su biodiversidad y por la variedad de regiones que componen su geografía, lo que enriquece su oferta de productos turísticos asociados a la naturaleza. Aproximadamente el 15% del territorio nacional corresponde a áreas protegidas, de acuerdo con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (2019), y cada vez es mayor el número de iniciativas de ecoturismo, turismo rural y comunitario que aportan ingresos económicos a las regiones. En el Plan de Turismo Sostenible Nacional (2020) se reconoce el capital natural del país como una ventaja competitiva, por lo que se deben fortalecer estrategias de promoción que potencien su reputación como destino capaz de ofrecer experiencias transformadoras que generen valor agregado para el medio ambiente y las comunidades (Gamper, 2019).

Alit Wiraputra (2023) plantea la relación entre el turismo y el desarrollo sostenible como una necesidad para la conservación de los procesos ecológicos, el respeto hacia la capacidad de carga de los ecosistemas y la protección de la biodiversidad, concluyendo que la naturaleza constituye la base misma del turismo. Por otra parte, un estudio realizado por Baloch et al. (2023) analiza los impactos ambientales del desarrollo turístico, mostrando que su crecimiento descontrolado puede generar degradación de los ecosistemas y sobreexplotación de los recursos naturales.

De ambos estudios se infiere que el turismo sostenible, desde un punto de vista ambiental, puede entenderse como un modelo de desarrollo orientado a la conservación de los ecosistemas, al respeto por su capacidad de carga y al uso responsable de sus recursos. En este sentido, constituye una respuesta frente a los impactos negativos derivados de actividades no planificadas. Por lo tanto, el turismo solo puede considerarse sostenible cuando existe gestión y planeación bajo criterios ambientales; de lo contrario, el desarrollo turístico tiende a afectar los ecosistemas de destino, como ocurre en escenarios de alta fragilidad socioecológica tales como el Parque Nacional Natural Los Nevados.

La interdisciplinariedad para aportar soluciones ambientales y sociales

La educación superior se ha caracterizado por la fragmentación del conocimiento en parcelas disciplinares que abordan objetos de estudio desde perspectivas diferenciadas. Sin embargo, la complejidad de los problemas contemporáneos cuestiona este modelo de generación de conocimiento. En este sentido, Salamanca y Sepúlveda (2024) plantean la necesidad de propiciar un diálogo entre disciplinas que permita la creación de nuevos espacios de producción de conocimiento.

La práctica interdisciplinaria se ve favorecida cuando existe una apertura a soluciones que trascienden las fronteras disciplinares y permiten abordar los problemas desde múltiples perspectivas, posibilitando la emergencia de nuevos conceptos y formas de comprensión (Morin, 2010, citado en Salamanca-Aroca y Sepúlveda-Bernales, 2024). Esto sugiere, además, la reorganización de los esquemas cognitivos para pensar los fenómenos como sistemas complejos.

Para Van der Linde (2014), la interdisciplinariedad conlleva dos aspectos centrales: la existencia de conexiones —entendidas como interacción, diálogo, integración, síntesis e intercambio— y la adquisición de perspectivas que, gracias a la interacción entre disciplinas, brindan al estudiante una experiencia significativa y un mayor entendimiento de las problemáticas abordadas.

En este marco, el trabajo colaborativo entre Ingeniería Ambiental y Comunicación Social implica trascender la idea de que se trata de campos opuestos —uno asociado al conocimiento objetivo y otro a lo subjetivo— para propiciar una fusión metodológica orientada a la co-creación. Desde esta perspectiva, la ingeniería aporta la capacidad de observar, diagnosticar y proponer soluciones técnicas de adaptación al cambio climático, mientras que la comunicación contribuye a la comprensión de los marcos de significado, las dinámicas socioculturales y las relaciones de poder que configuran las prácticas de las comunidades que habitan y visitan el territorio.

Esta interdisciplinariedad se plantea, además, en doble vía: desde el diálogo entre ingeniería y comunicación, y desde el reconocimiento de que el conocimiento científico no constituye la única forma válida de saber, sino que debe integrarse en un marco más amplio que incluya los saberes comunitarios. Esta visión se soporta en la ecología de saberes propuesta por De Sousa (2006).

Desde esta perspectiva, la sostenibilidad turística no depende únicamente de criterios técnicos de gestión ambiental, sino también de los procesos de interpretación, circulación y apropiación social del conocimiento que tienen lugar en el territorio. En este sentido, la comunicación adquiere un papel central en la configuración de narrativas socioambientales que median la relación entre visitantes, comunidades locales y ecosistemas, influyendo en la manera en que se comprenden, valoran y practican el turismo y la conservación.

Así, las percepciones sobre el cambio climático, los usos del entorno y las prácticas de sostenibilidad no solo se construyen a partir de información científica, sino también me-

diante relatos, experiencias y significados compartidos que orientan las decisiones y comportamientos de los actores involucrados. En escenarios de alta fragilidad ecológica como el Parque Nacional Natural Los Nevados, comprender estas dinámicas comunicativas resulta clave para promover procesos de apropiación social del conocimiento que contribuyan a la adopción de prácticas de turismo sostenible culturalmente pertinentes y ambientalmente responsables.

Metodología

La metodología combina un enfoque cualitativo de estudio de caso con investigación-acción participativa, análisis de narrativas y diseño de estrategias comunicativas orientadas al diálogo social, en el marco de un sistema socioecológico complejo como es el Parque Nacional Natural Los Nevados. Desde esta perspectiva, el estudio de caso se orienta a comprender cómo se configuran, interpretan y comunican las percepciones sobre el cambio climático y las prácticas de turismo sostenible entre habitantes y visitantes del territorio, atendiendo a las dinámicas socioculturales que median la apropiación social del conocimiento ambiental.

El proceso incluyó una fase preparatoria con revisión documental y dos salidas de campo (urbana y rural) orientadas a sensibilizar a los estudiantes frente a los impactos ambientales y sociales derivados de intervenciones territoriales; estas se realizaron en septiembre de 2025. La primera salida consistió en un recorrido en el tranvía de Ayacucho o línea T del Metro de Medellín, medio de transporte que ha transformado la movilidad de aproximadamente 350 mil habitantes de las comunas 8, 9 y 10. Para la segunda salida se realizó un desplazamiento al municipio de Cisneros y a la vereda El Limón, en el municipio de Santo Domingo, por su importancia histórica en la construcción del Túnel de La Quiebra y su arquitectura patrimonial. Esta fase incluyó la preparación de entrevistas a personas de la comunidad, docentes investigadores de ingeniería y comunicación, la observación de factores ambientales y la integración interdisciplinar del equipo.

Posteriormente, en octubre de 2025, se realizó la salida de campo central del proyecto mediante un trabajo intensivo de cinco días en el Parque Nacional Natural Los Nevados, que integró observación participante, entrevistas a habitantes y visitantes, conversaciones abiertas y registro audiovisual. Finalmente, entre noviembre y diciembre de 2025, se desarrolló la fase de sistematización de la información, producción de contenidos y divulgación de resultados.

El análisis de la información se realizó a partir de la categorización de percepciones y narrativas socioambientales emergentes, con el fin de identificar marcos de significado asociados al cambio climático, el turismo sostenible y las prácticas de conservación en ecosistemas de alta montaña. Para ello, se estableció la siguiente matriz de categorías analíticas (véase Tabla 1):

Tabla 1

Matriz de categorías analíticas

Objetivos	Categorías	Subcategorías	Definición
OE1: Identificar percepciones, experiencias y narrativas de habitantes y visitantes sobre los cambios ambientales y las prácticas de sostenibilidad en ecosistemas de alta montaña.	Percepciones y narrativas del cambio climático	Memoria ambiental	Relatos sobre el retroceso glaciar y cambios en la biodiversidad a través del tiempo (antes vs. ahora).
		Sentido de lugar	Vínculo emocional y cultural de los habitantes y turistas con el ecosistema de alta montaña.
		Riesgo percibido	Nivel de conciencia sobre la vulnerabilidad del ecosistema frente a la crisis climática global.
		Imaginarios del turismo	Expectativas del turista (ej. "querer ver nieve") vs. la realidad del ecosistema en transformación.
OE2: Construir un registro audiovisual y comunicacional que visibilice la importancia ecológica del territorio y las acciones de adaptación y mitigación asociadas al turismo.	Prácticas de turismo y acciones de adaptación	Estrategias de adaptación	Comportamientos de sostenibilidad de turistas (gestión de residuos, respeto a senderos, consumo de agua). Acciones locales para mitigar el impacto ambiental (ej. límites de carga, turismo regenerativo).
	Comportamiento y técnicas sociales y ambientales	Gobernanza local	Relación entre las directrices del gobierno local y las prácticas reales de los guías y comunidades locales.
OE3: Sistematizar las experiencias pedagógicas y de reconocimiento del contexto, a partir del diálogo de saberes entre ingeniería ambiental y comunicación.	Narrativa audiovisual y comunicación estratégica interdisciplinar	Lenguaje simbólico	Uso de metáforas, imágenes y sonidos para comunicar la "fragilidad" del páramo y el nevado.
		Formatos de difusión	Eficacia de las piezas audiovisuales (documental, transmedia, redes sociales) en la sensibilización.
		Educomunicación	Capacidad del mensaje para traducir conceptos técnicos ambientales a un lenguaje ciudadano.

La investigación se desarrolló bajo principios de voluntariedad, confidencialidad y respeto por los saberes locales. A cada participante se le explicó el propósito académico del estudio, garantizando la anonimización de los testimonios recogidos durante el trabajo de campo en el Parque Nacional Natural Los Nevados. El enfoque metodológico privilegió el reconocimiento del diálogo de saberes, evitando jerarquizar el conocimiento técnico sobre la experiencia territorial y promoviendo un ejercicio interpretativo situado en torno a las narrativas socioambientales del cambio climático.

El estudio presenta un alcance comprensivo y contextual, orientado a profundizar en la construcción social del cambio climático en un territorio específico de alta montaña. En este sentido, sus resultados no buscan generalización estadística, sino aportar elementos interpretativos para el diseño de estrategias de comunicación ambiental y sostenibilidad con enfoque territorial, particularmente en relación con procesos de apropiación social del conocimiento y producción de narrativas sobre el entorno.

Este diseño metodológico permitió no solo identificar percepciones y prácticas asociadas al turismo en el territorio, sino también comprender las narrativas que median la relación entre conocimiento científico, experiencia local y toma de decisiones en torno a la sostenibilidad.

Resultados

En relación con las percepciones, experiencias y narrativas de los habitantes y turistas sobre el cambio climático, en los relatos de los habitantes del área de influencia del Nevado del Ruiz se reconocen transformaciones en el territorio entendidas desde la experiencia cotidiana, y no desde conocimientos técnicos. De esta manera, el hábitat es percibido como cambiante, inestable y difícil de prever. Los habitantes señalan reconocer los "síntomas" de la montaña a partir de señales sensoriales tales como la niebla, el frío, la ceniza, los cambios rápidos de temperatura, el ruido y las vibraciones del suelo.

Las personas de la comunidad entrevistadas mostraron conciencia y apropiación del cambio climático desde la sabiduría popular, al nombrarlo en lo cotidiano mediante expresiones como: "el clima varía mucho" o "en un ratico hace sol y luego llueve". Estas percepciones se asocian tanto al miedo (narrativa constante vinculada a la erupción del volcán y a la tragedia de Armero) como a la incertidumbre frente al futuro del territorio, especialmente por la disminución de la nieve. En las generaciones más jóvenes, el cambio climático aparece naturalizado como parte del paisaje, mientras que en las generaciones mayores se articula al recuerdo del riesgo, la pérdida y la vulnerabilidad.

El territorio es descrito como un hogar, un espacio de vida, memoria y trabajo, que no se asocia directamente al turismo. En este sentido, el Nevado del Ruiz aparece simultánea-

mente como elemento central del relato: un paisaje cotidiano y afectivo ("lo veíamos todos los días"), un lugar sagrado que merece respeto ("pedir permiso y agradecer") y un escenario de tragedia histórica. Estas narrativas evidencian la coexistencia de marcos simbólicos que median la relación de la comunidad con el entorno natural.

Por su parte, los turistas extranjeros entrevistados manifestaron sentirse atraídos por la posibilidad de visitar un volcán activo más que por la presencia de nieve, mientras que los turistas nacionales señalaron un mayor interés por la práctica del senderismo y, en algunos casos, por la expectativa de observar nieve. Ninguno de los turistas hizo alusión a la tragedia de Armero, lo que sugiere una diferencia en los marcos de interpretación del territorio entre visitantes y habitantes.

En cuanto a las acciones de adaptación y mitigación asociadas al turismo sostenible por parte de la comunidad y los turistas, las entrevistas evidencian un proceso de ajuste progresivo basado en el aprendizaje colaborativo, que en muchos casos surge a partir de errores o malas prácticas previas. Este aprendizaje colectivo responde a problemáticas locales como la sobrecarga turística, la contaminación, la extracción de frailejones, la realización de fogatas, la generación de desechos y el deterioro de los termales.

Entre las estrategias de mitigación y control ambiental mencionadas por los entrevistados se destacan el pico y placa ambiental, el cierre temporal de ciertos espacios por capacidad de carga, los recorridos guiados, la pedagogía ambiental durante los tours y el desarrollo de campañas educativas con niños y visitantes.

Por otro lado, el comportamiento de los turistas muestra una apropiación inicial de las prácticas promovidas por los guías turísticos al visitar el Parque Nacional Natural Los Nevados. Señalan que su principal acción consiste en no arrojar basura, recoger los residuos y realizar una adecuada disposición de estos, reconociendo que dichas prácticas son necesarias para conservar el entorno natural.

En este contexto, los guías turísticos emergen como actores clave en la conservación del ecosistema de alta montaña, mediante acciones de orientación a los visitantes, encaminadas a evitar la disposición inadecuada de residuos, la extracción de flora y el tránsito por zonas no autorizadas. Asimismo, resaltan la importancia del turismo regulado y de las estrategias de conservación implementadas desde la planificación del viaje, con el fin de que los visitantes reconozcan la fragilidad del entorno y la necesidad de su cuidado.

Finalmente, en cuanto a la sistematización y producción de contenidos, los hallazgos obtenidos fueron difundidos a partir de productos comunicativos creados y gestionados mediante el diálogo de saberes. Estos incluyeron videos y publicaciones para redes sociales, una crónica de viaje audiovisual, un reportaje gráfico para la revista indexada de comunicación de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, así como un evento de divulgación celebrado en el campus universitario con la participación de aproximadamente 70 personas. En este espacio se presentaron productos multimedia, experiencias inmersivas y audios con las voces de los diferentes actores del territorio, promoviendo la interacción entre investigadores del proyecto *"Comunicación, cambio climático y turismo sostenible en los Andes tropicales: reconocimiento del contexto en el marco del proyecto Poleka Kasué"* y la comunidad académica interesada en el cambio climático y el turismo sostenible.

En conjunto, estos resultados evidencian que las narrativas socioambientales construidas por comunidades locales y visitantes influyen en la manera en que se interpretan y adoptan prácticas de turismo sostenible, posicionando a la comunicación como un elemento mediador en los procesos de apropiación social del conocimiento en contextos de alta complejidad socioecológica.

Discusión

El cambio climático no es únicamente un fenómeno atmosférico, sino un proceso socialmente vivido y técnicamente medido. En el relato de los habitantes del Nevado del Ruiz se observa una apropiación del tema desde sus vivencias cotidianas y desde la red comunitaria que construye una narrativa sobre las transformaciones del territorio, facilitando la comprensión de la vida en un volcán activo. A través de la comunicación cotidiana, sus pobladores conocen e identifican factores de riesgo que les permiten manejar la incertidumbre frente a los cambios en su hábitat.

El relato varía de acuerdo con las generaciones, pues los más jóvenes no evidencian los cambios en el entorno natural como sí lo hacen los mayores, debido a que no los han experimentado directamente. Estos últimos articulan el cambio climático al recuerdo del riesgo, la pérdida y la vulnerabilidad, haciendo mención a la tragedia de Armero y a la disminución de la nieve. Dicho relato se centra en cómo vivieron los acontecimientos, cómo se cuidaron y cómo se organizaron para superarlos, describiendo un tejido social fuerte, basado en el sentido de comunidad y el trabajo colaborativo. Este hallazgo se articula con lo planteado por Blasco (2005), en cuanto a la necesidad de que la actividad turística satisfaga las demandas económicas y sociales respetando la integridad cultural, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida de la comunidad anfitriona.

Estas historias dan cuenta de un aprendizaje colectivo que funciona como hilo comunicacional para fortalecer la identidad territorial, con elementos propios de la cultura, la tradición oral y las vivencias en el territorio. Este interaccionismo simbólico permite comprender una red de significados que se sostiene entre diferentes actores y que expresa el sentido de pertenencia comunitario. En este sentido, se reconoce un saber local que debe integrarse a los saberes disciplinarios de la ingeniería ambiental y la comunicación, aportando a la formación académica de los estudiantes, tal como lo plantea De Sousa (2006) desde la ecología de saberes, en la que se articulan el conocimiento académico y el comunitario.

Por su parte, los turistas extranjeros se sienten atraídos por visitar un volcán activo más que por la nieve, lo que constituye un hallazgo relevante en términos de expectativas diferenciadas entre turistas nacionales e internacionales, y su potencial para reconfigurar una propuesta turística atractiva bajo una perspectiva sostenible en un contexto de cambio climático. Esto evidencia que dichas dimensiones no se juegan únicamente en políticas o infraestructuras, sino también en relatos, memorias y prácticas discursivas que pueden ser potenciadas desde la comunicación para sostener un turismo responsable.

El turismo sostenible es entendido por las personas de la comunidad más como una práctica en construcción que como un modelo consolidado. Asimismo, se evidencia un consenso sobre su importancia como alternativa económica para el sustento familiar, lo que genera tensiones entre el beneficio económico que trae el turismo y el riesgo de afectar el ecosistema de páramo. Aun así, se reconoce un esfuerzo creciente por regular el acceso y fomentar comportamientos responsables tanto en locales como en turistas, lo que refleja una comprensión de la corresponsabilidad de los actores necesaria para el desarrollo del turismo sostenible, como bien lo expresa Weaver (2010).

Los turistas reconocen la necesidad de cuidar el ecosistema de alta montaña; sin embargo, su actitud y comportamiento se centran más en la obediencia de normas que en una comprensión profunda de los impactos sobre el páramo. Esto plantea un desafío educativo y comunicacional que debe ser abordado mediante estrategias orientadas a la apropiación social del conocimiento ambiental.

Por su parte, los guías turísticos (en su mayoría oriundos de la región) se reconocen como actores clave en la

conservación del ecosistema, debido al rol que cumplen en la orientación y educación de los visitantes. Son quienes organizan la actividad turística formal y practican estrategias de conservación y prevención, además de formar a las nuevas generaciones en temas de memoria, identidad y cuidado del entorno. En este sentido, los guías pueden convertirse en coordinadores del diálogo político y social propuesto por Bramwell y Lane (2011), movilizando la participación comunitaria, el gobierno local y la toma de decisiones.

En relación con la interdisciplinariedad propuesta en esta investigación, desde la sensibilización, integración, planeación del trabajo de campo, sistematización de la información y divulgación de hallazgos, los estudiantes y docentes de ingeniería utilizaron herramientas sociales para acercarse a la comunidad y comprender su identidad cultural a partir de las narrativas territoriales. Paralelamente, los estudiantes y docentes de comunicación reconocieron fenómenos climáticos y aspectos de biodiversidad mediante la experiencia inmersiva y la observación durante el trabajo de campo.

Desde la ética y el respeto por la comunidad, el abordaje de la investigación permitió otorgar igual relevancia a los datos técnicos y a las narrativas locales, promoviendo el reconocimiento del otro como sujeto de conocimiento. Se protegió la confidencialidad de las personas entrevistadas y se priorizó un enfoque de reciprocidad con la comunidad, en coherencia con la perspectiva de diálogo de saberes.

Entendiendo la interdisciplinariedad como interacción entre disciplinas que comparten metodologías y herramientas, este proyecto logró una integración de conceptos y esfuerzos que fortaleció los resultados. En la planeación de las piezas audiovisuales, el equipo de comunicación diseñó el guion, seleccionó material fotográfico y audiovisual, y realizó la edición para construir un relato que visibilizara la cultura e identidad de la comunidad. Por su parte, el equipo de ingeniería aportó datos técnicos y profundización conceptual sobre el cambio climático, generando contenidos con valor científico y humano en torno al turismo sostenible.

Esta metodología participativa permitió identificar actores clave en la divulgación y apropiación del conocimiento para próximas fases del proyecto, entendiendo que el conocimiento sobre el territorio circula a través de múltiples mediadores: la comunidad local, los guías y agencias de turismo, las fundaciones ambientales, las instituciones como Parques Nacionales y autoridades ambientales, así como los visitantes y turistas, quienes participan en la apropiación del territorio con niveles diferenciados de conciencia ambiental.

La experiencia de participación en el Observatorio de Alta Montaña Poleka Kasué evidencia que la interdisciplinariedad no se reduce a aplicar conceptos de ingeniería ambiental en piezas comunicativas, sino que implica co-diseñar preguntas, métodos y productos con otras disciplinas y con la comunidad. Esto resignifica el rol de comunicadores e ingenieros en formación como mediadores entre saberes, articulando datos técnicos, relatos locales y decisiones de política pública, fortaleciendo tanto la investigación formativa como la responsabilidad social de los futuros profesionales.

Finalmente, el reconocimiento del contexto cultural, a partir de una convergencia dialógica, permitió construir una interpretación simbólica que expone la complejidad del territorio y los desafíos del turismo sostenible, integrando datos científicos y experiencias humanas. En una próxima fase del proyecto, se propone avanzar de lo interdisciplinar a lo transdisciplinar, en la que se superen las fronteras del conocimiento y se materialice la ecología de saberes propuesta por De Sousa Santos (2006), con el fin de generar conocimiento construido junto a la comunidad local y diseñar estrategias de turismo sostenible pertinentes y viables.

Conclusiones

En el contexto de territorios socioambientales estratégicos como el Parque Nacional Natural Los Nevados, la sostenibilidad trasciende su dimensión técnico-ambiental para configurarse como un proceso social de interpretación, negociación y apropiación colectiva del conocimiento. Desde esta perspectiva, la formación investigativa no solo fortalece capacidades para la comprensión crítica de problemáticas territoriales complejas, sino que habilita a los sujetos para participar activamente en la construcción de sentidos sobre su entorno, sus prácticas productivas y sus horizontes de desarrollo.

En este marco, la comunicación emerge como un componente constitutivo (y no instrumental) de los procesos de sostenibilidad, al posibilitar la circulación de saberes, la producción de narrativas situadas y la apropiación social del conocimiento como base para la acción colectiva. Así, formar en investigación desde un enfoque comunicacional implica reconocer que la generación de conocimiento sobre el territorio está íntimamente ligada a las formas en que este se nombra, se representa y se disputa simbólicamente.

De este modo, la articulación entre formación investigativa y comunicación para la sostenibilidad permite avanzar hacia prácticas educativas que no solo describen la realidad socioambiental, sino que contribuyen a transformarla, promoviendo procesos reflexivos de participación, corresponsabilidad y toma de decisiones informadas frente a los desafíos del desarrollo sostenible en contextos locales.

Referencias bibliográficas

• Alit Wiraputra, A. A. (2023). Ecotourism based sustainable tourism development. Law Doctoral Community Service Journal, 1–7. https://ejurnal.warmadewa.ac.id/index.php/ldcsj/article/view/6192/4148

• Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. Environmental Science and Pollution Research, 30, 5917–5930. https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w

• Blasco, D. (2005). Desarrollo turístico sostenible. Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente, 4, 25–40.

• Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 411–421. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586

•

• Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. Tourism Geographies, 1(1), 7–25. https://doi.org/10.1080/14616689908721291

• De Sousa Santos, B. (2006). La sociología de las ausencias y la sociología de las emergencias: Para una ecología de saberes. En Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social. CLACSO. http://biblioteca-virtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/santos/Capitulo%20I.pdf

• Gamper, T. (2019). Sustainable tourism in Colombia and its potential for the European market. SIPPO, Swiss Import Promotion Programme.

• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). Política de turismo sostenible de Colombia. https://mincit.gov.co

• Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2019). Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). https://www.minambiente.gov.co

• Salamanca-Aroca, C., & Sepúlveda-Bernales, V. J. (2024). Hacia una ecología de saberes para la formación docente interdisciplinar: Algunas orientaciones prácticas. Educación y Ciudad, (46), e3010. https://

doi.org/10.36737/01230425.n46.2024.3010

• Van der Linde, G. (2014). ¿Por qué es importante la interdisciplinariedad en la educación superior? Cuaderno de Pedagogía Universitaria, 4(8), 11–12. https://doi.org/10.29197/cpu.v4i8.68

• Weaver, D. (2010). Community-based tourism as strategic dead-end. Tourism Recreation Research, 35(2), 183–191. https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081632

• World Tourism Organization. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. UNWTO.

• World Travel & Tourism Council. (2024). Economic impact report. https://wttc.org/research/economic-impact

CULTURA ECOFRIENDLY EN EVENTOS: ESTRATEGIAS PARA SU APROPIACIÓN SOCIAL EN MEDELLÍN Y BUCARAMANGA.

Mónica María Valle F.
Doctora en Estudios Sociales y Científicos
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores-ITESO
Guadalajara-México
Magister en Comunicación de la Universidad Iberoamericana (UIA) Ciudad de México;
Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)
Medellín
Comunicadora Social - Periodista
Universidad de Antioquia (UdeA).
Docente Titular en la Facultad de Comunicación Audiovisual
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
mmvalle@elpoli.edu.co

María Paulina Echeverri V.
Doctoranda en Diseño
Universidad Pontifica Bolivariana (UPB)
Medellín
Magíster en Artes de la Universidad de Antioquia (UdeA)
Especialista en Intervenciones Creativas del Colegio Mayor
Medellín
Diseñadora Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)
Medellín
Diseñadora de Producto
Universidad Veritas de Costa Rica.
maria.echeverriv@upb.edu.co

Gustavo Alzate Patiño
Maestrando en Ingeniería, énfasis en Química, Sostenibilidad y Medio Ambiente
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)
Medellín
Ingeniero Químico
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)
Profesor de asignatura
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
gustavoalzate@elpoli.edu.co

Resumen

En el contexto contemporáneo, la realización de eventos, espectáculos, conciertos, fiestas y reuniones se ha incrementado exponencialmente, generando significativos impactos negativos en la sostenibilidad. Entre las problemáticas más comunes está el manejo inadecuado de los residuos sólidos; la contaminación atmosférica, auditiva, entre otros.

En el capítulo se presenta los avances del proyecto, lo que incluye el planteamiento de estado del arte; la sistematización del laboratorio piloto de sensibilización así como la estructuración del curso virtual que conllevará a la certificación de ciudadano (a) ecofriendly. La investigación se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible- ODS- 11, 12 y 13. La apropiación de la sostenible en eventos se constituye en un desafío técnico y sobre todo cultural y comunicativo. Se comprende la sostenibilidad en eventos como un proceso sociocultural, comunicativo y territorialmente situado, más allá que como un conjunto de procedimientos técnicos o normativos.

Palabras clave

Eventos sostenibles; Ecodiseño; Comunicación ambiental; Territorios sostenibles; Apropiación social del conocimiento.

Introducción

En la ponencia se presentan los avances del proyecto en cuanto al estado del arte sobre el fenómeno; la sistematización del taller piloto de sensibilización de cultura ecofriendly, así como la estructuración del curso virtual que conllevará a la certificación de ciudadano (a) ecofriendly.

Metodología

La metodología propuesta comprende **técnicas cualitativas como entrevistas semiestructuradas a actores claves: organizadores de eventos, asistentes, agencias de producción, representantes gubernamentales y expertos en sosteni-**

bilidad y medioambiente. Aplicación de estrategias participativas como los Laboratorios de cocreación en tanto espacios interdisciplinarios para que expertos, asistentes y organizadores de eventos desarrollen estrategias, prototipos de materiales educativos y narrativas ecofriendly. También para crear y probaran los materiales y aplicaciones didácticas.

Discusión y Resultados

Los avances del Proyecto *Cultura Ecofriendly en Eventos*: *Estrategias para su apropiación social en Medellín y Bucaramanga*, permiten visualizar líneas emergentes de teorización o hipótesis interpretativas en torno a la relación entre comunicación, sostenibilidad y territorio en el campo de los eventos. Enfoque interpretativo crítico que comprende la sostenibilidad en eventos como un proceso sociocultural, comunicativo y territorialmente situado, más allá que como un conjunto de procedimientos técnicos o normativos. En tal sentido se entienden como espacios de mediación simbólica en los que convergen prácticas, narrativas culturales, saberes ciudadanos y disputas territoriales. Se podría afirmar que la sostenibilidad en eventos demanda una ecología de saberes, en la que confluyen conocimientos técnicos, saberes creativos, experiencias ciudadanas y prácticas comunitarias. Y que la apropiación social de la cultura ecofriendly no se produce por imposición normativa, sino por procesos de diálogo, experimentación y cocreación.

Referencias bibliográficas

• Cox, R. (2010). Environmental communication and the public sphere (2nd ed.). Sage.

• de Sousa Santos, B. (2010). Descolonizar el saber, reinventar el poder. Trilce.

• Escobar, A. (2014). Sentipensar con la tierra: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Ediciones UNAULA.

• Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

• Gudynas, E. (2011). Desarrollo, extractivismo y buen vivir. Debates al Sur, 2, 1–25.

• Kolb, D. A. (1984). Experiential learning: Experience as the source of learning and development. Prentice Hall.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.

• Pezzullo, P. C., & Cox, R. (2018). Environmental communication and the public sphere (4th ed.). Sage.

• Reguillo, R. (2012). Culturas juveniles: Formas políticas del desencanto. Siglo XXI Editores.

• Reily, A. H. (2009). Communicating sustainability initiatives in corporate reports: Linking implications to organizational change. S.A.M. Advanced Management Journal, 74(3), 33-43.

• Remington, S. (2003). The power of festivals to build community. International Events Magazine 14(2).

• Shahjahan, R. A., (2004). Centering spirituality in the Academy: Toward a transformative way of teaching and learning. Journal of Transformative Education, 2(4). doi:10.1177/1541344604268330

• Stettler, Stephanie L. (2011). "Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective" . Dissertations and Theses. Paper 257. https://doi.org/10.15760/etd.257

• Te hago Eco (2014). Eventos sostenibles para ciudades inteligentes: Estudio sobre el valor que la sostenibilidad aporta a los eventos en España. Revista Intersección, Año 1, N1. Tecnología en Organización de Eventos, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. Págs 36-45. https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/227/195

• Valle Flórez, M. M., & Moreno V, G. E. (2015). Tecnología en Organización de Eventos del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid en el contexto de Medellín como ciudad de eventos. Revista Intersección. , 46–54. Recuperado a partir de https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/228/196

DEL RIO A LA SIERRA POR LA PROVINCIA COMUNERA: EXPEDICIÓN CIENTÍFICA PARA ENFRENTAR DÉFICITS EN EL CONOCIMIENTO DE LA BIODIVERSIDAD, PROMOVIENDO LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TRANSMEDIA DE DIVULGACIÓN Y LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN LA SERRANÍA DE LOS YARIGUÍES.

Claudia Ximena Regueros Rueda
comunicadora social-periodista
Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB).
Magister en Administración de las Organizaciones, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).
MBA Máster en Dirección y Administración de Empresas, Escuela Europea de Administración (EUDE) en España.
Máster en Marketing y Dirección Comercial de la Escuela Europea de Administración Empresas (EUDE) en España.
Especialista en Gerencia Pública de la Universidad de Santander (UDES).
Especialista en Gestión de Empresa de la Universidad Politécnica de Valencia, España (UPV).
Docente del programa de comunicación social Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
Líder del Semillero de Investigación Yákano.

Resumen

En muchas regiones de Colombia, la biodiversidad sigue siendo un tesoro sin descubrir. Hay ecosistemas enteros que no han sido completamente estudiados, y especies que podrían desaparecer antes de ser registradas. A partir del déficit de conocimiento de nuevas especies de flora y fauna en el sur del departamento de Santander, en Colombia, se dio inicio al proyecto denominado: "expedición científica para enfrentar déficits en el conocimiento de la biodiversidad, promoviendo la generación de productos transmedia de divulgación y la evaluación del potencial turístico en la Serranía de los Yariguíes". Un esfuerzo que unió diferentes disciplinas que buscaban ilustrar a la sociedad la importancia de conservar su ecosistema y proyectar la riqueza natural de territorio.

La UNAD a través del Semillero Yákano del programa de comunicación social en la Zona Centro Oriente, inicia su labor educomunicativa, registrando las historias de los pueblos, los sonidos propios de la naturaleza y el estilo de vida de las especies; aportando a la identidad de una de las regiones más hermosas de Colombia. El proyecto se convirtió en una herramienta audiovisual que conserva el archivo de la expedición, y la socialización de los resultados de la expedición. Adicionalmente, se establecieron vínculos de cooperación con las comunidades campesinas de la zona, con investigadores y científicos en una alianza estratégica entre la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD y la Universidad Industrial de Santander, UIS, como resultado de ganar la Convocatoria 890 de 2020 de Minciencias.

Palabras clave

Biodiversidad, educomunicación, expedición, transformadora, transmedia

Introducción

En Colombia, el conocimiento sobre su biodiversidad presenta vacíos significativos, especialmente en regiones con baja intervención antrópica y escasa exploración biológica.

La Serranía de los Yariguíes, ubicada en el departamento de Santander, alberga ecosistemas estratégicos, especialmente en los municipios de El Guacamayo y Contratación, que no habían sido objeto de estudios sistemáticos recientes, lo que limita la identificación de especies y el desarrollo de estrategias de conservación.

Diversas investigaciones han evidenciado que la documentación rigurosa de la biodiversidad y su divulgación mediante herramientas comunicativas especializadas fortalecen la apropiación social del conocimiento y generan insumos clave para la toma de decisiones ambientales.

Sin embargo, en el sur de Santander persisten áreas con potencial biológico desconocido y sin registros visuales que integren el componente científico con la narrativa audiovisual.

Metodología

La metodología de la investigación contempló la realización de trabajo de campo para recolectar datos biológicos, análisis estadísticos y ecológicos de las muestras obtenidas, así como la elaboración de productos audiovisuales para la divulgación del conocimiento. Instrumentos como entrevistas y encuestas fueron utilizados para evaluar el potencial turístico de la región. Mediante esta combinación de técnicas, se obtendrá una comprensión integral de la biodiversidad local y se identificarán oportunidades para el desarrollo turístico sostenible de los municipios del El Guacamayo y Contratación.

Figura1.



Nota: Esta figura muestra la metodología utilizada para el desarrollo de la expedición científica, hasta la socialización de los resultados.

Discusión

La expedición científica en la Serranía de los Yariguíes permitió documentar y caracterizar la biodiversidad de una zona poco estudiada en Santander, incluyendo el hallazgo de posibles nuevas especies. El Semillero Yakano de la UNAD registró audiovisual y narrativamente el proceso de muestreo y análisis taxonómico, generando materiales transmedia que fortalecen la divulgación científica y la apropiación social del conocimiento. La falta histórica de estudios en la región evidencia la necesidad de continuar integrando investigación biológica y comunicación especializada para apoyar estrategias de conservación y visibilizar el valor ecológico del territorio.

Resultados

Conocimiento de la composición taxonómica de los animales, plantas y hemoparásitos en una zona del sur de Santander, resaltando los taxa que estarían llenando vacíos relacionados con los tres impedimentos del conocimiento de la biodiversidad.

Divulgación mediante productos transmedia de las historias sobre la biodiversidad del territorio, los sonidos propios y estilos de vida de las especies; aportando a la identidad del departamento de Santander.

Establecer una estrategia de comunicación transmedia por medio de un documental interactivo, un paisaje sonoro y una ruta turística para el posicionamiento de la zona como destino turístico sostenible.

Registro audiovisual profesional, con estándares técnicos y un lenguaje sencillo, donde se narren historias a través de la biodiversidad del territorio, sonidos propios, culturas y estilos de vida de las especies como aporte a la identidad del departamento de Santander.

Referencias bibliográficas

• Arbeláez-Cortés, E. 2020. Revista Mexicana de Biodiversidad, 91, e912984

• Gentry, A. H., & R. Vasquez. 1993. A field guide to the families and genera of woody plants of northwest South.

• America (Colombia, Ecuador, Peru): with supplementary notes on herbaceous taxa. The University of Chicago Press, Chicago.

• Universidad Industrial de Santander. 2020. Página web de las colecciones biológicas del Museo de Historia Naturalde la Universidad Industrial de Santander. http://biologia.uis.edu.co/museo/index.html

NARRATIVAS DEL CONFLICTO ARMADO EN PASCA: UNA MIRADA PARA LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA COLECTIVA Y SU VISIBILIZARÍAN

María Isabel Ramírez Rincón
Programa de Comunicación Social–Semillero SIER
Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Introducción

La memoria colectiva, así como los hechos de violencia que han marcado la historia de los municipios ubicados en esta zona del país —la región del Sumapaz—, requieren espacios de activación que permitan dejar de lado el olvido y retomar la historia. El silencio ha sido aliado del dolor, de la vulneración y de la soledad: muchas personas necesitan hablar, contar y narrar lo sucedido, pero el espacio y la oportunidad no siempre han existido. En este sentido, cobra vigencia la reflexión de que quien no conoce su historia está condenado a repetirla, razón por la cual resulta indispensable abrir escenarios de escucha y reconstrucción de la memoria.

Con frecuencia se habla de la historia oficial; sin embargo, esta propuesta busca dialogar con la historia local alrededor del conflicto armado que transformó las dinámicas de una región como esta, ubicada en el departamento de Cundinamarca. En ese sentido, la elaboración de un reportaje como estrategia comunicativa para activar la memoria del conflicto armado y visibilizarlo en el municipio de Pasca (Cundinamarca), mediante una metodología participativa basada en el enfoque cualitativo, permitirá retomar la historia, reactivar los hechos y recopilar lo ocurrido como una oportunidad para reconocer, sensibilizar y visibilizar.

Para ello, se emplearán técnicas de carácter cualitativo, especialmente la entrevista en profundidad, que constituirá un insumo clave para dar cuenta del objetivo planteado en este ejercicio investigativo.

La aplicación de esta técnica, junto con la producción de material audiovisual que hará parte del reportaje, permitirá reflejar la realidad de las víctimas. Sus relatos posibilitarán identificar hallazgos sobre la percepción que tienen sus protagonistas acerca del conflicto armado en el Sumapaz. Como en todo proceso investigativo, las preguntas surgirán progresivamente según lo permitan las víctimas y a partir de sus propias vivencias, respetando su situación y sin forzar sus testimonios. Se propiciará un diálogo respetuoso y humano, sin olvidar que el verdadero protagonista es la víctima del conflicto armado, quien, en su momento, compartirá su experiencia más íntima de dolor para aportar a un espacio de expresión y catarsis para muchos, que ven en esta investigación una oportunidad para que su historia sea conocida y visibilizada.

Palabras clave

Conflicto armado, desplazamiento, memoria, narrativa oral

Resumen

La presente investigación aborda la memoria colectiva en torno a los hechos de violencia que marcaron la historia de los municipios de la región del Sumapaz, en el departamento de Cundinamarca, particularmente en el municipio de Pasca. El estudio parte

de la necesidad de generar espacios de activación de la memoria que permitan contrarrestar el olvido y recuperar las narrativas locales del conflicto armado, reconociendo que, como advierte Santayana (1905), quienes no pueden recordar el pasado están condenados a repetirlo. Durante años, el silencio se convirtió en aliado del dolor, la vulneración y la soledad, ya que muchas víctimas no encontraron escenarios seguros para relatar sus experiencias.

A diferencia de la historia oficial, esta propuesta busca dialogar con la historia local mediante la elaboración de un reportaje como estrategia comunicativa para visibilizar el conflicto armado y sus efectos en la comunidad. La investigación se desarrolla desde una metodología participativa con enfoque cualitativo, empleando principalmente la entrevista en profundidad y la producción de material audiovisual como herramientas para recopilar testimonios y reconstruir los acontecimientos desde la voz de sus protagonistas.

Los avances de la investigación han evidenciado resultados parciales significativos. Por un lado, se identifica una limitada disponibilidad de fuentes bibliográficas que aborden de manera específica los hechos ocurridos en la región, lo que confirma la existencia de vacíos documentales sobre la memoria local del conflicto. Asimismo, se destaca que, durante el periodo de mayor intensidad de la violencia, los medios de comunicación locales operaban bajo fuertes presiones de grupos armados ilegales. Con frecuencia, periodistas y comunicadores eran intimidados para asumir posiciones a favor o en contra de estos actores, y el simple hecho de informar, dialogar sobre hechos victimizantés o abrir espacios para las voces de la comunidad representaba un riesgo para la vida.

En este contexto, algunos medios fueron sometidos a control y censura, e incluso resultaron víctimas directas de la violencia. Tal fue el caso del medio regional *Nueva Época*, que sufrió un atentado, hecho que evidencia las condiciones de riesgo en las que se ejercía la labor periodística. Estos hallazgos preliminares refuerzan la importancia de generar procesos comunicativos y académicos orientados a la reconstrucción de la memoria histórica, el reconocimiento de las víctimas y la sensibilización social frente a los impactos del conflicto armado en el territorio

Abstract

This research examines collective memory related to the violent events that shaped the history of the municipalities of the Sumapaz region in the department of Cundinamarca, with particular emphasis on the municipality of Pasca. The study arises from the need to create spaces for memory activation that counteract oblivion and recover local narratives of the armed conflict, recognizing that, as Santayana (1905) suggests, those who cannot remember the past are condemned to repeat it. For many years, silence became an ally of pain, vulnerability, and isolation, as victims often lacked safe spaces to share their experiences.

Unlike official historical accounts, this project engages with local history through the production of a journalistic report as a communication strategy to make visible the armed conflict and its impact on the community. The research follows a participatory qualitative approach, using in-depth interviews and audiovisual materials to collect testimonies and reconstruct events from the perspective of those directly affected.

Preliminary findings reveal significant results. On the one hand, there is a limited availability of bibliographic sources addressing the specific events that occurred in the region, demonstrating important documentary gaps in the local memory of the conflict. On the other hand, during periods of intense violence, local media operated under strong pressure from illegal armed groups. Journalists were frequently intimidated into adopting positions in favor of or against these actors, and reporting on victimizing events or opening spaces for

community voices represented a serious risk to their lives. Some media outlets were subjected to control and censorship; notably, the regional newspaper Nueva Época was the target of an attack, illustrating the dangerous conditions under which journalism was practiced.

These preliminary findings highlight the importance of communication and academic initiatives aimed at reconstructing historical memory, recognizing victims, and fostering social awareness about the impacts of the armed conflict on the territory.

Metodología

La investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, ya que busca comprender las experiencias, percepciones y significados construidos por las víctimas del conflicto armado en el municipio de Pasca (Cundinamarca). El reportaje constituye el eje central del proceso investigativo y se fundamenta en la recopilación de testimonios de personas que han vivido hechos de violencia que marcaron profundamente sus trayectorias de vida.

La población objeto de estudio está conformada por víctimas del conflicto armado residentes en el municipio, quienes voluntariamente participan compartiendo sus relatos y memorias.

El uso del reportaje como estrategia responde a su potencial narrativo y testimonial. Como afirma Puerta Molina (2011), el reportaje es uno de los géneros más completos del periodismo, pues integra diversas formas narrativas que van desde la información periodística hasta expresiones cercanas a la literatura, el ensayo e incluso el lenguaje cinematográfico. De igual forma, Gabriel García Márquez consideraba que la crónica y el reportaje pertenecen a una vertiente literaria estrechamente ligada a la realidad, ya que los relatos del periodista emergen directamente de los acontecimientos del mundo vivido. Por su parte, Martínez Albertos (1983) define los géneros periodísticos como modalidades de creación destinadas a su difusión colectiva, clasificadas principalmente en relatos de hechos —donde se ubica el reportaje— y comentarios de ideas. Estas perspectivas permiten comprender el reportaje no solo como un producto informativo, sino también como un recurso narrativo para la reconstrucción de la memoria.

Técnicas de investigación

- **Revisión documental** Consiste en la indagación y análisis de fuentes escritas y audiovisuales que registran hechos relacionados con el conflicto armado en la región. Para ello se han consultado trabajos de grado, archivos institucionales —como los de la Gobernación de Cundinamarca—, publicaciones de medios de comunicación locales y el informe ¡Basta Ya! del Centro Nacional de Memoria Histórica, entre otros documentos relevantes. Esta revisión permite contextualizar históricamente los testimonios y contrastar la información recopilada.

- **Entrevista en profundidad** Se realiza mediante un diálogo abierto y respetuoso con víctimas del conflicto armado. A través de esta técnica se abordan hechos victimizantes como homicidio, desplazamiento forzado y extorsión, permitiendo reconstruir las experiencias desde la voz directa de sus protagonistas. La entrevista se desarrolla de forma flexible, respetando los tiempos, emociones y condiciones de cada participante.

- **Observación < q1participante** Implica el acompañamiento a las víctimas en espacios de encuentro, memoria y narración, registrando comportamientos, interacciones y formas de expresión que enriquecen la comprensión del contexto. Esta

técnica permite complementar los testimonios con elementos no verbales y situacionales, aportando mayor profundidad interpretativa al reportaje.

Resultados y Discusión:

Vale precisar que inicialmente se cuenta con unos resultados parciales:

Revisión bibliográfica:

El insumo reúne hechos victimizantes, periodización, lugares y descripciones, con referencias que combinan informes institucionales (CNMH, JEP, Comisión de la Verdad), portales periodístico-académicos (Verdad Abierta, Rutas del Conflicto), decisiones judiciales (Consejo de Estado) y trabajos académicos (tesis y proyectos de investigación). Esta diversidad permite triangular repertorios de violencia, impactos y respuestas estatales, aunque también exige cautela por los distintos enfoques y sesgos de cada tipo de fuente

2)Periodización:tres momentos clave (1990–2002; 2002–2005; 2016–2018)

El primer ciclo (1990–2002) muestra escalamiento y consolidación de control territorial por parte de frentes de las FARC en corredores montañosos del Sumapaz, con tomas, hostigamientos y acciones coordinadas cerca de Bogotá (Pasca–La Calera, 19 de julio de 1994), en un contexto de creciente militarización estatal (Plan Colombia y posteriores políticas de seguridad). La segunda fase (2002–2005) marca reacomodos del poder local y altos niveles de victimización civil, con picos de desplazamiento y empobrecimiento derivados tanto de operaciones militares como de la continuidad de prácticas coercitivas. El tercer momento (2016–2018) evidencia tensiones del posacuerdo en clave socioambiental, con reportes de daños ecológicos asociados a infraestructura y presencia militar en ecosistemas de páramo

3) Repertorios de violencia y lógica de control

El archivo identifica un abanico de repertorios insurgentes: tomas a cabeceras, hostigamientos a estaciones de Policía, ajusticiamientos y constreñimiento a autoridades locales, secuestro y extorsión a comerciantes, agricultores y hacendados, e imposición de "paros armados" y prohibiciones electorales. Este repertorio es consistente con estrategias de control social, disciplina miento político y financiamiento de la guerra. Al mismo tiempo, se registran afectaciones atribuibles a fuerza pública (allanamientos, quema de viviendas en relatos, y denuncias de pillaje/robo en contextos de operación), lo que complejiza la responsabilidad y subraya la importancia de la justicia transicional para el esclarecimiento

4) El 19 de julio de 1994: hito de visibilidad regional

La toma del 19 de julio de 1994 en Pasca (en paralelo a La Calera) funciona como evento bisagra: mostró capacidad operativa insurgente en la periferia de la capital, simultaneó ataques a puestos de Policía y entidades financieras (Banco de Colombia, Caja Agraria) y produjo víctimas policiales y daños colaterales en comercios y viviendas aledañas. Más allá del conteo puntual, el énfasis analítico está en la señal política de cercamiento a Bogotá y en la respuesta intensificada del Estado que sobrevino tras estos

5) Impactos sociales: del miedo cotidiano a la fractura del tejido comunitario

Además de la violencia directa, la documentación subraya impactos psicosociales: miedo extendido, sospecha entre vecinos (acusaciones de informar o suplantar actores armados para extorsionar), erosión de confianzas y ruptura de la sociabilidad rural. La imposición de reglas (toques de queda, paros, vetos electorales) y el señalamiento ideológico generaron estigmatización y reconfiguraron jerarquías locales. Estas dinámicas alteraron prácticas comunitarias, asociatividad y participación cívica, con efectos persistentes más allá del cese de hostilidades intensas

6) Dimensión económica: empobrecimiento, deuda y desposesión

El expediente sintetiza patrones de empobrecimiento: pérdida de animales y enseres, imposibilidad de cosechar o transportar productos, endeudamiento impago por interrupción de ciclos agrícolas y, en general, desposesión patrimonial asociada a desplazamientos y saqueos. La economía de guerra operó en doble vía: extracción directa (extorsión/secuestro) y interrupción de cadenas productivas, lo que ató la vulnerabilidad financiera de hogares a la variabilidad del orden armado. El ataque a bancos y el pillaje reportado indican, además, objetivos estratégicos sobre flujos de liquidez y medios de vida.

7) Desplazamiento forzado: picos 2000–2005 y geografías del desarraigo

Para 2000–2005 se registran picos de desplazamiento desde veredas y cascos urbanos del Sumapaz (incluido Pasca), en un contexto de operaciones militares para disputar áreas de movilidad y retaguardia insurgente. El desplazamiento no solo significó pérdida material, sino también reconfiguración demográfica, debilitamiento de organizaciones campesinas y vaciamiento de capacidades locales (mano de obra, liderazgo comunitario), con efectos en la prestación de servicios y la gobernanza

8) Dimensión ambiental: páramo, batallón de alta montaña y conflictos socioambientales

La vulnerabilidad ecológica del páramo amplificó el daño: bombardeos, afectaciones a flora y fauna, contaminación de fuentes hídricas, residuos mal dispuestos y construcciones sin licencias. En 2016–2018 se reportan procesos sancionatorios ambientales contra el Ejército, al tiempo que en veredas como Corrales, La Unión y Los Andes emergen conflictos por uso del suelo, acceso a recursos, y participación en decisiones de ordenamiento, ya en clave de posconflicto y gobernanza territorial. La tensión entre seguridad y cuidado de ecosistemas aparece como dilema estructural en Sumapaz

9) Estado, justicia y memoria: de la militarización a la rendición de cuentas

El documento muestra una trayectoria de militarización (Plan Colombia, seguridad democrática) que redujo la frecuencia de tomas, pero no eliminó otras afectaciones ni los costos sociales asociados. La JEP y la Comisión de la Verdad sirven de marcos para reconocimiento, esclarecimiento y reparación, mientras que decisiones como la del Consejo de Estado (03/02/2020) por la toma del 19/07/1994 delimitan condiciones de responsabilidad estatal (p.ej., falla del servicio u omisión de apoyo), sin desconocer riesgos inherentes del servicio policial. Este andamiaje institucional es clave para pasar de la memoria fragmentaria a verdades judicializadas y medidas de no repetición.

Entrevista a medios de comunicaicón

Periodista / Medio	Categorías identificadas	Hechos delictivos mencionados	Ideas destacadas
Hernando Ramírez (Nueva Época)	Violencia y conflicto armado; rol del periodismo; participación ciudadana/democracia; impacto social.	Amenazas; secuestros; extorsiones; tomas guerrilleras; asesinatos.	Informar sin tomar partido; violencia generalizada; importancia del voto; repetición histórica y estancamiento.
Omar Gamboa	Violencia y conflicto armado; ética periodística; impacto sociopolítico; retos del oficio.	Amenazas; secuestros; extorsiones; tomas guerrilleras; asesinatos.	Salida forzada; presión de guerrilla; verificación de fuentes; corrupción persistente.
Carlos Alberto Ortiz Murcia	Violencia y conflicto armado; extorsión y control social; riesgos al periodismo; cultura local; respuesta estatal.	Amenazas; secuestros; extorsiones; tomas guerrilleras; asesinatos.	Secuestros; mensajes coactivos sobre elecciones; estigmatización; cobros; presencia militar preventiva.

Las entrevistas muestran un panorama común de violencia crónica que condicionó tanto la vida comunitaria como el ejercicio periodístico en Pasca y el Sumapaz. Los hechos delictivos recurrentes —tomas guerrilleras, extorsiones, secuestros y asesinatos— configuraron un clima de miedo y control territorial. El periodismo aparece bajo presión directa de actores armados, enfrentando desplazamientos, estigmatización y riesgos constantes, pero manteniendo la verificación de fuentes como principio ético. Los impactos sociales incluyen estancamiento, dolor, desplazamiento y pérdida de vidas, acompañados de la percepción generalizada de que "nada cambia" y de la persistencia de la corrupción. Finalmente, la presencia de fuerzas estatales y alianzas institucionales se interpreta como un intento de prevenir la repetición de esta historia de violencia.

Referencias bibliográficas

• Centro Nacional de Memoria Histórica. (2013). ¡Basta ya! Colombia: Memoria de guerra y dignidad. Pro-Offset.

• Fundación Excelencia, Liderazgo y Transformación – FUNDELT. (2023, enero 29). Memoria histórica aún no contada del conflicto armado en Colombia (Sesión N.º 259: Múltiples ataques terroristas de las FARC contra los habitantes de Pasca) [Videoconferencia].

• Gumucio-Dagron, Alfonso. (2011). Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo. Signo y Pensamiento, 30(58).

• Jurisdicción Especial para la Paz. (2022). Informe de rendición de cuentas a la ciudadanía. JEP.

• Martín-Barbero, Jesús. (1993). La comunicación en las transformaciones del campo cultural. Alteridades, 3(5), 59–68.

• Nación – Ministerio de Defensa – Policía Nacional. (2020, febrero 3). Sentencia 0385 (14117) (M.P. Ricardo Hoyos Duque).

• Grismaldo Moreno, A. M., & Angarita Buitrago, A. A. (s. f.). Enlazando voces para la paz: Representaciones del conflicto armado en la región del Sumapaz: Caso Tibacuy–Pasca. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

• Baquero Monroy, J. A. (2020). La influencia del conflicto social armado en la gobernanza de la subprovincia del Sumapaz, años 1990–2004 [Tesis de maestría, Escuela Superior de Administración Pública]. Escuela Superior de Administración Pública.

• Bogotá, Colombia: Escuela Superior de Administración Pública. Facultad de posgrados. Maestría en administración pública.

• Los enclaves de la violencia en Colombia, 1998–2012. (2021). Investigación y Desarrollo, 29(2), 39–67. Fundación Universidad del Norte.

FESTIVAL RADIO VIVA: ESTRATEGIA CULTURAL, COMUNICATIVA, PEDAGÓGICA Y SOCIAL QUE CONECTA TERRITORIOS, SABERES, SENTIRES Y PENSARES ALREDEDOR DE LA RADIO Y LO SONORO

Iliana Maritza Aparicio González.
Comunicadora Social
Magíster en comunicación estratégica con especialización en Educación Superior a Distancia.
Docente ocasional
Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD
Directora del curso introducción a la comunicación.
iliana.aparicio@unad.edu.co

Janneth Arley Palacios-Chavarro
Comunicadora Social
Magíster en Administración
Doctoranda en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
Líder Nacional Programa de Comunicación Social – UNAD
Investigadora Grupo de investigación Sumeco
Janneth.palacios@unad.edu.co

Martha Liliana Herreño Múnera
Comunicadora Social – Periodista
Especialista en Gerencia y Mercadeo
Magíster en Administración
Docente ocasional Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Directora de la UNAD-UDR La Tebaida
martha.herreno@unad.edu.co

Diego Alejandro Arciniegas
Comunicador Social
Especialista en Educación, cultura y política
Magíster en Comunicación Estratégica
Doctorando en Comunicación
Docente ocasional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD
Grupo de investigación Fisura
diego.arciniegas@unad.edu.co

Briceida Valderrama Pedraza
Comunicadora Social y Periodista
Especialista en Gerencia de Multimedia
Directora de Radio UNAD Virtual, emisora de la UNAD
Ex-Secretaria de la Red de Radio Internacional Universitaria (RIU)
briceida.valderrama@unad.edu.co

Resumen

El Festival Internacional Radio Viva, creado en 2016 por el Programa de Comunicación Social de la UNAD, se ha convertido en una estrategia académica y cultural que fortalece la radio comunitaria, alternativa y educativa como herramienta de transformación social. A través de un formato híbrido que combina actividades presenciales y virtuales, el festival promueve el intercambio de conocimientos, la visibilidad de las experiencias territoriales y la colaboración entre estudiantes, docentes, emisoras comunitarias y organizaciones sociales.

Los resultados de la sistematización evidencian impactos significativos en el fortalecimiento de iniciativas de radio escolar y comunitaria, la innovación curricular, la creación de redes de investigación formativa y la proyección del Festival como espacio de participación ciudadana y memoria social. Se concluye que Radio Viva se constituye en un referente latinoamericano de comunicación participativa, que resignifica la radio y lo sonoro como tecnologías sociales vigentes para conectar territorios, saberes, sentires y pensares en contextos marcados por la diversidad y las desigualdades en el acceso a los medios.

Abstract

The Radio Viva International Festival, created in 2016 by UNAD's Social Communication Program, has become an academic and cultural strategy that strengthens community, alternative, and educational radio as a tool for social transformation. Through a hybrid format that combines in-person and virtual activities, the festival promotes the exchange of knowledge, the visibility of local experiences, and collaboration between students, teachers, community radio stations, and social organizations.

The results of the systematization show significant impacts on the strengthening of school and community radio initiatives, curricular inno-

vation, the creation of educational research networks, and the promotion of the Festival as a space for citizen participation and social memory. It is concluded that Radio Viva is a Latin American benchmark for participatory communication, redefining radio and sound as current social technologies for connecting territories, knowledge, feelings, and thoughts in contexts marked by diversity and inequalities in access to the media.

Palabras clave

Comunicación, medios de comunicación, radio, desarrollo social, educación, festival radio viva.

Keywords

Communication, media, radio, social development, education, festival radio viva Festival Radio Viva: estrategia cultural, comunicativa, pedagógica y social que conecta territorios, saberes, sentires y pensares alrededor de la radio y lo sonoro

Introducción

El Festival Radio Viva surge en el año 2016 como una iniciativa del Programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), en articulación con los centros de la Zona Centro Bogotá /Cundinamarca. Desde su creación, ha sido concebido como un espacio de encuentro, aprendizaje, articulación y reconocimiento de experiencias comunicativas que toman como eje la radio y, de forma reciente, de todos los formatos sonoros.

El Festival Radio Viva ha permitido reflexionar, valorar y afianzar el papel de la radio en la transformación de comunidades, pueblos y territorios tanto a nivel nacional como internacional; por ello su énfasis en el desarrollo de temáticas orientadas en los procesos social-comunitarios, educomunicativos, alternativos y populares como mediaciones propias y vinculadas a la comunicación transformadora.

Durante sus diferentes versiones, el Festival ha venido enfatizando en la importancia de la radio desde lo global y lo contemporáneo; pero también con lo histórico, consolidando su función en el reconocimiento de la memoria colectiva, así como en el desarrollo de prácticas y experiencias comunicativas que han dejado repercusión en los diferentes contextos, y aportan a la transformación social.

Actualmente, Radio Viva es un Festival con carácter nacional e internacional, en el cual se acogen las prácticas, proyectos y experiencias de radialistas, comunicadores, comunidades y colectivos sociales, pueblos y territorios que encuentran en la radio y los sonoro un espacio de resistencia, de cuidado y de movilización social

En contextos donde los medios de comunicación son utilizados con frecuencia como instrumentos de poder, exclusión o control ideológico, la radio comunitaria, alternativa y popular se erige como un bastión de emancipación, resistencia cultural y construcción de ciudadanía desde los territorios. En este marco, Radio Viva se consolida como un festival académico y cultural que reconoce la radio como dispositivo de transformación e innovación social, generando espacios de diálogo, visibilidad, memoria y reconocimiento mutuo.

La relevancia de esta estrategia como caso de estudio, radica en la necesidad de comprender la experiencia y evolución de esta iniciativa, desde su articulación con la academia, comunidades, medios de comunicación alternativos, hasta considerar su impacto en estudiantes, docentes, líderes sociales, radialistas comunitarios, colectivos juveniles y organizaciones educativas que participan en este intercambio de saberes y conocimientos entorno a la radio como un medio de comunicación clave para la participación social, la preservación de la memoria social y la transformación cultural, especialmente en contextos latinoamericanos caracterizados por la diversidad territorial y las desigualdades en el acceso a los medios.

En ese orden de ideas, diferentes investigadores y teóricos han aportado pistas desde la reflexión académica acerca de la importancia de los medios comunitarios y alternativos que, en palabras de Cerbino (2018, como se citó en Martínez 2019), acerca de la comunicación como acción, revela que “el planteamiento de una comunicación mediática comunitaria pretende apostar por una alternativa que contribuya a desvirtuar ese efecto, porque basa su fuerza en la copresencia de los cuerpos en relación con los entornos territoriales dotados de historia y acción social y política” (p.30).

En este sentido, Radio Viva se consolida como un festival académico y cultural que celebra la radio y la reconoce como un dispositivo de transformación e innovación social. En él, las experiencias, las palabras, los saberes, sentires y pensares encuentran un espacio de diálogo, visibilidad, memoria y reconocimiento mutuo.

Estos aspectos se enmarcan en la misión social que tiene la radio desde su contribución al desarrollo social, la democracia y la ciudadanía. Guerrero (2019) afirma que “La radio contribuye al desarrollo cuando se convierte en un espacio de diálogo e interacción de los sujetos y aporta al mejoramiento de la calidad de vida”. (p.141). La radio entonces no solo es una tecnología comunicativa, es una posibilidad para que a la ciudadanía se organice y movilice hacia el mejoramiento de su propio bienestar desde sus motivaciones y sensibilidades.

Las experiencias recogidas en el Festival Internacional Radio Viva como caso de estudio, invitan a analizar su aporte al fortalecimiento de los procesos de comunicación centrados en la radio para la visibilización de saberes, experiencias y sentires desde lo comunitario, lo alternativo, educativo y popular.

Durante sus once versiones, este Festival han permitido configurar una estrategia cultural, comunicativa, pedagógica y social que articula procesos académicos, comunitarios y territoriales mediante un escenario híbrido)con actividades presenciales, virtuales y transmisiones en línea) que conecta a diversas personas, colectivos y comunidades alrededor de la radio.

Esta iniciativa impacta no solo a estudiantes y docentes de la UNAD, sino también a líderes sociales, radialistas comunitarios, colectivos juveniles, medios alternativos, organizaciones educativas y redes ciudadanas que encuentran en el festival un punto de encuentro para el intercambio de saberes y conocimientos.

A partir de la trayectoria del Festival Internacional Radio Viva y su avance como estrategia académica, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo fortalecer los procesos de comunicación que encuentran su eje en la radio y lo sonoro como tecnología social que permite visibilizar experiencias, saberes y sentires desde lo comunitario, lo alternativo, lo educomunicativo y lo popular, en una era de hiperindividualidad, hiperconectividad y concentración mediática?

Frente a este panorama, Radio Viva emerge como una respuesta alternativa con respaldo institucional de la UNAD que articula la academia, las redes y las organizaciones que congregan productores radiales, integrando saberes populares, tecnologías apropiadas y enfoques pedagógicos participativas para fortalecer la comunicación como herramienta de inclusión, empoderamiento y transformación social.

Así mismo, se constituye como un espacio de encuentro que permite compartir problemáticas comunes, intercambiar experiencias, proyectar soluciones colectivas y promover acciones colaborativas. (Aparicio & Arciniegas, 2024). Como evidencia de este proceso, en 2025, se alcanzó un acuerdo colectivo que definió la cooperación, la continuidad del diálogo y la acción colectiva como ejes de trabajo prioritarios.

El Festival, en toda su historia, ha convocado a más de 1.200 participantes, ha vinculado invitados de más de seis países y ha promovido la creación y fortalecimiento de expe-

riencias radiales en contextos rurales y urbanos. Sus efectos incluyen la consolidación de emisoras escolares, el fortalecimiento de procesos comunitarios, la actualización curricular del Programa de Comunicación Social, la generación de redes de investigación formativa y la proyección del evento como referente latinoamericano de comunicación social.

En este contexto, el objetivo de la presente ponencia es analizar y sistematizar la experiencia del Festival Internacional Radio Viva como una estrategia cultural, comunicativa, pedagógica y social, que, a lo largo de once ediciones, ha permitido articular la academia, las comunidades y los medios alternativos en torno a la radio y lo sonoro como tecnologías sociales vigentes.

A partir de la revisión de su trayectoria, sus enfoques temáticos, su metodología y los resultados evidenciados en los territorios, la ponencia busca mostrar cómo el Festival contribuye a la visibilización de saberes, sentires y pensares desde lo comunitario, lo alternativo, lo educomunicativo y lo popular, así como a la construcción de ciudadanía, la preservación de la memoria social y la transformación cultural en contextos latinoamericanos atravesados por desigualdades mediáticas. De este modo, Radio Viva se presenta como un caso de estudio significativo y como una experiencia replicable de comunicación transformadora que reafirma el papel de la radio como un lenguaje vivo para conectar territorios, fortalecer identidades y promover procesos colectivos de cambio social.Principio del formularioFinal del formulario

Reflexiones teóricas y metodológicas sobre el Festival Radio Viva

En un contexto marcado por constantes transformaciones tecnológicas, culturales y sociales, la radio y las prácticas sonoras continúan siendo escenarios privilegiados para la construcción de sentido, la expresión colectiva y el fortalecimiento del tejido social. A pesar del predominio de plataformas digitales visuales, lo sonoro mantiene sigue teniendo vigencia en tanto su accesibilidad, cercanía y capacidad de generar vínculos afectivos y simbólicos con las audiencias (Tacchi, 2003; Rodríguez, 2001).

La radio es una práctica cultural y social que posibilita la producción de significados compartidos, especialmente en contextos comunitarios y territoriales (Gumucio Dagron, 2012); más allá de un dispositivo técnico es un espacio que configura saberes, sentires, experiencias y memoria colectiva. Esta es la motivación por la que surge el Festival Radio Viva, concebido como un evento cultural que a su vez, constituye una estrategia integral de comunicación, de pedagogía y de acción social al posibilitar un espacio donde confluye la presencia de las comunidades, sus identidades, sus territorios, pero sobre todo, sus saberes, sentires y pensares alrededor de sí mismas, sus necesidades y sus logros, que encuentran en la radio y lo sonoro un lenguaje para narrarse, reconocerse y construir colectivamente sentido.

La radio y lo sonoro como estrategia cultural

Desde una dimensión cultural, el Festival Radio Viva reconoce la radio como un espacio de preservación, resignificación y circulación de la memoria colectiva. La oralidad, los paisajes sonoros y las narrativas locales permiten visibilizar prácticas culturales que, en muchos casos, permanecen ausentes de los circuitos mediáticos hegemónicos (Martín-Barbero, 2003).

La apuesta por lo sonoro se inscribe en una visión ampliada de la cultura como proceso vivo y dinámico, construido desde las experiencias cotidianas y los relatos situados de las comunidades (Hall, 1997). En este sentido, el festival promueve el reconocimiento de identidades territoriales diversas y fortalece el sentido de pertenencia, entendiendo la radio como un dispositivo cultural que articula memoria, identidad y creación colectiva.

Dimensión comunicativa: diálogo, participación y territorio

El Festival Radio Viva se fundamenta en una concepción de la comunicación como proceso dialógico, participativo y relacional. Desde esta mirada, comunicar no es solo emitir mensajes, sino generar espacios de encuentro, escucha, construcción colectiva de sentido, pedagogía y emancipación (Freire, 1970).

La radio comunitaria y las experiencias sonoras participativas han evidenciado un alto potencial para democratizar la palabra y fortalecer la apropiación social de la comunicación, especialmente en contextos territoriales donde otras formas de mediación simbólica y tecnológica resultan limitadas o excluyentes (Gumucio Dagron, 2012; Rodríguez, 2011). A través del diálogo compartido y de la articulación de experiencias provenientes de programas y emisoras comunitarias que narran el territorio desde sus propias voces, el Festival Radio Viva promueve la circulación de relatos diversos y el reconocimiento de los sujetos y las comunidades como productores activos de comunicación, y no únicamente como audiencias pasivas.

Aporte pedagógico: aprender desde la experiencia sonora

En su dimensión pedagógica, el Festival Radio Viva se plantea como un escenario de aprendizaje significativo basado en la experiencia, la práctica y el intercambio de saberes. Este espacio comunicativo y pedagógico se articula con propuestas de pedagogía crítica y educación popular, que reconocen el valor del conocimiento situado y la construcción colectiva del conocimiento (Freire, 1970; Kaplún, 2002).

La radio y las prácticas sonoras se convierten en herramientas pedagógicas que integran lo cognitivo, lo expresivo y lo emocional, favoreciendo el desarrollo de competencias comunicativas, creativas y críticas. Talleres, laboratorios sonoros y espacios de formación permiten que los participantes aprendan haciendo, reflexionen sobre su contexto y fortalezcan su capacidad de narrar el territorio desde sus propias experiencias.

Figura 1

Espacio formativo y de producción sonora en el marco del Festival Radio Viva.



Nota

Jornada académica y técnica del Festival Radio Viva realizada en un Centro de Educación Abierta y a Distancia (CEAD) de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), que integra formación, producción sonora y diálogo entre docentes, estudiantes y colectivos comunitarios. Fotografía de archivo institucional del Festival Radio Viva (2021).

Impacto social: tejido comunitario y dimensión afectiva

El carácter social del Festival Radio Viva se expresa en su capacidad para fortalecer el tejido comunitario y promover procesos de transformación social. La creación de espacios de escucha y diálogo contribuye a la construcción de confianza, reconocimiento mutuo y cohesión social, elementos fundamentales para la vida comunitaria.

Asimismo, la centralidad en la experiencia de los actores que experi-

mentan, sienten, piensan y producen la radio reconoce la dimensión afectiva de la comunicación. Las prácticas sonoras no solo transmiten información, sino que generan emociones, evocan memorias y movilizan experiencias compartidas, configurando lo que autores como Ahmed (2015) denominan economías afectivas. En este sentido, el festival actúa como un espacio para visibilizar esos procesos sociales y simbólicos que trascienden el tiempo del evento y se proyectan en el territorio.

Enfoque metodológico del Festival Radio Viva

El Festival Radio Viva se constituye como un espacio académico, donde confluye la cultura, la producción sonora, con la participación de radialistas, académicos y estudiantes, con el propósito de comprender las dinámicas comunicativas, pedagógicas desde la perspectiva de los actores involucrados, reconociendo experiencias y valoraciones que se asocian a las actividades desarrolladas en cada encuentro.

Desde esta perspectiva, el abordaje metodológico del Festival se inscribe en un proceso de sistematización de experiencias, sustentado en los principios de la Investigación Acción Participativa (IAP). Esta perspectiva reconoce a los sujetos sociales como protagonistas en la producción de conocimiento y en la transformación de su realidad. Por lo tanto, desde la tradición metodológica de la IAP, se entiende que su compromiso con el conocimiento y su alternatividad como técnica de investigación se da en la acción social y política de las comunidades induciendo a su transformación simbólica y material que puede impulsar cambios sociales frente a problemáticas y necesidades concretas (Ortiz Carrillo, 2024).

Figura 2

Esquema metodológico del Festival Radio Viva



Fuente: Autores (2026)

En coherencia con este enfoque, el Festival Radio Viva se concibe tanto como un evento académico o cultural, como una manifestación de la comunicación transformadora a partir de las experiencias y que se constituye una fuente de conocimiento colectivo, un escenario de aprendizaje compartido entre la academia, los medios radiales comunitarios alternativos, comunitarios, populares, universitarios, escolares y las organizaciones sociales que aportan al desarrollo de sus territorios desde la radio.

Tabla 1

Evolución del Festival Radio Viva como estrategia cultural, comunicativa, pedagógica y social

Versión / Denominación	Año(s)	Eje temático y enfoque	Propuesta metodológica	Actores y redes articuladas
Festival Radio Viva: La radio en vivo	2014–2016	Eje: Estado actual de la radio. Enfoque: Retos y oportunidades de la radio pública, comunitaria y universitaria frente a plataformas digitales.	Recuperación de memorias históricas de la radio educativa y comunitaria en Colombia (Radio Sutatenza). Emisiones en vivo y espacios de diálogo que reconocen la radio como práctica cultural y pedagógica.	Programa de Comunicación Social – UNAD; Radio UNAD Virtual; Eventos UNAD.

Comunicación para vivir y soñar: narrar en clave de paz	2017	Eje: Radio y construcción de paz. Enfoque: La radio como práctica social para la memoria, la convivencia y la denuncia.	Muestras radiales en vivo y pregrabadas. Selección de experiencias significativas ("radios vivientes"). Paneles, talleres y creación de redes entre academia, comunidades y radios comunitarias.	AFACOM; Red de Universidades de Bogotá; Parques Nacionales; Teatro Esquina Latina; Consejos Departamentales de Cultura.
Conexiones digitales comunitarias	2018	Eje: Radio y entornos digitales. Enfoque: Articulación entre prácticas comunicativas locales y tecnologías digitales.	Paneles sobre políticas públicas. Laboratorios formativos entre radios universitarias. Intercambio de saberes pedagógicos y de creación sonora.	Antena Ciudadana; RUV; IDEPAC; Universidades; Emisoras distritales.
Por una comunicación transformadora	2019	Eje: Cultura sonora y educación. Enfoque: Radio como medio pedagógico, participativo y comunitario.	Presentación de emisoras escolares y universitarias. Talleres de pódcast y producción sonora. Socialización de experiencias alternativas y comunitarias.	Instituciones educativas; radios comunitarias; Radio Nacional; ONIC; ACPO; universidades públicas y privadas.
Desafíos de la radio en los territorios	2020	Eje: Radio y territorio. Enfoque: Comunicación transformadora y desafíos contemporáneos de la radio local.	Conversatorios orientados a preguntas problematizadoras. Análisis colectivo de flujos comunicativos, TIC y narrativas territoriales.	Redes universitarias; periodistas; organizaciones internacionales; universidades latinoamericanas.
Narrativas sociales para la transformación social	2021	Eje: Narrativas contemporáneas. Enfoque: Integración de lenguajes sonoros, visuales y escénicos.	Laboratorios creativos. Producción colectiva de piezas narrativas. Reflexión crítica sobre comunicación emergente y participación ciudadana.	Teatro Esquina Latina; RCN Radio; fotógrafos y cineastas latinoamericanos; AFACOM; UNAD.
Comunicación propia: la voz de los pueblos	2022	Eje: Comunicación intercultural. Enfoque: Comunicación como derecho colectivo y legado cultural.	Encuentro de radialistas. Diálogo intercultural y escucha activa. Metodología horizontal de intercambio de saberes ancestrales.	ONIC; CRIC; comunidades indígenas y afrodescendientes; ministerios; universidades; organismos internacionales.
Narrativas y memorias audiovisuales en Colombia	2023	Eje: Memoria y audiovisual. Enfoque: Comunicación para la construcción de identidades y territorios.	Conversatorios, socialización de investigaciones y talleres de innovación. Cruce entre radio, cine y televisión.	UNAD; AFACOM; universidades; entidades gubernamentales; organizaciones sociales.
Tejidos sonoros que transforman	2024	Eje: Comunicación y transformación social. Enfoque: Diálogo de saberes y cadena formativa UNAD 5.0.	Espacios de reflexión colectiva. Identificación de prácticas de comunicación transformadora. Ejercicio prospectivo con redes académicas y comunitarias.	Medios públicos y comunitarios; instituciones educativas; Parques Nacionales; organizaciones sociales e indígenas.
Resonancias sonoras que trascienden fronteras	2025	Eje: Radio y circulación transnacional de saberes. Enfoque: Perspectiva internacional, participativa y territorial.	Espacios de resonancia, producción colectiva y memoria sonora. Talleres de periodismo digital con enfoque territorial. Articulación de radios populares, académicas y comunitarias.	

Fuente: Autores (2026)

Figura 3. Línea de tiempo Festival Radio Viva

Fuente: Autores (2026)

Un festival que se transforma: El caso del Festival Internacional Radio Viva 2025: resonancias sonoras que trascienden fronteras (2025)

En coherencia con esta trayectoria, el Festival Internacional Radio Viva 2025, organizado por el programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), marca un punto de consolidación y proyección internacional de la estrategia. Bajo el tema "Resonancias sonoras que trascienden fronteras", esta edición amplía el alcance del Festival e integra experiencias locales, nacionales e internacionales que evidencian el papel de la radio comunitaria, popular y alternativa como un tejido sonoro capaz de conectar territorios, culturas y comunidades diversas.

Metodológicamente, el Festival se estructura a partir de una lógica de resonancias, concebidas como espacios de encuentro que privilegian la escucha activa, el intercambio horizontal de saberes y la reflexión colectiva. Las Resonancias funcionan como escenarios de presentación y diálogo en los que radios comunitarias, proyectos sonoros, iniciativas educomunicativas y experiencias académicas comparten prácticas,

metodologías y aprendizajes en torno a la comunicación como herramienta de transformación social.

Las resonancias temáticas abordan asuntos como el desarrollo local, la memoria, la paz, la economía solidaria, la comunicación intercultural, la educación incluyente y la participación ciudadana, a partir de experiencias situadas en distintos territorios de Colombia y de países como Cuba y Chile. Esta diversidad de contextos y voces refuerza el carácter territorial, intercultural e internacional del Festival, y evidencia la vigencia de la radio alternativa como espacio de resistencia simbólica, construcción democrática y producción social de sentido.

Tabla 2. Clasificación de Resonancias y Espacios del Festival Internacional Radio Viva 2025

Espacio	Tipo de espacio	Enfoque temático central	Tipo de experiencias / actores	Alcance territorial
Resonancia #1: Perspectivas desde las radios comunitarias y populares, la academia y las audiencias	Conversatorio de apertura y reflexión	Desarrollo local, políticas de medios, radio comunitaria y pública	Medios públicos, radios comunitarias, academia, redes de comunicación	Nacional e internacional (Colombia – Cuba)
Resonancia #2: Experiencias, proyectos e iniciativas radiales y sonoras	Muestra de experiencias territoriales	Comunicación para la paz, economía solidaria, educación, identidad cultural	Emisoras comunitarias, proyectos sociales, colectivos educativos, universidad	Local y nacional (diversos territorios de Colombia)
Resonancia #3: Experiencias, proyectos e iniciativas radiales y sonoras	Muestra de experiencias y redes	Comunicación popular, juventudes, memoria, creación sonora	Radios universitarias, redes juveniles, proyectos educomunicativos	Nacional e internacional (Colombia – Cuba)
Resonancia #4: Experiencias, proyectos e iniciativas radiales y sonoras	Muestra y diálogo académico-comunitario	Investigación-creación, radio universitaria, víctimas del conflicto, territorio	Radios universitarias, medios populares, procesos comunitarios	Nacional (Colombia)
Resonancia #5: Experiencias, proyectos e iniciativas radiales y sonoras	Muestra temática especializada	Memoria, inclusión, comunicación ambiental, educación	Radios comunitarias, proyectos educativos, universidades	Nacional e internacional (Colombia – Chile)

Fuente: Autores (2026)

La Tabla 2 evidencia que la estructura del Festival Internacional Radi Viva 2025 responde a una metodología articulada, en la que los distintos tipos de espacios (conversatorios, muestras de experiencias y diálogos académico-comunitarios) permiten abordar la radio desde múltiples dimensiones: política, cultural, educativa y social. La Resonancia #1 cumple una función estratégica de apertura conceptual, al situar el debate sobre desarrollo local y políticas de medios desde una perspectiva que integra radios comunitarias, academia y audiencias, mientras que las Resonancias #2 a #5 profundizan en experiencias concretas que materializan la comunicación transformadora en prácticas territoriales, pedagógicas y de memoria.

Asimismo, la clasificación muestra la diversidad de actores y el alcance del Festival, que transita de lo local y nacional hacia lo internacional sin perder su enfoque hacia lo popular, lo alternativo, lo educativo y lo comunitario. La presencia de experiencias de Colombia, Cuba y Chile, junto con la participación de medios comunitarios, radios universitarias, redes juveniles y proyectos educomunicativos, confirma al Festival como un ecosistema de intercambio horizontal que articula saberes situados y proyecciones transnacionales. Esto expresa el carácter del Festival como una estrategia sostenida de fortalecimiento de la radio alternativa como herramienta de desarrollo, memoria e inclusión social.

En términos de alianzas, el Festival articula una amplia red de medios públicos, comunitarios y universitarios, instituciones de educación superior, organizaciones sociales e indígenas y actores culturales de Colombia y América Latina, consolidando redes de colaboración.

Discusión

Los hallazgos derivados del análisis del Festival Radio Viva permiten comprender esta experiencia como una estrategia educomunicativa y sociocultural que trasciende el carácter de evento académico para consolidarse en un proceso sostenido de articulación entre universidad, comunidades y medios alternativos. En ese sentido, los resultados de las evidencias permiten evidenciar la contribución y posicionamiento de la radio y los formatos sonoros como tecnologías sociales vigentes para la participación, la memoria y la transformación cultural en contextos latinoamericanos marcados por la desigualdad en el acceso a los medios (Gumucio Dagron, 2012; Rodríguez, 2011).

En primer lugar, la trayectoria del festival desde el 2016, muestra una evolución coherente con los planteamientos teóricos sobre comunicación comunitaria y popular, en los que la comunicación se concibe como una acción social situada, vinculada a los territorios y a las experiencias de los sujetos (Martín-Barbero, 2003). La consolidación de un espacio que reúne radialistas, estudiantes, docentes, líderes sociales y colectivos juveniles confirma la pertinencia esta perspectiva. En consonancia con Cerbino, (2018, como se citó en Martínez 2019), la comunicación mediática comunitaria cobra sentido en la copresencia de los sujetos y su vínculo con los territorios, lo cual se evidencia en la capacidad del festival para articular experiencias locales, nacionales e internacionales a partir de la radio como práctica cultural y política.

En segundo lugar, las experiencias que participan en las diferentes versiones refirman el papel histórico de la radio como medio de democratización comunicativa. Los resultados muestran que el Festival Radio Viva ha favorecido la visibilización de saberes y prácticas comunicativas que habitualmente permanecen al margen de los circuitos mediáticos dominantes. Este hallazgo coincide con lo planteado por Gumucio Dagron (2012), quien señala que la radio comunitaria adquiere sentido cuando amplía el derecho a la palabra y fortalece la participación ciudadana, así como con Guerrero (2019), quien afirma que la radio contribuye al desarrollo cuando se convierte en un espacio de diálogo e interacción social orientado al mejoramiento de la calidad de vida. En el caso del festival Radio Viva, la radio se configura como un escenario de encuentro donde convergen memorias, narrativas y experiencias que fortalecen la ciudadanía y la participación social.

Un aspecto relevante de la discusión es la dimensión pedagógica del Festival. En ese sentido, la articulación entre academia y comunidad evidencia la pertinencia de la radio como herramienta de aprendizaje experiencial y formación práctica. Las metodologías participativas dirigidas a estudiantes en sus cursos académicos por parte de los docentes, y su articulación con las actividades, proyectos, y experiencias presentadas en los festivales, aportan al núcleo integrador del problema del programa declarado como la comunicación transformadora. Estos aspectos dialogan con los postulados de la pedagogía crítica y de la educomunicación, que conciben el aprendizaje como un proceso dialógico, situado y construido colectivamente (Freire, 1970; Kaplún, 2002).

Así mismo, el carácter híbrido del festival que integra actividades presenciales y virtuales como transmisiones en línea demuestran tanto la capacidad de la institución anfitriona para desarrollar un evento con proyección internacional, así como la adaptación de la radio a los entornos digitales. En una era caracterizada por la hiperconectividad y la concentración mediática, la evolución del festival hacia la inclusión de los formatos sonoros evidencia la vigencia del medio radiofónico y su potencial de convergencia con nuevas plataformas (Tacchi, 2003). Este resultado sugiere que la radio no ha perdido relevancia, sino que ha ampliado sus posibilidades expresivas y de alcance, especialmente cuando se articula con procesos educativos y comunitarios.

Por otra parte, el impacto del festival en la creación de redes y acuerdos colectivos constituye un hallazgo significativo. En el año 2025 se logró un acuerdo a favor de las radios populares, alternativas, educativas y comunitarias, orientado a la cooperación, el diálogo continuo y la acción colectiva, evidencia la consolidación

de una comunidad de práctica alrededor de la radio (Noticias UNAD, 2025). Esta dimensión relacional permite interpretar el festival como un espacio de gobernanza colaborativa en el campo de la comunicación alternativa, donde se comparten problemáticas, se proyectan soluciones y se promueven acciones conjuntas, fortaleciendo el capital social y la cooperación entre actores diversos. En este sentido, Radio Viva se posiciona como una plataforma que fomenta la sostenibilidad de los medios comunitarios mediante la cooperación interinstitucional y el intercambio de saberes.

Los resultados también permiten reflexionar sobre los desafíos que enfrentan los medios comunitarios en Colombia y América Latina. La dificultad para sostener su operación, la limitada visibilidad y la competencia desigual frente a conglomerados mediáticos evidencian la necesidad de fortalecer estrategias de articulación y apoyo institucional. En este contexto, Radio Viva emerge como una respuesta innovadora que integra saberes populares, tecnologías apropiadas y enfoques pedagógicos participativos para promover la inclusión comunicativa. Este hallazgo subraya la importancia de las alianzas entre academia y sociedad civil como mecanismo para reducir brechas comunicativas y ampliar las posibilidades de participación (Rodríguez, 2011).

Finalmente, la participación de más de 1.200 personas y la vinculación de invitados de diversos países permiten afirmar que el festival ha trascendido el ámbito local para proyectarse como referente latinoamericano de comunicación social. La consolidación de emisoras escolares, el fortalecimiento de procesos comunitarios y la creación de redes de investigación formativa evidencian impactos tangibles que superan el evento mismo y se traducen en transformaciones sostenidas en los territorios, tanto en el plano simbólico como en el social y educativo (Ahmed, 2015).

Estos resultados permiten afirmar que el Festival Radio Viva constituye una estrategia significativa para el fortalecimiento de la comunicación comunitaria, educomunicativa y popular. Su evolución demuestra que la radio continúa siendo un medio pertinente para la construcción de ciudadanía, la preservación de la memoria social y la transformación cultural. En este sentido, el Festival se proyecta como un espacio que potencia la visibilización de experiencias nacionales e internacionales y, a su vez, como un modelo replicable de articulación entre academia, comunidades y medios alternativos, capaz de responder a los desafíos contemporáneos de la comunicación en América Latina. Este impacto se ve reflejado en el reconocimiento internacional otorgado a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) por su aporte sostenido al fortalecimiento de la radio comunitaria y educativa, lo que reafirma la pertinencia académica, social y territorial de esta iniciativa (Noticias UNAD, 2025).

Figura 4.

Reconocimiento internacional al Festival Internacional Radio Viva.



De izquierda a derecha: Yuzaima Cardona, Radio Nacional de Cuba, Janneth Palacios, Iliana Aparicio y Diego Arciniegas, Organización Festival Internacional Radio Viva y profesores del programa de Comunicación Social.

Nota. De izquierda a derecha: Yuzaima Cardona (Radio Nacional de Cuba), Janneth Palacios (Líder Nacional del Programa de Comunicación Social), Iliana Aparicio y Diego Arciniegas, líderes e integrantes de la Organización del Festival Internacional Radio Viva y docentes del programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Fotografía de archivo institucional del Festival Radio Viva (2025).

Conclusiones

El Festival Radio Viva se consolida como una estrategia cultural, comunicativa, pedagógica y social que resignifica la radio y lo sonoro como herramientas para la conexión entre territorios y comunidades. Más allá de su formato, el festival propone una forma de hacer comunicación basada en la participación, el reconocimiento de la diversidad y la construcción colectiva de sentido.

Los resultados sistematizados alrededor de la evolución del Festival Radio Viva evidencian que la estructura metodológica materializa una estrategia coherente de articulación cultural, comunicativa, pedagógica y social. Los enfoques temáticos, actores y alcances territoriales demuestran una progresión que va de la reflexión conceptual a la visibilización de experiencias situadas, integrando lo local, lo nacional y lo internacional sin perder el anclaje comunitario. En este sentido, se confirma que el Festival opera como un ecosistema de prácticas que conecta territorios, saberes, sentires y pensares alrededor de la radio y lo sonoro, fortaleciendo la democratización de la palabra y la circulación de narrativas alternativas en contextos latinoamericanos diversos.

Desde el punto de vista metodológico, la participación de comunidades, radialistas, estudiantes, docentes y organizaciones sociales valida la radio como una tecnología social vigente para el aprendizaje experiencial, la memoria sonora y la transformación cultural. El análisis presentado muestra que el Festival se consolida como una estrategia para construir ciudadanía, fortalecer identidades y generar procesos de cambio social con alcance local e internacional. Más allá de su carácter de evento, el Festival propone una forma de hacer comunicación basada en la participación, el reconocimiento de la diversidad y la construcción colectiva de sentido.

Esta experiencia evidencia que la radio sigue siendo un medio vigente y potente para articular saberes, sentires y pensares, y para contribuir a la formación de sujetos críticos, creativos y comprometidos con sus contextos. En un escenario comunicativo cada vez más digitalizado y visual, lo sonoro emerge como un lenguaje capaz de tejer vínculos, preservar memorias y abrir posibilidades para la transformación social.

Referencias bibliográficas

• Ahmed, S. (2015). La política cultural de las emociones. Universidad Nacional de Colombia.

• Aparicio, M., & Arciniegas, D. A. (2024). Festival Radio Viva: una experiencia de comunicación para la transformación social. Congreso Nacional de Comunicación y VII Encuentro de Semilleros de la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación, AFACOM. Ediciones Unibagué / Universidad de Ibagué.

• Cerbino, M. (2018). Comunicación comunitaria y mediaciones territoriales. En A. Martínez (Ed.), Comunicación, territorio y participación (pp. xx–xx). [Editorial]. (Referencia citada de manera indirecta, según Martínez, 2019).

• Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

• Guerrero, E. (2019). La radio comunitaria en el ejercicio de la ciudadanía y democracia de niñas y niños comunicadores. Revista Enfoques de la Comunicación, 131–151.

• Guerrero, M. (2019). La radio comunitaria y su aporte al desarrollo local. Revista Latinoamericana de ComunicaciónChasqui,(140),45–60. (Ajusta volumen y páginas si tu fuente específica lo requiere).

• Gumucio Dagron, A. (2001). Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social. Rockefeller Foundation.

• Gumucio Dagron, A. (2012). Comunicación para el cambio

social: Clave del desarrollo participativo. Fundación Friedrich Ebert.

• Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.

• Kaplún, M. (2002). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.

• Martínez Matías, G. (2019). La radio comunitaria indígena: alternativa para la descolonización, la interculturalidad y la construcción del bien común a través del sonido emanado del territorio. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (140), 31–94. CIESPAL.

• Ortiz Carrillo, A. F. (2024). Prólogo. En H. López Garay, T. Perdomo Pérez & D. Lopera-Molano (Eds.), El enfoque de la investigación acción participativa (IAP) en el estudio de las problemáticas regionales. Universidad de Ibagué.

• Rodríguez, C. (2001). Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media. Hampton Press.

• Tacchi, J. (2003). Promise of citizens' media: Lessons from community radio in Australia and South Asia. Economic and Political Weekly, 38(22), 2183–2190.

PENSAR BONITO: ESTRATEGIA AUDIOVISUAL DE RESTAURACIÓN BIOCULTURAL

Juan Carlos Avendaño Jiménez
Documental alojado en Youtube:
https://www.youtube.com/watch?v=tloU0GnKv64

Resumen

Esta investigación–creación parte de la pregunta: ¿cómo puede el lenguaje audiovisual contribuir a documentar y fortalecer los procesos de restauración biocultural en territorios indígenas? El objetivo general fue producir un documental que registre y reflexione sobre el proceso de restauración desarrollado en el Santuario de Flora Plantas Medicinales Orito Ingi Ande Putumayo, Colombia (Parques Nacionales Naturales de Colombia), en articulación con miembros del pueblo cofán y guardaparques del área protegida. Se empleó una metodología autoetnográfica y narrativa, que integró observación, entrevistas y registro audiovisual participativo. El resultado fue el documental Pensar bonito, una obra que visibiliza el vínculo espiritual y ecológico entre las comunidades y la tierra, proponiendo la restauración como un acto de memoria y continuidad cultural.

Palabras clave

Documental, Restauración biocultural, Pueblo cofán, Comunicación ambiental

Abstract

This research-creation project begins with the question: How can audiovisual language contribute to documenting and strengthening biocultural restoration processes in Indigenous territories? The general objective was to produce a documentary that records and reflects on the restoration process carried out in the Orito Ingi Ande Medicinal Plants Flora Sanctuary (Putumayo, Colombia), in collaboration with members of the Cofán people and park rangers from the protected area. An autoethnographic and narrative methodology was used, combining observation, interviews, and participatory audiovisual recording. The result is Pensar bonito, a film that highlights the spiritual and ecological connection between communities and the land, proposing restoration as an act of memory and cultural continuity.

Keywords

Documentary – Biocultural restoration – Cofán people – Environmental communication

Referencias bibliográficas

• Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An overview. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 12(1).

• Toledo, V. M., & Barrera-Bassols, N. (2008). La memoria biocultural: la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales. Icaria Editorial.

• Nichols, B. (2017). Introduction to Documentary (3rd ed.). Indiana University Press.

• Escobar, A. (2016). Sentipensar con la Tierra: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Universidad Autónoma Latinoamericana.

Guajira: la pobre niña rica. Comunicación comunitaria, intertextualidad y justicia social desde el proyecto “Habla Guajira”

Yhissed del Carmen Jiménez Leal
Comunicadora social-Gestora cultural
Independiente
Riohacha, La Guajira-Colombia
jyhissed@gmail.com

Resumen

La Guajira es un territorio históricamente marcado por una profunda contradicción: una alta riqueza natural coexistiendo con condiciones estructurales de pobreza, exclusión social y precariedad en infraestructura básica. Esta ponencia presenta el proyecto Habla Guajira como una iniciativa de comunicación transformadora y comunitaria que trasciende la visibilización de problemáticas sociales y se orienta hacia la recuperación justa de los recursos del territorio y la transformación de las estructuras que han perpetuado la desigualdad.

Desde un enfoque cualitativo, crítico y territorial, el trabajo analiza cómo los procesos históricos de colonización, explotación de recursos y despojo han configurado un modelo de desarrollo que beneficia principalmente a actores externos, mientras las comunidades locales, especialmente pueblos indígenas y afrodescendientes enfrentan la vulneración sistemática de sus derechos. A través de la intertextualidad, la memoria histórica y la producción de contenidos comunitarios, Habla Guajira propone la comunicación como una herramienta política para fortalecer la conciencia territorial, exigir rendición de cuentas y reivindicar el derecho de las comunidades a decidir sobre su presente y su futuro.

Se concluye que la comunicación comunitaria, cuando se construye desde el territorio, puede incidir en la defensa de los derechos colectivos y en la construcción de una Guajira más justa, digna y equitativa.

Palabras clave

Comunicación comunitaria, La Guajira, Justicia social, Territorio, Memoria histórica.

Introducción

Contexto histórico del despojo territorial en La Guajira

El despojo de los recursos de La Guajira no es un fenómeno reciente, sino un proceso histórico que se remonta al periodo colonial. Desde la expedición de 1499 liderada por Juan de la Cosa, Alonso de Ojeda y Martín Fernández de Enciso, quienes denominaron el territorio llamado en aquel entonces Coquivacoa, la región fue concebida como espacio de extracción más que como territorio habitado por pueblos con derechos.

Durante los siglos XVI al XIX, La Guajira fue integrada a distintos virreinatos coloniales y su economía se centró en la explotación de perlas, recursos naturales y fuerza de trabajo indígena, particularmente bajo condiciones de violencia y coerción. Las comunidades originarias entre ellas pueblos arawak, caribes y otros grupos ancestrales ofrecieron una resistencia constante al dominio colonial, impidiendo incluso la consolidación total del control español en el territorio.

Este patrón histórico de extracción sin redistribución se reproduce hoy bajo nuevas formas: minería a gran escala, explotación energética y proyectos económicos que continúan beneficiando a actores externos, mientras las comunidades locales enfrentan precariedad en infraestructura, acceso limitado al agua potable y exclusión social.

En este sentido, el proyecto Habla Guajira se inscribe como una respuesta comunicativa y política a un despojo histórico no resuelto, buscando recuperar la memoria por medio de la intertextualidad, fortalecer la conciencia territorial y exigir el derecho de las comunidades a decidir sobre sus recursos, su futuro y cambiar la historia de sus hijos y los que vendran.

Metodología

La ponencia se desarrolla desde un enfoque cualitativo y crítico, sustentado en la comunicación comunitaria como práctica social y política. El proyecto Habla Guajira se apoya en la observación del contexto territorial, la recuperación de la memoria histórica y el análisis de narrativas producidas desde las comunidades locales.

La metodología incluye la revisión de fuentes históricas y documentales sobre el proceso de colonización y explotación de recursos en La Guajira, así como la producción y análisis de contenidos comunicativos (relatos, discursos y piezas narrativas) que recogen las voces de la comunidad. Estos contenidos se abordan desde la intertextualidad, entendida como la relación entre memoria, historia y discurso contemporáneo.

Este enfoque permite comprender cómo la comunicación comunitaria puede fortalecer la conciencia territorial, cuestionar las estructuras de poder y contribuir a procesos de transformación social orientados a la recuperación de los recursos y la dignificación de la vida en el territorio.

Discusión

La discusión se centra en cómo la comunicación comunitaria puede convertirse en un mecanismo de presión social y política frente al despojo de los recursos naturales. Cuando las comunidades narran su realidad, no solo denuncian la pobreza, sino que cuestionan directamente el destino de los recursos que salen de su territorio.

El proyecto Habla Guajira entiende de la comunicación como un acto de resistencia frente a estructuras que normalizan la precariedad. Recuperar la palabra es también recuperar el derecho a decidir sobre el territorio, exigir infraestructuras dignas y rechazar la idea de que la pobreza es un destino inevitable

Resultados

Entre los resultados esperados se incluyen:

- Fortalecimiento de la conciencia comunitaria sobre los derechos territoriales.
- Producción de contenidos que denuncien el uso injusto de los recursos naturales.
- Mayor presión social y mediática para la inversión en infraestructura digna.
- Articulación comunitaria para exigir modelos de desarrollo sostenibles y equitativos.

Referencias bibliográficas

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). Pobreza monetaria por departamentos.
- Instituto Nacional de Salud (INS). (2024). Boletín epidemiológico semanal.
- King, M. L., Jr. (1963). I Have a Dream [Discurso]. Marcha sobre Washington por el empleo y la libertad, Washington D. C., Estados Unidos.
- Escobar, A. (2014). Sentipensar con la tierra: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Ediciones Unaula.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del

oprimido. Siglo XXI Editores.

• Hall, S. (2010). Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Instituto de Estudios Peruanos.

• Corte Constitucional de Colombia. (2017). Sentencia T-302 de 2017.

• Corte Constitucional de Colombia. (2024). Auto 1251 de 2024 (seguimiento a la Sentencia T-302 de 2017).

• Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República. (2025). Observatorio de Transparencia: Elefantes blancos y obras inconclusas en La Guajira

ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Ana Mónica Grismaldo
Docente ECSAH UNAD

Sandra Melo Zipacón
Docente ECSAH-UNAD

Resumen

La presente ponencia analiza el potencial de la educomunicación como estrategia pedagógica para la sostenibilidad ambiental en contextos educativos rurales. El estudio se desarrolló con 28 estudiantes del ciclo complementario de la Escuela Normal Superior de Pasca (Cundinamarca, Colombia), en el marco del proyecto "Tejiendo desde la educomunicación y los diálogos intergeneracionales senderos de sostenibilidad ambiental". La investigación se orientó desde la Investigación Acción Participativa (IAP), privilegiando el diálogo horizontal, la reflexión crítica y la construcción colectiva de saberes.

La estrategia metodológica integró talleres dialógicos, ejercicios sensoriales, círculos de palabra y producción de podcasts como herramienta educomunicativa. A partir de estas acciones, los participantes analizaron críticamente el hiperconsumo, la influencia de la publicidad en la configuración de deseos y la relación entre identidad y prácticas de consumo, reconociendo sus impactos socioambientales.

Los resultados evidencian que la educomunicación favorece la construcción de subjetividades críticas y una ética del cuidado vinculada al territorio. El uso del podcast permitió fortalecer la escucha reflexiva, la narración consciente y la apropiación pedagógica de las tecnologías digitales. Asimismo, los estudiantes resignificaron su rol como futuros docentes rurales comprometidos con la educación ambiental y la formación ciudadana.

Se concluye que la sostenibilidad no se enseña únicamente desde el discurso, sino mediante prácticas pedagógicas situadas, participativas y coherentes con el cuidado de la vida. La educomunicación se consolida así como una estrategia pertinente para promover transformaciones educativas y comunitarias orientadas a la sostenibilidad ambiental.

Abstract

This paper examines the potential of educommunication as a pedagogical strategy for environmental sustainability in rural educational contexts. The study was conducted with 28 students from the complementary cycle of the Escuela Normal Superior de Pasca (Cundinamarca, Colombia), within the framework of the project "Weaving pathways of environmental sustainability through educommunication and intergenerational dialogue." The research followed a Participatory Action Research (PAR) approach, emphasizing horizontal dialogue, critical reflection, and collective knowledge construction.

The methodological strategy included dialogical workshops, sensory exercises, talking circles, and podcast production as an educommunicative tool. Through these activities, participants critically analyzed hyperconsumption, the influence of advertising on desire formation, and the relationship between identity and consumption practices, recognizing their socio-environmental impacts.

The results show that educommunication promotes the development

of critical subjectivities and an ethics of care rooted in the territory. Podcast production strengthened reflective listening, conscious storytelling, and the pedagogical appropriation of digital technologies. Students also redefined their role as future rural teachers committed to environmental education and civic formation.

The study concludes that sustainability cannot be taught solely through discourse but must be constructed through situated, participatory, and life-centered pedagogical practices. Educommunication therefore emerges as a relevant strategy for fostering educational and community transformations oriented toward environmental sustainability.

Palabras clave

Educomunicación, sostenibilidad ambiental, formación docente, consumo crítico

Keywords

Educommunication, environmental sustainability, teacher education, critical consumption.

Introducción

Las crisis socioambientales del siglo XXI exigen educación crítica que cuestione el hiperconsumo y promueva sostenibilidad (ONU, 2015; UNESCO, 2017). Bauman (2007) y Lipovetsky (2007) analizan la "modernidad líquida" y "felicidad paradójica" del consumo efímero, mientras el Buen Vivir (Gudynas, 2011) propone alternativas relacionales. La educomunicación ambiental (Freire, 1970; Kaplún, 2019) emerge como estrategia transformadora.

Esta ponencia presenta una experiencia con 28 estudiantes de la Escuela Normal Superior de Pasca (Cundinamarca, Colombia) mediante talleres dialógicos y podcasts, fortaleciendo conciencia crítica sobre consumo y formación docente sostenible, que se desarrolla en marco del proyecto de transformación social titulado: Tejiendo desde la educomunicación y los diálogos intergeneracionales senderos de sostenibilidad ambiental.

Metodología

Se inscribe fundamentalmente desde la Investigación Acción Participativa (IAP), entendida como una metodología que articula la producción de conocimiento con la acción transformadora y la participación de los sujetos involucrados (Fals Borda, 1987; Fals Borda & Rahman, 1991). Desde esta perspectiva, los participantes no son considerados objetos de estudio, sino actores sociales que reflexionan críticamente sobre su realidad y contribuyen de manera colectiva a la construcción de alternativas pedagógicas orientadas a la sostenibilidad.

La elección de la IAP se fundamenta en su afinidad con los principios de la educomunicación y la educación popular latinoamericana, las cuales privilegian el diálogo, la horizontalidad y la construcción colectiva de saberes como ejes del proceso formativo (Freire, 1970; Kaplún, 2019). De esta manera, este enfoque se articula con el horizonte ético del Buen Vivir, al promover prácticas investigativas basadas en la corresponsabilidad, el cuidado y el compromiso con los territorios y las comunidades (Acosta, 2013; Escobar, 2016).

Discusión

La experiencia con los estudiantes del ciclo complementario de la Escuela Normal Superior de Pasca evidencia que la formación inicial docente puede convertirse en un espacio estratégico para la transformación socioambiental cuando se articula con enfoques educomunicativos y territoriales. Los estudiantes no solo adquirieron conocimientos sobre sostenibilidad, sino que asumieron su rol como futuros docentes rurales comprometidos con el cuidado del agua y del territorio, reconociendo

el podcast como una estrategia pedagógica innovadora al servicio de la vida. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de fortalecer propuestas formativas que integren educación, comunicación y sostenibilidad desde los territorios, como una apuesta por futuros educativos más justos y sostenibles.

La experiencia confirma que la educomunicación favorece opciones para la sostenibilidad ambiental porque constituye una estrategia pertinente frente a la crisis ecológica contemporánea, más aun en un contexto marcado por la aceleración digital y el consumo mediático superficial, frente al cual resulta pertinente recuperar una reflexión extensa de Lipovetsky (2007), quien advierte sobre las contradicciones del hiperconsumo:

"La sociedad del hiperconsumo no ha traído consigo una felicidad duradera ni una mayor armonía con el entorno. Por el contrario, ha producido individuos cada vez más atrapados en la lógica de la satisfacción inmediata, desconectados de las consecuencias sociales y ambientales de sus actos, y enfrentados a una sensación permanente de insatisfacción" (Lipovetsky, 2007, p. 45).

Desde Freire (2005), el proceso se configuró como praxis transformadora. La dimensión dialógica permitió pasar de la información a la problematización; en consonancia con Habermas (1987), el consenso alcanzado fue producto de la interacción racional y no de imposición; que igualmente conecta con la propuesta de Kaplún (2019), al definir que la comunicación educativa debe empoderar sujetos, no reproducir esquemas verticales; planteamientos que finalmente se articulan con la orientación del buen vivir como un enfoque que sitúa la sostenibilidad como proyecto ético y comunitario. Gudynas (2011) y Escobar (2016) coinciden en que el Buen Vivir propone alternativas al desarrollo centradas en la relacionalidad, la reciprocidad y el cuidado de la vida, elementos presentes los podcasts mediante narrativas que vinculan la comunidad, la naturaleza y la educación.

Resultados

Los resultados evidencian que la incorporación de estrategias educomunicativas basadas en la producción de podcast no solo favorece aprendizajes conceptuales sobre sostenibilidad ambiental, sino que incide en la configuración de subjetividades críticas, y en la construcción de una ética del cuidado anclada en el territorio.

Se destaca igualmente como resultado la postura de crítica que los estudiantes asumen frente a sus propias prácticas cotidianas, reconociendo la necesidad de una educación que cuestione las bases culturales que mantiene y reproducen un desarrollo que afecta la sostenibilidad ambiental.

Otro resultado central fue la resignificación del podcast como herramienta educomunicativa. Los estudiantes valoraron este formato como un medio que favorece la escucha atenta, la reflexión pausada y la construcción narrativa consciente, en contraste con las dinámicas de inmediatez propias de la cultura digital contemporánea.

A través de fases reflexivas y prácticas, los participantes cuestionaron las prácticas cotidianas de consumo y vincularon emociones como deseo y placer con la sostenibilidad, orientando la reflexión crítica frente a los modelos tradicionales hegemónicos que priorizan el abuso de los recursos y cuya apuesta es el fomento de acciones colectivas basadas en el diálogo, la educación y que articulan con sentido el vínculo con la naturaleza.

La educomunicación, como eje protagónico, fortaleció vínculos con la naturaleza mediante diálogo sensorial y compromisos colectivos, desafiando el hiperconsumismo hegemónico. En este contexto y alcance se puntualiza los resultados en las siguientes fases:

Fase 1

Ruta hacia Consumo Sostenible – Análisis Crítico Inicial

Durante el ciclo de talleres realizados con estudiantes del ciclo complementario de la Normal Superior de Pasca, se abordaron temas relacionados con el consumo versus la sostenibilidad ambiental, el consumo responsable y el compromiso ciudadano frente a la preservación de los recursos naturales. Para ello, se acompañó los talleres con videos que mostraron la evolución histórica del consumo hasta llegar al hiperconsumismo contemporáneo, evidenciando casos como el desierto de Atacama en Chile, convertido en vertedero de ropa desechada. Estas piezas audiovisuales, con imágenes impactantes y datos cuantitativos, activaron la conciencia crítica de los participantes, mostrando cómo la lógica industrial delega la responsabilidad ambiental hacia el consumidor mediante etiquetas "ecológicas" y estrategias de marketing verde.

Los estudiantes analizaron críticamente la publicidad en medios tradicionales y digitales, que fomenta consumismo al desplazar necesidades reales hacia deseos y placeres inmediatos. Esto genera explotación directa de agua, aire, suelo y biodiversidad, mientras la lógica industrial delega culpa vía etiquetas "ecológicas" y marketing verde.

En este punto, es clave considerar lo que plantea Gilles Lipovetsky ante la categoría de " la felicidad paradójica", donde el consumo promete satisfacción, pero genera vacío efímero (Lipovetsky, 2007). Zygmunt Bauman, en "modernidad líquida", explica la desechabilidad de bienes y relaciones, reforzando compulsión e insatisfacción (Bauman, 2007). Pensadores comunicativos complementan: Paulo Freire (1970) concibe el diálogo como liberación; Jesús Martín-Barbero (1987) ve la comunicación como mediación cultural para sentido colectivo; Jürgen Habermas (1987) enfatiza consenso racional en la esfera pública. Así, la comunicación trasciende transmisión para construir conciencia crítica y acción transformadora.

Este primer momento de reflexión permitió que los estudiantes reconocieran la tensión entre satisfacción efímera y responsabilidad ambiental, entre placer individual y compromiso colectivo. La comunicación, entendida como práctica dialógica y crítica, se convirtió en el eje metodológico que posibilitó la toma de conciencia y la construcción de criterios propios frente al hiperconsumismo y sus impactos en la sostenibilidad.

Fase 2

Taller por Estaciones – Recorrido Emocional del Consumo Consciente

Este recorrido oriento el alcance frente a dialogo y reflexión sobre las emociones y motivaciones que atraviesan sus prácticas de consumo, adema vinculando categorías as como felicidad, deseo, necesidad, placer, identidad, sueño material y sostenibilidad ambiental con preguntas orientadoras que permitió que los estudiantes experimentar la reflexión desde lo vivencial y lo emocional.

Frente a esta motivaciones individuales y colectivas se pudo evidenciar que las emociones están profundamente atravesadas por la lógica del consumo y la publicidad y los mismo estudiantes en sus reflexiones compartidas durante el recorrido expresan la importancia de fortalecer capacidades de conciencia crítica frente a los modelos de consumo, reconociendo la efimeridad de la satisfacción, la manipulación de las necesidades y la urgencia de adoptar prácticas responsables frente al medio ambiente.

Se resalta igualmente como resultado la frase "Dime qué consumes y te diré quién eres" frase pensada y propuesta desde el rol dinamizador de estos talleres en iras de mensaje que evocan y dejan huella; y fue una frase que se convirtió en un eje de debate, mostrando que el consumo influye en la identidad, pero no la define completamente. La reflexión colectiva abrió la posibilidad de cuestionar los hábitos propios y pensar en alternativas más sostenibles y consc

cientes. Lo colectivo como una ruta de reconocimiento y de participación que da el protagonismo a la comunidad posibilitó precisamente espacios de escucha, de tejido y de responsabilidad, en palabras de Kaplún, 2019; Gergen, 2015 la participación comunitaria permite cuestionar las lógicas de inmediatez y superficialidad asociadas al hiperconsumo mediático, promoviendo espacios de diálogo que fortalecen la conciencia ambiental y la responsabilidad colectiva.

La participación de la comunidad como protagonista es clave en los alcances de la estrategia educomunicativa dado que incentiva el diálogo en grupos pequeños, la construcción crítica y activa procesos emocionales desde lo vivencial y proceso de orden motivacional tanto a nivel individual como el placer, deseo, identidad y de orden colectivo como la sostenibilidad.

Ante esta fase 2 emergen 7 reflexiones claves que se presentan a continuación:

1. Felicidad Efímera: Temporal y vacía; compras generan placer inmediato que vira a desecho, fomentando ciclos placer-insatisfacción-deseo (Lipovetsky).
2. Deseo y Vacío Existencial: Respuesta a tristeza/soledad/aprobación; más deseo, más consumo, más vacío.
3. Placer y Esclavitud: Dependencia emocional para encajar/imitar, sacrificando identidad por pertenencia.
4. Necesidad vs. Deseo: Confusión de "necesarios" (redes, entretenimiento) por lógica marketinera; consumo por aceptación social.
5. Sueños Materiales: Aspiraciones legítimas convertidas en adquisiciones, reforzando hiperconsumo.
6. Sostenibilidad Ambiental: Consumo excesivo destruye el planeta; urge reducir/reutilizar/reciclar, priorizar locales/renovables. La frase se resignifica: consumo responsable define ciudadanía ética.

Fase 3

Tránsito por la Palabra y Activación Sensorial

El tránsito por la palabra constituyó un momento clave de reflexión y de activación de los sentidos. El círculo de la palabra se convirtió en el escenario privilegiado que permitió a los estudiantes de la Normal de Pasca entrar en contacto profundo con la naturaleza. La disposición circular, cargada de simbolismo, rodeaba diversos elementos estratégicos: una naranja que representaba al planeta Tierra, cuyo color, textura y aroma evocaban los frutos que la naturaleza ofrece; y el eucalipto, planta típica del Sumapaz, cuya esencia impregna los espacios y conecta con la memoria colectiva de la región.

La forma cíclica del círculo evidenciaba la idea de progreso y evolución. Bordado con telas de colores, invitaba a comprender cómo la vida y el mundo han cambiado, reconociendo el papel fundamental de la Tierra en el desarrollo de la humanidad. En un ambiente de silencio y sonidos naturales —el canto de las aves, el croar de las ranas, el murmullo del agua y el viento— los estudiantes cerraron los ojos y se dejaron guiar por palabras que activaban emociones, olores y sensaciones. Este ejercicio les permitió resignificar el valor de la naturaleza y reconocer la necesidad de fortalecer el vínculo con ella, en consonancia con la pedagogía dialógica que promueve Freire (1970).

Posteriormente, la naranja se convirtió en símbolo pedagógico: al observarla, tocarla y olerla, los estudiantes reflexionaron sobre la responsabilidad de cuidar el planeta. Al pelarla, cada uno asumió un compromiso personal de despojar a la Tierra de los excesos y daños que la contaminan. Finalmente, al saborearla, comprendieron que la naturaleza ofrece un regalo puro y constante, siempre que exista reciprocidad, cuidado y sostenibilidad. Este acto

comunicativo, entendido como práctica de construcción colectiva de sentido, se relaciona con la propuesta de Kaplún (1998), quien destaca la importancia de la comunicación como proceso educativo transformador.

El círculo de la palabra culminó con un diálogo colectivo. En el centro, pequeñas papeletas con preguntas orientadoras guiaron la reflexión sobre el consumo responsable, el autocuidado y el compromiso ambiental. Las respuestas de los estudiantes fueron el inicio de una ruta de conciencia crítica frente al planeta y sus recursos, promoviendo un aprendizaje ético y solidario, en línea con la visión de Martín-Barbero (2003), que subraya la necesidad de reconocer las mediaciones culturales en la construcción de ciudadanía.

Fase 4

El muro de los compromisos

El muro de los compromisos fue el resultado del ejercicio del círculo de la palabra y se convirtió en un espacio de materialización de la reflexión crítica y ética que los estudiantes realizaron frente a su relación con los recursos naturales y el ambiente. Este aprendizaje promovió no solo un compromiso ambiental, sino también un compromiso ético y solidario con la naturaleza. Enfatizando especialmente como alcances significativos de la estrategia educomunicativa, por un lado; da cuenta del énfasis pedagógico y su labor futura como docente encaminada a acompañar las capacidades de pensamiento crítico frente al modelo consumista; de otro lado, el papel de los dispositivos digitales en la didáctica como un proceso de innovación, de interacción y aprovechamiento responsable de tecnologías de la información y la comunicación.

Verse en su rol docente llama a reflexionar que la responsabilidad no se limita a la enseñanza disciplinar, sino que también implica la tarea transversal de inculcar conciencia ambiental en sus estudiantes. Este compromiso adquiere mayor relevancia al considerar que las futuras generaciones serán directamente afectadas por las decisiones que hoy se toman frente al medio ambiente. Tal como señala Kaplún (1998), la comunicación en educación debe ser entendida como un proceso transformador que vincula la palabra con la acción.

En este caso, los compromisos escritos en el muro son la evidencia de que la reflexión crítica se tradujo en decisiones concretas, orientadas hacia la sostenibilidad y la ética ambiental; abriendo rutas que conectan la transformación social fundamentado en procesos que destacan el protagonismo de las comunidades en la construcción colectiva de soluciones desde y para los territorios; soluciones que se potencian mediante el uso y aprovechamiento de los dispositivos digitales, que amplían opciones para entretejer diálogos para la sostenibilidad.

Conclusiones

Las conclusiones dialogan con los desafíos globales expresados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacando que la educomunicación es una estrategia que incide en la construcción de comunidades más conscientes, saludables y comprometidas con la gestión sostenible de sus territorios, siempre que se priorice la formación de sujetos críticos y reflexivos.

En este sentido, la comunicación en este sustento educomunicativo demuestra la sostenibilidad no se enseña únicamente desde el discurso, sino que se construye desde prácticas pedagógicas coherentes, situadas y comprometidas con el cuidado de la vida, acciones relevantes en un contexto marcado por el deterioro ambiental y la urgencia de respuestas educativas transformadoras. De otro lado, la comunicación apoyada en los dispositivos digitales da cuenta de las múltiples oportunidades en la construcción de futuros dignos a partir de su uso ético y participativo.

Referencias bibliográficas

- Acosta, A. (2013). El Buen Vivir: Sumak Kawsay, una oportunidad para imaginar otros mundos. Abya-Yala.
- Bauman, Z. (2007). Vidas desperdiciadas: La modernidad líquida y las sombras de la globalización. Paidos.
- Escobar, A. (2016). Sentir pensar con la tierra: El lugar del origen y la casa común en tiempos de cambio civilizatorio. Unaula.
- Fals Borda, O. (1987). Ciencia propia y colonialismo intelectual: Los nuevos rumbos. Rei Andesina.
- Fals Borda, O., & Rahman, M. A. (Eds.). (1991). Action and knowledge: Breaking the monopoly with participatory action research. Apex Press.
- Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (2005). Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa. Siglo XXI Editores.
- Gergen, K. J. (2015). Relational being: Beyond self and community. Oxford University Press.
- Gudynas, E. (2011). Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo. Fondo Editorial CEA.
- Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa: Vol. 1. Racionalidad de la acción y racionalización social (M. Jiménez, Trad.). Taurus.
- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre.
- Kaplún, M. (2019). Educomunicación: Una aproximación esencial. La Crujía.
- Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Anagrama.
- Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Ediciones de la USTA.
- Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.
- ONU. (2015). Transformando nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/
- UNESCO. (2017). Educación para el Desarrollo Sostenible: Objetivos y principios. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444

NECESIDAD DE LA MATERIALIZACIÓN DE PENAS SEVERAS FRENTE A LA INSTRUMENTALIZACIÓN DE LOS ANIMALES EN EL CONFLICTO ARMADO.

Andres Felipe Avila Ojeda
Estudiante de derecho
Noveno semestre
Universidad de Pamplona
Miembro del semillero de investigación Jurídica-MENTE Penal.

Abstract

El modo en que estos hechos se visibilizan en la opinión pública, influye directamente en la protección de los animales, en la prevención de estas prácticas y en la construcción de una cultura de paz. A lo largo de la historia de Colombia y del mundo la instrumentalización de animales en el conflicto armado ha sido su registrada en los medios de comunicación, siendo esta la puerta para que la sociedad colombiana sea consciente de este tipo de atrocidades, la comunicación social cumple un rol esencial en esta investigación de carácter jurídico a la hora visibilizar la crueldad y el sufrimiento injustificado al que son sometidos los animales y exigir al Estado y a la sociedad civil acciones efectivas contra estos actos.

En contraposición con la sentencia C-332 de 2025 (Corte, Constitucional, 2025) la cual recordó que los animales son seres sintientes, destinatarios de un régimen jurídico de protección y una prohibición de maltrato injustificado, y no meros instrumentos para cualquier finalidad de los seres humanos, nos encontramos un mes antes de que la Corte Constitucional se pronunciara respecto a este tema en la ya mencionada providencia, con el atentado con burro-bomba en Valdivia, Antioquia, el cual fue un acto atroz de índole terrorista, del cual fue autor el Ejército de Liberación Nacional (ELN) cuestionamiento principal es si la Ley Ángel resulta suficiente para proteger a los animales en el marco del conflicto armado, la imposibilidad latente de poder materializar el derecho sustantivo en la realidad respecto a que en una situación de esta índole infortunadamente no se condena con la suficiente gravedad a los responsables de la muerte del animal y de utilizarlos como instrumentos en el conflicto armado.

Palabras clave

Fines bélicos, protección constitucional, instrumentalización, conflictos armados, seres sintientes.

Introducción

El Ejército Nacional atribuyó este ataque al grupo armado ELN, específicamente a la compañía “Héroes de Tarazá”, calificando el uso de un animal como vehículo explosivo como un acto de barbarie y una grave violación al Derecho Internacional Humanitario. Ante los hechos, el gobernador de Antioquia, Andrés Julián Rendón, expresó su indignación y cuestionó la efectividad de la política de “paz total” del Gobierno Nacional, señalando la creciente violencia que ha cobrado la vida de 19 miembros de la Fuerza Pública en el departamento durante 2025.

Este ataque se enmarca en una preocupante tendencia histórica de grupos narcoterroristas en Colombia, como las Farc, que han empleado animales y otros métodos macabros como bicicletas y cadáveres cargados de explosivos para ejecutar actos terroristas. Uno de los antecedentes más notorios ocurrió el 14 de marzo de 1996, cuando un burro cargado con explosivos utilizado por el Frente 37 de las Farc en Chalán, Sucre, provocó la muerte de once policías y varios civiles, dejando además múltiples heridos. (Andrés Felipe Martín Parada, Paulina Rivera y Luis Miguel Montufar, 2023)

Este caso permite reflexionar sobre la instrumentalización de los animales en conflictos armados y resalta la importancia de analizar estas prácticas desde el Derecho Internacional Humanitario, así como la necesidad de fortalecer la protección de la población civil y de los propios animales frente a la violencia extrema.

A lo largo de esta investigación, se pretende realizar un análisis especial sobre el uso de animales en el conflicto armado, examinando tanto las implicaciones legales y éticas de esta práctica como su impacto en la protección de los seres sintientes y en el cumplimiento del Derecho Internacional Humanitario.

Con base en el caso anteriormente expuesto, resulta fundamental no omitir otros hechos que, si bien han quedado en el olvido mediático, constituyen antecedentes sumamente relevantes para comprender la problemática del uso de animales en el conflicto armado colombiano. La utilización de animales como vehículos de explosivos por parte de grupos narcoterroristas no es un fenómeno reciente y ha sido documentada en diversas regiones del país a lo largo de las últimas tres décadas. (Mdina, Lina Muñoz)

Entre los casos más representativos se destacan los siguientes:

- 14 de marzo de 1996, Chalán, Sucre: el Frente 37 de las Farc empleó un burro cargado con explosivos, provocando la muerte de once policías y dejando a varios civiles heridos, constituyéndose en uno de los primeros antecedentes documentados de esta práctica.
- 21 de abril de 2002, Acavedo, Huila: miembros del Frente 61 de las Farc obligaron a un menor de edad y a su hermano a conducir un caballo cargado de explosivos hasta el lugar donde una unidad militar realizaba operaciones de control. La detonación, activada a 200 metros de su objetivo, causó la muerte inmediata del menor y de dos campesinos, además de heridas graves a tres personas más. (Mdina, Lina Muñoz)
- 21 de julio de 2002, Guadalupe, Antioquia: un atentado con un caballo-bomba perpetrado por guerrilleros de las Farc dejó al menos ocho policías heridos y destruyó gran parte de la zona comercial del municipio. Se calcula que el explosivo utilizado pesaba aproximadamente 30 kilos.
- 10 de septiembre de 2003, Chita, Boyacá: un campesino fue obligado por miembros del Frente 35 de las Farc a transportar un caballo cargado con explosivos al centro del municipio, resultando en la muerte de ocho personas, incluido un menor de edad, y 15 heridos. (Armada, Colombia)

Al abordar la temática de esta investigación es importante traer a colación el derecho comparado, principalmente el de España esto, por ser uno de los pioneros respecto de la indemnización por el daño moral que causa el daño de las mascotas. (Scaramozza)

La legislación colombiana guiándose del desarrollo jurisprudencial de España debería analizar las pautas que se han tomado respecto de la indemnización de los seres sintientes en razón de su instrumentalización en el CAI y el padecimiento del sufrimiento injustificado de los mismos, criterios que la normativa colombiana no ha desarrollado tales como:

En primer lugar, la existencia de afecto hacia el animal. En la Sentencia T-146 de 2016 Se subraya la obligación del ser humano de brindar un trato exento de crueldad a los animales, reconociéndolos explícitamente como seres sintientes. La relevancia de esta sentencia para la investigación radica en su énfasis en el principio de no crueldad, que fundamenta la necesidad de prohibir el

uso de animales como vehículos de explosivos o como instrumentos de violencia. (Sentencia T-146-2016)

En segundo lugar, la existencia de sufrimiento. En la Sentencia T-608 de 2011 La Corte constitucional reconoció que los animales se encuentran inmersos en la protección que el estado le debe brindar al medio ambiente, haciendo énfasis en que el mismo tiene la obligación de preservar su integridad y bienestar, como parte de los recursos naturales y de la biodiversidad nacional. Con este pronunciamiento respalda la investigación al establecer que los animales no son meros objetos, sino sujetos de protección que deben ser considerados en políticas públicas y normativas que los resguarden de su instrumentalización en conflictos armados. (Sentencia T-608-2011)

En tercer lugar, el tiempo de convivencia. En la Sentencia C-148 de 2022 La Corte constitucional reiteró la protección integral que se le debe brindar a los animales y la obligación que tiene el Estado de garantizar medidas efectivas frente al maltrato y la explotación de los seres sintientes. Este pronunciamiento refuerza la necesidad de implementar mecanismos de protección transitoria y sentar las bases para una reforma normativa que fortalezca la protección constitucional de los animales frente a su instrumentalización en actos bélicos. (Sentencia C-148-2022)

En cuarto lugar, el monto de indemnización por daño moral En la jurisprudencia española “La existencia de ese vínculo de afecto entre humano y animal se encuentra ya claramente reconocida por el ordenamiento jurídico” El reconocimiento y consecuente indemnización de los daños morales causados al perjudicado por un hecho dañoso es una realidad en nuestro Derecho y jurisprudencia. Se indica que desde el primer momento se ha reconocido la valoración pecuniaria que supone la pérdida de un perro. Para determinar su valor económico no se tiene en cuenta su valor de adquisición. Aunque este pude servir de referencia, en realidad se atiende a las características propias de cada animal.

Así puede darse el caso de que el coste de adquisición fuera nulo, lo cual no significa que el animal no tenga un valor material cuantificable e indemnizable). (AP de León 179/2016) De esta manera se tienen en cuenta los gastos veterinarios, o el nivel de adiestramiento del animal. Por ejemplo, funciones como la caza o el pastoreo incrementan su valor. Esto último es relevante dentro del desarrollo de esta investigación, ya que como se planteó en Colombia, no siempre los animales que se instrumentalizan en el conflicto armado son domésticos, entonces, así como lo manifiesta la jurisprudencia española también se podría cuantificar en cuanto a sus funciones en el desarrollo de la relación humano-animal; esto sin dejar de lado el principal enfoque que aquel daño moral que puede generar la perdida de ese ser sintiente.

Estos hechos han sido calificados por las autoridades y la comunidad nacional como actos demenciales que vulneran las normas establecidas en el Derecho Internacional Humanitario, al recurrir los grupos narcoterroristas a armas no convencionales y al empleo de seres sintientes para ejecutar sus acciones violentas. El atentado más reciente, registrado el 9 de julio de 2025 en Valdivia, Antioquia, evidencia la persistencia de esta práctica, que combina crueldad y sofisticación, y subraya la necesidad de un análisis jurídico y ético profundo sobre la instrumentalización de los animales en el marco del conflicto armado.

A pesar de la existencia de avances normativos como La Ley 2455 de 2025 (Ley Ángel) y sentencias como la C-468 de 2024 (Sentencia C-468-2024) y la C-332 de 2025, (Corte, Constitucional, 2025) estos desarrollos no logran abarcar ni sancionar adecuadamente las conductas que ocurren en el marco del conflicto armado. La norma no contiene una tipificación específica para el uso de los seres sintientes con fines bélicos, ni herramientas jurídicas para cuantificar y reparar el daño moral causado por su pérdida en cualquier circunstancia (no solo en el ámbito del conflicto armado), incluida el conflicto armado de los seres sintientes; lo

cual perpetúa la impunidad y dificulta la materialización real del derecho sustantivo.

Por ello resulta indispensable investigar, proponer y justificar una reforma normativa que responda a las prácticas actuales del conflicto armado colombiano y que incorpore criterios objetivos para valorar y sancionar el daño ocasionado a los seres sintientes. La investigación es pertinente desde el punto de vista jurídico, ético y social, en tanto contribuye a cerrar brechas de protección, a armonizar el derecho interno con estándares internacionales de bienestar animal y derecho internacional humanitario; y a promover un cambio cultural respecto al trato digno que debe darse a todo ser sintiente.

En resumen, esta investigación es necesaria porque aborda una problemática real, reiterada y poco estudiada; porque propone soluciones normativas concretas para proteger a los seres sintientes como un deber constitucional del Estado y sancionar a quienes cometan estos delitos; proponiendo criterios de tasación por perjuicios morales para la pérdida de los seres sintientes.

Metodología

Esta es una investigación teórica ya que se busca que se entienda de primera mano lo que implica la “instrumentalización” de los seres sintientes en Colombia centrada en la prohibición y regulación de la instrumentalización de los animales como armas de guerra, ofrece múltiples beneficios que trascienden el ámbito jurídico y ético. En primer lugar, fortalece la protección de los animales como seres sintientes, alineándose con los pronunciamientos de la Corte Constitucional. El enfoque de la investigación es cualitativo, donde desarrollamos preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos. La técnica para recolectar datos fue principalmente la revisión de documentos, jurisprudencia nacional y derecho comparado. Esto último haciendo que tenga un alcance exploratorio.

Discusión

Se debe o no proponer una reforma normativa que amplie la protección a los seres sintientes y no solo la limite a la negligencia, maltrato y descuido. Esta reforma debe incluir la tipificación de la utilización de animales con fines bélicos como un delito específico en el Código Penal Colombiano y los criterios de tasación específicos para cuantificar el daño moral por la pérdida de los seres sintientes, estableciendo sanciones claras y efectivas para quienes incurran en esta práctica.

Resultados

En primer lugar, fortalece la protección de los animales como seres sintientes, alineándose con los pronunciamientos de la Corte Constitucional, especialmente la Sentencia C-332 de 2025, (Corte, Constitucional, 2025) que reiteró su condición de destinatarios de un régimen jurídico especial y su derecho a no ser utilizados como meros instrumentos para fines humanos. Esta investigación permite visibilizar la necesidad de garantizar medidas concretas de protección, incluyendo la tipificación penal de la instrumentalización de animales y la implementación de protocolos preventivos y humanitarios.

Asimismo, la investigación contribuye al desarrollo de políticas públicas más integrales en torno a la fauna, promoviendo la sensibilización social y la educación sobre el trato ético hacia los animales. Del mismo modo, ofrece un aporte significativo al Derecho Internacional Humanitario, al analizar la relación entre la protección de seres sintientes y la prohibición de métodos de guerra crueles o no convencionales, reforzando la obligación del Estado colombiano de prevenir la utilización de animales como instrumentos bélicos.

La aplicación práctica de estas propuestas enfrenta importantes retos. Uno de los desafíos principales radica en la dificultad de materializar

el derecho sustantivo en contextos de conflicto armado, donde la impunidad y la ausencia de control efectivo sobre los grupos armados limitan la efectividad de las normas legales. Otro reto significativo es la necesidad de coordinar diversas instituciones—militares, judiciales, ambientales y de bienestar animal—para implementar medidas transitorias de protección, como el monitoreo de zonas de riesgo y la atención veterinaria de animales involucrados, sin que estas acciones se vean obstaculizadas por la logística del conflicto o la falta de recursos especializados.

Adicionalmente, la investigación debe enfrentar el desafío de establecer un marco normativo coherente que complemente la Ley Ángel y las sentencias de la Corte Constitucional, superando las lagunas legales que actualmente impiden sancionar con la suficiente gravedad la utilización de animales como instrumentos de violencia. Este reto incluye la necesidad de sensibilizar a la sociedad y a los operadores jurídicos sobre la gravedad de estos actos, de manera que se reconozca plenamente el valor intrínseco de los animales como sujetos de derechos.

En síntesis, los beneficios de la investigación incluyen la consolidación de la protección constitucional de los animales, la promoción de políticas preventivas y la contribución al fortalecimiento del marco jurídico humanitario. Por su parte, los retos giran en torno a la materialización práctica de estas protecciones, la coordinación interinstitucional y la superación de vacíos normativos que limitan la sanción efectiva de quienes instrumentalizan animales en conflictos armados. La investigación, por tanto, no sólo tiene relevancia académica, sino también una dimensión práctica y ética que busca transformar la forma en que la sociedad y el Estado protegen a los seres sintientes en contextos de violencia.

Referencias bibliográficas

• Andrés Felipe Martín Parada, Paulina Rivera y Luis Miguel Montufar. (2023).

• Observa Jep. Obtenido de https://recursos.observajep.com/wp-content/uploads/jet engine-forms/4/2023/08/Ficha-Resol

• (s.f.). AP de León 179/2016.

• Armada, C. (s.f.). Obtenido de https://www.armada.mil.co/es/content/el-empleo-

• de-caballos-bombas-practica-criminal-de-las-farc

• Corte, Constitucional. (2025). Sentencia C-332. Obtenido de

• https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2025/C-332-25.htm

• Mdina, Lina Muñoz. (s.f.). Obtenido de

• https://www.infobae.com/colombia/2025/07/10/burros-caballos-y-perros-bomba-nueve-atentados-con-animales-usados-como-armas-en-los-ultimos-30-anos/

• Scaramozza, A. (s.f.). Obtenido de https://vidaconmascotas.com/dano-moral-por

• la-muerte-de-la-mascota-cuando-sea-indemnizable-segun-la-ley/

• Sentencia C-148-2022. (s.f.). Obtenido de

• https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2022/c-148-22.htm

• (s.f.). Sentencia C-468-2024 . Obtenido de

• https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=172537

• (s.f.). Sentencia T-146-2016. Obtenido de

• https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/t-146-16.htm

• (s.f.). Sentencia T-608-2011. Obtenido de

• https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2011/t-608-11.htm

PERIODISMO Y COMUNICACIÓN PARA LA COMPRENSIÓN DE PROBLEMAS GLOBALES. UNA PROPUESTA EN DISCUSIÓN

Jorge Mauricio Escobar Sarria
Comunicador Social-Periodista.
Líder Nacional de la Maestría en Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad)
PhD-Información y Documentación
Universidad de Zaragoza (España)
Magister en Educación
Énfasis en Educación Popular y Desarrollo Comunitario.
jorge.escobar@unad.edu.co

Abstract

Este texto de reflexión plantea una discusión alrededor de la diversidad de alternativas y formas como la comunicación y el periodismo abordan la comprensión de los problemas globales que requieren de una mirada interdisciplinaria, explicativa y critica del cambio climático, la deforestación, el agua potable, la contaminación, la minería, la tenencia de la tierra, los monocultivos, la soberanía y la seguridad alimentaria, el *fracking* y la transición energética, entre otros. De igual manera, reafirma la necesidad de los fundamentos investigativos del periodismo riguroso (origen, causas y consecuencias de las problemáticas) y la visibilización de las voces, las miradas y las explicaciones correlacionales. Esta propuesta de reflexión está centrada en las preguntas: ¿cuál es el papel y cuáles son los distractores del periodismo y la comunicación en la crisis planetaria y la discusión de la sostenibilidad actual? ¿Se ha transformado el periodismo con las nuevas tendencias y entornos tecnomediados? La metodología implementada, aplicativa y de aporte conceptual, está centrada en una propuesta metafórica que plantea un abordaje de forma y fondo para realizar la mirada integral e integradora de la comunicación para la comprensión de los problemas globales. Se realiza un rastreo de proyectos periodísticos de referencia en temas socioambientales, como ejemplos/casos de las tendencias de cubrimiento periodístico y la panorámica actual del abordaje.

Esto reafirma la esencia del ejercicio periodístico comprometido con la comunidad, la ciudadanía, en forma de contra- poder. Y retoma la propuesta de dieta informativa, cerrando con la analogía del tejido/red de comunicación de los hilos, los nudos y los huecos, que a manera de conclusión propone la caracterización de problemas complejos en un modelo de crisis que conlleva muerte y deterioro del cuidado de la vida y los territorios.

Palabras clave

Comunicación, sostenibilidad, periodismo y territorio.

Introducción

Una de las prioridades y focos clave del ejercicio del periodismo y la comunicación actual está centrada en la revisión crítica, integral y correlacional de los problemas globales que implican la sostenibilidad. Estas problemáticas y priorizaciones pasan por diversas tendencias, tensiones, discursos y/o narrativas predominantes desde lo político/mediático, donde se evidencia la discusión por la comprensión holística del origen, sus causas y sus consecuencias. Problemas "glocales", tales como el cambio climático, la deforestación, el agua potable, la contaminación, la minería, la tenencia de la tierra, los monocultivos, la soberanía y la seguridad alimentaria, el *fracking*, la transición energética, entre otros, están siendo abordados por la agenda de los medios masivos, alternativos y de proyectos de comunicación y cambio social.

Estos problemas globales requie-

ren una mirada interdisciplinaria, explicativa y crítica que conlleve serios ejercicios de investigación periodística y académica, los cuales son hoy referenciados/llamados como periodismo de divulgación científica, periodismo ambiental (2015 Atlas Ambiental, ver los proyectos), periodismo de soluciones (Codina, 2022), periodismo situado (Alarcon, 2023), microperiodismo (Dominguez y Pérez, 2022), periodismo hiperlocal (Flores, 2015), periodismo narrativo, periodismo cívico, periodismo ciudadano, periodismo de inmersión (López y Fernández, 2013), periodismo perfomático, periodismo visual (El Surti, 2022), periodismo lento/*slow* (The Slow Journalism Company, 2023) y/o de contexto.

La reflexión introductoria y controversial plantea entonces, ¿qué periodismo no es sustentado en evidencias y soportes científicos (contrastado con fuentes especializadas), no muestra alternativas y/o soluciones, no es situado, no es riguroso, no es documentado, no es soportado, no es inmersivo y no es contextual?

La respuesta es que todo periodismo es investigativo, y eso no debe cambiar. No se puede confundir la crisis de las empresas mediáticas, el cambio y ajuste de la pauta publicitaria, la polarización política, las noticias falsas, la posverdad y los nuevos intereses de las audiencias, con el equivocado concepto de que el periodismo está en crisis. ¿Será que ha mutado, adaptado, mimetizado, camuflado y/o transformado su(s) apellido(s), para distraer o llamar la atención con nuevos soportes, plataformas, redes sociodigitales y entornos tecnomediados mas sugestivos, cercanos y próximos en sintonía con la noción acción conectiva (Subirats, 2015), también planteada como sensación de conexidad (Barón y Gómez, 2012) para cautivar la atención de los llamados "residentes/visitantes digitales" (White y Le Cornu, 2011, p.41).

Esta reflexión reafirma que no se debe alterar la calidad de un periodismo y una comunicación de y para la comunidad, para la audiencia/ciudadanía y/o el contra-poder. Es pues, el llamado a dejar las contradicciones, alegorías e incluso tendencias de moda, para volver a la esencia del periodismo serio y comprometido con las voces, las miradas y las explicaciones correlacionales. Sin embargo, lo requerido, necesario y coincidente está centrando en las explicaciones y caracterizaciones de problemas complejos, que perpetúan un modelo de crisis, de muerte y desconocimiento ecosistémico del cuidado de la vida, la tierra y los límites planetarios (Rockström y Gaffney, 2021).

Es así como toda la evidencia científica, los procesos investigativos y los datos empíricos reconocen la urgencia de la transformación relacional que implica actuar para la crisis de la madre tierra, en todos sus ámbitos, conocimientos, saberes y factores transversales.

Los paradigmas de desarrollo se sustentan en la explotación indiscriminada y sin regulación de los recursos naturales, la expropiación de las comunidades en sus territorios vívidos, la exclusión de los menos favorecidos, el exterminio de las prácticas ancestrales sociales, culturales y ambientales del cuidado de la tierra, desconociendo los ciclos de la vida y los tiempos de la *Gaia* (Lovelock, 1983), como procesos estrechamente integrados a un sistema complejo, único y autorregulado.

Es entonces, un llamado a la urgencia focal/local de un periodismo en los territorios, en las comunidades, para visibilizar los problemas socioambientales, caracterizar los implicados, denunciar, movilizar y concientizar sobre una investigación periodística situada, que revise las acciones preventivas, correctivas, y a partir de allí se proponga una agenda de soluciones con los actores sociales afectados directamente. Es pues, el llamado a la reflexión sobre la pregunta central: ¿cuál es el papel del periodismo y la comunicación en la crisis planetaria y la discusión de la sostenibilidad actual?

Metodología

Esta propuesta, metodológica y aplicativa (Escobar, 2020), plantea un detallado rastreo y sistematización de la información como ejercicio riguroso, metódico y fundamentado en el contraste de las fuentes especializadas (entrevistas con expertos), la revisión de los estados del arte y de la cuestión con autores relevantes y destacados (tesis doctorales, libros, artículos científicos en revistas Q1 y Q2 y bases de datos especializadas), complementado con una soportada información periodística e investigativa (otros medios y propuestas).

Se continua con el rastreo de los juegos didácticos explicativos y educativos de la temática, el visionado contrastado y el análisis de los diversos documentales de las problemáticas, con la caracterización de las voces de los grupos, organizaciones, colectivos y movimientos sociales que promueven discursos y acciones de incidencia política; terminando con los proyectos y las experiencias de aplicación para la defensa de los territorios en comunicación y cambio social, específicamente. Se presenta la propuesta/metáfora (ejemplo de referencia) a tener en cuenta, como una metodología con enfoque integral para realizar proyectos periodísticos en la comprensión de problemas globales.

Posteriormente, se amplía la perspectiva metafórica de esta reflexión, con el concepto de "dieta informativa" (Johnson, 2015), que plantea el hábito de consumo de medios e información de manera compensada, consciente y selectiva, priorizando productos mediáticos, con base en la selección de los datos, los números y las fuentes altamente pertinentes, en contraste con la saturación o sobrecarga de información dispersa. Retomando la obra de Bauman (2006), "Vida líquida", se define que nuestra sociedad, vive un inevitable tránsito, una migración y un ajuste de las condiciones, actuaciones y hábitos que se modifican sin llegar siquiera a comprenderlas. Esto debido a que no se puede controlar, manejar y moldear el rumbo con nuestras propias manos, pues éste, como el agua, se escapa fácilmente entre los dedos. Esta sociedad entonces, no tiene forma, ni un solo rumbo, se modifica y muta. Somos actores/espectadores del consumo en un espacio social en construcción. Lo que hace referencia al consumo de medios. Lo que hace referencia al consumo de medios de comunicación posicionados, reconocidos, con trayectoria, experiencia y tradición en un campo especializado.

Para concluir este apartado, se sistematizan algunos ejemplos de referencia (Tabla 1) que permiten orientar, denunciar e inspirar la inmediata y obligatoria comprensión de que la posibilidad de pervivir o mantener nuestra vida, depende exclusivamente de desarrollar economías que respeten la calidad de los ciclos de la biosfera. Esto supone, entender la vida ligada siempre a la tierra, al planeta que hemos modificado en su esencia y en sus ciclos, donde la corresponsabilidad es colectiva y está centrada en una ciudadanía de seres eco-dependientes.

Tabla 1

Proyectos de referencia

Nombre del producto periodístico/Medios	Problemáticas abordadas	Enlace
"¿Qué es el cambio climático?" (Aunión y Planelles, 2018). Especial del periódico El País, de España. Portal (digital).	Comprensión e implicaciones resumidas del CO2 / El Cambio Climático.	https://bit.ly/3i7wlDj
"El clima nos cambió para siempre: Bogotá" (El Tiempo, 2016). Especial del periódico colombiano. Vídeo y reportaje.	Explica acerca del aumento de la temperatura.	https://www.youtube.com/watch?v=IVm-sAmDPum&t=9s
"El lado oscuro del carbón. El fin de la era del carbón" (Greenpeace, 2017). Informe especial. España.	Caracteriza 30 años de activismo y denuncia contra la contaminación que produce el carbón y sus efectos en la salud de las personas.	https://bit.ly/2Fbc Zxh
"Los juegos del agua" (Hierro, 2015). Especial de Planeta Futuro. El País, de España.	Establece que el agua es un derecho humano cada vez más privatizado y tan fundamental resulta para la vida que su control provoca guerras. Es necesario el acceso al agua limpia y disponer de saneamientos adecuados.	https://bit.ly/2GF p4LN
"La vida vale un cobre" (Zevallos, 2018).	Presenta un documental transmedia que retrata el drama del impacto de la actividad minera en el sur del Perú.	https://laviidanov aleuncobre.com/

Discusión y resultados:

A manera de cierre, se plantea la urgencia de salir del periodismo convencional, centrado en la noticia, la información y la actualidad, para

pensar el lugar de la urgencia global y el cambio prioritario, como lo único realmente permanente. Construir y narrar desde la neutralidad valorativa, pensando un lugar de la enunciación menos homogéneo, que teja las historias, con la intención de contar otras historias, que los nudos anuden otros nudos… que los pensamientos conlleven acciones, que las historias creen el mundo. Un mundo con un pluriverso de historias.

Es decir, salir del periodismo encarcelado, del horror de lo habitual: la adversidad, el dolor, la muerte, el miedo y la violencia como narrativa dominante del deteriorado cuarto poder de la posverdad. Y si esto está claro, ¿por qué nuestras ideas, discursos y formas narrativas han cambiado tan poco en estos últimos años? Como coleccionistas de fracasos y discursos, el periodismo debe poner en duda siempre las versiones oficiales, darle sentido al pensamiento crítico y contrastar fuera del radicalismo, los contradictores, el disenso para contar desde el periplo y el viaje que permite vivenciar la realidad contrastada en/con los directos afectados.

Para terminar, retomando a las comunidades indígenas y la analogía del tejido de la comunicación para la verdad y la vida, se propone una comunicación y un periodismo centrados en la construcción de una red/tejido comunicativo, que construya hilos (medios propios y apropiados) para la compresión y la acción en la problemática y en sus comunidades. Esos requeridos hilos, son los medios, fuentes, puentes, facilitadores y las formas de comunicarse con otros para reconocer la problemática, donde los nudos internos (afectados directamente), los nudos externos (afectados correlacionales y efectos domino) y los huecos que deja el tejido, siendo éstos las prioridades y el eje central del trabajo en red para dar solución a la problemática.

"Se trata entonces de aprender a priorizar en red y a actuar conjuntamente sobre temas de interés común. Simbólicamente, si los huecos son muy grandes, se pasan asuntos críticos sin ser reconocidos o abordados. Si son muy pequeños, se sobrecarga la red con una mezcla de temas prioritarios y de asuntos menores que no merecen atención colectiva. Los huecos simbolizan la capacidad de aprender en el trabajo a reconocer y actuar de manera oportuna y apropiada sobre prioridades colectivamente utilizando los medios más apropiados de la forma más eficiente y viable" (Almendra, 2010, p.68).

En consecuencia, los huecos son espacios de análisis y reflexión para la acción donde se seleccionan temas de fondo o temas críticos para abordar colectivamente, como las salas de redacción, pensamiento, acción y los barridos de socialización. En conclusión, los hilos son los mecanismos y estrategias que enlazan a los diferentes nudos, de manera que al tocar un nudo se hace vibrar todo el tejido y la red de relaciones, como escenarios de intercambio y comunicación permanente entre nudos (las personas, los grupos y los colectivos, que son siempre lo más importante).

Referencias bibliográficas:

• Alarcón, C. (2023). Periodismo situado. https://www.periodismosituado.com/

• Alianza por los Derechos de la Madre Tierra en Colombia. (2023). Contenido del post

• [Facebook]. https://www.facebook.com/AlianzaDerechosNaturaleza/

• Almendra, V. (2010). Encontrar la palabra perfecta: experiencia del tejido de comunicación del pueblo Nasa en Colombia. Universidad Autónoma de Occidente.

• Amancio, N. L. y Vélez, A. (2016). Madera Sucia. Historias del tráfico global de especies amazónicas. Los últimos árboles de la Amazonia. Ojo Público (Perú) - Mongabay Latam. Alianza: El Deber, Semana, Connectas, El Espectador e Infoamazonía.

• Aunión, J. A. y Planelles, M. (2018). ¿Qué es el cambio climático? El País. https://bit.ly/3i7w1Dj

• Barón, L y Gómez, R. (2012). Las relaciones sociales y la sensación de conexidad. Usos de cibercafés, telecentros y bibliotecas en Colombia. Disertaciones: Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social,5(1), 105-128. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5112120.pdf

• Bauman, Z. (2006). Vida líquida. Paidós.

• Codina, L. (2022).Periodismo de soluciones:definiciones y guía de recursos. https://www.lluiscodina.com/periodismo-de-soluciones/

• Consejo de Redacción [CdR]. (2018). Tierra de resistentes. https://tierraderesistentes.com/es/

• Cote Rodríguez, J. (2021). Amazonia. Tierra perdida. Cambio y Unidos por los Bosques. https://especiales.cambiocolombia.com/es/amazonia-la-tierra-perdida/capitulos/el- ganado-y-la-ruina-de-la-amazonia.html

• Diario.es. (2017). La tierra esclava. Así se planta en países pobres para consumir en países ricos. https://latierraesclava.eldiario.es/

• Distintas Latitudes, La Red LATAM de Jóvenes Periodistas & Mongabay LATAM. (2023).

• Los bosques que perdimos. https://bosqueslatam.distintaslatitudes.net/ Domínguez, E. y Pérez Colomé, J. (2012). Microperiodismos. Aventuras digitales en tiempos de crisis. Universitat Oberta de Catalunya [UOC].

• El Surti. (2022). Latinográficas. https://latinograficas.com/

• El Tiempo. (2018). El clima nos cambió para siempre: Bogotá [Video]. El Tiempo. https://www.youtube.com/watch?v=lVmsAmDPumk&t=9s

• Escobar Sarria, J. M. (2020). Repensando la tierra: monocultivos, fracking y cambio climático. Comunicando para la comprensión de los problemas globales. Etiqueta Negra.

• Fidler, R. (1998). Mediamorfosis: comprender los nuevos medios. Editorial Granica.

• Flores Vivar, J. M. (2015). Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2015/03/38-54-JESUS- FLORES.pdf

• Gómez, A. (2022). El lado oscuro del cartón en Colombia. Fundación Chasqui, en alianza con Cuestión Pública. https://cuestionpublica.com/el-lado-oscuro-del-carton-en-colombia/

• Greenpeace. (2017). El lado oscuro del carbón. https://bit.ly/2FbcZxh

• Hierro, L. (2015). Los juegos del agua. El País. Especial de Planeta Futuro. https://bit.ly/2GFp4LN

• Höft, M. (2023). Cobre sucio. El lado oscuro de la transición energética [Reportaje- Documental]. DW- Alemania. https://p.dw.com/p/4OXQR

• Innerarity, D. (2011). La democracia del conocimiento: por una sociedad inteligente. Paidós. Jakobson, R. (1985). Ensayos de lingüística general (2nd ed.). Planeta.

• Lanier, J. (2011). Contra el rebaño digital. Un manifiesto. Debate.

• Johnson, C. A. (2015). The information diet: a case for conscious consumption. O'Reilly Media.

• López Hidalgo, A. y Fernández Barrero, M. A. (2013). Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

• Lovelock, J. (1983). Gaia, una nueva visión de la vida sobre la tierra. Hermann Blume. Parra, O. y Rodríguez, I. (2012).

• Tierra en disputa. Verdad Abierta – Rutas del Conflicto. http://tierraendisputa.com/

proyecto

• Rockström, J. y Gaffney, O. (2021). Breaking boundaries: the science of our planet [Video]. Netflix. https://www.youtube.com/watch?v=Gb6wQtNjblk

• Subirats, J. (2015). Todo se mueve. Acción colectiva, acción conectiva. Movimientos, partidos e instituciones. Revista Española de Sociología, (24), 123-131. https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65427/39719

• The Slow Journalism Company. (2023). Slow journalism. https;//www.slow- journalism.com/slow-journalism

• US National Park Service. (2015). EJAtlas - Global Atlas of Environmental Justice. https://ejatlas.org/

• White, D. S. y Le Cornu, A. (2011). Visitors and residents: a new typology for online engagement. First Monday, 16(9), 40-45. https://doi.org/10.5210/fm.v16i9.3171

• Zevallos, M. (2018). La vida vale un cobre. https://lavidanovale-uncobre.com/

SABERES QUE PERVIVEN: EXPLORACIÓN DE LA RELACIÓN DE CINCO COMUNIDADES ÉTNICAS DE CALDAS Y RISARALDA CON SU CONOCIMIENTO TRADICIONAL Y PRÁCTICAS CULTURALES

Richard Armando Millán Torres
Profesor del programa de Comunicación Social y Periodismo
Magister en Educación
Universidad de Manizales
richardmillan@umanizales.edu.co

Yony Alexánder Zuluaga Betancur
Comunicador social y periodista
Especialista Gerencia de la Comunicación Digital
Universidad de Manizales
yony.zuluaga@gmail.com

Resumen

Las comunidades étnicas de Colombia poseen un invaluable conocimiento tradicional, expresado en prácticas culturales de espiritualidad, agricultura, medicina, gastronomía y gobierno propio. Este artículo, derivado de un proceso de investigación+creación, explora la relación que cuatro comunidades indígenas (Emberá Chamí y Emberá Katío) y una comunidad afrodescendiente de los departamentos de Caldas y Risaralda mantienen con estos saberes. A través de un enfoque cualitativo que empleó entrevistas a profundidad (20), cartografías sociales (8) y observación participante en cinco territorios étnicos, se indagó sobre la apropiación de estas prácticas y las dinámicas para su conservación. Los resultados, que también dieron vida a la serie documental “Saberes”, evidencian que, si bien muchas prácticas perviven (medicina tradicional, gastronomía, música), enfrentan riesgos de desaparición, especialmente entre niños y jóvenes. Sin embargo, emergen iniciativas individuales, colectivas e institucionales (como casas de la memoria, colectivos de comunicación y modelos de etnoeducación) que, fundamentadas en el encuentro comunitario, la oralidad y la comunicación propia, trabajan activamente por su fortalecimiento y resiliencia cultural.

Palabras clave

Conocimiento tradicional; prácticas culturales; comunidades étnicas; apropiación social del conocimiento; investigación+creación.

Introducción

En el marco del convenio “Comunicación para el Desarrollo” entre la Universidad de Manizales y la CHEC Grupo EPM, se ha trabajado desde 2018 en el fortalecimiento de habilidades comunicativas con grupos de interés, incluyendo comunidades étnicas de Caldas y Risaralda. Una investigación de impacto realizada en 2022 reveló la necesidad de generar aportes desde la investigación para comprender y apoyar los procesos de conservación de los saberes propios en estos territorios.

Este artículo presenta los resultados de un proceso de investigación+creación que buscó responder a la pregunta: **¿Cómo se relacionan las comunidades étnicas del territorio con el conocimiento tradicional y las prácticas culturales derivadas de este?** El objetivo general fue explorar dicha relación en cinco comunidades, indagando por la apropiación de estos saberes, documentando sus prácticas más representativas y propiciando el diálogo de saberes a través de un producto académico y otro audiovisual: la serie documental “Saberes”.

Los antecedentes muestran un

creciente interés académico por estas temáticas. Autores como Landa (2022) y Tibocha (2020) han utilizado la investigación+creación para explorar mitos y cantos indígenas, mientras que Triana (2021) destaca el papel del audiovisual en la preservación de la memoria cultural. En el contexto local, investigaciones en los resguardos de Caldas y Risaralda han abordado la partería (Ortiz, 2021), la medicina tradicional (Cardona, 2012) y la recuperación de semillas (Gañán, 2018), sentando las bases para este estudio que busca una mirada integral y comparada entre varias comunidades.

Metodología

Esta investigación se inscribe en el modelo de **investigación+creación**, definido por Colciencias (2018) como la indagación que responde a un problema a través de una experiencia creativa que da lugar a un producto con valor estético. Este modelo permite una sinergia entre la práctica y la teoría, generando conocimiento que retorna a las comunidades (Delgado et al., 2015).

Se adoptó un enfoque cualitativo con los siguientes instrumentos:

1. **Entrevistas semiestructuradas:** Se realizaron 20 entrevistas a mayores, sabedores, autoridades y líderes comunitarios.
2. **Cartografías sociales:** Se llevaron a cabo 8 talleres cartográficos con participantes de los procesos de formación, para que las comunidades representaran su territorio y la ubicación de sus prácticas culturales.
3. **Observación participante:** Se realizaron acercamientos vivenciales a las prácticas culturales en los territorios.

Las comunidades focalizadas fueron: los Resguardos Indígenas **Cañamomo Lomaprieta** (Riosucio/Supía, Caldas), **Escopetera y Pirza** (Riosucio, Caldas), **La Albania** (Risaralda/San José, Caldas), **Gitó Dokabú** (Pueblo Rico, Risaralda) y la **comunidad afro de Santa Cecilia** (Pueblo Rico, Risaralda).

Discusión

El análisis de la información recolectada permite problematizar la relación de las comunidades con sus saberes en torno a tres ejes principales:

1. La relación con el territorio y la naturaleza como pilar del conocimiento tradicional.

Coincidiendo con Cardona (2012) y Pérez (2022), se observa que el conocimiento tradicional está intrínsecamente ligado a la "madre tierra". En el Resguardo La Albania, por ejemplo, los sitios sagrados no son solo lugares específicos, sino cualquier espacio donde se encuentren elementos de la naturaleza como el bosque o las fuentes de agua. Esta conexión es la base de las prácticas médicas, espirituales y agrícolas. Un mayor del Resguardo Cañamomo lo expresó claramente al vincular la salud con la calidad del agua, el aire y los alimentos, mostrando una visión holística que contrasta con la perspectiva fragmentada de la medicina occidental.

2. La apropiación generacional y el riesgo de desaparición.

A pesar de la pervivencia de muchas prácticas, se evidencia una tensión en su transmisión a niños y jóvenes. La baja apropiación en las nuevas generaciones, especialmente de la lengua Emberá Chamí en el Resguardo La Albania, donde es considerada "la espada" de resistencia (J. Tamaniza, comunicación personal, 2023), es una amenaza real. Sin embargo, esto no implica un desinterés absoluto. Como señala Mercedes Tapasco (comunicación personal, 2023), los jóvenes sí muestran interés cuando se generan espacios de recuperación de la memoria, lo que sugiere que el problema radica en la falta de estrategias adecuadas de transmisión, más que en una pérdida de identidad. La oralidad, como bien plantea Meneses (2014), sigue siendo el vehículo principal, pero debe encontrar nuevos canales.

3. La comunicación y la educación propia como estrategias de resiliencia cultural.

Frente al riesgo, las comunidades están generando dinámicas propias de fortalecimiento. La etnoeducación, como en el Resguardo Gitó Dokabú con su modelo bilingüe e intercultural, se erige como la principal herramienta de conservación, garantizando que los niños aprendan tanto lo propio como lo externo sin desarraigo (Pulido, 2009). Paralelamente, la comunicación emerge como una poderosa herramienta. El Colectivo "Líricas de la Montaña" ejemplifica cómo los jóvenes se apropian de la producción audiovisual y la prosa poética para hablar de su territorio, convirtiendo la comunicación en "sinónimo de resistencia y emancipación" (F. Trejos, comunicación personal, 2023), tal como lo anticipaba Triana (2021) al describir el audiovisual como un medio para la preservación de la memoria y la creación de nuevos espacios simbólicos.

Resultados

A continuación, se sintetizan los principales hallazgos por comunidad, fruto de las cartografías y entrevistas.

Resguardo Cañamomo Lomaprieta: Se identificaron prácticas asociadas a la gastronomía, música, medicina tradicional y encuentros comunitarios. Destaca la **Casa de la Memoria** en Sipirra como un espacio que vincula la recuperación cultural con la memoria histórica del conflicto, demostrando que los saberes propios son también una herramienta de reparación colectiva. Asimismo, el colectivo juvenil **"Líricas de la Montaña"** en Bajo Sevilla utiliza la producción audiovisual y la prosa poética para hablar de su identidad y territorio, evidenciando cómo las nuevas tecnologías pueden ser puestas al servicio de la resistencia cultural.

Resguardo La Albania: La cartografía evidenció la importancia de los caminos ancestrales y los sitios sagrados. La principal lucha de este territorio es la conservación de la **lengua Emberá Chamí**, en grave riesgo de desaparición. Para sus líderes, la lengua es el elemento central de la identidad, ya que a ella están ligadas la medicina tradicional (ejercida por médicos tradicionales y jaibanás) y la espiritualidad. La pérdida de la lengua implicaría, en su visión, el colapso de su cosmovisión.

Resguardo Escopetera y Pirza: Surgió la iniciativa de la **Cocina Tradicional "Saberes y Sabores El Claret"**, liderada por una custodia de semillas. Este espacio nació de la necesidad de apropiar las semillas nativas no solo en la siembra, sino en la preparación y el consumo, como resistencia a la "culturización" impuesta por productos externos y el individualismo creciente que amenaza el pensamiento colectivo.

Resguardo Gitó Dokabú (Emberá Katío): Presenta un alto nivel de conservación de sus prácticas, gracias a un sólido modelo de **etnoeducación propia** en la Institución Educativa Dachi Dada Kera. Allí, la enseñanza es bilingüe (Emberá Katío/español) y los docentes son en su mayoría indígenas, lo que garantiza la transmisión de la cosmovisión y la lucha contra el desarraigo cultural, incluyendo una apuesta significativa por la educación de las mujeres.

Comunidad Afro de Santa Cecilia: Las prácticas se centran en la música (chirimía), la gastronomía y las bebidas tradicionales como el **viche**. Esta bebida ancestral, hoy reconocida como patrimonio, ha pasado

de ser perseguida a ser un eje de la identidad y un motor de procesos asociativos para su aprovechamiento comercial.

Este hecho abre la discusión, planteada por la OMPI (2020), sobre la necesidad de que la comercialización redunde en el beneficio colectivo y el reconocimiento cultural, y no solo en el interés económico individual.

Finalmente, el proceso de **investigación+creación** dio como fruto la serie documental "Saberes", que funciona como un ejercicio de registro de la memoria y una herramienta de apropiación social del conocimiento, devuelta a las comunidades para su uso pedagógico.

Referencias bibliográficas

• Cardona, J. (2012). Sistema médico tradicional de comunidades indígenas Emberá-Chamí del Departamento de Caldas-Colombia. Revista de Salud Pública, 14(4), 630-643.

• Colciencias. (2018). Modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y de reconocimiento de investigadores del año 2018.

• Delgado, T., Beltrán, E., Ballesteros, M., y Salcedo, J. P. (2015). La investigación-creación como escenario de convergencia entre modos de generación de conocimiento. Iconofacto, 11(17), 10-28.

• Gañán, L. (2018). Tras las huellas de nuestras semillas ancestrales resguardo indígena de San Lorenzo, Riosucio Caldas [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Pereira].

• Landa, I. (2022). Akababuru: expresión de asombro [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia].

• Meneses, C. (2014). Oralidad, escritura y producción de conocimiento: Comunidades de "pensamiento oral". Praxis, 10, 119-133.

• Organización Mundial para la Propiedad Intelectual [OMPI]. (2020). Propiedad intelectual y recursos genéticos, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales.

• Ortiz, S. (2021). Defender a nuestras hijas: prácticas de partería de las mujeres emberá chamí del resguardo la Albania [Tesis de maestría, Universidad de Antioquia].

• Pérez, C. (2022). El conocimiento tradicional ecológico indígena y su papel en el blindaje de territorios étnicos. Espacios y Desarrollo, 39, 1-35.

• Pulido, Y. (2009). La etnoeducación bilingüe: Norma y términos constitucionales y desafío para las etnias. Praxis Pedagogica, 9(10), 54-71.

• Quintero, D. y Zamora, N. (2017). Una aproximación al concepto de apropiación social del conocimiento. *Uni-Pluriversidad, 17*(1), 50-58.

• Tibocha, M. (2020). Mezcla de dos mundos vocales. Del canto indígena a la ciudad [Trabajo de grado, Universidad del Bosque].

• Triana, L. (2021). Discusiones sobre políticas de etnicidad, procesos culturales y apropiación audiovisual en comunidades amerindias en Colombia. Cuadernos De Música, Artes Visuales y Artes Escénicas, 16(2), 96-117.

VOCES DEL TERRITORIO: PERCEPCIONES COMUNITARIAS SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO Y COMUNICACIÓN EN EL PARQUE NACIONAL NATURAL LOS NEVADOS

Daniela Benítez Pérez
Octavo semestre de Ingeniería Ambiental
Semillero de Investigaciones Ambientales (GIA)
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
daniela.benitez@upb.edu.co

Mariana Patiño Sanmiguel
Estudiante de quinto semestre de Comunicación Social-Periodismo
Integrante del Semillero en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial (ComunicaRSE)
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
mariana.patinos@upb.edu.co

Ana Sofía Pulgarín Medina
Estudiante de Ingeniería Ambiental
ISemillero de Investigaciones Ambientales (GIA)
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
ana.pulgarinm@upb.edu.co

Valentina Sánchez Gallego
Estudiante de quinto semestre de Comunicación Social-Periodismo
Integrante del Semillero en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial ComunicaRSE
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
valentina.sanchezg@upb.edu.co

Verónica Isabel Suescún Ramírez
Docente de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo
Integrante del Grupo de Investigación Comunicación Urbana (GICU)
Coordinadora del Semillero en Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial ComunicaRSE
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín, Colombia
veronica.suescun@upb.edu.co

Resumen

El cambio climático se ha consolidado como uno de los desafíos más urgentes para gobiernos y comunidades alrededor del mundo. Su aceleración está asociada al incremento de gases de efecto invernadero producto de actividades humanas que alteran los patrones climáticos y transforman ecosistemas de alta sensibilidad. Frente a este panorama, comprender el fenómeno desde las realidades locales se vuelve indispensable, pues son las comunidades más expuestas quienes reconocen con mayor claridad las transformaciones ambientales y pueden orientar respuestas contextualizadas.

Esta ponencia presenta los avances de una investigación formativa desarrollada por los Semilleros ComunicaRSE y GIA de la Universidad Pontificia Bolivariana, cuyo propósito es comprender las percepciones de habitantes y actores del Parque Nacional Natural Los Nevados (PNNN) frente a los cambios en el clima, las afectaciones derivadas de estos procesos y las prácticas de comunicación que configuran sus interpretaciones, saberes y experiencias. Desde un enfoque cualitativo, se han realizado entrevistas semiestructuradas a residentes, comerciantes, guías y otros actores vinculados al área protegida, explorando los cambios observados tanto en la naturaleza como en las dinámicas culturales, las prácticas individuales e institucionales orientadas al cuidado del territorio, así como las motivaciones que orientan la visita al Parque.

El trabajo de campo se ha complementado con ejercicios de observación directa en veredas, senderos, espacios comunitarios y zonas de actividad turística. Este proceso ha permitido evidenciar cómo la información sobre el cambio climático circula, se interpreta y se traduce en narrativas locales que influyen en prácticas sociales, decisiones cotidianas y formas de apropiación del territorio.

Desde esta perspectiva, la comunicación se concibe como un proceso social que influye en la construcción

de significados y en la articulación entre saberes comunitarios e institucionales, más allá de la transmisión de mensajes. El estudio aporta elementos para fortalecer procesos de educación ambiental y estrategias de comunicación para la sostenibilidad con enfoque territorial en los Andes tropicales.

Palabras clave

Comunicación ambiental, comunicación de la sostenibilidad, cambio climático, territorio, diálogo de saberes.

Introducción

En el contexto de la crisis climática contemporánea, los territorios de alta montaña se configuran como espacios socioecológicos particularmente vulnerables, en los que las transformaciones ambientales adquieren implicaciones que trascienden lo biofísico para incidir en prácticas productivas, formas de habitar y dinámicas culturales locales. Estos entornos concentran funciones ecosistémicas estratégicas asociadas a la regulación hídrica, la conservación de la biodiversidad y la estabilidad climática regional, por lo que las variaciones en sus condiciones ambientales generan efectos que impactan tanto los sistemas naturales como las estructuras sociales que dependen de ellos. En este sentido, las montañas no solo constituyen reservorios ecológicos de alta sensibilidad térmica, sino territorios habitados cuya sostenibilidad se encuentra mediada por procesos económicos, culturales y comunicativos que orientan su uso y apropiación.

En Colombia, el Parque Nacional Natural Los Nevados representa un escenario estratégico para el análisis de estos procesos, dado su papel en la provisión de servicios ecosistémicos esenciales para múltiples municipios de la región andina y su articulación con sistemas sociales que dependen directamente de las dinámicas ambientales presentes en el territorio. La progresiva transformación de sus ecosistemas de alta montaña, asociada tanto al retroceso glaciar como a la modificación de coberturas vegetales, no solo constituye un indicador científico del cambio climático, sino también una experiencia territorializada que se manifiesta en la cotidianidad de quienes habitan o interactúan con su área de influencia.

Así, las variaciones en los ciclos climáticos, la disponibilidad hídrica o la dinámica de los ecosistemas altoandinos no son percibidas únicamente como cambios técnicos registrados por entidades científicas, sino como transformaciones que inciden en las formas de producción, en las actividades económicas vinculadas al turismo y en las prácticas culturales asociadas al territorio. En este marco, el cambio climático se manifiesta no únicamente como fenómeno físico, sino como proceso socialmente mediado que involucra disputas de sentido, tensiones entre conservación y desarrollo, y desafíos en torno a la legitimidad de las medidas institucionales orientadas a la sostenibilidad ambiental.

Desde esta perspectiva, comprender las transformaciones socioambientales en territorios de alta montaña implica reconocer el papel que desempeñan los procesos comunicativos en la construcción social del riesgo climático. La manera en que circula la información sobre las dinámicas ambientales, así como los espacios de interacción en los que se negocian significados sobre la sostenibilidad, inciden en la forma en que las comunidades interpretan los cambios en su entorno y en su disposición a adoptar prácticas de cuidado territorial. De este modo, la comunicación no solo facilita la transmisión de información técnica, sino que participa activamente en la articulación entre conocimiento científico y saberes locales, contribuyendo a la configuración de respuestas colectivas frente a las transformaciones del paisaje.

A partir de lo anterior, esta ponencia tiene como objetivo analizar las percepciones comunitarias sobre las transformaciones ambientales en

el área de influencia del Parque Nacional Natural Los Nevados, así como examinar el papel de las mediaciones comunicativas en la construcción social del riesgo climático y en la apropiación de prácticas orientadas a la sostenibilidad territorial. Desde un enfoque cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas y revisión documental, se busca comprender cómo los procesos comunicativos inciden en la manera en que las comunidades interpretan los cambios en su entorno y en su participación en estrategias de adaptación y corresponsabilidad ambiental.

En consecuencia, se propone aportar a la discusión sobre la comunicación como dimensión estructural de la gobernanza socioambiental, destacando su potencial para articular conocimiento científico y experiencia territorial en la construcción de respuestas contextualizadas frente a los desafíos que enfrentan los ecosistemas de alta montaña en el escenario actual de crisis climática.

Marco conceptual

Territorio de alta montaña y mediaciones comunicativas en la construcción social del riesgo climático

El cambio climático ha sido ampliamente documentado como un fenómeno global cuyas manifestaciones adquieren particularidades en función de las características ecológicas y socioculturales de cada territorio. En ecosistemas de alta montaña, estas transformaciones se expresan de manera acelerada a través del retroceso glaciar, la modificación de coberturas vegetales y los procesos de paramización que alteran la composición y funcionalidad de los sistemas naturales (Hincapié, 2013; Buitrago Silva, 2022). En el contexto colombiano, los páramos constituyen ecosistemas estratégicos cuya estabilidad resulta fundamental para la regulación hídrica, la conservación de la biodiversidad y el sostenimiento de actividades productivas asociadas a las comunidades que habitan sus áreas de influencia (Rincón, 2015).

Estos sistemas socioecológicos no solo se ven afectados por variaciones en las temperaturas o en los regímenes de precipitación, sino también por presiones antrópicas derivadas de la expansión agrícola, ganadera y turística, las cuales inciden en la transformación progresiva del paisaje (Buendía, 2007). En este sentido, la sostenibilidad de territorios de alta montaña depende tanto de la conservación de sus funciones ecosistémicas como de las prácticas sociales que orientan su uso y apropiación. La interacción entre factores ambientales y dinámicas socioproductivas configura escenarios de vulnerabilidad diferenciada frente a los impactos del cambio climático, lo que exige enfoques de análisis que integren dimensiones biofísicas y socioculturales.

Desde esta perspectiva, el territorio puede ser comprendido como una construcción social en la que confluyen relaciones económicas, prácticas culturales y procesos comunicativos que median la forma en que las comunidades interpretan las transformaciones ambientales que experimentan. En áreas protegidas como el Parque Nacional Natural Los Nevados, las alteraciones en los ciclos climáticos, la disponibilidad de agua o la dinámica de los ecosistemas altoandinos no son percibidas únicamente como variaciones técnicas registradas por entidades científicas, sino como cambios que impactan directamente las formas de habitar, producir y relacionarse con el entorno natural.

En este marco, la gestión ambiental no puede reducirse a la implementación de medidas normativas orientadas a la conservación de los ecosistemas, sino que requiere considerar los procesos sociales a través de los cuales se construyen significados sobre el riesgo climático y la sostenibilidad territorial. La manera en que circula la información sobre fenómenos como el retroceso glaciar o la pérdida de cobertura vegetal incide en la comprensión que las comunidades tienen sobre estos procesos, así como en las prácticas cotidianas que adoptan para mitigar sus efec-

tos (Rosas Rodríguez et al., 2022).

De igual forma, los procesos de divulgación científica orientados a la comprensión del cambio climático enfrentan el desafío de trascender enfoques centrados exclusivamente en la transmisión de información técnica, incorporando dimensiones políticas y éticas que permitan reconocer las responsabilidades diferenciadas frente a sus causas e impactos (Vázquez Jiménez, 2022). En este sentido, la comunicación emerge como un campo estratégico para facilitar el diálogo entre saberes científicos e interpretaciones locales del territorio, promoviendo formas de apropiación social del conocimiento que contribuyan a fortalecer prácticas de corresponsabilidad ambiental.

Así, la articulación entre conocimiento técnico y experiencia territorial resulta fundamental para la construcción de respuestas colectivas frente a las transformaciones socioambientales contemporáneas. La comprensión del cambio climático como fenómeno vivido, y no únicamente como objeto de medición científica, permite reconocer el papel que desempeñan las percepciones comunitarias en la configuración de prácticas de cuidado ambiental, motivaciones de interacción con el entorno natural y procesos de adaptación frente a la variabilidad climática.

Percepciones comunitarias y apropiación social del conocimiento en la configuración de prácticas de sostenibilidad territorial

En este marco, comprender el cambio climático como un fenómeno socialmente mediado implica reconocer que sus manifestaciones territoriales no son interpretadas de manera homogénea por las comunidades que habitan ecosistemas estratégicos, sino que se encuentran atravesadas por experiencias cotidianas, trayectorias productivas, aprendizajes intergeneracionales y procesos comunicativos que inciden en la construcción de sentido sobre el entorno. Así, las percepciones comunitarias frente a las variaciones en los ciclos climáticos, la disponibilidad hídrica, las transformaciones del paisaje o las dinámicas turísticas no solo dan cuenta de impactos ambientales observables, sino que configuran marcos interpretativos desde los cuales se orientan prácticas de cuidado, decisiones productivas y formas de relacionamiento con el territorio (Buendía, 2007).

Desde esta perspectiva, las prácticas individuales y colectivas asociadas al uso responsable de los recursos naturales —como la protección de fuentes hídricas, el manejo de residuos o la regulación del acceso turístico a zonas de alta fragilidad ecosistémica— no pueden ser comprendidas únicamente como respuestas técnicas frente a la crisis ambiental, sino como acciones socialmente construidas que se sustentan en procesos de apropiación simbólica del territorio (Rincón, 2015). Dichos procesos se encuentran estrechamente vinculados a los circuitos de información disponibles en el contexto local, a los mecanismos de divulgación institucional y a los espacios de interacción comunitaria en los que se negocian significados sobre la sostenibilidad y el riesgo climático (Rosas Rodríguez et al., 2022).

En este sentido, la comunicación adquiere una dimensión estructural en la medida en que posibilita la articulación entre los saberes científicos producidos por entidades como el IDEAM y los conocimientos empíricos derivados de la experiencia territorial, facilitando procesos de traducción que inciden en la manera en que las comunidades comprenden las transformaciones ambientales que experimentan (IDEAM, 2020). La forma en que circula la información sobre el retroceso glaciar, la pérdida de cobertura vegetal o los procesos de paramización descritos en ecosistemas de alta montaña (Hincapié, 2013; Buitrago Silva, 2022) influye directamente en las motivaciones que orientan tanto las prácticas productivas como las dinámicas de visita y aprovechamiento turístico del territorio.

De manera particular, en contextos de alta montaña como los presentes en el Parque Nacional Natural Los Nevados, las motivaciones de visita, las

prácticas de cuidado ambiental y las percepciones sobre la sostenibilidad territorial se configuran a partir de procesos comunicativos que median entre la experiencia directa del paisaje y los discursos institucionales sobre conservación. En estos escenarios, la apropiación social del conocimiento ambiental no depende exclusivamente de la disponibilidad de información técnica, sino de su capacidad para integrarse en narrativas locales que otorguen sentido a las transformaciones observadas y orienten la acción colectiva frente a los desafíos derivados del cambio climático (Vázquez Jiménez, 2022).

En consecuencia, el análisis de las percepciones comunitarias, las motivaciones de interacción con el entorno natural y las prácticas cotidianas de cuidado ambiental permite identificar no solo niveles diferenciados de conocimiento sobre el cambio climático, sino también las formas en que este es experimentado como fenómeno vivido en el territorio. La integración de estas dimensiones comunicativas en los procesos de gestión ambiental resulta fundamental para el diseño de estrategias participativas que reconozcan la diversidad de actores presentes en el territorio y promuevan modelos de sostenibilidad que trasciendan los enfoques exclusivamente normativos o tecnocráticos.

En conjunto, estos elementos permiten sostener que la comunicación no constituye un componente accesorio en la gestión del cambio climático, sino un eje transversal que incide en la construcción social del riesgo, en la legitimidad de las medidas institucionales orientadas a la conservación y en la consolidación de prácticas comunitarias de corresponsabilidad ambiental. De este modo, el fortalecimiento de procesos comunicativos orientados al diálogo de saberes se configura como condición necesaria para avanzar hacia formas de gobernanza territorial que articulen la regulación ecosistémica con las dinámicas socioculturales propias de los territorios de alta montaña.

Metodología

Enfoque y diseño de investigación

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo de carácter interpretativo, orientado a comprender las percepciones y significados que distintos actores territoriales atribuyen al cambio climático en el Parque Nacional Natural Los Nevados (PNNN). Se asumió una perspectiva socioconstruccionista, entendiendo que las transformaciones ambientales adquieren sentido en la medida en que son experimentadas, narradas e interpretadas en contextos sociales específicos.

El estudio se configuró como un estudio de caso con énfasis territorial, centrado en este ecosistema estratégico de alta montaña, dada su relevancia hídrica, ecológica y turística en los Andes tropicales. El interés no se orientó a medir variables ambientales, sino a analizar cómo el fenómeno climático es percibido y comunicado desde la experiencia local.

Participantes

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a residentes rurales, guías turísticos, comerciantes, prestadores de servicios y otros actores vinculados directa o indirectamente al Parque. Los criterios de inclusión contemplaron: vinculación activa con el PNNN o sus zonas aledañas, participación voluntaria y consentimiento informado. Esta diversidad permitió contrastar percepciones desde distintas posiciones sociales, económicas y territoriales.

Técnicas de producción de información

En la investigación se emplearon tres técnicas principales:

Entrevistas semiestructuradas: Se diseñó una guía organizada en seis

ejes correspondientes a las categorías de análisis definidas a partir de las preguntas orientadoras del estudio: 1) Cambios en las costumbres y dinámicas cotidianas asociadas al territorio; 2) Cambios percibidos en el clima y en las condiciones ambientales; 3) Afectaciones derivadas de dichas transformaciones (económicas, sociales o culturales); 4) Prácticas individuales para el cuidado del territorio; 5) Prácticas institucionales orientadas a la conservación y gestión ambiental; y 6) Motivaciones para visitar el Parque Nacional Natural Los Nevados. La guía permitió explorar tanto experiencias directas como interpretaciones, narrativas y valoraciones sobre las transformaciones ambientales y las formas de comunicación asociadas a estas.

Observación directa: El trabajo de campo incluyó recorridos por veredas, senderos ecológicos, zonas de actividad turística y espacios comunitarios. Se registraron prácticas de cuidado, dinámicas de interacción entre visitantes y residentes, así como formas de mediación comunicativa presentes en el territorio. Los registros fueron consignados en diarios de campo elaborados por los integrantes de ambos semilleros.

Revisión documental: Se realizó el análisis de documentos institucionales, normativos y técnicos relacionados con la gestión ambiental del Parque, así como de informes científicos sobre variabilidad climática y transformaciones ecosistémicas en el área de estudio. Esta técnica permitió contextualizar los relatos de los actores territoriales y complementar la comprensión de las dinámicas socioambientales observadas.

Procedimiento y análisis

El proceso se desarrolló en tres momentos: 1) Aproximación exploratoria al territorio, que permitió reconocer actores clave y contextualizar las dinámicas ambientales y sociales del Parque. 2) Trabajo de campo, mediante aplicación de entrevistas, observación directa y revisión documental. Y 3) Análisis interpretativo, basado en codificación temática.

El análisis se estructuró en torno a las seis categorías previamente definidas, sin descartar la emergencia de subcategorías derivadas de los relatos. Se realizó una codificación abierta inicial para identificar patrones recurrentes y variaciones internas, seguida de una organización axial que permitió relacionar cambios percibidos, afectaciones y prácticas de respuesta. Se prestó especial atención a las narrativas comparativas entre pasado y presente, las diferencias según rol territorial, las tensiones entre prácticas individuales e institucionales, y la relación entre motivaciones turísticas y percepciones ambientales. Asimismo, se realizó triangulación entre entrevistas, registros de observación y fuentes documentales, fortaleciendo la consistencia interpretativa de los hallazgos.

Consideraciones éticas

La investigación se desarrolló bajo principios de voluntariedad, confidencialidad y respeto por los saberes locales. Se explicó a cada participante el propósito académico del estudio y se garantizó la anonimización de los testimonios. El enfoque privilegió el reconocimiento del diálogo de saberes, evitando jerarquizar el conocimiento técnico sobre la experiencia territorial.

Alcance

Este estudio tiene un alcance comprensivo y contextual, orientado a profundizar en la construcción social del cambio climático en un territorio específico. Sus resultados no buscan generalización estadística, sino aportar elementos para el diseño de estrategias de comunicación ambiental y sostenibilidad con enfoque territorial en ecosistemas de alta montaña.

Resultados

Cambios en las costumbres

El municipio de Murillo antes era un pueblo agricultor y ganadero; actualmente, su enfoque se orienta hacia el turismo. El territorio no estaba acostumbrado ni preparado para recibir un flujo creciente de visitantes y, en el último año, esta dinámica se ha intensificado. Desde Manizales, por ejemplo, no se realiza mucha publicidad al respecto, por lo que quienes visitan frecuentemente las atracciones locales son, en muchos casos, extranjeros.

Por su parte, las tradiciones en la zona han mutado. Como lo menciona un habitante del territorio: “Antes la gente usaba ruana todo el tiempo, pero ya no se ve el uso de esta debido al cambio climático”.

De igual manera, una trabajadora de una agencia de turismo en el lugar señala que antes la tradición más importante era la arriería, pero que ahora los jóvenes prefieren centrarse en el turismo u otras actividades económicas.

Cambios en el clima

En cuanto a la naturaleza, se evidencian cambios en la forma en la que la fauna habita el ecosistema, puesto que actualmente animales que no ascendían hasta el superpáramo (por encima de los 4.000 msnm) comienzan a observarse en estas zonas, en parte debido al aumento de las temperaturas (que han pasado de aproximadamente 7° a rangos entre 12° y 14°).

Asimismo, fue reiterativa la mención del deshielo del Nevado de Santa Isabel. Según los relatos, la nieve anteriormente llegaba hasta el Valle de las Tumbas, mientras que en la actualidad su presencia en esta zona es esporádica. De igual forma, algunos participantes señalaron que antes en Colombia existían 19 cumbres nevadas, mientras que en este momento solo permanecen seis.

Afectaciones de los cambios

Los nevados son esenciales para la distribución de agua en el país, por lo que el deshielo representa una afectación clara de las transformaciones asociadas al cambio climático. En el ámbito cotidiano, estas variaciones también generan impactos económicos en las actividades locales.

En este sentido, un comerciante del territorio menciona: “En el diario vivir el cambio climático nos ha afectado, porque ya no suben tantas personas al Nevado de Santa Isabel. Ahora solo se puede hacer cumbre con un número muy reducido de personas, por lo que el flujo de visitantes ha disminuido en el restaurante.”

Prácticas individuales para cuidar el territorio

En relación con las prácticas para el cuidado del territorio, se hizo referencia explícita a acciones concretas, principalmente asociadas al manejo de residuos, como evitar arrojar basura, reducir el uso de plásticos y recoger los desechos generados durante la visita. Estas acciones fueron formuladas tanto como compromisos individuales como recomendaciones dirigidas a otros visitantes.

Al respecto, un participante señaló: “No botar plásticos de un solo uso, por favor. Se ha encontrado demasiado plástico: botellas, envolturas de dulce o cosas así. Esto afecta no solamente al clima, sino también a la fauna y a la flora.”

En la misma línea, otro afirmó: “No arrojar basuras, ni sólidas ni orgánicas.”

También, se evidencian prácticas de corresponsabilidad, como transportar los residuos hasta el lugar de origen: “Todo lo guardamos, la basura va a los bolsillos o al bolso; prácticamente a veces viaja con nosotros hasta regresar a Ibagué y ahí la sacamos del carro.”

De manera complementaria, algunos participantes mencionaron el reciclaje en el ámbito doméstico, la

disminución del consumo de plásticos, el turismo acompañado por guías y la protección de humedales y frailejones, lo que evidencia una tendencia parcial hacia prácticas de cuidado más amplias.

Prácticas institucionales para cuidar el territorio

Respecto a las prácticas desde las instituciones, las respuestas evidencian una tendencia dividida entre el reconocimiento de acciones de conservación y percepciones críticas sobre la gestión institucional, especialmente en relación con la continuidad y el alcance de los proyectos.

Algunos señalaron situaciones concretas, como: "La alcaldía cogió el proyecto de la arborización y nos sacó, y ahora no están haciendo nada con eso. Lo mismo pasa con la empresa del agua."

Asimismo, se expresó que: "Yo creo que falta mucho, y uno nota que de pronto desde otros departamentos se preocupan más por venir acá a hacer investigación que los mismos locales."

En contraste, otros participantes destacaron procesos de restauración ecológica, monitoreo de especies, campañas de educación ambiental y labores de vigilancia y control lideradas por autoridades ambientales, lo que muestra la coexistencia entre reconocimiento institucional y percepciones de insuficiencia.

Motivaciones para visitar el PNNN

En cuanto a las motivaciones, se identificaron razones asociadas al interés por el paisaje, el nevado, el volcán o los termales. Un participante indicó: "Nunca habíamos visto un volcán inactivo y nos ha causado mucha ilusión." Otro señaló: "Los termales nos gustan mucho y poder ver el nevado desde una parte como acá tan bonita."

También, se registraron motivaciones vinculadas al aprendizaje, la conservación y razones laborales expresadas de manera directa, como: "Trabajo."

En conjunto, las motivaciones combinan intereses paisajísticos, experiencias personales y compromisos laborales vinculados al área protegida.

Discusión

Los hallazgos obtenidos permiten evidenciar que las percepciones comunitarias sobre el cambio climático en el área de influencia del Parque Nacional Natural Los Nevados no se configuran únicamente a partir de discursos institucionales o mediáticos, sino que emergen, fundamentalmente, de la experiencia cotidiana de habitar el territorio. En este sentido, las transformaciones en las costumbres productivas, los ciclos agrícolas, la disponibilidad hídrica y las dinámicas climáticas locales son interpretadas por las comunidades como indicadores concretos de variabilidad ambiental, aun cuando no siempre se nombren explícitamente bajo la categoría técnica de "cambio climático".

Esta distancia entre el lenguaje experto y las formas locales de significar las alteraciones del entorno pone en evidencia una tensión comunicativa relevante: mientras las narrativas institucionales tienden a privilegiar enfoques informativos centrados en datos científicos o en la promoción de comportamientos individuales, las comunidades construyen comprensiones situadas que articulan memoria ambiental, prácticas culturales y observación empírica del territorio. Así, los cambios en el clima son interpretados no solo como fenómenos atmosféricos, sino como procesos que inciden directamente en la sostenibilidad de los modos de vida campesinos y en las economías locales vinculadas al turismo.

De manera particular, las afectaciones asociadas a la reducción de caudales, la alteración de los ciclos de lluvia o la pérdida de cobertura vegetal son comprendidas en relación con la disminución de la productividad agrícola, el aumento de la vulnerabilidad económica y las dificultades para mantener prácticas tradicionales de uso del suelo. Esta interpretación relacional del riesgo climático sugiere que las comunidades no perciben el cambio climático como una amenaza abstracta o futura, sino como una realidad presente que impacta sus condiciones materiales de existencia y sus posibilidades de permanencia en el territorio.

En este contexto, las prácticas individuales orientadas al cuidado ambiental —como el uso responsable del agua, la protección de fuentes hídricas o la implementación de técnicas agrícolas menos invasivas— emergen como estrategias de adaptación que combinan saberes tradicionales y aprendizajes recientes. No obstante, dichas acciones suelen desarrollarse de manera aislada y sin una articulación sistemática con programas institucionales de educación ambiental o gestión del riesgo, lo que limita su alcance y sostenibilidad en el tiempo.

Por su parte, las prácticas institucionales orientadas a la conservación del territorio son valoradas positivamente en tanto contribuyen a la regulación del uso de los recursos naturales y a la protección de ecosistemas estratégicos. Sin embargo, los testimonios recogidos evidencian la persistencia de brechas comunicativas entre las entidades responsables de la gestión ambiental y las comunidades locales. Estas brechas se manifiestan en la percepción de que algunas medidas de conservación no consideran plenamente las necesidades productivas o las dinámicas socioculturales del territorio, lo que puede generar resistencias o dificultades en su implementación.

Asimismo, las motivaciones para visitar el parque —vinculadas principalmente al reconocimiento paisajístico, el contacto con la naturaleza y las oportunidades económicas derivadas del turismo— revelan una dimensión simbólica del territorio que coexiste con su valor ecológico. Esta dimensión resulta clave para comprender cómo las comunidades negocian las tensiones entre conservación y desarrollo, especialmente en escenarios donde el turismo se posiciona como alternativa económica frente a la disminución de actividades agropecuarias tradicionales.

En conjunto, estos elementos sugieren la necesidad de fortalecer enfoques de comunicación ambiental que reconozcan a las comunidades como actores epistémicos legítimos en la interpretación de los cambios climáticos y en la definición de estrategias de adaptación. Más allá de la transmisión de información, se hace pertinente promover procesos dialógicos que integren saberes locales y conocimientos técnicos, de modo que las políticas de conservación y las iniciativas de educación ambiental puedan construirse desde una lógica participativa y territorialmente situada.

Desde esta perspectiva, la comunicación se configura no solo como un instrumento para la sensibilización, sino como un campo de mediación que posibilita la articulación entre distintos regímenes de conocimiento y la construcción colectiva de respuestas frente a los desafíos socioambientales contemporáneos.

Conclusiones

Las percepciones comunitarias recogidas en el área de influencia del Parque Nacional Natural Los Nevados evidencian que el cambio climático no se configura únicamente como una categoría técnico-científica, sino como una experiencia situada que se articula con transformaciones visibles en el territorio, particularmente en las dinámicas hídricas, productivas y ecosistémicas. En este sentido, los saberes locales emergen como marcos interpretativos que permiten comprender el fenómeno desde la cotidianidad y la memoria ambiental de las comunidades, integrando observaciones sobre variaciones en el clima, modificaciones en las prácticas económicas tradicionales y cambios en la relación simbólica con el entorno natural.

Los hallazgos muestran que estas transformaciones no solo inciden en

las condiciones biofísicas del ecosistema, sino que también reconfiguran prácticas socioculturales, como la transición de actividades agropecuarias hacia economías basadas en el turismo. Esta reorientación productiva se encuentra atravesada por tensiones entre oportunidades económicas emergentes y riesgos asociados a la presión antrópica sobre ecosistemas de alta fragilidad. En consecuencia, las dinámicas de desarrollo local se ven interpeladas por la necesidad de conciliar la sostenibilidad ambiental con las estrategias de subsistencia de las poblaciones que habitan o interactúan con el territorio.

Asimismo, se identifican tensiones entre las formas institucionales de comunicación ambiental y los modos comunitarios de significar los cambios territoriales, lo cual incide en los niveles de apropiación social de la información climática y en la legitimidad de las medidas orientadas a la conservación. La comunicación aparece entonces no solo como un mecanismo de transmisión de contenidos, sino como un proceso relacional que puede facilitar —o limitar— la construcción colectiva de sentidos en torno al riesgo climático, así como la adopción de prácticas de corresponsabilidad frente a las transformaciones ambientales en curso.

En este marco, las prácticas individuales de cuidado del territorio, tales como el manejo responsable de residuos, la protección de fuentes hídricas o el acompañamiento por guías locales en recorridos turísticos, dan cuenta de formas incipientes de apropiación ambiental que se sustentan tanto en aprendizajes intergeneracionales como en procesos informativos mediados por distintos actores. No obstante, estas acciones coexisten con percepciones críticas sobre la continuidad, alcance y pertinencia de las intervenciones institucionales, lo que pone de manifiesto la importancia de fortalecer estrategias comunicativas que promuevan el diálogo de saberes y la participación activa de las comunidades en los procesos de gestión ambiental.

Finalmente, los resultados sugieren la necesidad de avanzar hacia enfoques comunicativos contextualizados que reconozcan las prácticas socioculturales existentes y fomenten interacciones horizontales entre actores institucionales, comunitarios y académicos. Integrar el conocimiento local en los procesos de gobernanza ambiental no solo contribuye a la legitimidad de las políticas públicas, sino que también favorece la construcción de respuestas colectivas más pertinentes frente a los desafíos que el cambio climático plantea en territorios de alta complejidad socioecológica. Desde esta perspectiva, la comunicación se consolida como una dimensión estratégica para la sostenibilidad territorial, al posibilitar la articulación entre experiencias locales, conocimiento científico y acción colectiva orientada a la adaptación climática.

Referencias bibliográficas

• Banco de Occidente. (2018). Lagunas de alta montaña. Comunidad Planeta Azul. https://comunidadplanetaazul.com/lagunas-de-alta-montana/

• Buendía, M. P. (2007). El impacto social del cambio climático. Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS).

• Buitrago Silva, P. J. (2022). Pérdida de bosque alto andino por procesos de paramización y cambio climático en ecosistemas de alta montaña.

• Forero, E., Hernández, Y., & Zafra, C. (2017). Percepción social del cambio climático: una revisión de la literatura. Revista de Estudios Sociales, (62), 75–88.

• Hincapié, J. C. (2013). Cambio climático y formaciones vegetales. Colombia Forestal, 16(1), 21–38.

• IDEAM. (2020). Informe del estado de los glaciares colombianos 2019. Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales.

• Londoño Alzate, J. E. (2025, junio 5). Alertan que hay riesgo de perder cerca de 15 km de bosque en el Parque Nacional Natural Los Nevados. Caracol Radio. https://caracol.com.co/2025/06/05/alertan-que-hay-riesgo-de-perder-cerca-de-15-km-de-bosque-en-el-parque-nacional-natural-los-nevados/

• Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). Colombia, país de montañas. https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2170-colombia-pais-de-montanas

• Muriel, J. (2026, enero 12). Alertan los impactos del turismo descontrolado en el Parque Nacional Natural Los Nevados. Caracol Radio. https://caracol.com.co/2026/01/12/alertan-los-impactos-del-turismo-descontrolado-en-el-parque-nacional-natural-los-nevados/

• Nocua Ruge, Y. P. (s.f.). Cambios de cobertura en la cuenca alta del río Claro, municipio de Villamaría-Caldas, por medio del uso de imágenes de satélite Landsat 8 para el periodo de 2014 al 2021. MasterGIS. https://mastergis.com/proyecto/cambios-de-cobertura-en-la-cuenca-alta-del-rio-claro-muncipio-de-villamaria-caldas-por-medio-del-uso-de-imagenes-de-satelite-landsat-8-para-el-periodo-de-2014-al-2021

• Redacción Ambiente. (2025, julio 18). Los glaciares en Colombia se siguen derritiendo: El Santa Isabel, a punto de desaparecer. El Espectador. https://www.elespectador.com/ambiente/blog-el-rio/los-glaciares-en-colombia-se-siguen-derritiendo-el-santa-isabel-a-punto-de-desaparecer/

• Rosas Rodríguez, M. E., Rangel Blanco, L., & del Ángel Cortés, L. (2022). La interdisciplinariedad de la comunicación ante los retos del cambio climático. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (149), 65–82.

• Sánchez, R. (2025, noviembre 23). El Parque Nacional Natural Los Nevados realizará cierre temporal para permitir la regeneración del páramo, los bosques altoandinos y los glaciares. Parques Nacionales Naturales de Colombia. https://www.parquesnacionales.gov.co/sala-prensa/noticias/el-parque-nacional-natural-los-nevados-realizara-cierre-temporal-para-permitir-la-regeneracion-del-paramo-los-bosques-altoandinos-y-los-glaciares/

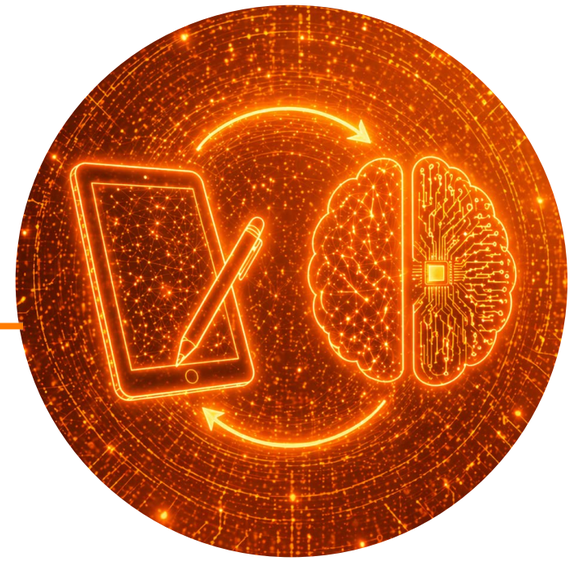
• Universidad EIA. (s.f.). Observatorio de Alta Montaña Poleka Kasué. https://www.eia.edu.co

• Urbina, J., & Martínez, M. (2006). Percepción social del cambio climático: una aproximación teórica.

• Vázquez Jiménez, H. (2022). La virtud no basta: La necesidad de una divulgación política de la ciencia del cambio climático. Journal de Ciencia e Ingeniería, 14(2), 45–58.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026





Mesa 9

Desafios y futuro de la Comunicación y el Periodismo

ADOPCIÓN DE LA CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES COMO OFERTA ACADÉMICA EN COLOMBIA

John Jairo Molina
Universidad Cooperativa de Colombia
john.molinar@campusucc.edu.co

El presente resumen corresponde al proyecto de investigación: INV3887 Desafíos y perspectivas de la formación en ciencias de la comunicación, en el contexto del fenómeno de la creación de contenidos digitales en Colombia, financiado por la Universidad Cooperativa de Colombia.

Resumen

Los programas de Comunicación Social en Colombia, finalizados 25 años del siglo XXI, están frente a un panorama retador en cuanto a los indicadores de matrícula nueva, que se justifica en varias raíces causales, pero que se puede entender desde una situación particular del contexto que hoy caracteriza al campo de las ciencias de la comunicación. La creación de contenidos digitales se ha consolidado como una línea rentable y competitiva, que no solo demandan las nuevas generaciones como interés de formación, sino los entornos empresariales, grandes y pequeños, que transitan en la popularmente conocida sociedad de la información y el conocimiento.

En dicho contexto, este fenómeno sociocultural se destaca por un importante número de jóvenes reconocidos mediáticamente en plataformas digitales, que han logrado posicionamiento a partir de, en la mayoría de los casos, habilidades empíricas. Esto no solo devela la ausencia de bases profesionales en comunicación para este grupo poblacional, sino una oportunidad latente para las instituciones educativas que cuentan con pregrados y posgrados activos en Colombia. Este auge no solo demanda la reformulación de contenidos programáticos de cara a ofertas pertinentes y solicitadas por el sector productivo, sino que hace un llamado al repensar en nuevas aristas que permean a las ciencias de la comunicación, desde elementos básicos del proceso como los canales y el comportamiento del ya reconocido prosumidor de la información.

Otra realidad es que los jóvenes que se encuentran en educación básica y media, en un alto porcentaje ven en los creadores de contenidos digitales, espejos sociales austeros y con calidad de vida.; cuestión que agudiza la necesidad de avanzar en ofertas académicas basadas en dichos intereses. A partir de esto, se viene adelantando un estudio bajo el objetivo de investigación: "analizar las tendencias emergentes en la formación profesional en ciencias de la comunicación en Colombia, con énfasis en la inclusión de la creación de contenidos digitales como área de profundización", a partir de un enfoque cualitativo, donde técnicas de recolección de información como el análisis de contenido han permitido resultados de investigación, que no solo demuestran la iniciativa de algunas universidades en torno al tema, sino la velocidad en que esta realidad de demanda laboral crece y se consolida como una necesidad social y económica a nivel país.

De manera parcial este estudio cuenta con un diagnóstico, comparativo inicial, en sectores de educación superior de otros contextos latinoamericanos, entre los que se destacan México, Brasil, Argentina, Chile y Perú, como punto de partida de una tendencia que es regional y que marca de manera directa el caminar hacia logros globales como los ODS, de manera explícita el número cuatro, Educación de calidad, donde se habla de promover el aumento sustancial de jóvenes y adultos con habilidades relevantes, incluidas las técnicas, y vocacionales para el empleo, el trabajo decente y el espíritu empresarial.

Palabras clave

Sociedad de la información, creación de contenidos digitales, Comunicación Social, Prosumidores de la información, Comunicación Digital.

Introducción

Un estudio de Antana Jiménez (2022), exploró la evolución de los programas de comunicación en Colombia, enfatizando el impacto de las sociedades digitales y, la necesidad de repensar el rol del profesional de la comunicación en este nuevo entorno tecnológico. El autor sugiere que los programas académicos deben adaptarse continuamente al cambiante panorama digital.

Por su parte, el estudio desarrollado por AFACOM (2023), que incluyó datos de 47 programas de Comunicación Social y periodismo, analizó las percepciones de graduados, empleadores y emprendedores, lo cual indica un reconocimiento interinstitucional sobre la necesidad de adaptar la formación profesional a las dinámicas del entorno digital. Los resultados muestran que es necesario integrar en los planes de estudio competencias relacionadas con la creación de contenidos digitales, para que los egresados puedan desenvolverse en un mercado laboral donde las prácticas emergentes tienen un alto impacto.

Las instituciones educativas (universidades, escuelas, etc.) cada vez ofrecen más programas técnicos y profesionales sobre creación de contenidos digitales, la masificación de esta puede llegar a un campo laboral reducido y competitivo para aquellos profesionales en la Comunicación Social.

Anteriormente, la presentación para televisión era un factor clave que motivaba a estudiar Comunicación Social. Sin embargo, en la actualidad, este interés se ha desplazado significativamente hacia la creación de contenidos digitales y el rol del influencer como una nueva forma de proyección profesional.

Pese a esta transformación en las aspiraciones de los estudiantes, los planes de estudio de muchos programas universitarios continúan basándose en enfoques teóricos y tradicionales. Esta rigidez curricular evidencia una falta de innovación y actualización en los pensum, lo que limita la integración de competencias necesarias para el entorno digital contemporáneo, como las narrativas transmedia, el uso de inteligencia artificial o la gestión estratégica de plataformas.

Al mismo tiempo, profesionales en áreas como las relaciones públicas y la comunicación estratégica reconocen cada vez más al *influencer* y al creador de contenido como actores estratégicos dentro del ecosistema comunicativo. Estos actores no solo generan audiencias, sino que también co-crean con comunidades, diseñan narrativas complejas, gestionan reputación y movilizan públicos a gran escala.

Frente a este escenario, es necesario trascender los modelos educativos centrados únicamente en la teoría. La formación académica debe incorporar las prácticas emergentes y los saberes desarrollados por estos creadores, integrándolos de manera crítica y estructurada en los planes de estudio, para que los futuros profesionales puedan desarrollar todo su potencial en el mundo digital.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con el propósito de comprender cómo el auge de la creación de contenidos se adentra en el mundo de la educación y el campo de la Comunicación Social, a partir de autores, creadores de contenido y estadísticas. La investigación cualitativa se caracteriza por su renovado interés y su sentida necesidad de aplicar una metodología que, como señala la Mesías (2010), es especialmente demandada por sociólogos, educadores, psicólogos, científicos sociales

y planificadores urbanos, entre otros.

Este enfoque permitió caracterizar la oferta académica del país y América Latina; además, trazar el panorama del estado actual de la formación académica frente a la formación empírica.

Análisis cualitativo de contenido

Los métodos cualitativos son aquellos que,

estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales, entrevistas, experiencia personal, etc., que describen la rutina, las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas. (Flores et al., 1996, p. 10)

Es decir, los métodos cualitativos sacan los hechos de su ambiente y los observan en su realidad y entorno cotidiano, tratando de darles sentido para interpretar los fenómenos. En el ámbito de la creación de contenidos, aunque es algo que se puede aprender de manera empírica, existen temas que se deben aprender en la academia y/o en cursos, ya que más allá de crear material audiovisual para redes, se busca interacción y reconocimiento en los entornos digitales.

Discusión

Ha emergido una nueva rama de la Comunicación Social, que a través del entretenimiento se ha vuelto una fuente de trabajo de conocimiento empírico. Según Henry Jenkins (2008), académico americano, menciona a través de su libro la cultura de la convergencia de los medios de comunicación, la creación de contenidos digitales es:

La convergencia no sólo implica el viaje de materiales y servicios comercialmente producidos por circuitos bien regulados y predecibles. No sólo implica la coordinación entre las compañías de móviles y las compañías cinematográficas para decidir cuándo y dónde veremos una película recién estrenada. También sucede cuando la gente coge las riendas de los medios. Los contenidos de entretenimiento no son lo único que fluye a través de las múltiples plataformas mediáticas. (p. 27).

El autor introduce el término *"cultura participativa"* para argumentar que la cultura transmedia transforma al consumidor en un participante activo. Lo hace para describir cómo los consumidores, particularmente los fans, colaboran entre sí para resolver problemas, compartir conocimientos, crear contenido y amplificar narrativas mediáticas.

Un ejemplo clásico que usa Jenkins es el de los fans de *Lost*, quienes se organizaban en línea para descifrar la trama compleja de la serie, compartiendo teorías, mapas y cronologías. Él argumenta que este tipo de colaboración no es caótica, sino una forma emergente de inteligencia distribuida. Este enfoque responde a la convergencia de los medios y genera un compromiso más profundo entre creadores y audiencias.

Los consumidores están aprendiendo a emplear estas diferentes tecnologías mediáticas para controlar mejor el flujo de los medios y para interaccionar con otros consumidores, las promesas de este nuevo entorno mediático suscitan expectativas de un flujo más libre de ideas y contenidos (p. 28).

Es decir, los usuarios que consumen el contenido digital lo transforman, lo interpretan, lo redistribuyen y ahí entra la cultura participativa y a su vez entra la tergiversación de la información.

Frente al papel tradicional de la audiencia como sujeto pasivo, como receptor del mensaje representado en el esquema clásico de la comunicación, los medios digitales han permitido que el receptor ocupe con frecuencia el lugar del emisor –capaz de emitir contenidos y compartirlos– sin dejar de desempeñar su lugar como consumidor de medios. (García, y Angharad, 2014, p. 10).

De manera que este es un auge relacionado con los *youtubers* y ahora *influencers* y con las redes sociales como TikTok de contenido de 15 segundos o hasta 10 minutos, de valor o de entretenimiento, el que cualquiera puede volverse viral y trasmitir información, Berenice Castillejos López y Cristian Wheeler, autores expertos en esta área describen como "El prosumidor millennial no solo consume información en las plataformas digitales, sino que además genera y comparte contenidos, integrando procesos de búsqueda, selección y producción que le permiten construir y difundir nuevos significados en entornos virtuales." (2017, p. 45).

Ahora bien, Pierre Lévy, filósofo y teórico francés cuya especialización fue acerca de los impactos en las tecnologías digitales en la cultura y el conocimiento; expuso en su libro "Cibercultura. La cultura de la sociedad digital.", qué,

Entendida como la totalidad de las redes de SSTC digitales, la cultura digital abarca más allá de los sistemas, prácticas, entornos y medios culturales simbólicos (como los directamente relacionados con la información, la comunicación, el conocimiento o la educación) y se extiende prácticamente por todos los ámbitos de la sociedad digital (Lévy, 2007, p. 8)

El autor interpreta cómo la cultura digital ha permeado los procesos de comunicación, como parte de la sociedad moderna y no se restringe solo al tradicional y específico ámbito de los medios de comunicación, está presente en la educación; el trabajo, la política, la economía y la construcción de identidad. Es decir, aprender a manejar dispositivos y plataformas; y entender cómo lo digital llega a configurar los valores, las prácticas sociales y las formas de conocimiento, son hoy saberes y competencias requeridas por los comunicadores.

Las estrategias en redes sociales (Pinto y García, 2022), influyen directamente en las decisiones de compra de los consumidores, destacan además que y que las plataformas se han vuelto esenciales para la percepción de marca y la investigación de clientes. Por su parte, Bernal, Barbosa y Flores. (2023) confirman que las redes sociales son ahora fundamentales en la gestión estratégica para los responsables de la toma de decisiones en el mundo digital.

Las redes sociales más usadas son TikTok, Instagram y Facebook herramientas para compartir y consumir contenido, sin embargo, hay que tener en cuenta que el nicho y formatos de contenido, de cada una, es totalmente diferente. Sin mencionar que redes como X son fuentes de información instantánea, y las primeras son de contenidos de humor, recomendaciones, personales, etc.

Por otro lado, Cristóbal Torres Albero, quien es catedrático en el Departamento de Sociología de La Universidad Autónoma de Madrid (UAM), señala:

La idea de la sociedad del conocimiento, más que invalidar las tesis de las sociedades de la información o informacionales, lo que hace es complementarla. Así, el impacto de los más visibles efectos de las recientes TIC se enmarca en la definitiva consolidación de la ciencia y la tecnología, ahora fusionada en tecnociencia, como principio rector de las sociedades avanzadas. (2013. p.3)

Las sociedades y las culturas se han transformado por las TIC y la fusión con las ciencias, y como la tecnociencia ya no es solo considerada como un recurso, sino también como un eje estructurante de las sociedades modernas, redefiniendo nuestras formas de vivir, pensar, producir y comunicarnos.

Flores Pacheco, Galicia Segura y Sánchez Vanderkast (2007) describen la constitución y desenvolvimiento de la sociedad del conocimiento como un problema de transferencia de conocimientos y productos de innovación a la producción. Comentan que la innovación se reconoce porque las ideas no son reconocidas en su etapa incipiente, cuando incluso son atacadas como no válidas por los científicos tradicionales.

De manera general, la sociedad de la información y el conocimiento representa un cambio profundo, tal y como plantean Burch (2005), Pérez (2016), Torres Albero (2013) y Flores Pacheco et al. (2007). Es un proceso que no solo se entiende desde una dimensión tecnológica, sino también desde sus implicaciones políticas, económicas y culturales. Por eso se habla de globalidad: la sociedad del conocimiento no es solo un escenario de intercambio de información, sino un espacio de construcción colectiva donde la comunicación es una herramienta esencial.

Resultados

A partir del estudio adelantado por la Universidad Cooperativa de Colombia, mediante el proyecto interno INV3887, se alcanzaron resultados de investigación que de manera general revelan que, a 2025 en el país hay 18 instituciones de educación superior que ofertan programas formativos en relación con la creación de contenidos.

Cabe recordar que, la revisión documental sistemática que se usó como técnica de recolección de información principal, para el mapeo y análisis de resultados tuvo como base principal a fuentes oficiales como el SNIES. El ejercicio investigativo adelantado, no solo marcó que el 2% de las universidades del país ya cuentan con este tipo de ofertas profesionales, sino que, para el caso particular de las 69 que tienen facultades o programas académicos posicionados en el campo de la comunicación, según AFACOM, un 26% ya están transitando en procesos formativos entorno a la creación de contenidos digitales, mínimo con una oferta académica.

En línea con lo anterior, a 2025, Colombia cuenta con 24 ofertas académicas alrededor de la creación de contenidos digitales, por parte de las 18 instituciones de educación superior.

De esa manera, la creación de contenidos digitales no solo es una demanda comercial en furor, sino una oportunidad latente para las instituciones de educación superior en Colombia que ven en las ciencias de la comunicación un baluarte, tanto así que durante décadas han sostenido escuelas y facultades de formación. Así pues, es inminente pensarse en una profesionalización de este nuevo oficio, donde ya hay miles de jóvenes involucrados y muchos más en vista de dicha realidad; esos mismos, que pueden ser los futuros estudiantes de las Universidades, las mismas que hoy rediseñan estrategias para su sostenibilidad institucional.

Referencias bibliográficas

• AFACOM. (2023). Estudio sobre profesiones de la comunicación. https://afacom.org/wp-content/uploads/2023/11/Profesiones_de_la_comunicacion_y_transfo.pdf

• Antón, A. (2022). Programas de comunicación social en Colombia: Hacia un futuro conectado. Academia.edu. https://www.academia.edu/70942879/Los_programas_de_comunicaci%C3%B3n_social_en

• _Colombia_Hacia_un_futuro_conectado

• Bernal-González, I., Barboza-Alonso, A. M., & Flores-Flores, A. J. (2023). Las redes sociales como estrategia de marketing digital: Un análisis bibliométrico. *Vinculatégica EFAN, 9*(6), 16–30. https://doi.org/10.29105/vtga9.6-437

• Consulta de programas. (s. f.). Sistema Nacional de Información para la Educación Superior en Colombia. https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/programas

• Flores, J., García, E., & Rodríguez, G. (1996). Metodología de la investigación cualitativa.

• Editorial Aljibe.

• García, C., & Angharad, V. (2014). Prosumidores mediáticos: Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios de comunicación. *Comunicar, 53*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4738023

• La investigación cualitativa. (s. f.). https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2017/03/La-Investigaci%C3%B3n-Cualitativa.pdf

• Lévy, P. (2007). Cibercultura: La cultura de la sociedad digital. Anthropos Editorial. (Obra original publicada en 1997) https://antroporecursos.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf

• Lores Pacheco, A. L., Galicia Segura, G., & Sánchez Vanderkast, E. J. (2007). Una aproximación a la sociedad de la información y del conocimiento. *REMO, 5*(11). https://pepsic.bvsalud.org/pdf/remo/v5n11/v5n11a04.pdf

• Márquez, I. V. (2008). Lévy, Pierre: Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación, 13*, 266+. https://link.gale.com/apps/doc/A233712711/IFME?u=anon~5d6e3c99&sid=-googleS cholar&xid=60d5032e

• Objetivos de desarrollo sostenible. (s. f.). Organización de las Naciones Unidas. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/

• Pérez, M. (2016). La comunicación digital en la sociedad del conocimiento [Documento PDF]. Misión Sucre. https://misionsucre2001.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/02/la-comunicacion-digital-en-la-sociedad-del-conocimiento.pdf

• Pinto Molina, S., & Granja Altamirano, K. (2022). Estrategias de marketing en redes sociales: Influencia en el comportamiento del consumidor. *Revista Científica Kosmos, 1*(1), 4–14. https://doi.org/10.62943/rck.v1n1.2022.35

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

DESAFÍOS ÉTICOS Y PROFESIONALES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA IA EN PERIODISTAS DE MANIZALES

Julián Andrés Burgos Suárez
Docente e investigador
Observatorio de Medios y Opinión
Escuela de Comunicación
Universidad de Manizales

Resumen

Este artículo describe los desafíos éticos y profesionales a los que se han enfrentado los periodistas de Manizales al adoptar la IA en su oficio, estructurándose desde tres categorías: rutinas de producción, estructura organizacional y desafíos éticos. Mediante una metodología hermenéutica y cualitativa, con entrevista desestructurada como técnica de recolección de información, se entrevistaron 29 periodistas seleccionados a partir de criterios de edad, cargo y años de experiencia. Los resultados evidencian que la IA no ha desplazado a los periodistas en su labor; por el contrario, su uso aplicado al desarrollo de tareas rutinarias ha reforzado los valores periodísticos tradicionales. Se identificaron debilidades en las formas de implementación organizacional, ya que esta no ha ido más allá de la iniciativa propia del periodista. Por último, se detectaron temores frente a la credibilidad y veracidad de la información, así como a los riesgos que representa confiar todo el proceso de producción informativa a la IA en contextos de polarización.

Palabras claves

Periodismo, Inteligencia Artificial, ética, rutinas de producción, medios locales.

Introducción

Las organizaciones periodísticas están viviendo cambios profundos en su organización y estructura debido a la implementación de la IA en sus procesos. A diferencia de transformaciones tecnológicas anteriores, la IA afecta los procesos creativos, poniendo en crisis valores propios del periodismo como la autoría o la originalidad (Lewis et al., 2025). Uno de los procesos más impactados es el de la selección de la información que se convertirá en noticia, explicado desde la teoría del gatekeeping (White, 1950). La introducción de recursos de gestión de datos basados en IA dentro de los procesos de producción de noticias ha implicado la utilización de algoritmos que regulan, facilitan y disponen los flujos informativos, actuando casi como co-creadores de las noticias junto a los periodistas mismos (Voinea, 2025).

La literatura sobre la implementación de la IA en el periodismo destaca tres frentes de incidencia: las rutinas de producción, las condiciones organizacionales de los medios y los desafíos éticos percibidos por los periodistas. Estudios recientes han establecido que el 73% de las organizaciones informativas europeas implementan la IA para automatizar la redacción de noticias, un 68% para el análisis de datos, y un 62% para la personalización de contenidos (Kotenidis y Veglis, 2021; Calvo-Rubio y Rojas-Torrijos, 2024). Asimismo, se ha evidenciado que la IA se ha incorporado a todas las fases del proceso de producción de noticias, especialmente en el acopio de información, la producción de contenidos, la creación de titulares y las tareas de distribución y marketing de medios (Cools y Diakopoulos, 2024).

Metodología

Para el estudio del impacto de la IA en las rutinas periodísticas se planteó una perspectiva de investigación hermenéutica, ya que el punto de

partida para la comprensión del impacto fue la experiencia propia de los periodistas de Manizales (Barbera & Inciarte, 2012; Creswell & Poth, 2018). El propósito fue reconstruir, desde la práctica misma del periodista, el conjunto de significaciones alrededor de las rutinas propias de la producción de noticias, las percepciones sobre los cambios en la estructura organizacional, y las valoraciones sobre los desafíos éticos a partir de su propia experiencia con el uso de la IA.

Se empleó la entrevista abierta como técnica de recolección de información, con un cuestionario de 27 preguntas embrionarias ordenadas de acuerdo a las tres categorías de análisis. Para el análisis de las respuestas se utilizó la técnica del análisis cualitativo de contenido (Mayring, 2000; 2014), apoyada en la herramienta de IA Claude para la codificación de las verbalizaciones. La investigación se realizó con la participación de 29 periodistas pertenecientes a diferentes medios regionales (prensa, radio y medios digitales), seleccionados hasta alcanzar el punto de saturación de verbalizaciones (Guest et al., 2006). Los participantes se distribuyeron en tres grupos etarios equilibrados: entre 20 y 30 años, entre 31 y 40 años, y entre 41 y 60 años, con formaciones y niveles de experiencia variados.

Resultados

Significados alrededor del impacto en las rutinas periodísticas

Un primer aspecto observado fue la autopercepción que tienen los periodistas de su competencia para el manejo de herramientas de IA. El análisis de las verbalizaciones permitió establecer que hay un manejo heterogéneo de la herramienta: algunos manifiestan tener un conocimiento mínimo y otros un conocimiento suficiente. Fue recurrente encontrar que los periodistas autoevalúan su competencia como básica o normal, lo que significa que tienen un conocimiento general de lo que pueden hacer con la IA en el oficio periodístico, nivel que consideran suficiente para sus necesidades cotidianas de producción.

Esta condición de conocimiento básico se adquirió mediante iniciativa propia, es decir, porque el periodista mismo buscó fuentes de información —vídeos en YouTube, charlas esporádicas, tutoriales en internet— que le indicaran cómo usar las herramientas de IA. Las capacitaciones recibidas por los periodistas de Manizales no obedecen a procesos estructurales diseñados por los medios donde trabajan, sino a la necesidad de saber cómo usarlas pragmáticamente. Quienes han tenido capacitaciones formales, generalmente lo han hecho a través de cursos en línea o diplomados ofrecidos por instituciones de educación superior.

Al ser el autodidactismo la estrategia de capacitación predominante, se pone en evidencia que las organizaciones periodísticas no lideran la formación en el uso de herramientas de IA. La mayoría de respuestas frente a la pregunta de si los periodistas han recibido capacitación por parte del medio donde trabajan giró en torno a «nunca» o «ninguna», con excepción del medio local más grande y tradicional. En cuanto al conjunto de herramientas utilizadas, se mencionaron ChatGPT, Gemini, Veo3, Freepik, Gladia o Pinpoint, junto a herramientas digitales de apoyo como Canva, Adobe Podcaster y Filmora.

El análisis evidenció una relación entre los años dedicados al periodismo y las formas de uso. El grupo con más de diez años de experiencia, pese a declararse poco capacitado, es quien más usa la IA para ahorrar tiempo en tareas como la transcripción, refiriéndose a ella como herramienta para «el trabajo sucio». El grupo con experiencia entre seis y diez años la utiliza como soporte para la verificación de datos y la estructuración de contenidos —resúmenes de documentos extensos y construcción de titulares—. Los periodistas con menos de cinco años de experiencia hacen un uso funcional orientado a la edición de contenidos para plataformas digitales y la gestión de redes sociales.

En síntesis, los periodistas de Mani-

zales usan la IA como una herramienta que hace más eficiente su proceso de producción de información, empleada de forma situada según los roles de cada quien. Resulta importante anotar que no se usa para el relacionamiento con las fuentes ni la redacción de noticias, lo cual consideran el núcleo del oficio. En ese sentido, la IA no desplaza al periodista de sus funciones, sino que facilita sus tareas, actuando más como una herramienta que como un centro gestor de la información.

Significados sobre el impacto de la IA en la organización mediática

Con respecto al impacto percibido en la organización mediática, emerge en primer lugar la evidencia de que no existen políticas de implementación claras y definidas en la mayoría de los medios. Al menos diez entrevistados reportan inexistencia de políticas claras o formales para el uso de IA, lo que evidencia un vacío normativo en la mayoría de medios locales. Aunque no existen políticas formales, hay un acuerdo tácito de transparencia respecto al uso de la IA, consistente en declarar ante la audiencia cuando una información ha sido realizada con apoyo de esta tecnología. Más que una política organizacional, prevalece una conducta ética por parte de los periodistas.

Los periodistas perciben que hasta el momento la IA no ha afectado los procesos editoriales de sus medios. Existe un consenso en que esta no ha alterado los valores editoriales, puesto que se mantienen vigentes los manuales de estilo de cada medio. Por el contrario, hay una tendencia a creer que el uso de la IA y su riesgo latente es controlado por la fuerte vigilancia de los manuales de estilo, lo que implica reforzar los valores editoriales tradicionales. Esto denota que en el periodismo local la implementación de la IA, antes que cambiar los valores que han orientado la producción de información, tiende a reforzarlos, ante el miedo de perder credibilidad.

La primera y más fuerte amenaza percibida es la pérdida del trabajo de campo y de la profundidad de la información: «se pierde la reportería», señalan los periodistas de medios escritos que han avanzado en la producción de noticias digitales. Esto va de la mano con el temor a una pérdida en credibilidad y el posible crecimiento de noticias falsas. No obstante, los periodistas concluyen que el problema no es la IA en sí, sino el uso que se hace de ella. En ese sentido, la preocupación por la personalización de contenidos basada en métricas no es percibida como una amenaza originada en la IA, sino en fenómenos previos como el auge de los algoritmos de redes sociales.

Significados sobre los desafíos éticos del periodismo ante la implementación de la IA

Con respecto a los desafíos éticos, los periodistas de Manizales reconocen que si bien la IA no ha alterado sustancialmente el conjunto de sus prácticas, sí perciben una serie de desafíos posibles. Un primer grupo prefigura desafíos en la autoría y la idoneidad de la información, evidenciado en la preocupación por la veracidad de los datos recabados por la IA. Esto puede reducir el rigor periodístico y generar problemas con la autoría de los contenidos, exigiendo mayor transparencia frente al uso de la IA en los procesos de producción. Los periodistas de medios digitales con mayor trayectoria prevén pocas claridades en el tema de la propiedad intelectual y el marco legal del uso de información obtenida con IA.

Un segundo desafío tiene que ver con la autonomía del periodista. En los periodistas más jóvenes es evidente el temor a generar dependencia de la IA para los procesos de producción. Así mismo, el éxito de la IA como herramienta esconde otro temor ético: en la medida en que facilita los procesos, puede provocar que se genere un mayor volumen de información a costa de la calidad y la profundidad de la misma, sobre todo por la posible presión de las métricas. Sin embargo, otro grupo de periodistas considera que la autonomía del periodista se ve protegida gracias a la persistencia de estructuras organizacionales fuertes, donde el papel del director y los consejos de redacción mantienen su poder dentro del proceso de producción.

Un tercer desafío está relacionado con la deontología de la profesión y su impacto en el contexto democrático. El mayor riesgo se ve en la desinformación global, ya que la IA puede generar información falsa. Existe un alto consenso en que la influencia de la IA puede ser más preocupante en los contextos electorales, donde se puede manipular fácilmente la información. Los periodistas alertan que en un ambiente político tan polarizado como el colombiano, si no se maneja con prudencia puede llevar a replicar discursos de odio. Esta percepción de los riesgos es más evidente en los periodistas más jóvenes, mientras que los veteranos con más de cincuenta años no consideran que la IA pueda afectar el entorno democrático.

Un cuarto desafío ético señala que la relación con los públicos se verá afectada por la IA. Un grupo de periodistas advierte que el público recurre con más intensidad a la IA para informarse, pero el contenido que estas herramientas generan está basado en lo que publican los propios medios, lo que en la práctica genera una falsa disputa por la audiencia. Esto revela una tensión entre generar una mejor experiencia de consumo informativo frente a la pérdida de la función crítica del periodismo. La IA también pone en crisis la imagen como fuente de información y veracidad, ya que puede trucar la realidad, haciendo los procesos de verificación más complejos. Estos desafíos son percibidos con mayor preocupación en medios de alcance nacional, mientras que en el periodismo regional los periodistas no vislumbran una incidencia pronta y marcada.

Discusiones

La implementación de la IA por parte de los periodistas de Manizales se relaciona con la tendencia global (Simon, 2024), en cuanto que su uso se orienta más a tareas instrumentales o rutinarias como la transcripción de audios, el procesamiento de grandes bases de datos o la mejora del formato informativo. A nivel global, la implementación de la IA va en función de facilitar la actividad del periodista, pero no parece reemplazarlo en lo que concierne a la autoría de la información y a la responsabilidad por lo publicado (Kotenidis y Veglis, 2021; Calvo-Rubio y Rojas-Torrijos, 2024). Esto confirma la paradoja de la utilidad de la IA (Carlson, 2015; Thurman et al., 2017): al liberar tiempo para la generación de más información, resulta abrumador para la rutina periodística y hace que la necesidad de implementarla con más énfasis se vuelva apremiante.

A diferencia de lo que sucede en medios de otras latitudes, lo que transmiten los periodistas de Manizales es que en muchos medios locales no existen líneas, directrices o estrategias de implementación de herramientas de IA consistentes y sólidas. El uso obedece más a una iniciativa del periodista mismo que a una estrategia organizacional, y el acercamiento a una implementación orgánica de la IA (Molla y Ahsan, 2025) está apenas en su fase inicial. Además, no se han desarrollado roles o cargos especializados en el manejo de la IA (Diakopoulos et al., 2024), siendo el mismo periodista quien la emplea de acuerdo a su rutina tradicional.

En lo que sí coincide la experiencia de los periodistas de Manizales con la teoría es en la percepción de los desafíos éticos que ven respecto a lo que puede causar la IA en el oficio (Sonni et al., 2024; 2025). Los temores por la transparencia, la credibilidad, la autoría y el control de la información son desafíos compartidos en diferentes contextos. Esto es más claro en medios locales pequeños donde aún se confía el criterio editorial a los manuales de estilo, y menos a la necesidad de conexión con el público —que, de acuerdo a la teoría, es uno de los principales temores ante el avance de la IA—. Los periodistas de Manizales no ven en esto una amenaza, sino una ventaja para acercar el medio a públicos más amplios y garantizar su sostenibilidad.

Conclusiones

Los análisis permiten concluir que el impacto de la IA en las rutinas periodísticas se evidencia en que la implementación de estas herramientas no ha reemplazado aún al periodista en su función de constructor y responsable de la información. Por el contrario, los resultados sugieren que la IA se adapta a las rutinas propias del quehacer periodístico, empleada para realizar acciones rutinarias que le ahorran tiempo al periodista, quien puede dedicarse a la redacción de la noticia y al relacionamiento con las fuentes. El periodista local se percibe con un conocimiento básico pero suficiente, lo que indica que para un uso instrumental de la IA no parece requerirse una competencia avanzada, como sí se da en otros contextos globales donde su incorporación es estructural.

De esto se desprende que las prácticas de capacitación en el manejo de la IA sean autodidactas, puntuales y no sostenidas en el tiempo. La IA tampoco ha generado la necesidad de nuevos roles asociados con el manejo de estos lenguajes algorítmicos; por el contrario, le ha permitido al periodista tener más tiempo para generar diferentes tipos y niveles de información. Con respecto al impacto en la organización periodística, se puede concluir que en el contexto local la iniciativa organizacional ha estado rezagada en la implementación estructural de las herramientas de IA, y que las políticas editoriales vigentes en cada medio —manuales de estilo y consejos de redacción— han sido el marco desde el cual se ha tratado de dar orden a este uso.

A nivel de las rutinas y de la estructura organizacional, la IA, antes de desordenar procesos, ha ayudado a reafirmar los ya existentes inscritos en las formas tradicionales de hacer periodismo. Contrario a la tendencia mundial, son los medios más grandes los que han dado pasos más adelantados en la implementación, mientras que los más pequeños se encuentran más rezagados. Y en cuanto a los desafíos éticos, los periodistas locales temen que al desarrollarse a fondo la implementación de la IA se pierda credibilidad, profundidad y veracidad en la producción de información. Expresan temor porque procesos como la búsqueda de fuentes, el trabajo de campo o la redacción de la noticia queden reducidos a un simple acopio de datos sin interpretación contextualizada.

Los periodistas de Manizales coinciden en sentir temor porque en contextos polarizados políticamente una información sin contexto sea factor de manipulación y campo propicio para el crecimiento de las noticias falsas y la desinformación. Sin embargo, entienden y experimentan que la IA es por ahora una herramienta, y que mientras sea bien utilizada no se convierte en una amenaza directa. Por último, se puede concluir que la IA, antes que amenazar el rol tradicional del periodista, ha permitido reafirmar aspectos tradicionales del oficio. Esto es positivo en términos de afianzar la necesidad de un periodismo de carácter público. No obstante, señala también la debilidad principal: el rezago de los medios locales frente a la adopción de planes y procedimientos soportados en procesos algorítmicos. Hacer esto sin debilitar la participación del periodista y su orientación a la construcción de criterio público es el desafío que enfrenta el periodismo local de Manizales.

Referencias bibliográficas

• Barbera, N., & Inciarte, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. Multiciencias, 12(2), 199–205.

• Calvo-Rubio, L.-M., & Rojas-Torrijos, J.-L. (2024). Criteria for journalistic quality in the use of artificial intelligence. Communication & Society, 37(2), 247–259. https://doi.org/10.15581/003.37.2.247-259

• Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. Digital Journalism, 3(3), 416–431. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412

• Carlson, M., & Lewis, S. C. (Eds.). (2015). Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation. Routledge.

• Cools, H., & Diakopoulos, N. (2023, julio 11). Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that. Nieman Lab, Harvard University. https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/

• Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. Journalism Practice, 18(10), 2725–2743. https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558

• Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4ª ed.). SAGE Publications.

• Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press. https://doi.org/10.4159/9780674239302

• Dodds, T., Zamith, R., & Lewis, S. C. (2025). The AI turn in journalism: Disruption, adaptation, and democratic futures. Journalism, 27(3). https://doi.org/10.1177/14648849251343518

• Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. Digital Journalism, 5(4), 404–419. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612

• Galindo Cáceres, L. J. (Coord.). (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Addison Wesley Longman.

• Helberger, N., & Diakopoulos, N. (2023). The European AI Act and how it matters for research into AI in media and journalism. Digital Journalism, 11(9), 1751–1760. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2082505

• Hermida, A., & Simon, F. M. (2025). AI-driven news recommendations and local media survival. Journalism Practice, 19(2), 214–231. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2301145

• Kotenidis, E., & Veglis, A. (2021). Algorithmic journalism: Current applications and future perspectives. Journalism and Media, 2(2), 244–257. https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014

• Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. Field Methods, 18(1), 59–82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903

• Media and Journalism Research Center. (2023). Financiación del periodismo en Colombia. https://journalismresearch.org/2023/06/financiacion-del-periodismo-en-colombia/

• Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 1(2), Art. 20. https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089

• Mayring, P. (2014). Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution. GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences. http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173

• Mellado, C., Cruz, A., & Dodds, T. (2024). Inteligencia artificial y audiencias en Chile [Informe técnico]. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. https://doi.org/10.17605/OSF.IO/CF9NQ

• Molla, M. A. M., & Ahsan, M. M. (2025). Artificial intelligence and journalism: A systematic bibliometric and thematic analysis of global research. Computers in Human Behavior Reports, 20, 100830. https://doi.org/10.1016/j.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

chbr.2025.100830

• Ortega Bastidas, J. E. (2020). ¿Cómo saturamos los datos? Una propuesta analítica "desde" y "para" la investigación cualitativa. Interciencia, 45(6), 293–299.

• Paik, S. (2023). Journalism ethics for the algorithmic era. Digital Journalism, 13(4), 696–722. https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2200195

• Porlezza, C., & Schapals, A. K. (2024). AI ethics in journalism (studies): An evolving field between research and practice. Emerging Media, 2(3), 356–370. https://doi.org/10.1177/27523543241288818

• Ricoeur, P. (1995). Teoría de la interpretación: Discurso y excedente de sentido (G. Monges Nicolau, Trad.). Siglo XXI Editores / Universidad Iberoamericana. (Obra original publicada en inglés en 1976).

• Schreier, M. (2012). Qualitative content analysis in practice. SAGE Publications.

• Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective. Routledge.

• Simon, F. M. (2024). Generative AI and the future of news: Examining AI's agency, power, and authority. Journalism Practice, 18(9), 2210–2229. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2545448

• Simon, F. M. (2025). Rationalisation of the news: How AI reshapes and retools the gatekeeping processes of news organisations in the United Kingdom, United States and Germany. New Media & Society, 1–21. https://doi.org/10.1177/14614448251336423

• Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I., & Latuheru, R. (2024). Digital newsroom transformation: A systematic review of the impact of artificial intelligence on journalistic practices, news narratives, and ethical challenges. Journalism and Media, 5(4), 1554–1570. https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097

• Sonni, A. F. (2025). Digital transformation in journalism: Mini review on the impact of AI on journalistic practices. Frontiers in Communication, 10, 1535156. https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1535156

• Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing. Digital Journalism, 5(10), 1240–1259. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819

• Téllez Garzón, M. (2021). Sostenibilidad y medios comunitarios en Colombia. Una aproximación a su realidad en esta coyuntura de posconflicto. Signo y Pensamiento, 41. https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/SyP/41%20(2022)/86070131012/

• Van Dijk, T. A. (1980). Estructuras y funciones del discurso: Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso (M. Gann & M. Mur, Trads.). Siglo XXI Editores.

• Voinea, D. V. (2025). Reconceptualizing gatekeeping in the age of artificial intelligence: A theoretical exploration of artificial intelligence-driven news curation and automated journalism. Journalism and Media, 6(2), 68. https://doi.org/10.3390/journalmedia6020068

• Ward, S. J. A. (2019). Ethical journalism in a populist age: The democratically engaged journalist. Rowman & Littlefield.

• White, D. M. (1950). The "gate keeper": A case study in the selection of news. Journalism Quarterly, 27(4), 383–390. https://doi.org/10.1177/107769905002700403

• Wu, S., Tandoc, E. C., Jr., & Salmon, C. T. (2019). When journalism and automation intersect: Assessing the influence of the technological field on contemporary newsrooms. Journalism Practice, 13(10), 1238–1254. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1585198

LA TRANSICIÓN DIGITAL DE LOS MEDIOS TRADICIONALES EN VALLEDUPAR: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN DESDE EL OBSERVATORIO DE MEDIOS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

Marcela Quintero Jiménez
Fundación Universitaria del Área Andina
Sede Valledupar
Programa de Comunicación Social
Grupo de Investigación PROYECTA
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-9283-4339

Resumen

Este artículo analiza la creación y consolidación del Observatorio Areandino como una iniciativa académica orientada al estudio de la transición digital de los medios tradicionales en Valledupar, Colombia. Desde un enfoque metodológico mixto, se examinan tres medios representativos del contexto local —Canal 12, Radio Guatapurí y el diario El Pilón— mediante análisis de contenido, entrevistas y encuestas a audiencias. Los resultados evidencian procesos diferenciados de apropiación tecnológica, así como desafíos asociados a la innovación narrativa, la sostenibilidad económica y la relación con las audiencias digitales. Se concluye que la digitalización de los medios locales constituye un proceso estructural y cultural que requiere el fortalecimiento de capacidades internas y estrategias editoriales integrales.

Palabras clave

Análisis de medios; digitalización; medios tradicionales; observatorio; transición digital; Valledupar.

Introducción

La digitalización de los medios de comunicación ha transformado de manera profunda los procesos de producción, circulación y consumo de la información en las sociedades contemporáneas, reconfigurando las rutinas periodísticas y la relación entre los medios y sus audiencias (Salaverría & García-Avilés, 2023). La convergencia tecnológica y la expansión de plataformas digitales han generado nuevos escenarios de competencia informativa, especialmente para los medios tradicionales.

En el ámbito de los medios locales, estos procesos adquieren particular relevancia debido a las limitaciones estructurales, económicas y tecnológicas que caracterizan a los contextos regionales (Arroyave & Salazar, 2023; Morales & Ávila, 2025). En ciudades intermedias como Valledupar, capital del departamento del Cesar, los medios tradicionales enfrentan el desafío de adaptarse al entorno digital sin perder su función social ni su legitimidad histórica.

Desde esta perspectiva, el Observatorio Areandino se configura como un espacio académico orientado al análisis sistemático de la transición digital de la prensa, la radio y la televisión locales, en línea con experiencias similares desarrolladas en América Latina (Díaz & Ramírez, 2024). Este tipo de observatorios contribuye a la producción de conocimiento y al fortalecimiento del periodismo regional.

En este marco, se presentan los resultados del análisis comparativo realizado a tres medios representativos de Valledupar —Canal 12, Radio Guatapurí y el diario El Pilón—, con el propósito de aportar al debate académico sobre la digitalización mediática en contextos regionales.

Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas, en coherencia con investigaciones recientes sobre transformación digital del periodismo en América Latina (López Jiménez & Bernal Suárez, 2024).

Resultados

Los resultados evidencian niveles diferenciados de apropiación tecnológica entre los medios analizados, situación que coincide con estudios sobre sostenibilidad y brechas digitales en medios locales (Mancinas-Chávez & Reig, 2023).

Discusión

Los hallazgos confirman que la transición digital de los medios locales no responde a un proceso homogéneo, sino a trayectorias institucionales y capacidades organizacionales diferenciadas, lo que refuerza la necesidad de fortalecer la alfabetización digital y la innovación narrativa (Bacher, 2024; Quevedo Zamora & Cáceres Mendoza, 2024).

Referencias bibliográficas

• Arroyave, J., & Salazar, J. (2023). Transformaciones digitales en los medios locales colombianos: Desafíos y oportunidades. Palabra Clave, 26(1), 1–18. https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.1.1

• Bacher, S. (2024). Media and information literacy in Latin America and the Caribbean: Challenges and opportunities of an unequal region. Journal of Latin American Communication Research, 12(2), 11–18. https://doi.org/10.55738/journal.v12i2p.11-18

• Díaz, M., & Ramírez, L. (2024). Observatorios de comunicación como mediadores sociales: Innovación, análisis y formación de audiencias. Chasqui, (155), 77–94.

• López Jiménez, D. F., & Bernal Suárez, J. D. (2024). Typifying the digital transformation of journalism in Latin America. Trípodos, 56, 105–123.

• Mancinas-Chávez, R., & Reig, R. (2023). Medios comunitarios y sostenibilidad en la era digital. Comunicación y Sociedad, 44(3), 55–74.

• Morales, P., & Ávila, M. (2025). Periodismo regional y brecha tecnológica. Revista Latina de Comunicación Social, (83), 1–19.

• Quevedo Zamora, M. R., & Cáceres Mendoza, M. S. (2024). Digital literacy in higher education in Latin America. RClimatol, 24(cs), 1126–1132.

• Salaverría, R., & García-Avilés, J. A. (2023). Transmedia journalism and innovation in local media ecosystems. Journalism Practice, 17(8), 1563–1581.

SERIADO DE PODCAST SOBRE LA EXPERIENCIA LABORAL DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER ENTRE 2011 A 2024 A PARTIR DE SUS EXPERIENCIAS EN LAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y CAMBIO SOCIAL

María Alejandra Angulo Izaquita
Lina Marcela Silva Lopez

Directora
Tatiana Torcoroma Bayona
Comunicadora Social
Universidad Francisco De Paula Santander
Facultad De Educación, Artes Y Humanidades
Plan De Estudios De Comunicación Social
San José De Cúcuta
2026

Abstract

Este proyecto recopila y analiza las experiencias laborales de egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) vinculados a las líneas de Comunicación Organizacional y de Comunicación, Lenguaje, Discurso y Poder. A través de entrevistas narrativas, se reconstruyen sus trayectorias en escenarios institucionales, gubernamentales, empresariales y socio comunicativos, destacando funciones, retos y aprendizajes propios de cada campo. El producto final consiste en un seriado de podcast que visibiliza sus relatos y permite conocer de primera mano cómo han transitado del ámbito académico al ejercicio profesional en estas dos áreas de formación.

Palabras clave

Comunicación social, egresados universitarios, inserción laboral, trayectorias profesionales, comunicación digital, comunicación para el cambio social, podcast, narrativas laborales.

Introducción

Las transformaciones actuales en los entornos institucionales y socio comunicativos han ampliado los espacios de acción del comunicador social, especialmente en los campos de la comunicación digital y la comunicación para el cambio social. Mientras en la comunicación digital se destacan procesos vinculados a la producción de contenidos, el uso estratégico de plataformas digitales y la interacción con audiencias; en la comunicación para el cambio social por otro lado, cobran relevancia las prácticas orientadas a la participación, la mediación y la generación de mensajes con impacto social. En este contexto, se hace necesario documentar las experiencias laborales de los egresados de la UFPS que se desempeñan en estas líneas. Este proyecto propone recopilarlas mediante entrevistas narrativas difundidas en formato podcast, con el propósito de registrar sus vivencias, comprender los desafíos enfrentados y reconocer su rol en los distintos contextos profesionales.

Metodología

Este estudio, se abordará desde un enfoque cualitativo, con un diseño exploratorio-descriptivo, ya que se buscará comprender a profundidad las experiencias laborales de los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Francisco de Paula Santander, entre los años 2011 y 2024. Este enfoque permitirá no solo identificar qué tipo de actividades desempeñan actualmente los egresados, sino también explorar cómo han llegado

a esos espacios laborales, qué significó para ellos su paso por la universidad y cómo enfrentaron los primeros años en el mundo profesional.

Se utilizarán entrevistas semiestructuradas con enfoque narrativo para captar anécdotas y aprendizajes interiorizados. La muestra se seleccionará bajo criterios de representatividad: egresados entre 2011 y 2024, vinculados al área de comunicación y formados en las líneas de Comunicación para el Cambio Social o Digital. Como insumo clave, se empleará el Observatorio Laboral de Egresados (OLE) para identificar a tres participantes por línea, sumando un total de seis entrevistados. Las entrevistas, realizadas de forma presencial o virtual, abordarán desde el primer empleo hasta la visión actual de la carrera, buscando generar un espacio de reflexión que fortalezca la calidad de la información obtenida.

El seriado de podcast se estructurará en tres momentos clave, pensados para generar una conversación natural, auténtica y reflexiva con los egresados; La idea es que los invitados compartan sus experiencias profesionales y cómo la universidad influyó en su desarrollo, resaltando aprendizajes, retos y logros.

Teniendo en cuenta lo anterior se comenzará con unas preguntas base para conocer a los participantes: su nombre, año de graduación y área de la comunicación en la que se desempeñan actualmente.

Momento 1: El salto al mundo real

Se explorará la transición de la universidad al campo laboral, resaltando las primeras experiencias, sorpresas y aprendizajes en los inicios de la vida profesional.

Momento 2: Lecciones de campo

Se profundizará en los retos y experiencias significativas que marcaron su trayectoria, analizando cómo estos momentos aportaron a la construcción de su identidad profesional.

Momento 3: Hoy, desde la experiencia

Los invitados reflexionarán sobre su presente, cómo se definen actualmente como comunicadores y qué logros destacan en su recorrido. El bloque cerrará con un espacio de consejo para futuras generaciones de estudiantes.

Discusión y Resultados

El presente capítulo reúne los resultados del proceso investigativo y los articula de manera directa con la discusión teórica que orientó el proyecto. Más que una exposición descriptiva de hallazgos, se propone un diálogo entre los datos obtenidos en el trabajo de campo, las voces de los egresados y los referentes conceptuales que permiten comprender el quehacer profesional en la comunicación digital.

Desde esta perspectiva, los resultados se asumen como construcciones interpretativas que posibilitan reflexionar sobre la configuración del perfil profesional de los comunicadores sociales egresados de la Universidad Francisco de Paula Santander entre 2011 y 2024. Así, la caracterización de las trayectorias laborales, la construcción narrativa del seriado sonoro y su proyección comunicativa se integran en una lectura analítica que vincula experiencia, voz y teoría para dar cuenta de la complejidad del ejercicio profesional contemporáneo.

Capítulos De Resultados

Capítulo 1: Entre lo digital, lo social y lo organizacional: la construcción híbrida del perfil profesional

La etapa de preproducción se centró en la caracterización de los egresados de Comunicación Social de la UFPS (2011-2024), mediante un mapeo de actores que permitió organizar sus trayectorias y contextos

de desempeño laboral. A través de la sistematización de estos datos y el análisis de las entrevistas, se identificó un patrón donde el quehacer profesional de los comunicadores trasciende las funciones operativas iniciales para expandirse hacia la toma de decisiones estratégicas y la interpretación de dinámicas sociales. Esta realidad confirma lo planteado por Barrero y Palacios (2015) sobre la flexibilidad del campo comunicativo, donde el ejercicio en la línea digital exige navegar constantemente entre demandas técnicas y expectativas institucionales.

Dentro de los testimonios clave, Wendy Jaramillo relató cómo la adaptación tecnológica y el uso de inteligencia artificial se han vuelto fundamentales para optimizar la producción informativa, lo cual dialoga con Manovich (2001) y la necesidad de apropiación técnica en escenarios cambiantes. En una línea similar, Darcy Barrera destacó el impacto transformador de plataformas como TikTok y el papel de la IA como herramienta de apoyo, coincidiendo con la visión de Martín-Barbero (1987) sobre las mediaciones culturales y el lenguaje social que atraviesa lo digital. Por otro lado, Adriana Díaz resaltó la importancia de la coherencia institucional y la reputación, mientras que Óscar Botello describió la gestión de estrategias integrales, reflejando el rol del comunicador como "prosumidor" que combina producción y mediación propuesto por López Beltrán (2021).

Finalmente, la triangulación entre estos relatos y las teorías contemporáneas demuestra que el perfil del egresado de la UFPS se ha configurado como un perfil híbrido. Lo digital no opera como un campo aislado, sino como un espacio donde se articulan competencias técnicas, analíticas y sociales para responder a las exigencias del ecosistema actual, tal como lo señala AFACOM (2020). Este análisis concluye que la hibridez profesional permite al comunicador navegar entre lo narrativo y lo estratégico, desarrollando criterios críticos para interpretar el impacto social y ético de su labor en la sociedad contemporánea.

Capítulo 2: Entre la voz, la memoria y la narrativa: la construcción sonora del perfil profesional

El segundo momento del proyecto se centró en la producción de un seriado de podcast diseñado para reconstruir las trayectorias laborales de los egresados de la línea de comunicación digital (2011-2024). La elección de este formato sonoro buscó crear un espacio de cercanía donde la voz permitiera conectar la memoria con la dimensión emocional del relato. La estructura del seriado, derivada de la caracterización previa, se organizó en tres episodios que reflejan la transición profesional a través de los momentos narrativos: "El salto al mundo real", "Lecciones de campo" y "Hoy, desde la experiencia". Esta organización permitió que los relatos sobre adaptación tecnológica y decisiones estratégicas encontraran un espacio para profundizar en su dimensión humana.

En términos técnicos, cada episodio consistió en una entrevista dialogada de entre veinte y treinta minutos, grabada en la cabina radial de la UFPS para garantizar condiciones acústicas óptimas. Se utilizó un guion flexible y equipos como micrófonos BM-800 y una grabadora Zoom H4n Pro, siguiendo la premisa de Izuzquiza (2019) sobre la importancia de la calidad sonora para la credibilidad del producto. Durante las sesiones, la narrativa fluyó desde los choques iniciales con el campo laboral hasta la consolidación profesional. Por ejemplo, Wendy Jaramillo reflexionó sobre el paso de la teoría a la práctica mediante el uso de herramientas digitales, lo que se articula con la visión de Manovich (2001) sobre la reconfiguración de los lenguajes en los nuevos medios.

La etapa de "Lecciones de campo" permitió a los egresados profundizar en la responsabilidad narrativa y la interpretación de escenarios socioculturales complejos. Estas experiencias coincidieron con los planteamientos de Scolari (2015) sobre la convergencia mediática y los flujos interrelacionados de información. Finalmente, en

el bloque de cierre, los invitados destacaron la importancia de la ética y la actualización permanente, validando la postura de Martín-Barbero (1987) sobre las mediaciones como espacios generadores de sentido. El proceso concluyó con la posproducción en Adobe Audition, donde la edición narrativa y la musicalización transformaron los testimonios en una práctica de investigación-creación que reafirma la relevancia del comunicador como mediador estratégico en el ecosistema digital.

Capítulo 3: Cuando la historia se comparte: postproducción y difusión del seriado sonoro

La fase final del proyecto comprende la postproducción y la estrategia de difusión, orientadas a socializar el seriado ante la comunidad académica y el público general. Aunque esta etapa se encuentra en desarrollo, se ha diseñado un plan de circulación para que el material funcione como un recurso pedagógico que trascienda la investigación y dialogue con los objetivos formativos del programa de Comunicación Social de la UFPS. En la postproducción, se prevé un tratamiento técnico exhaustivo que incluye ecualización, control de niveles y normalización del volumen para garantizar la calidad estética y narrativa. Este proceso se fundamenta en los planteamientos de Barrios-Rubio y Reyes Espitia (2023), quienes conciben la edición sonora como un ejercicio creativo donde la composición auditiva es parte integral de la narrativa institucional.

En cuanto a la distribución, se proyecta alojar el podcast en plataformas de libre acceso como Spotify, YouTube, SoundCloud y Deezer, además de utilizar los canales y redes sociales oficiales de la universidad para alcanzar a estudiantes, docentes y egresados. Para potenciar la identidad visual y la recordación del proyecto, la estrategia incluye el diseño de un logo unificado, pósters académicos y miniaturas digitales personalizadas para cada episodio. Asimismo, se contempla la presentación del seriado en eventos de relevancia como las Jornadas de Comunicación Social y encuentros de semilleros de investigación, con el fin de fortalecer los vínculos intergeneracionales y fomentar la reflexión sobre los desafíos del campo profesional.

Finalmente, la estrategia busca mantener un diálogo activo entre la academia y sus egresados, promoviendo el sentido de pertenencia y la construcción colectiva del conocimiento. Bajo esta perspectiva, la circulación del podcast se asume como una extensión del proceso creativo donde la interacción con la audiencia otorga significado al contenido. Esta visión se alinea con la cultura de la convergencia de Jenkins (2008), según la cual la difusión se transforma en un espacio activo de comunicación. De este modo, el plan no solo pretende divulgar el producto, sino propiciar una apropiación crítica de las experiencias laborales narradas por quienes ejercen la comunicación digital y para el cambio social.

Referencias bibliográficas

• AFACOM. (2020). Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo: Informe ejecutivo de la investigación. Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación.

• https://afacom.org/wp-content/uploads/2023/11/Profesiones_de_la_comunicacion_y_trans fo.pdf

• Barrero, A. E., & Palacios, J. A. (2015). Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador en las organizaciones. Poliantea, 11(20), 197–221. https://revistas.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/659/551

• Barrios Rubio A. y Reyes Espitia J. F. (2023). El pódcast como estrategia de creación y distribución de contenidos sonoros dentro del entorno digital de la radio en Colombia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29(1), 15-25

• . https://doi.org/10.5209/esmp.84639

• Izuzquiza, F. (2019). El gran cuaderno del podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast.

• https://dokumen.pub/el-gran-cuaderno-de-podcasting-como-crear-difundir-y-monetizar-tu -podcast-9788417248420.html

• Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.

• https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence culture.pdf

• López Beltrán. (2021). Acercamiento teórico y crítico del concepto de prosumidor para entender las audiencias de los medios digitales

• https://ridum.umanizales.edu.co/server/api/core/bitstreams/1e640a03-30f5-41ff-8d2c-862a b32834c9/content

• Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili.

• https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_m ediaciones.pdf

• Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa. https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/18eb2c76-b18a-43f3-8e6d-3d2a99020730/content

• Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS). (s. f.). Programa de Comunicación Social.

• https://ww2.ufps.edu.co/oferta-academica/comunicacion-social/193

J U L S PROTOTIPO CONCEPTUAL PARA EL ANÁLISIS AUTOMATIZADO DE TEXTOS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS DIGITALES

Juliana Betancur Restrepo
Estudiante del pregrado en Periodismo
Universidad de Antioquia
juliana.betancur3@udea.edu.co

Abstract

Este proyecto aborda una deficiencia esencial en el análisis computacional de textos periodísticos: las herramientas actuales, aunque potentes, operan en un vacío de criterios definidos desde el periodismo. Objetivo: diseñar el prototipo conceptual de una herramienta para el análisis automatizado de textos periodísticos informativos que integre dichos criterios. Método: el diseño se fundamentará en un modelo ontológico de dominio básico; una especificación formal que estructurará los criterios periodísticos que hoy se omiten. La metodología mixta se ejecutará en tres fases: 1) Profundización documental para seleccionar y definir los criterios formalizables; 2) Diseño y modelado ontológico para definir clases, atributos y relaciones del dominio; y 3) Construcción conceptual del prototipo, definiendo su arquitectura y diseño de interfaz (UI/UX). Resultados: el resultado será una "prueba de concepto" compuesta por tres artefactos: el modelo ontológico formalizado, el diseño de la arquitectura del sistema y un prototipo interactivo de baja fidelidad (mock-up) con soporte en una página web.

Palabras clave

Periodismo computacional, análisis de contenido periodístico automatizado, modelo ontológico, prototipo conceptual, criterios periodísticos, PLN (Procesamiento de Lenguaje Natural).

Introducción

El análisis de contenido se puede entender como "una técnica de investigación que permite sistematizar y analizar de manera objetiva y replicable el contenido de diversas formas de comunicación, incluyendo textos, imágenes, audio o video" (Krippendorff, 2018). En lugar de simplemente leer o consumir la información, esta técnica la descompone en unidades manejables para identificar patrones, frecuencias, temas recurrentes y significados subyacentes. Berelson (1952) describe el análisis de contenido como una técnica de investigación para hacer inferencias reproducibles y válidas a partir de datos textuales. Esta técnica implica identificar categorías para el análisis, codificar los datos y cuantificar las frecuencias de ocurrencia de estas categorías. Su objetivo es transformar datos cualitativos (el contenido en sí) en

datos cuantitativos (mediciones y estadísticas), permitiendo así una interpretación rigurosa y fundamentada sobre las intenciones del emisor, el mensaje transmitido y el posible efecto en la audiencia.

La capacidad para procesar y automatizar el análisis de contenidos de volúmenes masivos de información textual mediante métodos computacionales, se ha convertido en una realidad tangible gracias a los avances en el Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) y el Machine Learning (ML) (Flaounas, *et al.*, 2011); programas que exhiben una notable sofisticación en la ejecución de tareas específicas: son capaces de clasificar artículos por temática con gran precisión, determinar la polaridad o el sentimiento de un texto, identificar entidades clave como personas y organizaciones, e incluso medir la complejidad y legibilidad de un documento. La promesa de estos sistemas radica en su escalabilidad y velocidad, permitiendo analizar en tiempo real un flujo de noticias que sería inviable de gestionar para cualquier equipo humano.

Sin embargo, esta proeza tecnológica alberga una paradoja cuando se observa desde la epistemología y la deontología del periodismo. Los sistemas actuales analizan el contenido periodístico como si fuera un simple conjunto de datos e ignoran las relaciones de significado, propósito y ética que fundamentan al periodismo. Un modelo puede identificar que un artículo genera un sentimiento negativo (San Vicente, et al., 2019), pero es incapaz de discernir si esa negatividad proviene de una crítica fundamentada o de un ataque sesgado. Puede agrupar noticias sobre "economía", pero no puede evaluar si la cobertura de dicho tema es balanceada y presenta diversidad de fuentes, o si, por el contrario, favorece una única perspectiva. De la misma manera, puede detectar una actualización en un artículo (Kapočiūtė-Dzikienė, et al., 2024), pero carece del criterio para diferenciar una simple corrección ortográfica de la rectificación de un error fáctico sustancial que altera por completo la veracidad de la noticia.

Aquí emerge el problema central: el análisis de contenidos automatizado, a pesar de su potencial, opera en un vacío de criterio periodístico, entendido este no como reglas fijas, sino como el conjunto articulado de consideraciones éticas, estándares profesionales y valores-noticia que orientan la selección y producción de la información. La gran mayoría de las herramientas existentes carecen de un marco conceptual que incorpore estos principios y que, a su vez, permita evidenciar la complejidad del contenido, en vez de delimitarse por unos criterios rígidos y principalmente lingüísticos. La evaluación automatizada se limita a lo que es computacionalmente evidente —la frecuencia de las palabras, las estructuras sintácticas, la co-ocurrencia de términos, las correcciones lingüísticas de artículos después de su publicación (Timmerman, 2022) —; pero falla en abordar las dimensiones inseparables de la calidad periodística que definen la noticiabilidad y la credibilidad social: atribución de actores y fuentes, prominencia

del actor, detección de llamados a la acción, polaridad sentimental y carga léxica, identificación de léxico de conflicto, construcción de personajes, discrepancia numérica de hechos, omisión de hechos, y relevancia temática, entre otras.

Además, no están diseñados para un público amplio. Su interfaz no es accesible para usuarios no especializados, audiencias generales ni periodistas que busquen utilizarlos como fuente de información o para fines de investigación. No tienen en cuenta las funciones y necesidades esperadas desde el punto de vista de quien realiza las peticiones.

Así, se presenta una doble deficiencia: ignoran los criterios periodísticos y no son accesibles para un público amplio, revelando que la carencia real no es de tecnología, sino de un enfoque que la integre con el conocimiento del oficio: automatizar la verificación de los datos, reconocimiento sistemático de posibles sesgos y realizar comparativas para descubrir patrones a gran escala, son solo algunas de las posibilidades de esta fusión. Por ello, es fundamental concebir una herramienta que sea intuitiva, amigable, y que, a su vez, haga visibles y comprensibles los conceptos periodísticos que la sustentan.

Para lograr esta estructuración del conocimiento en el ámbito computacional, se recurre a conceptos como las ontologías y los modelos conceptuales de lenguaje. Una ontología, en este contexto, se refiere a un sistema formal para organizar el conocimiento dentro de un área específica, como un mapa conceptual avanzado. Define un conjunto de conceptos clave, sus propiedades y, fundamentalmente, las relaciones que existen entre ellos.

Pensando en las carencias de las actuales herramientas computacionales de análisis textual, es pertinente la propuesta de diseñar un prototipo conceptual para el análisis automatizado de textos periodísticos informativos digitales fundamentado en un modelo ontológico. Este enfoque permite que el conocimiento del dominio sea comprendido y procesado tanto por humanos como por máquinas, permitiendo así estructurar y relacionar los elementos analizables a partir de criterios teóricos y prácticos más pertinentes de la disciplina. Esto sienta las bases para una futura herramienta que sea a la vez rigurosa en su análisis, intuitiva en su uso y fiel a la función social de informar con responsabilidad.

El propósito central de este proyecto es diseñar el prototipo conceptual de la herramienta para el análisis automatizado de textos periodísticos informativos digitales. Este diseño se fundamentará en un modelo ontológico de dominio que estructure los criterios de la disciplina, sentando así las bases para una futura herramienta que sea rigurosa en su análisis, intuitiva en su uso y fiel a la función social de informar con responsabilidad. Los productos concretos que se generarán para alcanzar este fin son: 1) un modelo ontológico de dominio básico que define y relaciona formalmente los criterios periodísticos que actualmente las herramientas automáticas ignoran; 2) la arquitectura del sistema y el diseño de la interfaz de usuario (UI/UX) y 3) un prototipo de baja fidelidad (un modelo interactivo simple o mock-up) que simula cómo un usuario (periodista, investigador o audiencia) interactuaría con la herramienta y cómo esta le presentaría un análisis de textos periodísticos basado en dichos criterios.

Metodología Se emplea una metodología mixta que integra enfoques cualitativos y cuantitativos para el análisis de textos periodísticos, aprovechando procedimientos interpretativos para inferir significados y contextos relevantes (Creswell & Plano Clark, 2017).

Fase 1. Profundización documental: Se realiza una revisión sistemática de literatura sobre periodismo computacional, análisis de contenido automatizado y modelos conceptuales. Se incluye un análisis comparativo de herramientas de código abierto (GitHub, Hugging Face, etc.) para identificar funcionalidades y limitaciones técnicas. Finalmente, se seleccionan y definen los criterios periodísticos formalizables (atribución, fuentes, valores-noticia) validados por expertos.

Fase 2. Diseño y modelado ontológico: Basada en la ingeniería ontológica, se definen las entidades centrales o "clases" (ej. Noticia, Fuente, Hecho, Indicador de Calidad), sus atributos (ej. Tipo de fuente, Nivel de atribución) y sus relaciones semánticas. Se formulan axiomas lógicos para asegurar la coherencia del modelo y se utiliza el software Protégé para la formalización y Lucidchart para la visualización del grafo.

Fase 3. Construcción e implementación conceptual del prototipo: Se diseña la arquitectura técnica que conecta la extracción de datos (scraping), el procesamiento de texto y el motor de razonamiento ontológico. Se desarrolla el diseño de interfaz de usuario (UI) y experiencia (UX) mediante Figma y FlutterFlow, creando un prototipo de baja fidelidad (mock-up) interactivo que simule el análisis basado en los criterios definidos.

Discusión

La problematización central de este proyecto radica en la brecha entre la capacidad técnica de procesamiento y la profundidad hermenéutica del periodismo. Al analizar las herramientas actuales bajo el prisma del marco conceptual, se evidencia que la mayoría sigue anclada en el "análisis conceptual" de Berelson (1952). Este enfoque, limitado a cuantificar el "contenido manifiesto", extrae cada dato de su contexto para asignarle valores binarios, lo que genera errores sistemáticos al fallar en discernir el uso correcto de términos según parámetros disciplinares. El desafío, por tanto, es transitar hacia un "análisis relacional" alineado con Bardin (2002) y Krippendorff (2018), que permita inferir significados latentes y condiciones de producción/recepción que hoy son invisibles para los algoritmos.

El *periodismo computacional* (Cohen et al., 2011) no debe ser solo una etiqueta para el uso de software, sino una aplicación de metodologías de ciencias de la computación para descubrir historias ocultas bajo el volumen y la complejidad (Vállez, 2018). La paradoja es que, mientras investigaciones como los *Panama Papers* demostraron el poder del análisis de datos a gran escala, las herramientas de monitoreo cotidiano han simplificado el análisis a métricas lingüísticas superficiales. Este proyecto propone que la solución no es más potencia de cómputo, sino una "especificación explícita de una conceptualización compartida" (Gruber, 1993). Al proponer una *ontología de dominio*, se busca que tanto humanos como máquinas compartan un mapa conceptual avanzado que defina con precisión conceptos como la "atribución de actores" o el "léxico de conflicto", superando la ambigüedad que hoy exacerba la IA generativa.

Un desafío crítico es la formalización de los *valores-noticia* (Wolf, 1987). Estos criterios no son reglas fijas, sino guías flexibles y contextuales que articulan factores éticos, técnicos y organizacionales. La ontología propuesta debe actuar como una "ontología de peso pesado" (Cechich, 2005), incorporando axiomas lógicos que permitan al sistema realizar razonamientos automáticos complejos. Por ejemplo, un axioma que verifique si una afirmación factual está vinculada a una fuente identificada y diversa permitiría inferir la calidad informativa sin intervención humana constante. Esto aborda directamente desafíos del entorno digital como la priorización de la inmediatez, que a menudo compromete la diversidad de fuentes, la exactitud y el equilibrio informativo en favor del clic fácil.

La discusión se extiende también a la naturaleza de las ontologías aplicadas. Mientras que las *ontologías de alto nivel* abordan conceptos universales, este proyecto se sitúa en la especificidad de las *ontologías de dominio* y de *aplicación*. El reto no es solo clasificar individuos (ejemplos específicos de noticias), sino establecer propiedades y relaciones semánticas que permitan detectar la omisión de hechos o la discrepancia numérica, fenómenos que escapan al análisis tradicional de palabras clave. Como indica Guarino (1998), la riqueza estructural de estos modelos permite que los sistemas no solo operen con lo evidente, sino que descubran conocimiento autónomamente mediante inferencias lógicas sobre la construcción de personajes o la prominencia de actores.

Finalmente, el prototipo conceptual se posiciona como un "objeto frontera" (Peukert et al., 2021). No es meramente un dibujo, sino una "instanciación" tangible de conocimiento (Cataldo, 2015) que permite la comunicación transdisciplinaria entre ingenieros, diseñadores y periodistas. Bajo el enfoque de Diseño Centrado en el Humano (HCD), se busca mitigar sesgos cognitivos y responder a las necesidades reales de usuarios no especializados y audiencias generales. Éticamente, esto implica que la automatización debe ser transparente y capaz de

detectar sesgos de género, discriminación o lenguaje de disputa, asegurando que la tecnología no reduzca la complejidad social de la noticia a meras estadísticas, sino que refuerce la credibilidad, la transparencia y la función social del oficio de informar con responsabilidad.

Resultados

El resultado final es el diseño de un prototipo conceptual que sirve como "prueba de concepto" experimental para validar la viabilidad de la idea. Los productos específicos son:

1. **Modelo ontológico de dominio básico:** una especificación formal que estructura y relaciona conceptos como atribución de fuentes, prominencia del actor, detección de llamados a la acción, polaridad sentimental, carga léxica, léxico de conflicto, discrepancia numérica y relevancia temática.
2. **Arquitectura del sistema y diseño UI/UX:** un mapa técnico de los módulos del sistema (extracción, procesamiento, motor ontológico) y un diseño de interfaz accesible para usuarios no especializados, periodistas e investigadores.
3. **Prototipo de baja fidelidad:** un modelo interactivo simple que simula cómo la herramienta presenta el análisis de textos basándose en reglas periodísticas, facilitando la validación con usuarios finales.

Referencias bibliográficas

- Al-Samarraie, Hosam, & Hurmuzan, Mihaela. (2023). Low-Fidelity Prototyping with Design Thinking in Higher Education Management in Japan: Impact on the Utility and Usability of a Student Exchange Program Brochure. Education Sciences, 13(1), 53.
- Arano, Sergio. (2003). La ontología: una zona de interacción entre la Lingüística y la Documentación. Hipertext.net. https://arxiu-web.upf.edu/hipertextnet/numero-2/ontologia.html
- Bardin, Laurence. (2002). El análisis de contenido. Ediciones Akal.
- Bednarek, Monika, & Caple, Helen. (2017). What's (The) News? Reassessing "News Values" as a Scholarly Concept. Journalism Studies, 18(12), 1470-1488. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2021.1917445
- Berelson, Bernard. (1952). Content Analysis in Communication Research. Free Press. https://archive.org/details/contentanalysisi0000bern
- Bizer, Christian, Lehmann, Jens, Kobilarov, Georgi, Auer, Sören, Becker, Christian, Cyganiak, Richard, & Hellmann, Sebastian. (2009). DBpedia - A crystallization point for the Web of Data. Journal of Web Semantics, 7(3), 154-165. https://doi.org/10.1016/j.websem.2009.07.002
- Cataldo, Andrea. (2015). Design science research. Una breve introducción. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/283018388_Design_science_research_Una_breve_introduccion
- Cechich, Alejandra. (2005). Un Meta-Entorno de Desarrollo de Software Dirigido por Ontologías. SEDICI. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/23076/Documento_completo.pdf?se-

quence=1&isAllowed=y

• Cohen, Sarah, Hamilton, James Thomas, & Turner, Fred. (2011). Computational Journalism. Communications of the ACM, 54(10), 66–71.

• Creswell, John W., & Plano Clark, Vicki L. (2017). Designing and conducting mixed methods research (3rd ed.). SAGE Publications.

• Dow, Steven P., Heddleston, Kevin, & Kulkarni, Amol. (2015). Exploring collective intelligence games with design science: A citizen science design case. En Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences.

• Flaounas, Ilias, Ali, Osama, Turchi, Marco, Snowsill, Tamsin, Nicart, Florent, De Bie, Tijl, & Cristianini, Nello. (2011). NOAM: Sistema de análisis y monitoreo de medios de comunicación. En Actas de la Conferencia Internacional ACM SIGMOD 2011 sobre Gestión de Datos (SIGMOD '11, pp. 1275–1278). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/1989323.1989474

• García Hernández, Luis Fernando. (2015). El diseño y la comunicación visual en la creación de objetos de uso cotidiano [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio Institucional de la UNAM. https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000676100/3/0676100_A1.pdf

• Gómez-Pérez, Asunción. (2024, 25 de junio). Ingeniería Ontológica. Real Academia de Ingeniería. https://raing.es/pdf/publicaciones/discursos_de_ingreso/Discurso_Ingenieria_Ontologica.pdf

• González-de-la-Lanza, Maite, & Rojas-Gattorno, Edgardo. (2010). La Ontología de Genes y sus aplicaciones. Acimed, 21(2), 1-20. http://www.rcim.sld.cu/revista_21/articulo_pdf/ontologiadegenes.pdf

• Grafmüller, Lennart, Follmer, Tim, & Möslein, Kathrin M. (2018). Developing complex, mass-customized products in SME networks. International Journal of Industrial Engineering and Management, 9(4), 215-226. https://ijiemjournal.uns.ac.rs/images/journal/volume9/IJIEM_9_4_5.pdf

• Gruber, Thomas R. (1993). A translation approach to portable ontology specifications. Knowledge Acquisition, 5(2), 199–220.

• Guarino, Nicola. (1998). Formal ontology in information systems. En Proceedings of the 1st International Conference on Formal Ontology in Information Systems (pp. 3–15). IOS Press.

• Isa, Sali Nor, & Liem, André. (2020). Exploring the role of physical prototypes during co-creation activities at LEGO company using case study validation. CoDesign, 16(4), 316-335. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15710882.2020.1715443

• Kapočiūtė-Dzikienė, Jurgita, & Ungulaitis, Arūnas. (2024). Towards Media Monitoring: Detecting Known and Emerging Topics through Multilingual and Crosslingual T....ext Classification. Applied Sciences, 14(10), 4320. https://doi.org/10.3390/app14104320

• Krippendorff, Klaus. (2018). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Sage Publications.

• Lee, Samuel, Blevins, Joel, Williams, Sheri, Charles, Virginia, Castillo, Ernesto, Harvey, Ian, & Young, Cynthia. (2024). Narrative Review of Human-Centered Design in Public Health Interventions in Low- and Middle-Income Countries: Recommendations for Practice, Research, and Reporting. American Journal of Public Health, 114(S5), S436–S446.

• López-González, María Liliana, & Aldana-Montes, José Fernando. (2023). Ontologías:

una aproximación al concepto, sus elementos y construcción. Investigación en Educación Médica, 12(45), 82–89. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572023000100082

• Lyles, Courtney R., Altschuler, Anne, Chawla, Nandini, Sridharan, Srividya, Scherr, Adam, Frentzel, Elya, Fiol, Veronica, Ralston, Joseph D., & Reed, Mary E. (2021). The Children's Oncology Planning for Emergencies (COPE) Tool: Prototyping with Caregivers of Children with Cancer. Applied Clinical Informatics, 12(2), 376–384.

• Martini, Stella. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Grupo Editorial Norma. https://www.u-cursos.cl/icei/2009/2/PER22/3/material_docente/bajar?id_material=492632

• Molina Jácome, Íngrid. (2018). Valores noticiosos: una revisión de la literatura académica. Encuentros, 16(1), 34-47. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9408276.pdf

• Ortells-Badenes, Salvador. (2014). Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento. Textual & Visual Media, 7, 209-226. https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/download/90/73/146

• Peukert, David, Vilsmaier, Ulli, & Schneider, Flurina. (2021). Facilitating collaborative processes in transdisciplinary research using design prototyping. GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society, 30(3), 188-196.

• Ramos, Elizabeth, & Núñez, Héctor. (2007). Ingeniería Ontológica: Una visión general. Universidad Central de Venezuela, Escuela de Computación. http://computacion.ciens.ucv.ve/escueladecomputacion/technicalReports/downloadFile/32

• San Vicente, Iker, Saralegia, Xabier, & Agerri, Rodrigo. (2019). Real time monitoring of social media and digital press. arXiv. https://arxiv.org/abs/1810.00647

• Thurman, Neil. (2019). Personalization of news. En T. Vos & F. Hanusch (Eds.), The international encyclopedia of journalism studies (pp. 1–6). John Wiley & Sons. https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0052

• Timmerman, Yoram, & Bronselaer, Antoon. (2022). Automated monitoring of online news accuracy with change classification models. Information Processing & Management, 59(6), 103105. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103105

• Vállez, Maura, & Codina, Lluís. (2018). Periodismo computacional: evolución, casos y herramientas. El profesional de la información, 27(4), 759–768. https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.05

• Wolf, Mauro. (1987). La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas. Paidós Comunicación. https://casamdp.files.wordpress.com/2013/08/wolf-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf

VICTIMIZACIÓN Y CRIMINALIZACIÓN DE PERIODISTAS ASESINADOS EN GAZA

Miguel Ángel Borda Borda
Comunicador Social-Periodista en formación
Politécnico Grancolombiano
manborda@poligran.edu.co

Doria Constanza Lizcano Rivera
Docente-Investigadora
Politécnico Grancolombiano
dliscano@poligran.edu.co

Gisella Andrea Lizarazo Oróztegui
Comunicadora Social-Periodista en formación
Politécnico Grancolombiano
aglizarazo@poligran.edu.co

Nicolás Bohórquez Tejada
Candidato a Magíster en Inteligencia artificial y Computación.
nbohorquezt@poligran.edu.co

Resumen

El conflicto entre Israel-Palestina se ha convertido en uno de los hechos bélicos y mediáticos más intensos de los últimos años, así como aquel que reviste mayor número de denuncias en la vulneración de los derechos humanos. Pese a que existe la condena generalizada de la comunidad internacional y la ONU, los denominados crímenes de guerra esta, además, se relaciona con el ejercicio del oficio periodístico. La presencia de los periodistas o corresponsales de guerra fueron determinantes para garantizar el acceso a la información y adicionalmente documentar al mundo la realidad en Gaza contextos de censura, propaganda y violación a los derechos humanos, no obstante al revisar las cifras de periodistas asesinados se reconoce alrededor de 250 periodistas abatidos, razón por la cual, 2024 ha sido considerado el año con mayor registro en el mundo de periodistas asesinados, e Israel, y en consecuencia, el lugar más peligroso para ejercer el periodismo. Este panorama permite cuestionarse frente a las garantías para la libertad de prensa y adicionalmente sobre las responsabilidades que se han eludido a la persecución de los reporteros. La investigación se centra en analizar los factores en torno a la victimización y criminalización de los periodistas asesinados desde un enfoque cuantitativo y el registro de seis medios internacionales. Los discursos deshumanizantes y la criminalización de los periodistas posicionan a Gaza como el territorio más letal y la región con mayor instrumentalización de periodistas para fines e intereses políticos.

Palabras clave

Periodistas 1; Revictimización 2; Conflicto 3; Medios de Comunicación 4

Abstract

The Israeli-Palestinian conflict has become one of the most intense wars and media events of recent years, as well as the one with the highest number of reported human rights violations. Despite widespread condemnation from the international community and the UN, these so-called war crimes are also linked to the practice of journalism. The presence of journalists and war correspondents was crucial in guaranteeing access to information and documenting the reality in Gaza for the world, amidst contexts of censorship, propaganda, and human rights abuses. However, a review of the figures for journalists killed reveals approximately 250, making 2024 the deadliest year on record worldwide for journalists, and consequently, the most dangerous place to practice journalism. This situation raises questions about the guarantees for press freedom and, furthermore, about the evasion of responsibility in the persecution of reporters. The research focuses on analyzing the factors surrounding the victimization and criminalization of murdered journalists, using a quantitative approach and data from six international media outlets. Dehumanizing rhetoric and the criminalization of journalists position Gaza as the deadliest territory and the region with the greatest exploitation of journalists for political ends and interests.

Keywords

Journalists 1; Revictimization 2; Conflict 3; Media 4

1. Introducción

El periodismo en contextos de conflicto cumple una labor fundamental a la hora de divulgar e información y perspectivas que se viven dentro de los territorios. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2025) sostiene que los periodistas que trabajan en situaciones de conflicto y crisis enfrentan amenazas significativas para su seguridad, incluyendo ataques físicos y asesinatos. De acuerdo con Khan (citada por ONU, 2025) sacrificar el derecho a la libertad de expresión es un atentado a la democracia por razones políticas.

La franja de Gaza se ha convertido en un escenario hostil a la hora de ejercer la labor del periodismo, debido a distintas transgresiones que sufren los periodistas y fotoperiodistas poniendo en riesgo su vida o su libertad. Según (CPJ,2026) Israel es uno de los países que encabeza la lista con más periodistas encarcelados. En el 2025, 29 periodistas fueron encarcelados, 27 de ellos detenidos arbitrariamente.

Según Sahagún (2023) a tan solo un mes de inicio de las confrontaciones, la CPJ (Comité para la Protección de Periodistas) confirmaba la muerte de 53 periodistas; es decir uno por día. Por ejemplo, la muerte de seis periodistas a inicios de la confrontación en la frontera con el Líbano fue señalada por el embajador de la ONU Gilad Erdan, como no intencional, "Obviamente, nunca querríamos alcanzar ni matar ni disparar a ningún periodista [...] Pero, ya saben, estamos en estado de guerra, son cosas que pueden pasar" (Amnistía Internacional, 2023, s.p.). Estas afirmaciones junto con la desprotección a los periodistas desde el inicio de los ataques, marcó una tendencia en la confrontación.

Se busca analizar los procesos de victimización y criminalización de los periodistas asesinados en el genocidio palestino israelí a partir del tratamiento mediático en seis medios[1] con el fin de identificar patrones discursivos, atribución de responsabilidades y vulneraciones a la libertad de prensa, los derechos humanos, además se busca analizar los procesos de humanización y deshumanización en las narrativas las diferentes noticias.

Las denuncias de RSF[2] sugieren un patrón sistemático en los ataques de Israel a campamentos de periodistas, determinados como intencionales, no colaterales para eliminar a los reporteros y asociasarlos con terrorismo. Versiones divergentes como el del Meir Amit Center (2025) afirman que 60% de periodistas muertos tenían lazos con Hamás o Yihad Islámica, justificando bajas "periodismo weaponizado" .Esta dualidad genera debate sobre causalidad (daños colaterales vs. deliberado), tanto la ONU como la CPJ exigen investigaciones imparciales ante falta de pruebas de acusaciones israelíes.

La presencia de un patrón de ausencia de información sobre los periodistas asesinados en Gaza identifica un ocultamiento sistemático y acceso a evidencias directas sobre

las condiciones y circunstancias de las muertes.

• 1-Dos medios locales y cuatro internacionales.
• 2-Se denunciaron 35 ataques intencionales.

2. Marco teórico

Las principales categorías conceptuales que orientan el análisis de la investigación sobre la victimización y criminalización de periodistas asesinados en Gaza son: periodismo de guerra, corresponsal de guerra, libertad de expresión en contextos bélicos, papel de los medios de comunicación en el cubrimiento del conflicto y victimización de periodistas en escenarios de guerra, con énfasis en la Franja de Gaza. Estas categorías permiten comprender el ejercicio periodístico como práctica informativa, a la vez que como labor atravesada por riesgos estructurales, tensiones políticas y disputas simbólicas propias de los conflictos armados contemporáneos.

El periodismo de guerra, entendido como una práctica informativa sistemática, independiente y dirigida a audiencias masivas, se consolida a mediados del siglo XIX, particularmente durante la Guerra de Crimea (1853–1856), en la que la labor de William Howard Russell, corresponsal de The Times de Londres, marcó un punto de inflexión al ofrecer reportes directos desde el frente que evidenciaban las condiciones reales del conflicto (Knightley, 2004).

Desde una perspectiva conceptual, el periodismo de guerra se define como la práctica informativa que se desarrolla en contextos de conflicto armado y que se caracteriza por la cobertura directa de hechos violentos, crisis humanitarias y dinámicas políticas y militares que afectan de manera profunda a la población civil. Según Sahagún (2023), el corresponsal de guerra cumple una función esencial al documentar los acontecimientos desde el terreno y ofrecer testimonios que permiten contrarrestar versiones oficiales, propaganda estatal y narrativas hegemónicas.

Históricamente, el periodismo de guerra ha sido considerado una de las formas de mayor riesgo dentro del ejercicio periodístico. Las transformaciones de los conflictos armados contemporáneos, en particular aquellos de carácter asimétrico, han incrementado la exposición de los periodistas a ataques directos, detenciones arbitrarias y asesinatos selectivos (UNESCO, 2025). En este escenario, el corresponsal de guerra deja de ser un observador protegido para convertirse en un actor altamente vulnerable, pese a su reconocimiento como civil bajo el derecho internacional humanitario. Así mismo, esta modalidad del ejercicio periodístico exige un compromiso ético orientado a la veracidad, la contextualización de los hechos y la protección de las víctimas.

En el caso de Gaza, el periodismo de guerra adquiere una dimensión particular, debido al bloqueo prolongado del territorio, la restricción al ingreso de corresponsales internacionales y la dependencia de periodistas locales para el registro y la difusión de los hechos. Estas condiciones intensifican los riesgos, pues los comunicadores palestinos se encuentran expuestos de manera permanente al conflicto, sin posibilidad de rotación ni garantías efectivas de protección.

Por su parte, la libertad de expresión constituye un derecho humano fundamental y un pilar esencial de las sociedades democráticas. No obstante, en contextos de guerra este derecho suele ser uno de los primeros en ser restringidos, bajo argumentos de seguridad nacional, control del orden público o combate a la desinformación. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2023), las amenazas, ataques y asesinatos de periodistas producen un efecto inhibidor que limita gravemente la circulación de información, opiniones e ideas.

En escenarios bélicos, la libertad de expresión se enfrenta a tensiones constantes entre el derecho a informar y las estrategias de censura, propaganda y control del relato. Los

Estados y actores armados buscan imponer narrativas que legitimen sus acciones, mientras desacreditan o criminalizan las voces críticas. En este contexto, los periodistas que documentan violaciones a los derechos humanos o crímenes de guerra son frecuentemente señalados como enemigos, colaboradores o amenazas, lo que incrementa su nivel de riesgo.

La situación en Gaza evidencia una vulneración sistemática de la libertad de prensa. Según la ONU (2025), el ejercicio periodístico en la Franja se desarrolla en medio de rigurosas restricciones, ataques a infraestructuras mediáticas y asesinatos de comunicadores, lo que configura un entorno hostil para la libertad de expresión. Estas prácticas no solo afectan a los periodistas, sino que privan a la comunidad internacional del acceso a información independiente y veraz sobre lo que ocurre en el territorio.

Intrínsicamente, los medios de comunicación resultan determinantes en la construcción social de los conflictos armados, pues a través de sus relatos contribuyen a moldear percepciones, interpretaciones y posicionamientos de la opinión pública. El cubrimiento mediático de la guerra no es neutral; está atravesado por intereses políticos, económicos y culturales que influyen en la selección de fuentes, el lenguaje empleado y el encuadre de las noticias.

Los conflictos prolongados, como el de Israel-Palestina, tienden a ser representados mediante marcos simplificados que reducen la complejidad histórica y humanitaria del enfrentamiento. En este contexto, la labor de los periodistas en terreno resulta fundamental para humanizar el conflicto, visibilizar a las víctimas civiles y documentar las consecuencias reales de la violencia (RSF, 2024). Sin embargo, el cubrimiento del conflicto en Gaza enfrenta obstáculos estructurales, como la censura, la desinformación y la estigmatización de los periodistas locales. La destrucción de sedes de medios, el corte de servicios básicos y la persecución directa a comunicadores limitan severamente la capacidad informativa. A ello se suma la criminalización discursiva, mediante la cual se cuestiona la legitimidad del trabajo periodístico y se desacredita la información producida desde el territorio.

La victimización de periodistas hace referencia al conjunto de violencias físicas, simbólicas y estructurales que afectan a los comunicadores en el ejercicio de su labor. Estas violencias incluyen asesinatos, heridas, detenciones arbitrarias, amenazas, desplazamientos forzados y campañas de difamación. En contextos de guerra, la victimización adquiere un carácter sistemático, especialmente cuando existe impunidad y ausencia de investigaciones judiciales efectivas.

En Gaza, este fenómeno presenta una escalada que ya no puede considerarse marginal. De acuerdo con Reporteros sin Fronteras (RSF, 2024), la Franja se consolidó como el lugar más peligroso del mundo para ejercer el periodismo, siendo las fuerzas armadas israelíes responsables de una proporción significativa de los asesinatos de comunicadores a nivel global. Estas muertes no pueden ser entendidas como daños colaterales, sino como parte de un patrón que pone en entredicho las garantías del derecho internacional humanitario.

La ONU (2024) ha señalado que el 85 % de los asesinatos de periodistas en el mundo no deriva en procesos efectivos de justicia, lo que refuerza ciclos de violencia y revictimización. En el caso de Gaza, la falta de rendición de cuentas contribuye a la normalización de la violencia contra la prensa y a la criminalización de su labor. Los periodistas asesinados no solo son víctimas directas del conflicto, sino también de un sistema que omite su protección y niega justicia.

Estas aproximaciones conceptuales permite analizar la manera en que la violencia contra los periodistas no solo vulnera derechos individuales, sino que constituye un atentado contra el derecho colectivo a la información y contra los principios democráticos fundamentales, a la vez que hace inteligible la magnitud de las condiciones desde las cuales se desarrolla el ejercicio periodístico en Gaza.

3. Metodología

El estudio aplicó una metodología cuantitativa que permitió el seguimiento a seis medios de comunicación internacional en torno a la información publicada de los periodistas muertos en Gaza.

El diseño se organizó en tres momentos. Primero se realizó un reconocimiento de los medios de comunicación internacionales con un alto nivel de publicación, así como de su reconocimiento y alcance internacional. El País, CNN, BBC, France 24, Al Jazeera y The Jerusalem Post. La muestra intencional buscó reconocer, estratégicamente, las perspectivas editoriales de medios árabes, occidentales y de Medio Oriente en busca de una representación plural frente al cubrimiento del conflicto. Adicionalmente, se seleccionaron 30 periodistas.

En un segundo momento, se diseñó la matriz de recolección de información que categorizó las dimensiones del tratamiento mediático. Mediante cinco ejes temáticos. Identificación del medio y datos generales del periodista, este incluyó información como: medio, titular, URL, periodista, nacionalidad y situación. Para el segundo eje, construcción de la narrativa, se identifica la descripción del periodista y las fuentes; el tercer eje, procesos de victimización: construcción de la víctima, tipo de humanización; el cuarto eje procesos de criminalización: presencia o ausencia y el quinto eje, responsabilidad (atribución al actor, tipo de voz, descripción de la imagen y observaciones)

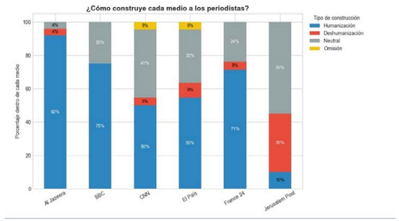
El tercer momento fue una codificación abierta e inductiva desde la identificación de concurrencias, patrones discursivos y estrategias en el tratamiento mediático. Las relaciones jerárquicas permitieron la codificación axial de acuerdo con cada variable analítica. Para las graficación se realizó una organización y transformación de los datos en Python utilizando la librería pandas. Las variables fueron agrupadas mediante tablas de contingencia (crosstab), calculando proporciones relativas dentro de cada categoría para obtener porcentajes comparables entre medios, nacionalidades y tipos de construcción discursiva. Posteriormente, se emplearon las librerías matplotlib y seaborn para la visualización, utilizando principalmente gráficos de barras apiladas y horizontales, así como mapas de calor. Las barras apiladas permitieron comparar distribuciones internas (por ejemplo, tipo de construcción dentro de cada medio), mientras que las barras horizontales facilitaron la comparación directa de indicadores específicos como criminalización o deshumanización.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados que describen la criminalización y victimización de los periodistas asesinados en Gaza en la cobertura mediática, examinada en seis medios internacionales: Al Jazeera, The Jerusalem Post, BBC, CNN, El País y France 24. Se identifican patrones en las construcciones discursivas (humanización, deshumanización, neutralización y omisión), la criminalización, la atribución de responsabilidad y el uso de recursos visuales.

Gráfica 1

Construcción del periodista



Fuente

Elaboración. Propia, 2026

Nota: La gráfica muestra una tendencia de deshumanización en el medio The Jerusalem Post.

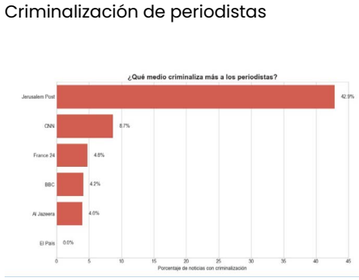
La gráfica 1 muestra cuatro tipos de construcción de los periodistas en los medios de comunicación, siendo dos de ellos locales (Al Jazeera, The

Jerusalem Post) y cuatro internacionales (BBC, CNN, El País, France 24). Se identifica la humanización en la mayoría medios analizados. Al Jazeera es el medio con mayor porcentaje con un 92%, le sigue BBC con el 75%, France 24 con el 71%, CNN y El País con el 50% y 55%. En cuanto a la deshumanización, The Jerusalem Post presenta un 35% en sus narrativas. Por su parte, medios como CNN, Al Jazeera, El país y France 24 no superan el 9%.

Respecto a las narrativas neutrales, The Jerusalem Post tiene un 55%, CNN 41%, France 24 24% y BBC 25%. Sin embargo, Al Jazeera es el medio con menor porcentaje de neutralidad en su cobertura con el 4%. Finalmente, la omisión por parte de medios como CNN y El País es del 5% indicando que los periodistas no son del todo excluidos del discurso mediático.

Gráfica 2

Criminalización de periodistas



Fuente

Elaboración propia, 2026

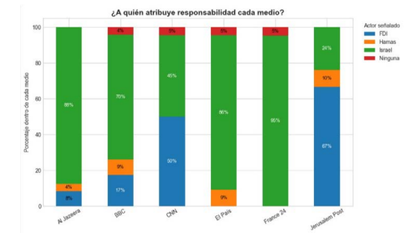
Nota: la gráfica muestra la tendecia de Jerusalem Post en la criminalización de periodistas.

La gráfica 2 muestra el porcentaje de noticias que criminalizan a los periodistas.

Los resultados indican que el medio The Jerusalem Post criminaliza a los periodistas con un 42,9%, BBC 4,2 % en comparación con CNN 8,7 %, France 24 4,8 %, y Al Jazeera 4,0 %. El país no registra noticias con esta característica.

Gráfica 3

Responsabilidad de cada medio



Fuente

Elaboración. Propia, 2026

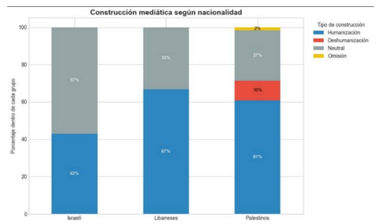
Nota: La gráfica muestra la tendencia de France 24 de atribuir la responsabilidad a Israel.

En la gráfica 3, se representa la atribución de responsabilidad que tiene cada actor expuesto por los 6 medios. Se señala a Israel como el mayor responsable de la muerte de los periodistas, siendo France 24 95%, Al Jazeera 88% , BBC 70% , The Jerusalem Post 24% y CNN 45%.

Asimismo, CNN presenta una distribución equitativa entre las FDI 50% e Israel 45%. BBC la atribuye a Israel 70%, hay un menor porcentaje de atribución hacia las FDI (17%) y con menor porcentaje a Hamas (9%). Por último, The Jerusalem Post atribuye principalmente a las FDI con 67%, después sigue Israel (24%) y Hamas (10%), mostrando un patrón distinto respecto a los demás medios analizados.

Gráfica 4

Construcción mediática según nacionalidad



Fuente

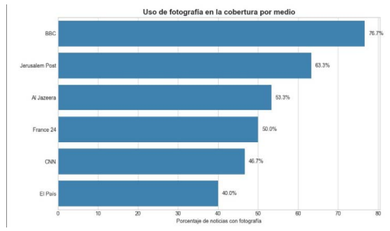
Elaboración. Propia, 2026

Nota: La grafica muestra la identificación de deshumanización hacia periodistas palestinos

En la gráfica 4 se muestra la construcción mediática según la nacionalidad del periodista (israelís, Libanes o Palestino). Hay una humanización de mayor porcentaje hacia los libaneses 67%, seguidos de los palestinos 61% y de israelís 43%. Por otra parte, los palestinos tienen una construcción mediática de deshumanización 10% y una única omisión 2%. Los israelís 57% predominan con neutralidad de los medios, le siguen los libaneses 33% y los palestinos 27%.

Gráfica 5

Uso de fotografía en la cobertura por medio



Fuente

Elaboración. Propia, 2026

Nota: La tendencia de esta grafica muestra que BBC usa fotografias en la mayoria de sus noticias

La gráfica 5 muestra el uso de fotografías en los medios. En primer lugar se observa que BBC 76.7% es el medio internacional que más utiliza recursos visuales, le sigue The Jerusalem Post 63.3% y Al Jazeera 53.3%, France 24 50% y en el rango más bajo de uso de imágenes esta CNN 46.7% y El País 40%.

Gráfica 6

Deshumanización según nacionalidad



Fuente

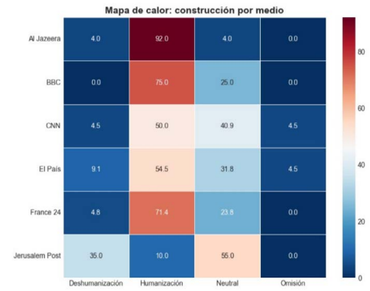
Elaboración. Propia, 2026

Nota: La gráfica tiene una tendencia a la deshumanización de los palestinos.

De acuerdo con la gráfica 6, la deshumanización según la nacionalidad presenta un 10.4% para los palestinos y ausente para los israelís y libáneses.

Gráfica 7

Construcción por Medio



Fuente

Elaboración. Propia, 2026

Nota: La gráfica tiene un punto de calor muy alto por parte de Al Jazeera la humanización que manejan.

La gráfica 7 muestra los tipos de construcción discursiva sobre los periodistas por cada medio. Los datos revelan que la humanización es el tipo de construcción que más predomina en los medios analizados, con una intensidad representada para Al Jazeera 92%, BBC 75%, France 24, 71.4%, El País 54.5%, CNN 50% y The Jerusalem Post 10%. La Omisión tiene niveles más bajos alcanzando el 0.0 en la mayoría de los medios a excepción de CNN 4.5 %y El País 4.5 %. La neutralidad muestra niveles de calor casi a la mitad siendo The Jerusalem Post 55 %el más alto y France 24 (23.8) el más bajo.

5. Discusión

La discusión de los resultados presenta cuatro núcleos temáticos que permiten la relación de las variables, el primero de ellos es el periodismo

de guerra y la construcción de narrativas del conflicto, el segundo, la libertad de expresión y la censura, el tercero, los medios y los encuadres del conflicto y el cuarto, la victimización de los periodistas y la jerarquización de las vidas.

Las narrativas diferenciadas reconocidas en los medios analizados establecen posicionamientos editoriales específicos. Así, la humanización predominante de Al Jazeera 92%, BBC 75% y France 24 71%, contrasta con los marcos interpretativos deshumanizantes de Jesuralem Post 35%. Estas tensiones informativas de los medios reiteran lo postulado por Knightley (2004), quien sostiene que el periodismo de guerra ofrece narrativas que oscilan entre la información, el poder y la propaganda. Así mismo, el rol contrahegemónico propio del periodista de guerra se ve amenzado, no solo por persecusión sistemática de los periodistas palestinos, sino por la criminalización, presente en un 42.9% de las publicaciones del Jerusalem Post. En ese orden de ideas, la función crítica del periodista contradice la premisa del contrapeso mediático que debe contrarrestar las narrativas oficiales con las realidades silenciadas en el conflicto. Sahagún (2023)

Respecto a la libertad de expresión y la censura, los resultados documentan el clima de temor de los periodistas en Gaza, así como su persecusión sistemática, tal como lo documenta la ONU (2023), al señalar que la muerte de periodistas no representó un efecto colateral del conflicto, por el contrario, fue una estrategia de silenciamiento hacia la prensa. Así, France 24, 95%, Al Jazeera 88% y BBC 70% señalan como responsable a Israel. Adicionalmente, el efecto multiplicador del silenciamiento de la prensa se evidencia en la victimización y criminalización de los periodistas, pues el 85% de las narrativas indican que las estrategias discursivas buscaron un desprestigio pos mortem de los periodistas, reiterando el impacto devastador a la libertad de prensa establecido por la ONU (2025).

En cuanto a los medios y los encuadres del conflicto, medios como Al Jazeera, BBC y France 24, El País presentan narrativas que humanizan a los periodistas y señalan a los perpretadores, en contraste The Jerusalem Post y CNN que deshumanizan, criminalizan y difuminan las responsabilidades. Adicionalmente, el uso de recursos visuales, fotografías, ilustraciones y videos representan uno de los más empleados por los medios.

La victimización de periodistas también establece un patrón discriminatorio alarmante en la valoración mediática de las vidas en este conflicto. El hecho de que los periodistas palestinos registren mayores índices de deshumanización establecen mecanismos de impunidad, normalización de la violencia que legitima futuros ataques a los periodistas.

En efecto, la victimización y criminalización de los periodistas representa una problemática multidimensional que trasciende al asesinato de los periodistas y que en últimas desemboca en una fragmentación de narrativas que impide la construcción de acuerdos globales y lo más importante, la exigibilidad de justicia.

6. Conclusiones

El análisis del tratamiento mediático en los medios internacionales reveló patrones diferenciados de construcción discursiva que evidencian posturas editoriales divergentes respecto a la muerte de los periodistas en Gaza.

La humanización representa la constante en la narrativa de los medios encabezados por Al Jazeera. En contraste, Jerusalem Post revela una deshumanización y criminalización que legitima la violencia y cuestiona la inocencia de los periodistas asesinados, esta postura editorial establece lineamientos políticos frente al conflicto.

En cuanto a la atribución de la responsabilidad, los medios coinciden en señalar a Israel, exceptuando a Jerusalem Post y CNN quienes establecen asignaciones difusas. Los patrones discriminatorios frente a la humanización de periodistas sirios en

contraste con los palestinos sugieren jerarquías implícitas que reproducen y naturalizan desigualdades estructurales en la representación mediática de víctimas según su origen étnico-nacional. Este hallazgo establece una relación entre la construcción discursiva de los medios y la criminalización de los periodistas palestinos.

Finalmente, la falta de consenso frente a los ataques que sufrió la prensa en Gaza retrata la crisis de la prensa, la normalización de los niveles de impunidad, así como la urgencia de mecanismos reales de protección de los periodistas en zonas de conflicto. En ese sentido, los discursos deshumanizantes y la criminalización de los periodistas posicionan a Gaza como el territorio más letal y la región con mayor instrumentalización de periodistas para fines e intereses políticos.

Referencias bibliográficas

• Amnistía Internacional. (7 de diciembre de 2023). Líbano: Debe investigarse como crimen de guerra ataque mortal israelí contra periodistas. [En línea]. https://www.amnesty.org/es/latest/news/2023/12/lebanon-deadly-israeli-attack-on-journalists-must-be-investigated-as-a-war-crime/

• CPJ. (2026, enero 21). 2025 journalist jailings remain stubbornly high; harsh prison conditions pervasive - Committee to Protect Journalists. Committee to Protect Journalists. https://cpj.org/special-reports/2025-journalist-jailings-remain-stubbornly-high-harsh-prison-conditions-pervasive/

• Meir Amit. (16 de diciembre de 2025). About 60% of the Gazans Classified as "Journalists" and Other Media Personnel Killed in the Gaza Strip War Belonged to Hamas and Other Terrorist Organizations. The Meir Amit Intelligence and Terrorism Information Center. https://www.terrorism-info.org.il/en/about-60-of-the-gazans-classified-as-journalists-and-other-media-personnel-killed-in-the-gaza-strip-war-belonged-to-hamas-and-other-terrorist-organizations/

• ONU (25 de abril de 2024). Hay que distinguir entre antisemitismo y la crítica legítima a Israel, dice experta. [En línea]. https://news.un.org/es/story/2024/04/1529286

• ONU. (2023). Día Internacional para Poner Fin a la Impunidad de los Crímenes contra Periodistas ES | Naciones Unidas. United Nations. https://www.un.org/es/observances/end-impunity-crimes-against-journalists

• ONU. (2024, noviembre 2). El 85% de los asesinatos de periodistas quedan impunes | ONU GENEVE. ONU GENEVE. https://www.ungeneva.org/fr/news-media/news/2024/11/99869/el-85-de-los-asesinatos-de-periodistas-quedan-impunes?

• ONU. (2025, Septiembre 16). Israel ha cometido genocidio en la Franja de Gaza. Noticias ONU. https://news.un.org/es/story/2025/09/1540443

• ONU. (2025, octubre 7). La ONU llama a proteger a todos los civiles y a terminar el sufrimiento en el segundo aniversario de la guerra de Gaza. Noticias ONU. https://news.un.org/es/story/2025/10/1540533

• Organización de las Naciones Unidas. (2025). Bearing witness, breaking barriers: The essential role of journalists in Gaza and the West Bank. Naciones Unidas. https://www.un.org/en/peace-and-security/bearing-witness-breaking-barriers

• Organización de las Naciones Unidas. (2024, noviembre 2). El 85 % de los asesinatos de periodistas quedan impunes. ONU Ginebra. https://www.ungeneva.org/fr/news-media/news/2024/11/99869/el-85-de-los-asesinatos-de-periodistas-quedan-impunes

• RSF. (2024, Deciembre 12). RSF's 2024 Round-up: journalism suffers exorbitant human cost due to conflicts and repressive regimes. Rsf.org. https://rsf.org/en/rsf-s-2024-round-journalism-suffers-exorbitant-human-cost-due-conflicts-and-repressive-regimes?

• Sahagún, F. (2023). El cementerio de Gaza. [En línea]. https://www.cuadernosdeperiodistas.com/wp-content/uploads/sites/2/2023/12/9_16-Felipe-Sahagun.pdf

• UNESCO. (2025). Safety of Journalists in crisis and conflict-situations. Unesco.org. https://www.unesco.org/en/safety-journalists/safety-journalists-crisis?

• Knightley, P. (2004). The first casualty: The war correspondent as hero and myth-maker from the Crimea to Iraq (Rev. ed.). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press. https://www.gbv.de/dms/sub-hamburg/38728592X.pdf

• Valle-Inclán, R. del. (1921). La media noche. Visión estelar de un momento de guerra. Madrid, España: Rivadeneyra. https://www.cervantesvirtual.com/obra/la-media-noche-vision-estelar-de-un-momento-de-guerra/





Mesa 10

Arte, Creación y Estética

PAISAJES SONOROS DE LAS ANTIGUAS ESTACIONES DEL FERROCARRIL EN EL QUINDÍO: RECUPERACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE MEMORIA COLECTIVA

Jorge Eduardo Urrea Giraldo
Universidad del Quindío
Colombia
ORCID: 0000-0002-5382-5220
jeurrea@uniquindio.edu.co

Laura Daniela Agudelo Cárdenas
Universidad del Quindío
Colombia
Laurad.agudeloc@uqvirtual.edu.co

Anderson Correa Arenas
Universidad del Quindío
Colombia
anderson.correaa@uqvirtual.edu.co

Santiago Cuéllar Moreno
Universidad del Quindío
Colombia
Santiago.cuellarm@uqvirtual.edu.co

Paulina Escobar Saldarriaga
Universidad del Quindío
Colombia
Paulina.escobars@uqvirtual.edu.co

Juan Alejandro Muñoz Naranjo
Universidad del Quindío
Colombia
juana.munozn@uqvirtual.edu.co

Saray Toro Moscoso
Universidad del Quindío
Colombia
saray.torom@uqvirtual.edu.co

Resumen

El proyecto “Paisajes sonoros de las antiguas estaciones del ferrocarril en el Quindío: recuperación y construcción de memoria colectiva” propone una aproximación desde la investigación-creación para reconstruir y resignificar las configuraciones socioacústicas asociadas a las estaciones ferroviarias del departamento. Estos espacios, que en el pasado funcionaron como nodos de encuentro, tránsito y sociabilidad, hoy se encuentran deteriorados o transformados, y gran parte de sus huellas sonoras han desaparecido del entorno cotidiano y de la memoria colectiva.

La investigación se desarrolla mediante una triangulación metodológica que articula investigación-creación, etnografía sonora y cartografía sonora, con el propósito de registrar, interpretar y componer paisajes sonoros que recuperen las memorias auditivas vinculadas al antiguo sistema ferroviario del Quindío. El trabajo se realizará en las estaciones de Armenia, Salento, La Tebaida y Quimbaya, contando con la participación de habitantes, comerciantes y portadores de memoria vinculados a estos espacios. A partir de entrevistas sonoras, recorridos de escucha y registro de ambientes acústicos, se producirán piezas sonoras, registros etnográficos y una cartografía sonora del territorio.

Como resultado, el proyecto busca aportar a la preservación del patrimonio sonoro y al fortalecimiento de la identidad regional, entendiendo el paisaje sonoro como una herramienta para activar procesos de memoria colectiva y reconocimiento cultural del territorio.

Palabras clave

Archivo Sonoro, Estaciones Ferroviarias, Etnografía Sonora, Investigación Creación, Memoria Cultural, Paisaje Sonoro, Patrimonio Sonoro, Quindío, Soundwalk

Introducción

El sonido constituye una dimensión fundamental en la construcción de la memoria y la identidad de los territorios. Los paisajes sonoros —entendidos como el conjunto de sonidos que conforman un entorno acústico— permiten comprender las transformaciones sociales, culturales y simbólicas de una comunidad a través de sus huellas auditivas. En este sentido, los sonidos del pasado no solo evocan experiencias cotidianas, sino que también funcionan como archivos vivos de la memoria colectiva.

En el departamento del Quindío, las antiguas estaciones del ferrocarril fueron durante gran parte del siglo XX espacios de encuentro, comercio y movilidad que marcaron profundamente la vida social y económica de la región. Sin embargo, con el abandono progresivo de la red ferroviaria, estos lugares han quedado reducidos a vestigios materiales y silencios simbólicos, lo que ha implicado también la pérdida de gran parte de las memorias sonoras asociadas al tránsito del tren y a la vida cotidiana de los andenes.

Aunque diversas investigaciones han abordado el patrimonio ferroviario y los imaginarios territoriales del Quindío, la dimensión sonora de estos espacios ha sido poco documentada, lo que limita la comprensión del ferrocarril como patrimonio cultural inmaterial y como referente de identidad regional.

Frente a este panorama, el presente proyecto propone reconstruir y reinterpretar los paisajes sonoros de las antiguas estaciones del ferrocarril mediante un enfoque de investigación-creación que articula registro de campo, escucha situada y producción sonora. A través de la etnografía sonora, la cartografía acústica y la creación artística, la investigación busca registrar las huellas auditivas del territorio y activar procesos de memoria colectiva que resignifiquen el legado ferroviario en el Quindío.

De esta manera, el proyecto que se encuentra en investigación activa, pretende de manera preliminar documentar sonidos y generar experiencias de escucha y creación que permitan comprender el ferrocarril como un territorio de memoria donde convergen historia, identidad y patrimonio cultural

Metodología

La metodología de esta investigación se fundamentó en la praxis creativa como motor para la obtención de resultados y el cumplimiento de los objetivos trazados. Se implementó una triangulación metodológica que articula la etnografía sonora (interpretación de la dimensión acústica), la cartografía sonora (vínculo entre sonido, espacio y memoria para una lectura patrimonial) y la creatividad operativa aplicada a la recolección de memorias del paisaje sonoro.

Estos recursos operan como instrumentos analíticos que transmutan la experiencia auditiva al plano visual, facilitando la comprensión del paisaje sonoro como un fenómeno social, espacial y patrimonial. Para optimizar el alcance del estudio, el equipo investigador se distribuyó en zonas estratégicas del Quindío, realizando el registro técnico (micrófonos de alta fidelidad, grabadoras y solapas) y fotográfico de las estaciones ferroviarias de Armenia, Salento, Quimbaya, Montenegro y La Tebaida.

Conforme a la ruta metodológica propuesta por Beltrán-Luengas y Villaneda (2020), el enfoque se estructuró en tres fases interdependientes:

1. Contextualización: Fase de indagación documental, trabajo de campo preliminar y revisión de archivos sonoros preexistentes.
2. Detonación: Interpretación y problematización de los hallazgos mediante la escritura reflexiva y la definición de criterios conceptuales para la creación.
3. Conformación plástica: Producción de paisajes sonoros y montaje final, concebidos como un acto de construcción de conocimiento y memoria.

El proceso culmina en la creación de paisajes sonoros y un mapa curatorial del Quindío. Estos productos trascienden el valor estético para constituirse en dispositivos de restitución de la memoria sonora del ferrocarril, reafirmando su valor patrimonial y educativo (Ariza-Pomareta, 2015)

Resultados

El trabajo de campo permitió registrar y analizar las configuraciones acústicas actuales de la antigua estación del ferrocarril de Armenia, además, se realizó la recolección de memorias sonoras asociadas a su funcionamiento durante el periodo de actividad ferroviaria. A partir de la triangulación entre registros de paisaje sonoro, entrevistas testimoniales y observación etnográfica, se identificaron transformaciones significativas en la identidad acústica del lugar.

En primer lugar, la acústica actual permite evidenciar la presencia de sonidos asociados a la dinámica urbana contemporánea, en los cinco puntos de escucha establecidos dentro del espacio de la estación se identificaron sonidos como el tránsito vehicular, las voces humanas y diversas actividades cotidianas vinculadas al uso actual del lugar, como el movimiento de sillas, trabajos de mantenimiento o conversaciones entre visitantes y trabajadores. Estos sonidos conforman un fondo urbano constante que estructura el ambiente acústico del lugar.

De manera paralela, los registros también evidencian la predominancia de sonidos naturales, principalmente trinos de aves, croar de ranas y sonidos de grillos, así como el desplazamiento del viento entre la vegetación cercana. En algunos puntos, particularmente en los sectores menos intervenidos del espacio, estos sonidos adquieren mayor protagonismo dentro del paisaje sonoro, generando momentos en los que la dimensión natural del entorno se antepone al contexto urbano.

En contraste con estos registros contemporáneos, los testimonios recopilados de antiguos usuarios del tren y de sus estaciones permiten reconstruir la memoria sonora asociada al funcionamiento del sistema ferroviario. Dichos relatos destacan principalmente el sonido de la bocina del tren, que podía escucharse a gran distancia y funcionaba como señal de llegada o salida de las locomotoras. Asimismo, se menciona el sonido producido por los rodachines sobre los rieles, descrito como un ruido constante generado por el desplazamiento de los vagones a lo largo de la vía férrea.

Los testimonios también hacen alusión a la atmósfera sonora compuesta por personas dentro de las estructuras ferroviarias, caracterizada por las conversaciones de los usuarios y las interacciones sociales. Estos elementos evidencian que el paisaje sonoro ferroviario no estaba compuesto únicamente por sonidos mecánicos, sino también por dinámicas sociales que formaban parte de la experiencia cotidiana del transporte ferroviario.

En conjunto, los resultados muestran una transformación significativa del paisaje sonoro de la estación, pasando de un entorno acústico dominado por la actividad ferroviaria a un espacio donde predominan sonidos urbanos y naturales. Este cambio evidencia la desaparición de los sonidos asociados al sistema ferroviario y la reconfiguración del lugar dentro de nuevas dinámicas sociales y espaciales.

Discusión

El análisis del paisaje sonoro permite comprender cómo los sonidos de un territorio funcionan como huellas culturales que reflejan procesos históricos y sociales. En este sentido, Llorca (2017) plantea que los territorios poseen una “textura sonora” que evidencia las transformaciones entre tradición y modernidad, lo que convierte al sonido en una herramienta para reconstruir la memoria colectiva.

Desde esta perspectiva, el sonido también puede entenderse como patrimonio cultural inmaterial, ya que los ambientes sonoros y las prácticas de escucha conservan memorias e identidades de los territorios. Massard (2019) señala que los archivos sonoros actúan como espacios de mediación cultural que activan memorias y resignifican el pasado. En el caso del ferrocarril, sonidos como el silbato de las locomotoras o las dinámicas de los andenes constituyen

testimonios de una época y de una identidad regional.

En relación con el contexto del Quindío, Beltrán Franco (2020) advierte sobre la pérdida progresiva de infraestructura y memoria ferroviaria, mientras que Rodríguez (2021) y Serrano y Niño (2023) destacan que el ferrocarril puede entenderse como un territorio de memoria donde convergen historia, identidad y afecto. En este sentido, la recuperación del paisaje sonoro ferroviario se plantea como una estrategia para reactivar estas memorias a través de prácticas de escucha, registro y creación sonora. Al conectar arte, historia y comunidad, este enfoque permite resignificar los espacios ferroviarios del Quindío y contribuir a la construcción de nuevas narrativas sobre el territorio y su identidad cultural

Conclusión

A la luz de los hallazgos preliminares de este pilotaje, la investigación concluye que el paisaje sonoro de las estaciones ferroviarias del Quindío no es un residuo del pasado, sino un dispositivo vivo de memoria colectiva. Lo que fue el tránsito del estruendo mecánico de la locomotora al predominio de la atmósfera urbana y natural no sólo marca un cambio acústico, sino una transformación profunda en la identidad del territorio. Al triangular la etnografía con la creación sonora, el proyecto trasciende el mero ejercicio de la documentación, permitiendo que el Quindío pueda escucharse a sí mismo desde su historia sonora para proyectar sus memorias en el futuro.

Referencias bibliográficas

- Beltrán Franco, L. (2020). Ferrocarril y memoria colectiva. Turismo y Sociedad, 25(2), 77–93.
- Llorca, J. (2017). Paisaje sonoro y territorio. El caso del barrio San Nicolás en Cali, Colombia. Revista INVI, 32(89), 9–59.
- Massard, G. (2015). El archivo sonoro como fuente de la memoria y el patrimonio. Huellas, (97), 49–52. Universidad del Norte.
- Rodríguez, J. (2021). Ferrocarriles y patrimonio: Historia sonora y cultural en Colombia. Revista Patrimonio y Territorio, 8(2), 41–58.
- Serrano, M., & Niño, J. (2023). Memoria ferroviaria y turismo patrimonial en Girardot. Turismo y Sociedad, 28(1), 101–122.

DOCUMENTAL Y PAISAJE SONORO, SOBRE LA EXPERIENCIA DE OBSERVAR CON LOS OÍDOS Y ESCUCHAR CON LOS OJOS DESDE UNO MISMO. PAISAJES SONOROS DOCUMENTALES COMO CRONOTOPOFONÍAS.

Diana Milena Reyes Arias
Docente-Investigadora
Escuela de Comunicación
Universidad de Manizales

Resumen

Habitamos una sociedad sumida en el ruido, la sordera y la ceguera ante fenómenos como las prácticas cotidianas, tradicionales o populares; pero este contrasentido nace de una profunda necesidad de responder a las preguntas ¿y si es lo último que queda, puedo verlo para escucharlo? ¿Quién lo narra para que sea parte del paisaje actual?, ¿qué experiencias de vida me llevan a través de una región como el Eje Cafetero para querer ver y escuchar los oficios tradicionales, las prácticas tradicionales y el patrimonio inmaterial del paisaje cultural cafetero? ¿cómo narrar desde los lenguajes sonoros y cinematográficos las vivencias que me habitan y me hablan en la cotidianidad de los oficios tradicionales de la región?

Esta ponencia es un acercamiento reflexivo en primera persona, de la construcción de mundo desde los lenguajes cinematográficos y sonoros. Evidencia el proceso detrás de la creación de un paisaje sonoro documental y expone los conceptos de escucha, paisaje sonoro y documental como una suerte de metodología creadora aplicada en diferentes proyectos de investigación creación como: el paisaje de los sabores, la galería de los sabores, Háblame al oído, palimpsestos y Retrato de familia y cómo el sonido habita el tiempo y el espacio.

Palabras clave

Palabras clave: Paisaje sonoro, documental, escucha, investigación creación, cronotopofonía.

Introducción

El paisaje sonoro del mundo está cambiando. El hombre moderno está empezando a habitar en un mundo con un entorno acústico radicalmente diferente de cualquiera en el que haya vivido hasta la fecha. Estos nuevos sonidos, los cuales difieren en calidad e intensidad de aquellos del pasado, han alertado a muchos investigadores del peligro de una propagación indiscriminada e imperialista de esta creciente cantidad de sonidos cada vez más potentes en todas las parcelas de la vida del hombre. (Schafer, 1993, p.19)

Asistimos a estímulos sonoros y visuales constantes en nuestro día a día, pero parecemos dejarlos de lado como si fueran ruido visual y sonoro que no merece nuestra atención. En medio de esto, lo tradicional y lo popular queda oculto sin que se narre ni escuche su existencia. La alerta de Schaffer (1966) parece seguir vigente en estos tiempos de la inmediatez y la sordera: se escuchan canciones cortas, mensajes de voz en velocidades x2, y se elimina del paisaje sonoro propio de cualquier estímulo que sea ininteligible. En ese sentido, el documental sería el llamado a narrar estas historias, y yo me he colocado junto a éste en la construcción de mundo; me he permitido crear arte sonoro rompiendo las barreras del documental cinematográfico y sonoro.

¿Es posible compartir mi construcción de mundo? En esta suerte de viaje reflexivo, la escucha encuadrada en un tiempo y espacio sonoro, permite nombrar la *cronotofonía*, una acción situada que se concentra en la observación, que se forja como escucha encuadrada, que encuentra las acciones que se desarrollan nombrando, como si fuera ficción, los personajes que allí habitan, reconoce las fuentes sonoras y los objetos sonoros icónicos en el tiempo cíclico que ofrecen las historias en un campo acústico encuadrado.

El Eje Cafetero ha sido mi lugar de origen creativo, una práctica que se ha decantado a través de diferentes proyectos de investigación creación desarrollados desde el reconocimiento de las acciones sonoras. Me ubico en el tiempo-espacio de las narraciones que se me presentan y encuadro desde lo que he propuesto como *cronotopofonía de paisajes sonoros documentales*.

El documental

El concepto de documental lo propongo desde Erik Barnow, Grieson, Vigo y Lechuga. Cada autor plantea el documental como escenario narrativo de la realidad que aporta elementos a la hora de encuadrar la realidad. Erik Barnow (2009) en su libro El Documental. Historia y Estilo, plantea el documental como género narrativo de realidad que nace con los primeros exploradores teniendo como primer documental a "Nanook of the North" de Flaherty que decide encuadrar la realidad desde la vida tradicional de las comunidades esquimales cuestionando el precepto del documental sin subjetividades de encuadre.

Para Breschand (2004) con la publicación de Jhon Grierson en el New York Sun, se toma el documental como sustantivo, en su artículo hace que nazca esta nueva práctica que asume la realidad como materia creativa.

Jean Vigo (2007, p.134) en "A propos de Nice" propone que el documental es cine social, "Dirigirse al cine social, significaría decidirse simplemente a decir algo" y esto lo enmarca a un llamado a que traten temas "de la sociedad y de sus relaciones con los individuos y las cosas" . Planteando las acciones de una realidad contada por los seres humanos.

Karla Lechuga (2015) libera al documental sonoro de la rigidez antigua del documental cinematográfico, muy ligado a la experiencia de noticias de guerra. Lo aproxima a lo que Barnow (2009) resalta de los primeros exploradores como Flaherty, más cerca de la radio experimental o radio feature.

El encuadre documental se entiende como selección de esa porción de realidad que se ve desglosada y reordenada según la mirada del creador en clave narrativa. El documental se asienta en esa definición más allá del lenguaje, esto quiere decir que el documental cinematográfico y el documental sonoro parten de este mismo principio de exploración de la realidad a través de acciones en un universo habitado por seres en interacción con el mundo, es en este punto donde se encuentra el concepto de documental con el concepto de paisaje sonoro.

El sonido y el paisaje sonoro

El sonido no es solo un fenómeno físico con características de frecuencia, amplitud, intensidad; es un fenómeno social inherente al ser humano que su ejercicio de escucha, acoge más que experiencias espacio temporales rígidas o fijas. Esto plantea trasladar la discusión del sonido a un concepto que permita comprenderlo como materia creativa y para esto se plantea el concepto de paisaje sonoro como un abordaje alterno al sonido.

El paisaje sonoro (Soundscape) acuñado por Schafer, no se limita al registro sonoro, más bien se plantea como una unidad estética, un entorno acústico, un escenario de creación documental.

Por ello, con el término paisaje sonoro nos referimos a cualquier campo de estudio acústico. Un paisaje sonoro puede ser, ya una composición musical, ya un programa de radio, ya un entorno acústico. De la misma manera que podemos estudiar las características de un determinado paisaje, podemos aislar un entorno acústico como un campo de estudio." (Schafer,1993, p.24)

El paisaje sonoro como un campo acústico seleccionado y como campo de estudio, no asume solamente lo musical o radial, sino que amplía su envergadura al escenario poético de las realidades. Es entonces una característica del paisaje sonoro transformar a través de las escuchas el ruido en sonido y este, en materia creativa.

Carlos Galindo citado por Lechuga (2015) propone la siguiente clasificación sonora de los paisajes del mundo:

Geofonía: sonidos producidos por el ambiente no vivo: viento, erupciones, fuego, agua, deshielo, arroyos, cascadas, montañas, etc.

Biofonía: sonidos de organismos vivos como plantas, anfibios, aves, mamíferos y algunos reptiles e insectos.

Antropofonía: serie de sonidos de la actividad humana como motores, fábricas, aparatos eléctricos, etc.

Atenderemos a Jhon Cage citado en Haro (2004) "Dondequiera que estemos, lo que oímos es ruido. Cuando lo ignoramos, nos incomoda. Cuando lo escuchamos descubrimos que es fascinante. El sonido de un camión a 90 3 kilómetros por hora. Los ruidos parásitos entre una emisora de radio y otra. La lluvia. Nosotros queremos capturar y controlar esos sonidos, utilizarlos, no como efectos sonoros, sino como instrumentos musicales." (p3)

Se define con la enunciación del ruido escuchado que se vuelve sonido, campo acústico, apto para la creación sea musical o en nuestro caso el sonido ratifica su condición de materia creativa para la creación del paisaje sonoro documental.

Objeto sonoro

El objeto sonoro es entendido "como todo fenómeno sonoro que se perciba como un conjunto coherente, y que se oiga mediante una escucha reducida que lo enfoque por sí mismo, independientemente de su procedencia o significado" (Schaeffer, citado en Chion, 1999, p. 300).

El objeto sonoro no es simplemente un efecto, es un objeto complejo que se puede convertir en paisaje, gracias a la práctica de las escuchas.

Paisaje sonoro documental

Este tipo de paisaje es un objeto sonoro complejo, en movimiento, expresivo y en su esencia multisensorial. Este panorama propone una versión viva del paisaje sonoro "Un paisaje sonoro consiste en acontecimientos escuchados," (Schafer, 1933. P.25). para ser narrados.

Ese entramado de paisajes sonoros anclados en la realidad material y atendiendo la transformación del ruido en objeto sonoro complejo dotado de imágenes y narraciones a través de la práctica de las escuchas se convierte entonces en materia creativa capaz de representar la realidad seleccionada en un escenario donde el tiempo y espacio sonoro responden más al concepto de secuencia cinematográfica.

Escucha Encuadrada y cronotopofonía

Esta escucha nace de la tensión entre la escucha reducida que solo se centra en las cualidades del objeto sonoro, lo reconoce como vital para el paisaje y se enlaza con la escucha Intersubjetiva que propone la tensión

del oyente que escucha al personaje y es descubierto por el personaje que se sabe escuchado y ahora le escucha.

Esta metamorfosis propone una interlocución donde la acción sonora narra y la escucha intersubjetiva abre todo tipo de polisemias que se centran en la narración. Es un paso hacia la escucha libre de crear una cronotopofonía una práctica sonora situada, que es una línea de acción sonora que no se presenta en la unidad de tiempo y espacio conocido en la escena sonora y cinematográfica sino que "se vuelve necesario redefinir el término "espacio", entendiendo éste como una secuencia de sensaciones espaciales, es decir, una serie de eventos temporales donde el espacio se despliega en el tiempo es desarrollado, repetido y transformado." (Balbotin, S y Kleener, M, 2021)

La cronotopofonia es una narrativa sonora, es la secuencia de acciones sonoras que valora la repetición de las mismas entendiendo que "la repetición como reconocimiento es por tanto una forma de cierre. Pasado y futuro se fusionan en un presente vivo (…) Las repeticiones dan estabilidad a la vida. Su rasgo esencial es su capacidad para instalarnos en un hogar" (Han, 2024)

Tiempo y espacio sonoro vivo

El tiempo sonoro se entenderá como ciclo complejo, esto plantea unidades de acción sonora que rompen con los límites de los cambios diurnos y nocturnos, podrá abarcar estaciones, repeticiones de rutinas de acción narrativa en el espacio. Acá esta relación del tiempo espacio para el paisaje sonoro es híbrida, simbiótica, sinérgica, por esto el desarrollo del concepto de espacio sonoro lleva el tiempo sonoro consigo.

El espacio sonoro es en inicio el dónde ocurre el sonido en su forma más básica. No se aborda desde la acústica en sus principios físicos, sino como constructo social como declara Lefebvre (1974) y desde el cuál se plantea la triada de producción del espacio donde el espacio vivido se aborda desde la vida cotidiana y su acción que es la vida misma.

"El espacio vivido por tanto no se representa con una frontera del «aquí propio» y el «allá ajeno», es decir, permite incorporar el espacio discontinuo. A esto se suma el espacio de tránsito entre un lugar y otro. El camino es importante pues tiene sus propias dinámicas, normas, interacciones sociales, modos de uso y significaciones" (Lerma, 2013. P241)

Para el proceso creador de este tipo de paisajes sonoros documentales multisensoriales por su carga de imágenes sonoras que lo muestra como un objeto sonoro complejo, los proyectos de investigación mencionados La galería de los sabores, el paisaje de los sabores, Palimpsestos, Retrato de familia y Háblame al oído centran su metodología en la escucha del espacio vivido.

Metodología

La investigación creación (I+C) que recoge las ideas del presente documento, ha generado obras como *La galería de los sabores*, *El paisaje de los sabores*, *Retrato de familia*, *Palimpsestos* y *Háblame al oído*. En todas se ha desarrollado una metodología desde las escuchas y el encuadre documental decantando la cronotopofonía como escenario narrativo del paisaje sonoro documental. A continuación, un breve resumen de las obras analizadas desde esta propuesta.

Obra	Tipo de obra	Encuadre
La galería de los sabores	Paisaje sonoro- Efímera	Paisajes sonoros de las cocinas populares de la plaza de mercado de Manizales
El paisaje de los sabores	Net-Art- Permanente	Paisajes sonoros de las cocinas tradicionales de la cultura cafetera en el marco del Paisaje Cultural Cafetero declarado por la Unesco en 2011, zona Manizales.
Palimpsestos	Video Instalación- Efímera	Paisajes expandidos de Marulanda, Caldas a través de dos oficios tradicionales propios de ese lugar.
Retrato de familia	Obra Interactiva- Efímera	Fotografía expandida de la familia de ovicultores y artesanos tradicionales del municipio de Marulanda, Caldas.
Háblame al oído	Serie documental - permanente	Los oficios tradicionales en el Eje Cafetero desde sus vidas cotidianas. Serie de 6 capítulos.

Fuente

Elaboración propia

Todas las obras han abordado el paisaje sonoro documental desde la práctica artística de las escuchas en un espacio vivido. Retomando a Candy L. y a Edmons. E. citados en Balbotin y Klenner (2022) "En la investigación artística, el conocimiento se adquiere a través de un proceso abierto, en el que la acción y el resultado van en conjunto. Pero, como en cualquier investigación, son el registro de la obra y las reflexiones posteriores los que sustentan los resultados obtenidos" (p52). La investigación artística se caracteriza por mestizar metodologías y técnicas para proponer nuevos senderos de creación posible.

La escucha como metodología plantea la relación hombre-medio en el espacio abordado como paisaje. "Escuchar es ponerse en disposición de decodificar lo que es oscuro, confuso o mudo, con el fin de que aparezca ante la conciencia el ´revés del sentido´"(1982, p247)

La escucha como acción en constante movimiento entre el poder y el deseo de escuchar. Brianza (2022) especifica que la escucha es voluntaria y se centra en la vivencia humana.

Para estos proyectos se apostó por la Cronotofonía que se propone como práctica sonora situada que implica todo el cuerpo para la creación de paisajes sonoros documentales y se desarrolla en tres fases marcadas por la Escucha: La escucha de orientación, la escucha de desciframiento y la escucha encuadrada.

Desde esta discusión de la escucha como acción, como comunicación se parte de las tres escuchas propuestas por Barthes (1982) que son: Escucha de los índices o alerta, la del sentido o desciframiento y la intersubjetiva o de significancia en tensión con las propuestas por Schaffer(causal, semántica y reducida que se acoplan y se distancian.

Esta tensión de escuchas como inicio se hibridan fase a fase hasta llegar a lo que se propone como escucha encuadrada que es la que devela la cronotopofonía como narrativa viva del paisaje sonoro documental.

En el cuadro se establecen los 3 tipos de escucha en tensión que se comparten, se aportan y se distancian, pero es clave anotar que las últimas intersubjetiva y reducida implican un acto de voluntad mayor.

Barthes	Alerta Busca de la fuente sonora, orientación en el espacio. Una suerte de escucha de supervivencia	Desciframiento Descifrar lo que se escucha y poder nombrarlo, reconocerlo en su significado en el espacio	Intersubjetiva valora la relación de yo veo al otro, yo lo veo verme y él sabe que yo lo veo. Un espacio intersubjetivo.
Schaffer	Causal Busca de la fuente sonora y su orientación en el espacio.	Semántica Descifra el significado del sonido en el acontecimiento	Reducida Propuesta como una escucha antinatural se desliga de la causa, de su semántica para centrarse en ese objeto sonoro y sus cualidades propias. Escucha repetitiva acusmática.
Reyes y colectivo	Escucha de Orientación Va en sintonía con ubicación de las fuentes sonoras, proponiendo abrirse como acto de re-conocimiento.	Escucha de desciframiento El sentido de los objetos sonoros, se centra en reconocerlos y nombrarlos dialoga con las escuchas semántica y se identifica con la desciframiento pero busca que el personaje- oyente pueda re-conocerse en el espacio, sentirse cómodo en él. Identificar las acciones sonoras en escenas.	Escucha Encuadrada Debate la escucha intersubjetiva, la escucha reducida encontrando un escenario enriquecido por la tensión entre lo humano-humano y lo humano-objeto sonoro proponiendo la cronotopofonía como acción narrativa del paisaje sonoro documental en el espacio vivido

Fuente

Elaboración propia

Escuchar con los ojos. Primera fase, la escucha de orientación.

La primera etapa implica "abrirse" al encuentro del paisaje sonoro documental ante la visita del personaje en su espacio y luego hacer un ejercicio de "visualización de los acontecimientos" en el espacio. Este proceso se centra en la primera escucha

.

Abrirse es un acto de re-conocimiento.

Re- conocer como cita Han (2024) a Gadamer "significa: re conocer algo como lo que ya se conoce" En esta metodología propone indagar en el inventario sonoro que permita identificar en nuestro repertorio el campo acústico seleccionado en esta instancia. El repertorio sonoro se refiere a nuestra memoria sonora que hemos recopilado a lo largo de lo vivido, se alimenta a través de nuestras vivencias.

Este primer auto-cuestionamiento pretende que el creador busque en sus recuerdos qué hay en su vida de ese espacio- tiempo como campo acústico. Este proceso se hace a través de la fotografía personal, familiar, la escritura automática, conversaciones espontáneas con amigos. Este proceso no espera respuestas correctas, pretende abrir la práctica artística al reconocimiento de la propia vivencia en este escenario elegido.

Preguntas guía para abrirse:

¿Qué recuerdos guardo de este acontecimiento en ese espacio?

No recuerdo, ¿Qué imagino que ocurre allí?

Se generan mapas mentales que permiten al creador acercarse al acontecimiento desde su experiencia reconociendo su repertorio, sus incertidumbres, su presentación inicial de su pulsión vital en el campo acústico.

En el caso de *La galería de los sabores* y *El paisaje de los sabores* había un cuestionamiento por las cocinas populares y las cocinas tradicionales cafeteras descubrí que tenía recuerdos de cocinas rurales de mi infancia, pero en sistemas productivos que no eran cafeteros. Luego paseé por la juventud colegial de recorridos rurales en hogares cafeteros y recordé a la mujer en la cocina alimentando a los recolectores y su familia durante las etapas de cosecha cafetera. En Colombia hay una forma de alimentación callejera que son los corrientazos, una apuesta por almuerzos caseros populares que recogen los alimentos base de la cultura, sancocho, fríjoles, lentejas, arepa, sudados…. Este recorrido me llevó directamente a mi etapa universitaria y actual sin distinción de tiempo como un gran bucle cambiante y eterno. Mi mapa tenía en primera instancia el entorno de las cocinas tradicionales populares en el entorno urbano, sonaba a olores deliciosos, mesas compartidas, cuchillos afanados, un espacio vital concurrido de extraños que se alimentan juntos sin diferencia de su clase social. Mi recuerdo del escenario popular era la abundancia de alimento y el trato cuidado de las cocineras hacia sus comensales . De nuevo reconocí el lugar marcado por la presencia de mujeres.

¿Qué ocurre cuando no hay recuerdos en el repertorio? Iniciaba un recorrido imaginario trayendo estereotipos, sueños, deseos, un cadáver exquisito de ese espacio, de ese paisaje sonoro. La investigación documental, revisión en la web daban un ejercicio de enajenación frente al paisaje seleccionado. Esta estrategia ocurrió más en *Háblame al Oído* donde debí viajar al encuentro de estos paisajes que no reconocía completamente en mis vivencias. Este ejercicio me permitió abrirme a la necesidad de escuchar estos paisajes y hacerlo en el lugar para poder re-conocer.

En este punto ya estaban seleccionados los espacios con sus hom-

bre- medio (personajes). Este es un cambio que viene del lenguaje cinematográfico en donde el quién, es el personaje- testimonio en el documental. En todos los proyectos hay humanos protagonistas que cuentan su historia en clave de paisaje sonoro documental.

La visita conoce desde la gratitud.

El recorrido por su espacio lo marca el personaje a su ritmo(todos los paisajes sonoros documentales de las obras son antropocentristas), en sus modos. Se pactaba una "visita" a ese lugar desde la escucha causal o alerta y las entrevistas libres. Al llegar al lugar ya sabían de nuestra visita, y aunque la producción había explicado el motivo de la visita yo era un extraño en su espacio. Cambiar el sentido de la visita empezaba desde el respeto de una conversación que invitaba a que se presentaran como personaje en su espacio dónde ocurría la acción sonora desde la gratitud de quién llegaba a compartirlo. Al terminar el recorrido encontraba un punto para aquietarme, siempre preguntando si en ese lugar no generaría un importuno que rompiese la rutina del personaje en el lugar. Así establecía el punto de escucha.

Un ejercicio de asombro, de dónde vienen los sonidos, esta orientación permite que el personaje empiece a mostrar qué los produce. Es una escucha causal, orientadora y dimensionadora del espacio, por esto propongo Escuchar con los ojos como primera fase. El objeto sonoro llega al oído y de inmediato los ojos hacen un seguimiento que nos permite ubicarnos en el espacio.

Desde los planos de piso utilizados en las producciones cinematográficas por el departamento de Fotografía, surge la visualización del espacio desde las fuentes sonoras. El plano de piso es un boceto de mirada arquitectónica cenital del lugar que dibuja su distribución de base, sobre este se dibujaban las fuentes sonoras diegéticas y se anotaban las extradiegéticas, aquellas que nuestros ojos no podían porque habitaban fuera de ese espacio. Este tipo de escucha no terminaba allí, se hace sin equipamiento sonoro más allá que los oídos y un escucha en actitud de aquietamiento, para lograrlo se sugiere hacer respiraciones profundas en secuencias numeradas conocidas como respiración triangular o respiración del cuadrado (inhala en cuatro tiempos, retiene cuatro tiempos, exhala cuatro tiempos y en vacío cuatro tiempos) una serie de un par de estas hace que el cuerpo se asiente para escuchar.

En esta escucha no importa qué estoy escuchando, sino de dónde proviene y si es posible la identificación de la fuente sonora que lo produce. Así esta escucha es en el sentido espacio-tiempo propende por la apropiación espacial donde se trazan distancias y algunos retornos regulares de uno sonidos que hacen que el oyente se reconozca como tal en ese lugar que le empieza ser familiar, re- conocible.

Observar con los oídos. Segunda fase, la escucha de desciframiento.

En esta fase la escucha propende por la semántica del sonido escuchado, ya en este momento su orientación no nos ocupa, es el momento de descifrar qué suena. Desde el mismo punto de escucha de la fase anterior el escucha se pone audífonos, grabadora y su micrófono como extensión de su oído. Sobre el plano de piso con las fuentes sonoras aparecen los sonidos como secretos desvinculados de su fuente. Acá el sentido descifra el significado del objeto sonoro. Como dice Barthes (2005) esta escucha sondea el corazón y Brianza (2022) que cita a Chion, recuerda que en esta escucha lo que importa es el mensaje.

Ahora el plano de piso lleno de objetos sonoros grabados y nombrados habitan un espacio que se nos hace cercano. Es momento de reconocer la acción sonora y su personaje en este espacio-tiempo. Esto viene de la acción cinematográfica que según Field (1979) la acción narra al personaje y viceversa, no existe el uno sin

el otro. En este punto la acción sonora no sólo se rige por la estructura de la escena como unidad de tiempo y espacio, sino que la desborda.

Se le propone al "personaje" antes descrito en la relación hombre-medio escuchar cuando se graban los objetos sonoros y el personaje hace parte de la fuente sonora. Se le brinda tiempo para asombrarse como lo hicimos y abrirse al paisaje, esto permite que proponga otros objetos sonoros que no estaban cercanos en la distancia del punto de escucha pero sí en primer plano de la acción sonora del personaje en el espacio-tiempo.

Luego, se establece una entrevista semi estructurada con el personaje en medio de sus acciones en la que se aborda su propio desciframiento de su acción sonora, su relación con los objetos, el espacio, re-conoce su acción y la descifra. Nombra su práctica, los objetos sonoros de su paisaje ubicándose en el centro del mismo como creador de sonidos y como escucha de otros.

Para sistematizar esta experiencia se hace una escaleta cinematográfica en escenas que permita comprender lo narrado en este paisaje sonoro. Para ello se establece conservar la descripción técnica de la escena (Número-Interior o Exterior. Locación. Día o noche) Este desciframiento de la acción sonora establece que los objetos sonoros están ligados a la interacción del personaje con los objetos, las rutas, otros objetos de diferentes naturaleza (Biofonía).

Se graban todos los objetos sonoros con diferentes puntos de escucha en el sitio definido por el punto de escucha fijo inicial y los surgidos de la experiencia del personaje en su re-conocimiento en el espacio.

Tercera fase. La Escucha encuadrada en el espacio vivido.

Esta es la fase de la cronotopofonía como narrativa sonora situada sólo es posible de decantar en el espacio vivido y luego de trasegar las otras escuchas. Requiere paciencia, aquietamiento para develar las acciones sonoras que articulan el objeto sonoro complejo, sus repeticiones y rutina, su personaje… Se hacen derivas sonoras del paisaje sonoro documental para que no sea verbocentrista y se centre solo en el testimonio de la voz humana, sino que otorgue la liberación al objeto sonoro para desarrollar las acciones de esta secuencia sonora. Se clasifican los objetos sonoros en relación con las acciones y las rutinas.

Acción	Objeto sonoro	Voz	Espacio vivido
Se escribe la acción sonora que se reconoce en la narración	Descripción desde la fuente sonora, su semántica, su intersubjetividad, su posición en el espacio físico. Su permanencia o su fugacidad.	Presencia del personaje en la acción a través de su voz en relación con su rutina	Descripción de la rutina, identificación de repeticiones, relación de objetos sonoros partícipantes desde la escucha encuadrada de la acción sonora.

Fuente

Elaboración propia

Se revisan los planos de piso y las fotografías de los espacios, de los personajes, se pietan las entrevistas o diálogos encontrados para dar paso al proceso de creación del paisaje sonoro documental con su narrativa de cronotopofonía desde sus cualidades de espacio vivido.

Conclusiones

La metodología propuesta para la creación de paisajes sonoros documentales requiere una comprensión de las escuchas. Desde la *escucha encuadrada* como inicio de la práctica artística la *cronotopofonía* es una experiencia sonora situada en el espacio vivido. Como narrativa re-conoce las rutinas del espacio vivido y transforma los objetos sonoros en acciones sonoras contenidas en secuencias.

La relación hombre- medio se transforma en la relación personaje-acción en los paisajes del mundo mediados en la metodología por las 3 fases de escucha lo que presenta una narración que representa la realidad de las rutinas a través de ac-

ciones sonoras en clave documental. Por tanto, las acciones sonoras no son verbos centristas, son narradas desde la cronotopofonía que permite a las acciones presentarse en las relaciones entre los objetos sonoros o como un objeto sonoro complejo en el espacio vivido.

El paisaje sonoro documental representa la realidad desde el espacio vivido que re-conoce las repeticiones como ruptura de la separación entre tiempo y espacio, proponiendo una expansión desde la vivencia.

Referencias bibliográficas

• Barnow, Erik.(2009). Documental Historia y estilo. Gedisa. España.

• Barthes, Roland.(2005). Lo obvio y lo obtuso. Siglo veintiuno. Argentina

• Balbotin, S y Kleener, M. (2021). "Espacios resonantes. Escuchar el espacio y habitar el sonido. Consultado el 12 de marzo de 2026. https://share.google/CKmXusAvM4Cm2H9MO

• Brianza, Alejandro (2022). Las tres escuchas. Consultado el 13 de marzo de 2026 https://alejandrobrianza.com/2022/12/05/las-tres-escuchas/

• Han B.-C.(2024). La desaparición de los rituales. Herder. Colombia. p11.

•

• Haro, Jorge. (2004). Arte sonoro: liberación del sonido e hibridación artística. Consultado el 13 de marzo de 2026. https://share.google/4aJAtN8vwW6wpEaqI

• Lechuga, Karla. (2015). El documental sonoro. Ediciones de El jinete Insomne. México

• Lerma, Enriqueta. (2013).Espacio vivido: del espacio local al reticular. Notas en torno a la representación social del espacio vivido en la globalización. Revista Pueblos y fronteras digital v. 8, n. 15, junio-noviembre 2013 Págs. 225–250. https://share.google/N5GfxYGipuinxXR3H

• Gascia Ouzounian, (2006)"Sonido encarnado: arquitecturas auditivas y el cuerpo", Contemporary Music Review , vol. 25, n.º 1/2: págs. 69–79, aquí pág. 78.

• Schafer, Murray. (1993). El paisaje sonoro y la afinación del mundo. Intermedio. España. P.15

• Reyes, Diana. (2014). "Del objeto al paisaje sonoro, una nueva experiencia de ciudad. Revista Filo de Palabra. https://share.google/5W55Uca8Za7yzyVWG

• Vigó, Jean. (1989). "A Propos de Nice". En Romaguera.J, Ramió. H.(Eds.) Textos y manifiestos del cine: estética, escuelas, movimientos, disciplinas, innovaciones. (pp 134-139).Cátedra. España.

EL INACABADO ARTE DE COMPLETAR LO INCOMPLETO

Luis Felipe Valencia Tamayo
Escritor y Profesor de Literatura y Humanidades
Universidad de Manizales

Resumen

En el avance del siglo veintiuno, se percibe una reiteración de viejas historias en nuevos modos de presentación. Continuamente, asistimos al estreno de narraciones que resultan bien conocidas pero que, bien observadas, destacan al ampliar el acercamiento al tiempo, a los personajes, a las posibilidades que se recrean desde la imaginación. Es un momento sin precedentes en la historia de los modos de contar; sin embargo, para potenciar aún más la energía y el entusiasmo creativo de quienes buscan una dosis más de inspiración en su escritura, desde este ensayo busco conectar los gustos que despiertan aquellas viejas historias con la comprensión de los modos en los que se ha hecho y se seguirá haciendo este ejercicio de querer completar lo incompleto.

Palabras clave

Creatividad literaria, narratología, adaptaciones, sagas, cinematografía.

Introducción

Nuestra fascinación por las historias genera una consecuencia especial: la sensación de que siempre queda haciendo falta algo más. Atrapados como estamos en una evolución de la narrativa y de las versiones de las vidas ajenas a través de chismes y frivolidades, cada relato es una digresión que se atraviesa en otra digresión. La comprensión de este fenómeno es simple: el ruido que orienta nuestro pensamiento no cesa ni cuando soñamos.

Cuando un hombre va solo, en buena medida su mente va aguijoneada por el diálogo de un ángel y un demonio que discuten lo que debe decir y hacer aquel solitario. Naturalmente, la sencilla metáfora de este intercambio de palabras en el pensamiento dejó huella en la imaginación medieval y en la construcción de los personajes de los dibujos animados a los que era habitual que los dilemas se les convierten en las entidades que —alados o con cachos y tridente— se posan sobre sus hombros. La subversión de la mente fue traducida como una invasión en los terrenos de un hombre confundido que buscaba la receta mágica para entender las cosas que ocurren.

Cuando un hombre va acompañado, la conversación toma los rumbos más inusitados que pueda esperarse. Dos mentes, agitadas por sus propias veleidades se comunican e intentan entender lo que pasa en sus interiores a la luz del cariño, la rabia, la risa, el llanto, las emociones propias del contacto social. En su trasegar, los que conversan son estimulados por múltiples variables del temperamento y del carácter. La timidez o la extroversión se suceden continuamente sin poder decir que se ajusten siempre a las categorías psicológicas establecidas. En ese mismo acontecer, toda buena conversación es una historia que se hace difícil de transcribir y de ordenar, pues todas las variaciones resultan ser mucho más verosímiles que los diálogos mejor organizados en los más célebres dramas.

En la mención habitual de que una obra tiene muy buenos diálogos o, mucho más sofisticado, que tiene unos diálogos "bien logrados", suelo preguntarme si lo que así se dice de la obra se ajusta más a la teoría literaria sobre los diálogos o

si se ajusta más a la realidad de las buenas conversaciones. Lo normal, como se puede sospechar, es que esa caracterización sea una forma más de acentuar el valor literario de una construcción que tiene unos objetivos formales mucho más precisos que la conversación entre dos amigos. Si usted piensa bien en conversaciones que ha tenido recientemente, rara vez puede decirse que sea un diálogo "bien logrado". La risa y las emociones de la conversación se viven en la intensidad misma de los recuerdos y las anécdotas que salen a flote mientras los que se ven también hablan.

El asunto que va ligado al rescate de una buena conversación sacude lo que ella misma fue y deja tan solo unos temas esenciales y unos puntos de fácil recuerdo por las emociones que se despertaron. Y esto, si se trata de querer revivirla para uno mismo, por escrito, o para alguien más. Pero una vez una charla ha pasado, ella se ha ido para siempre. Salvo lo que ocurre con los registros sonoros —que hoy incluso tienen la palabra *podcast* como una de sus favoritas— las conversaciones quedan ligadas a un momento único en el que cualquier cosa pudo pasar. La mayoría de las veces, además, los *podcasts* tienen unas rutas temáticas y, como para completar, la idea de que se está grabando, como un soporte de que no es del todo una charla espontánea.

Gran distancia hay entre quienes no tienen que mencionar un tema para verse y conversar y quienes se citan para verse y quedan con la duda de cuestionarse ¿y para hablar de qué? Entre los primeros, sin temática, sin presunción de responsabilidades, palpita simplemente la charla como vehículo de cuanto tema pase por la cabeza. Entre los segundos, lo desconocido puede resultar tan estimulante como aterrador.

Creo, en todo caso, que nuestra mente ha venido evolucionando para maniobrar sobre las historias como sobre una buena conversación. Con la risa, con la desgracia, con la frivolidad, con la complicidad de quienes no saben el rumbo de lo que hablan y, sin embargo, se entienden y se encariñan con las historias que surgen, los seres humanos buscamos completar continuamente el marco de lo que son los personajes en los que pensamos y afianzamos nuevos enlaces a la luz de presencias y presuntas ausencias que acentúan el devenir de lo que pasa, ha pasado o pasará.

El fatalista Jacques, de la novela *Jacques el fatalista* (publicada originalmente en 1785), es seguramente el más generoso ejemplo de lo que ha buscado ser en la novela una pizca del mundo de la conversación y, por ende, una novela que termina siendo inacabada en las múltiples y bellas aristas que abre. La apertura de su autor, Denis Diderot, a una condición tan trivial de la aventura humana supo darle después buenos frutos en la acogida que despierta atestiguar lo que pasa por la mente de la más frugal de las charlas entre un amo y su sirviente. En este mismo sentido, la ficción no promete más que un destino, que es el fin del viaje, pero la verdadera sustancia está en el viaje y en la compañía de los viajeros iluminada por las palabras, las canciones, las historias de otras vidas y las anécdotas que todo lo salpican y tal vez nada aclaran.

Dos amigos que no se ven en mucho tiempo conversan sin ninguna guía. Alguien puede tomar las riendas y ajustar su modo de ser a la conversación, pero lo normal es que el rumbo de la historia tenga tantas variaciones que no sea más que digna de interés para los dos amigos. Los enfoques, cuando ocurren, despiertan de inmediato nuestra fascinación por las ficciones. Y ahí sí, presta atención, cuando la conversación entra en este camino, todo el que la escucha parece ser devorado por ella.

Ese mismo rapto, o arrebato, es el que nos subyuga cuando llegamos a las páginas de alguna buena novela. Como historia, nos sentimos cautivos en sus personajes, pero sobre todo en lo que chismosean o meditan es donde surge ese frívolo placer por la comprensión del *sí mismo* a través de lo que pasa en las vidas ajenas. Diderot desplegó su genialidad en el carácter espontáneo de las historias inacabadas que aparecen simplemente por el aguijoneo de una imaginación proclive a entrometer recuerdos y anécdotas, pero otras novelas logran dar a sus diálogos una medida mucho más profunda en la transacción que se da entre las almas de unos extraños seres a los que llamamos "personajes de ficción".

La contemplación y lectura de éstos en las páginas de obras como *La insoportable levedad del ser*, *Norwegian Wood* o *Brooklyn Follies* —por mencionar solo tres títulos que me llegan a la mente mientras escribo—, hace que la conexión con la historia sea, a la par, mucho más profunda. La profundidad de los temas tocados en la novela, además de la búsqueda gradual de un desenlace, no va tanto en los temas en sí mismos como en lo que nuestro pensamiento hace cautivo como está en la interlocución de los personajes. Ellos dialogan y nosotros los escuchamos con cierta, a veces macabra, delectación. Así como cuando, sin quererlo, pero inevitablemente, nos toca escuchar una conversación ajena en el transporte público o en la sala de espera de la odontología.

Zen y el arte del mantenimiento de la motocicleta (originalmente publicada en 1974) apela también a este mismo tipo de artificio para hablarnos de la historia de la filosofía o la filosofía de la historia, así como para entrar en contacto con los principios de la ciencia y la matemática en clave de los fundamentos de los pensamientos de Oriente y Occidente. El padre y el hijo, protagonistas de esta novela, conversan con el propósito de hacerse a una profunda conciencia de la vida en el viaje. A diferencia de lo planteado por Diderot en su célebre novela, Robert Pirsig —autor de *Zen y el arte del mantenimiento de la motocicleta*— está mucho más convencido de la misión de las conversaciones de sus personajes y teje en el transcurso de las páginas un entramado de reflexiones que se acercan a las viejas novelas de formación, como a los libros platónicos y a las sinuosidades de la filosofía moderna.

No obstante, la noción de querer cerrar la historia, ponerle punto final al viaje no va de la mano con el destino mismo de la travesía, pues es mucho más sencillo ir de un punto a otro que ponerle realmente el cierre a una buena conversación. Es, probablemente, en esa suerte de desventura de las tertulias donde éstas se hacen mucho más provechosas para la imaginación y, podría decirse, mucho más estimulantes para la creatividad.

Metodología

La escritura de este ensayo no responde a un método cerrado ni a una secuencia estrictamente académica, sino a un proceso de tanteo reflexivo propio del ensayo de ideas latinoamericano. Partí de una intuición inicial —más cercana a una pregunta que a una hipótesis— y dejé que la escritura funcionara como espacio de exploración conceptual y estética. El desarrollo se dio a través de asociaciones libres, diálogos implícitos con otros autores y desplazamientos argumentativos que avanzan por aproximaciones sucesivas, no por demostraciones lineales. La lectura, la reescritura y la digresión cumplieron un papel central: cada sección se fue afinando en el vaivén entre pensamiento y lenguaje, privilegiando una voz personal, lúdica y crítica, en la que la forma no acompaña al contenido, sino que lo produce.

Discusión

I

Una de las obras maestras del cine de la década de los noventa del siglo veinte es el filme *Forrest Gump*. Como muchos recordarán —y si no la has visto, corre a verla—, la historia tras las historias del personaje llamado Forrest, radica en que él le está contando su vida a una serie de desconocidos que se suceden unos a otros en la espera del servicio de transporte. Esos personajes secundarios son una versión muy coloquial de lo que representamos nosotros como espectadores, bien que en el recurso de

que el filme esté dirigido a un público nos hace mucho menos secundarios. Y en realidad, cada uno de nosotros es el destino de una historia que dura más de dos horas, porque los personajes al interior del filme no se quedan más que unos minutos junto al divertido y raro Forrest.

El relato no se fragmenta a pesar de su forma de irse narrando. Al contrario, la película se hace mucho más placentera en un recurso que hemos conocido bajo el nombre italiano de *racconto* y que hace que nos conectemos mentalmente con un espíritu superior que nos despliega lo que ha hecho o ha padecido. Ni la literatura ni el cine han sido ajenos a este bello recurso técnico que puede ser una buena forma de ablandar a lectores y espectadores que se fatigan rápidamente con lo que se les narra. De todas maneras, el juego que aquí nos llama la atención, es el inquietante modo en el que la historia no se agota solo por lo que cuente su protagonista, sino que se hace mucho más provechosa en la medida en que quien la escucha (tú y yo) se deje tentar por continuar lo que se dice. Para no ir muy lejos, mucha distancia hay entre el Forrest Gump que todos conocemos en el cine y el Forrest Gump que, en comparación, menos personas conocieron en los libros, pues la película se basa en la novela homónima del autor norteamericano Winston Groom.

La distancia que hay entre el filme y el libro en el que se basa no subraya las ya habituales diferencias que hay entre las novelas y sus adaptaciones, sino que muestra cómo una historia puede desestimular unos relatos y alentar otros, configurando, en buena medida, la potestad de un universo que en cada mente puede tener acercamientos y lógicas diferentes.

Quienes realizan un guion pensado desde una historia ajena —desde una novela, por ejemplo— ven continuamente el despertar de su imaginación a la idea de querer recrear y enaltecer lo que en el libro es solo un "alguien" o un "algo" por concretar. En su momento, los límites mismos del cine para contar en solo unos minutos de duración lo que un libro despliega en cientos de páginas supuso un desafío mayúsculo; sin embargo, en los últimos años hemos asistido complacidos a la ampliación de esas "limitaciones" en propuestas que incluso hacen que los libros se sientan cortos. Claramente, me refiero al espíritu de las series de televisión, o de las plataformas de *streaming*, que ensancha todos los engranajes con los que se plantea lo que una historia es, concluida, si se quiere, en los libros.

¿Cuántas historias nos puede contar Forrest? Si la dimensión del cine nos deja con algunas historias memorables, la imaginación puede atreverse a ir más allá superando lo que la exigencia temporal de una película nos ofrece. El universo de Forrest puede extenderse aún más allá de sí mismo y estimular el desarrollo de las tramas y los personajes alternativos y secundarios que surgieron en la duración del filme. Un personaje es el soporte de unas intuiciones iniciales que dejan de ser limitadas y que siempre encuentran eco en algún nuevo lugar o bajo contextos y condiciones sociogeográficas distintas.

La hegemonía de la televisión nos enseñó muchas veces que una historia podía hacerse mucho más cercana a lo que un público podía esperar. Me explico: si una buena serie de televisión había tenido acogida en su país de origen, ¿por qué no ampliar su receptividad a lo que otros países tuvieran como tradicional? Programas como *The Wonder Years* o *Married With Children* llevaron sus guiones a tomar nuevos ropajes en la condición de hacerse más latinoamericanos, por ejemplo. Y algo parecido ha ocurrido con una de las telenovelas más exitosas de la producción televisiva colombiana, *Yo soy Betty la fea*. Lo impensado ocurría cuando esta extensión del relato decimonónico "El patito feo", de Hans Christian Andersen, se hacía más universal en sus diferentes versiones, matices de nuevos regionalismos ante una mirada que quería perfilar un personaje mucho más cercano a cada habitante de este planeta.

Con el pasar del tiempo las historias que han continuado manteniendo hegemonías sobre millones de novedades demuestran su vigor en readaptaciones de las que nadie parece cansarse. Como si se tratara de canciones que prolongan también su dimensión superior, las versiones que actualizan lo viejo solo muestran que lo clásico jamás está del todo completo y que su fuerza también consiste en hacernos notar que nuestra imaginación se estimula con su influencia. La creatividad literaria y narrativa es una treta de los muertos que hicieron sus almas inmortales.

Uno de los casos más llamativos de este tipo de extraños encadenamientos se dio en España en la llegada del siglo diecisiete. Sin que hubiera fallecido, sin que su obra fuera aún el clásico que todos conocemos, Alonso Fernández de Avellaneda tomó la obra de don Miguel de Cervantes y quiso expandirla en un nuevo libro de aventuras. Naturalmente, nos referimos a *Don Quijote*, el libro con el que don Miguel se haría inmortal. Fernández de Avellaneda intuyó que el éxito de ese primer tomo de la novela cervantina podía ser el trampolín de su propia bienaventuranza como escritor y en 1614 publicó a su modo el que se denomina como *Segundo tomo del ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha*. Habían pasado ya nueve años de la publicación del primer libro de Don Quijote y un dubitativo Miguel de Cervantes no completaba el libro que su público anhelaba: la continuación de aquel tomo inicial. Fernández de Avellanada, decidido y haciéndole una mueca a la historia, lanza el Quijote apócrifo y —puede decirse— transforma la historia de la novela que venía dando tantas vueltas en la mente de Cervantes.

Cuando don Miguel se animó, envalentonado, a hacerle frente a lo ocurrido, nadie sospecharía que inauguraría, así, la novela moderna y los modos en los que los juegos de la imaginación literaria se encauzaron en el devenir de los siglos. La segunda parte, esta sí de *su* obra, es toda una fiesta de la imaginación y de los recursos que la literatura podía tener bajo la manga, como un buen juego de cartas con los que se dispone una nueva partida. A veces se obvia la presencia del Quijote apócrifo como si de una anécdota cualquiera se tratase, pero la biografía de Cervantes no puede ser la misma sin la presencia estimulante de ese grato enemigo que fomentó la imaginación del autor, original, del *Quijote*. Y aquí hago el acento sobre "original" porque el juego continuo y cientos de voces, como las de Borges y Pierre Menard, también entran en función de este ejercicio de la creatividad que busca complementar, asediar, rodear, liberar a los personajes de sus páginas iniciales.

Tomar para transformar, revivir para gozar, verbos todos que se conjugan en la imaginación enfurecida de Avellaneda, Cervantes, Borges y todos los que se quieran mencionar que hubieran intentado ampliar los caminos de La Mancha. Y no son pocos. En el avance de los siglos, los escritores han sabido proyectar esa influencia, tácita explícitamente, sobre nuevas páginas. Mas aquí lo que se resalta es el hecho mismo de que, como un contagio, la obra impacta de tal modo la mente que procrea en los lectores-escritores escenarios y juegos alternativos. No es fácil advertir este fenómeno con anterioridad a lo acontecido con don Miguel de Cervantes y lo que pasaba en el transcurso de la publicación del primer y el segundo tomo de *Don Quijote*, pero, a mi juicio, no es extraño que los juegos de la imaginación también anduvieran presentes en los engranajes de los primeros ejercicios narrativos de ficción de los pueblos griegos y de las comunidades latinas y medievales. Los cambios en los modelos de los derechos sobre las obras y las potestades sobre las creaciones artísticas pusieron también una renovada comprensión de esa influencia que tomaban los escritores y sus trabajos entre sí.

Nadie tiene que pedir permiso para escribir una obra nueva que surja como ejercicio de proyección de la influencia de un libro, una novela o un cuento, que le ha tocado la vida. Ingrata prohibición sería que, si tu mente resultara espoleada por una buena lectura, no pudieras escribir nada sin buscar amparar los derechos de autor de quien escribió algo tan estimulante.

Extrañamente, el estímulo que proviene de fuentes tan disonantes, como la envidia o el mismo egoísmo, puede ser a veces tan provechoso que nos hace cuestionar la naturaleza misma de los buenos ejemplos. Tema que daría para múltiples ensayos. No hay que ir muy lejos para darse cuenta de que, si no fuera por la rabia que se despertó en don Miguel al ver a sus personajes retratados por otra mano, la obra, muy probablemente, hubiera perdido la segunda parte de la autoría original de Cervantes. Y seguro él ya venía pensando y redactando lo que vendría en el tomo continuación de su novela, pero la astucia de Fernández de Avellaneda fue la que realmente aceleró y transformó la obra que conocemos y amamos. Don Miguel murió un 22 de abril de 1616 a los 68 años. Su *Don Quijote*, primera parte, se publicó el 16 de enero de 1605. La segunda parte vio la luz el 21 de octubre de 1615. Así las cosas, solo unos escasos seis meses pudo disfrutar Cervantes de la acogida y promoción de su más maravillosa obra creativa. Los contrafácticos son a veces tan buenos, como exagerados y pesimistas, pero vale la pena preguntarse: ¿qué hubiera ocurrido si Fernández de Avellaneda no hubiera publicado la versión apócrifa de 1614?

Cuentos hay que complementan muchas cosas de la vida y de la obra de las celebridades literarias del mundo y de la historia. De lejos, Cervantes es una de esas personalidades que mejor ha alentado la especulación sobre su propia vida y sobre lo que puede ocurrirles a sus personajes. Y, precisamente, imaginar y recrear tienen que ver con el hecho de que las obras que se integran a la fiesta de la vida fomenten más relatos, nuevas historias o, por lo menos, nuevas aventuras. La bibliografía se hace extensa entre juegos y diversiones personales. Seguro todo escritor que ha sentido el llamado de La Mancha así lo atestigua. Pero me basta mencionar dos intentos de consagración. El primero de un escritor colombiano, Pedro Gómez Valderrama. Con el ánimo de proyectar su propia admiración por don Miguel, Gómez Valderrama recrea una vida del autor de Don Quijote en Cartagena de Indias en la que también interviene una especie de escritor llamado Alonso Quijano, a quien se le autoriza caracterizar la vida del escritor en la colonia española. En un breve cuento, "En un lugar de las Indias", Gómez Valderrama entra al juego de señales y cariños que se teje entre la obra original, la vida "real" de don Miguel y su deseo de haber conocido América, y su personaje más icónico.

El segundo ejemplo, mucho más alentador, si se quiere, vino de la mano con una iniciativa del escritor peruano Julio Ortega. Éste llamó la atención de más de cuarenta narradores hispanoamericanos para continuar las propuestas que sobre los juegos cervantinos, quijotescos, pueden desplegarse en quienes son de por sí amantes de la ficción. Al llamado acudieron, entre otros, Nicanor Parra, José Balza, Rosario Ferré, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez, Severo Sarduy, Juan Goytisolo, Julián Ríos, Alfredo Bryce Echenique, Carmen Boullosa, nombres todos emblemáticos del momento literario en el que se planteó el libro, finales del siglo veinte. *La cervantiada*, noble título en clave de jugarreta literaria, es una exhortación abierta a completar un rompecabezas sin dueño, un mapa del que solo se conocen algunos territorios, una estafa a la historia en la que nos sentimos a gusto replanteando genialidades e influencias.

Estas características, que tienen tanto de ironía como de genialidad, son elementos fundamentales de un tipo de narración que damos en llamar raíz de la modernidad literaria. Y aunque bien se puede plantear el debate sobre el curioso origen de esos juegos, lo cierto es que gracias a Cervantes todos resultamos influidos por esa posibilidad soñada de trascender los sueños literarios ajenos.

II

Las novedades que trajo la modernidad literaria enfrentan continuamente a la ficción con la historia. Los choques no son alevosos; simplemente se pide que cada libro esté muy bien catalogado, pues algo muy

extraño pasaría si en nuestras bibliotecas y librerías *Don Quijote* pasara a ser parte de la estantería de Historia o Biografías. La ficción moderna es un ejercicio de validación de las posibilidades de la mente para recrear, extender, cuestionar, completar y hasta disimular lo que ha ocurrido; pero todo bajo el sello de la Literatura. Si se deshacen las categorías —como se suele concluir muchas veces desde las argumentaciones de los posmodernos—, con la sospecha de que todo lo escrito no es más que una invocación de algo indemostrable y, por tanto, relativo, ya no solo la ficción es ficción, sino que la historia y la ciencia son también ficciones.

Los encuentros que esto permite, es cierto, pueden fomentar una ruta cognitiva en la que la epistemología más anárquica muestre tanto su fuerza como su tentador panorama; sin embargo, por más que nuestro amor esté en las letras y el prestigio de las ficciones para sazonar la vida, no por ello se puede negar su estatus a lo que científicos e historiadores han hecho y hacen con un ánimo completamente distinto. Vale la pena subrayar esta defensa del juego y la irreverencia, naturalmente, mas, al hacerlo, se debe aclarar que las normas del juego aplican si los sujetos logran determinar con serenidad los objetivos del conocimiento, si se tienen, para cada libro.

A mi juicio, es mucho más estimulante acercar las categorías, sabiendo lo que cada estantería es y ostenta en sus anaqueles, que simplemente dejarse llevar por los seductores brazos de la anarquía epistémica y sus suspicaces consecuencias. Gracias a esa claridad se hace más saludable el esparcimiento, a la par que se da un aire mucho más humilde a lo que cada mente —científico, historiador, narrador, poeta— hace en su oportunidad de ofrecer una visión de lo que sea eso llamado "realidad".

El juego de las influencias, de ceder las fichas para continuar armando rompecabezas, es parte de los escenarios en los que todos nos movemos. Y bien sabemos que, desde niños, somos muy dados a continuar lo que nuestros padres y profesores nos muestran. Ahora, las elecciones exigen también unas responsabilidades y, a medida que avanza la historia, esas responsabilidades se hacen también más grandes. Nadie puede llamarse aquí completamente original. Más de cinco mil años de palabras, de un lenguaje que vive y palpita para cada generación, enseñan que venimos dando vueltas sobre los mismos asuntos y que, narrativamente, nos llaman la atención las mismas historias.

Este enfoque supone, como consecuencia, una teoría literaria que profundice en nuestra psique y en la conciencia de lo que nos gusta. Y, de hecho, esa teoría literaria se ha dado en, por los menos, dos variantes: la de quienes muestran las rutas que toman las historias y por qué ellas despiertan la fascinación de lectores y espectadores. (Esta primera variante podríamos indagarla bajo la concepción del modelo clásico de contarnos y transmitirnos historias.) Y la de quienes han buscado ennoblecer historias bajo condiciones mucho menos clásicas, afines a las vanguardias artísticas, para comprender su modo de obrar, su funcionalidad y, si es del caso, el fervor y el rechazo de sus públicos. La indagación clásica ha socorrido, así, la estructura y el metódico desarrollo de una historia a partir de personajes a los que algo les ocurre, algo los motiva y algo los lleva a luchar y triunfar (la mayoría de las veces). Las nociones teóricas de las vanguardias son mucho más generosas en su modo de aproximarse al fenómeno del arte y abrazan historias que no son fáciles de comprender, que se fragmentan, que parecen tener una conexión *sui generis* con los sueños, con los autores y con los lectores que, muchas veces, sufren lo que se les cuenta.

La defensa de uno y otro camino no hace ni más brillante al crítico ni menos inteligente al autor o al lector/espectador. Simplemente, sobre la mesa quedan servidos los testimonios de historias que funcionan en una línea e historias que se plantean —incluso como disfuncionales— en la otra. Muchos dolores de cabeza puede causar el hecho de que alguien se tome muy a pecho que se le sancione por escribir bajo una fór-

mula clásica, altamente socorrida, o que se le diga que su obra es maravillosa porque, además de ser muy original, es ininteligible. Nadie debe llamarse a engaño por lo que, desde diversas teorías, sanciones y muchas veces caprichos, se pretende sancionar como modelo. A la larga, lo que cautiva en el mundo de las historias puede tener tan extrañas vías de conexión con el público que bien podríamos quedarnos aquí especulando sobre lo bueno y lo malo de las repercusiones que libros y películas tienen en la gente.

De todas maneras, si algo ha validado la noción de que una obra quiera ser completada o extendida es el principio mismo de que ha llegado a ser, para decirlo popularmente, "exitosa". A veces el éxito va medido por el gusto de la crítica. Pero son muchas más las veces en las que no. El tiempo, la masificación, la ruta de un *best-seller* que, a pesar de sus detractores, continúa gustando a diestra y siniestra generan, como una bola de nieve, la invocación de espaldarazos que se convierten, a la par, en nuevas obras.

En los años en los que escribo este ensayo se ha notado con particular encanto que muchas historias tenidas por menores en los años setenta, ochenta y hasta noventa del siglo veinte, resurgen con fervor para un público distinto y reclaman un mejor sitio en la crítica que, como se dice, no las valoró de una mejor manera —a pesar de esto, la crítica puede plantearse como guardián de un gusto exquisito que no se permite licencias—. Para que se pueda comprender mejor lo que ahora planteo, piénsese en los reproches que le dieron al cine de acción de aquellas décadas y a las características de heroicidad que allí se destacaba. Actores como Bruce Lee, Clint Eastwood, Charles Bronson, Chuck Norris, Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, Jean Claude Van Damme, Kurt Russell, Steven Seagal, Mel Gibson, por mencionar a los más famosos, gestaron en sus personajes el éxito de unas historias que con el pasar de los años se han convertido en películas de culto. Y aquí, naturalmente, más de un crítico "serio" puede palidecer, al considerar que el público no es un lugar seguro desde el cual percibir el devenir del cine. Pero lo que busco plantear es, para bien o para mal, que el beneficio de la historia no está conectado con el juicio de la crítica sino con el éxito que fomenta —como en una fuente pródiga para los deseos— nuevas obras.

Uno de los casos más elocuentes de esta sorpresiva irreverencia del tiempo y de lo que ocurre con las historias se puede brindar a la luz de uno de los grandes escritores y realizadores del cine de comienzos del siglo veintiuno, el señor Paul Thomas Anderson. El director nació en un entorno en el que la influencia natural de sus padres podía respirarse en las actividades artísticas de ambos. Ernie Anderson, su famoso padre, y Edwina Gough, la también artista y madre, generaron en el niño la atmósfera en la que se fomenta el espíritu del cineasta. Historias, películas, programas de televisión, en medio de las diversiones del pequeño Paul, abrían la imaginación para el creador del futuro. Tomando la cámara de video de la casa, el adolescente jugaba a contarse a sí mismo y a narrar algunas historias fruto de la imitación de lo que veía y leía. No es raro que en sus filmes, tanto en los primeros como en los que pueden llamarse como más "maduros", se perciba esa familiaridad con la estética y las fachadas de los años setenta y ochenta del siglo veinte. Es como si quisiera continuar lo que otros hubieran empezado a contar dejando rasgos de un homenaje fruto de esos años de formación personal con su televisor y su videocámara.

Lo que resultó aún más atractivo fue su despecho ante la formación tradicional que buscó obtener en las escuelas de cine. La academia se mostraba fría y huraña ante lo que él había aprendido a amar desde la cultura popular y los héroes —además de sus autores— que fascinaron su imaginación. Si bien sabía que necesitaba aprender, acercarse de una manera más "profunda" al concepto académico y técnico del cine y sus modos de abordar las historias, Paul difícilmente pudo aceptar la premisa con la que lo recibió uno de los

profesores de la universidad a la que ingresó. «Entré a una clase —recordaba el mismo Paul Thomas Anderson en una entrevista— y el profesor nos dijo a sus estudiantes: "Si alguien está aquí para escribir *Terminator 2*, salga del salón, váyase…". Y de inmediato supe que no era el modo en el que yo quería estudiar cine. ¿Y qué si yo si quería escribir *Terminator 2*?, ¿y qué si tal vez alguien a mi lado quería hacerlo? Lo que el profesor hizo de inmediato fue establecer que allí se hacían cosas serias. No es una buena forma de comenzar[1].».

1-www.youtube.com/@filmschoolsecrets (2013) "Paul Thomas Anderson on Why He Dropped Out of Film School". Entrevista a Paul Thomas Anderson. Subido a la plataforma el 25 de abril de 2013. https://www.youtube.com/watch?v=GZGrW7tHJTQ

Nada puede disimular aquí la dosis de rebeldía e irreverencia con la que un gran director de cine resalta que una escuela de cine se le hizo pequeña por los comentarios del profesor que quiso "darle una bienvenida" a los claustros. Tampoco se puede disimular la altivez con la que se pueda percibir a Thomas Anderson dada la situación moral en la que él se ve a sí mismo. Esa noción de que uno se encuentra en el lugar equivocado porque descubre que quienes rigen los destinos de ese lugar tienen sesgos es muy natural a los estudiantes en general, si bien solo unos pocos pueden permitirse ahorrarse el dinero de pago a la escuela y dedicarse, con disciplina, tiempo y mucho enfoque, a formarse en sus propios términos. Thomas Anderson configura un estilo de vida al que muchos se sienten llamados desde jóvenes —dadas las frustraciones que la educación institucional también fomenta—, pero pocos alcanzan a reconocer como prudente. El mundo del arte en general tiene una cuota alta de participación de mentes creativas por fuera del mundo académico, pero esa sensación y ese gusto tampoco desdicen o desdibujan lo que la formación brindada por profesores y en un recorrido de diplomas y fechas de sustentaciones puede brindar a cada quien.

Dejemos esta digresión para otro texto y quedémonos con el apunte anecdótico del gran director nacido en Los Ángeles. «¿Y qué si yo quería escribir *Terminator 2*?». Sí, la academia puede, y lo hace, acudir a esas señales de antipatía completamente pedantes y absurdas. Como consecuencia, y en palabras de Thomas Anderson, la academia en lugar de estimular, desengaña y amedrenta. Pensemos por un instante en la misma situación para el caso de Fernández de Avellaneda y su intuición provechosa de querer escribir la *Segunda parte de Don Quijote*. Si se hubiera dispuesto a consultarlo, todo también hubiera jugado en su contra; y no exactamente porque alguna academia o una institución de autoridades de la literatura se lo hubiera impedido, sino porque lo normal es que sea el mismo autor de la primera parte quien redacte la segunda. Para la fecha en la que Paul Thomas Anderson vivió las palabras de su "profesor" apenas se vivía el éxito de la película original de *Terminator*, sí, la de 1984. La segunda parte se estrenó en 1991. Para fortuna de la historia, esa continuación fue también escrita y dirigida por quien detentó esos cargos en la primera película, James Cameron. Con ello, se respaldaba tanto la acogida de esa historia como la expectativa con la que todo el mundo podía recibir la secuela.

Y así el éxito de una historia fue mostrando gradualmente cuán incompleta podía estar en su abrebocas. Es como si en el entusiasmo que una obra genera la imaginación resultase invitada a una fiesta creativa. Seguramente, la conversación que surge entre los amigos que comparten los mismos gustos, las ideas que se desprenden ante los clímax y los desenlaces que se disponen originalmente, todo ello hace que surjan iniciativas que el único trabajo —aunque por ello requiere disciplina— que demandan es el de ponerlo en el papel. Y lo digo así porque a veces no se trata tan solo de palabras y más historias en nuevos personajes, sino del estímulo que se fomenta en el dibujo y en el diseño. La fiesta se vuelve espacio universal.

III

Medidas por un mercado y un consumidor, las obras narrativas tienen tres destinos habituales: uno, la propagación inmediata como fruto de un público espectador que incrementa con rapidez su éxito; dos, el olvido y la crítica despiadada de cuenta de los espectadores que no las soportaron y que —los lectores ni terminan de leer los libros o los cinéfilos hasta se salen de las salas de cine— entierran con toda confianza sus expectativas; y tres, un camino intermedio en el que la obra encuentra, casi por parejo, amantes y detractores y a la larga es el tiempo quien con nuevos públicos dará las mejores señales de lo que ella representa. Fácilmente, el lector y quien escribe este ensayo, podemos encontrar ejemplos y contraejemplos de esta última ruta pues, precisamente, es el lugar donde el río de las experiencias lectora y cinematográfica nos traen a todos. Todos hemos visto y revisitado obras que "envejecen" mal y obras que logran "rejuvenecerse". Para la diversidad de gustos, el tiempo es un condicionante de muy variado tono.

Esa importancia que tiene la acogida de una obra no va en detrimento de su calidad. Al menos, no soy de los que piensa que un *best seller* es un texto que, por una prejuiciosa visión de la democracia y la popularidad, debe ser malo. Tampoco me presto a pensar que solo esa obra —literaria o fílmica— que conocen unos pocos y que solos unos "elegidos" saben adorar sea el *non plus ultra* de las dimensiones estéticas. Pero sí es bueno observar que el mercado siempre está dispuesto a darle mayor beneficio a aquellos productos que logran esa propagación inmediata de la que hablamos como uno de los tres destinos de las obras narrativas. Muchos son los intentos, también, por hacer pasar por populares obras que terminan siendo menores y a las que ni siquiera sus propios fanáticos pueden salvar cuando resultan ejercicios desabridos y sin alma, y aunque costosos en su producción terminan siendo baratijas para la cultura. Las sagas cinematográficas que hacen parte de los productos de consumo masivo del séptimo arte dan continuamente pruebas de ello.

Por ello, la opción aquí vuelve a invocar el modelo del caso de *Don Quijote*. Acogida, gusto, interés, expectativa por lo que vendrá o por hacer sentir que algo más falta por decirse. Y ese es, precisamente, el asunto: lo que falta por decirse. Cada vez que contamos o se nos cuenta una historia, la intuición de que muchas preguntas —demasiadas, a la final: infinitas— quedan sin respuestas es patrimonio de la creatividad que comienza a hervir en la mente. Si eso tan simple ocurre con la aventura discursiva de relatarnos entre nosotros, pues aún más cuando los objetos de la caracterización parecen ya "completos" porque su forma física está "cerrada". Es decir, el libro y la película de unos ciento veinte minutos de duración son piezas terminadas. Como suele pasar también en el desarrollo de la ciencia, la investigación y la tecnología, cualquiera puede acercarse a ese objeto "acabado" y acentuar un "¿y si no?", "¿y si todo está apenas por decirse?", que fue la intuición que Fernández de Avellaneda tradujo como otro nivel en la creación de una continuación de las aventuras de *Don Quijote*.

Ese entusiasmo con el que alguien asume la posibilidad de ampliar la creatividad o la idea ajena es muchas veces mal entendido, naturalmente, ya que la idea misma de que se tomen personajes ajenos en su concepción se acerca peligrosamente a las líneas del plagio. Pero si se me ha entendido bien hasta aquí, no es de éste del que estamos hablando. Al contrario, continuar las historias, dejar que las ideas que crucen la imaginación fomenten nuevas obras en el modelo de continuación —hacia adelante o también hacia atrás, como en las precuelas— es fruto de la admiración y, a lo mejor, del homenaje mismo de la noción de la creatividad.

Varios casos en la estética creativa del siglo veinte pueden resaltar la tranquilidad y la legalidad con la que este tipo de ejercicios puede realizarse. En los años setenta, Daniel O'Bannon y Ronald Shusett, dos jóvenes lectores y escritores de ciencia ficción

tuvieron las primeras ideas sobre lo que sería un macabro viaje interestelar en una nave llamada Nostromo. La tripulación sufría las consecuencias de acercarse a un planeta desconocido en el que surgía un llamado de auxilio sin medir que allí comenzaría su padecimiento. Junto a Ridley Scott, los jóvenes desarrollaron la historia y el guion para un filme que llegaría a las salas de cine en el verano de 1979 y que, como producto comercial de terror y ciencia ficción, podía salir bien o podía salir mal. La película se llamó *Alien*, a secas, aunque como huella particular de lo que ocurre en la historia, con una tripulación en el Nostromo de cinco hombres y dos mujeres, el título se alargó con un concepto muy llamativo de *El octavo pasajero*.

Los ingredientes de la aterradora historia iban conectados con un siglo de escritores de ciencia ficción, terror y fantasía que influyeron en la infancia y la juventud de miles de hombres y mujeres que sintieron la vocación por escribir. Fácilmente pueden mencionarse las energías literarias de Joseph Conrad, Edgar Allan Poe y Howard P. Lovecraft como artífices —sobre todo este último— de una visión sombría de lo que ocurre y puede llegar del espacio, y también el muy provechoso ejercicio de publicaciones periódicas que en diversos formatos dieron pie al surgimiento de la gran ciencia ficción y los super héroes. Como el cine y la televisión se fueron nutriendo de esos elementos, se hizo muy probable que los artífices encontraran seguidores, verdaderos discípulos de la mezcla de narraciones, monstruos, actividades paranormales, desequilibrios psicológicos, aberraciones, miedos, exploraciones arqueológicas, investigaciones biológicas, aventuras en la búsqueda de respuestas acerca de la vida en otros planetas.

Alien tiene todo ello y buena parte de las historias surgidas en el siglo veinte se encadenan de una manera maravillosa con el respaldo de una tecnología que fue profundizando la indagación sobre la veracidad de todo lo que se narra. Detrás de *Alien* palpitaba el éxito del comienzo de *Star Wars* —una espectacular historia que merece siempre indagaciones aparte y que continúa brindándose como ejemplo del inacabado arte de completar lo incompleto—. Y la fórmula empezó a dar sus frutos cuando, rápidamente, la heroicidad del personaje de Ellen Ripley (interpretado siempre por Sigourney Weaver) se convirtió en un impulso más para renovar el gusto por lo mítico, lo trágico, lo envolvente que resulta el viaje, en este caso, de una muy especial heroína.

Bien visto, o analizado narrativamente, *Alien* representa una historia convencional en la que la tripulación de una nave se encuentra con un enemigo imprevisto y solo habrá un sobreviviente. Lo que se ha contado muchas veces con barcos y guerreros de cientos de pueblos, se trasladaba —como en *Star Wars*— a un paisaje cósmico y multiestelar en el que ya los seres humanos logran conectarse con nuevos recursos, entes y problemas. La fascinación y las ideas que también en la vida real se planteaban desde la carrera espacial, que llevaba inscrita la línea de la ciencia en los Estados Unidos y en la Unión Soviética, resultaban maravillosas provocaciones para el aliento de la literatura y el cine, además, para un público que década a década abría espacio en sus agendas para el sofisticado entretenimiento que se abrigaba en grandes pantallas. Aún nos falta mucho por redescubrir en ese aspecto y darle la verdadera profundidad a los elementos que la vida cotidiana transformó con el advenimiento de las historias contadas en el séptimo arte. Tengo la impresión de que, muchas veces, el mismo cine ha logrado recrear su sentido en películas que dignifican su importancia y lo que él mismo ha hecho por las sociedades.

Con el éxito en los hombros, *Alien* y su súper heroína Ellen Ripley no podían dejarse a la deriva —haga de cuenta el don Quijote y su Sancho— y alguien debía tomar lo que, si bien no se había dimensionado como tal, resultó ser apenas el principio. De acuerdo con lo que la misma película original revela, la narración no solo se ubica en un espacio a millones de kilómetros de la Tierra, sino que

tiene una temporalidad distinta. La película de 1979 cuenta una historia que sucede en 2122, poco más de un siglo. De aquí allá es "previsible" que el modo en el cual los seres humanos atraviesan el espacio se dé en el modo en el que la película lo cuenta; es decir, la tripulación viaja millones de kilómetros, en muchos años de recorrido, sin envejecer, porque pueden mantenerse en una especie de parálisis que pospone sus funciones motoras. No es de extrañar que la misión del Nostromo hubiese comenzado en el cierre del siglo veinte o, como se refiere en unas películas posteriores de esta misma historia, en los primeros años del siglo veintiuno. Lo que ocurre en esa primera narración se limita a unos cuantos días de 2122 y lo que vendrá después entusiasma la imaginación, ya sea para aventurarse en los años que siguen o para recrear los años que antecedieron a ese.

James Cameron tomó la escritura de la que se ha denominado como la segunda parte de Alien en 1986. Él, para evitar ese juego de irreverencia con una historia que no era originalmente suya, decide que la película se titule *Aliens*. Continuando con la lógica levemente definida de los recorridos humanos a través de millones de kilómetros, la historia aquí continúa con Ellen Ripley en su cámara de hibernación llegando accidentadamente a un sitio de rescate en el que seres humanos a cargo de la empresa Weyland-Yutani le cuentan —y a nosotros como público— lo que ha pasado en su regreso a la Tierra. Cincuenta y siete años ha durado el trayecto. Lo que quiere decir que ahora narrativamente nos encontramos en 2179, aunque veamos que para Ellen Ripley solo han pasado unos cuantos meses. Cameron construye un guion a la altura de las expectativas con los ingredientes planteados en la versión original y los aderezos propios de su genio y la tecnología para el año del lanzamiento, siete años después del estreno de la *Alien* original. Nuevos personajes, nueva nave, un nuevo androide, mayor fuerza en el antagonismo del extraterrestre, una niña que vendría a ser el equivalente de un gato que acompañó a la tripulación del Nostromo y una heroína mucho más definida por el mismo conocimiento que ya ostenta de lo que resultó ser una amenaza para la humanidad.

Con la claridad en el manejo de los derechos de autor que se ocultan tras bambalinas de todo proceso creativo, *Aliens* se hace modelo de un desarrollo exponencial de historias. Y rápidamente, en una franja de apenas veinte años y contando, libros, novelas, historietas, cómics, juegos de video y más filmes se desarrollaron en el anticipo, continuación y simultaneidad de lo que se contó en una primera película, la de 1979. *Alien 3*, lanzada en 1992, se narra pocos días después del fin de *Aliens*, es decir también se cuenta desde la perspectiva de 2179. *Alien*: *Resurrection*, que viene a ser la llamada *Alien 4*, lanzada en 1997, narra acontecimientos de la historia que pasan en 2381; todo con la misma heroína, aunque con una salvedad muy específica: la clonación. Dos siglos de distancia sustentados en la creatividad de los narradores y guionistas que promueven la verosimilitud ante ese universo que se hace inabarcable en una sola estocada de la imaginación. *Alien*: *Romulus*, de 2024, se ha escrito con la perspectiva del año 2142. Frente a los *Alien 3* y *Alien*: *Resurrection*, viene a ser un retroceso, lo que podría suponer una especie de capítulo posterior a *Aliens*, o como también se ha hecho moda, una especie de "Alien 2.5".

Y esa misma forma de ir completando el marco se ha generado hacia atrás con historias de muy diverso nivel y también dentro de muy variados soportes. En el año 2012 se estrenó una obra muy por detrás de todo esto, la maravillosa *Prometheus* (o también *Alien*: *Prometheus*) que narra eventos que ocurren en 2093. Aquí se debe resaltar el regreso del director Ridley Scott, quien lideró la versión de 1979, y la puesta a punto de una narración que quedó levemente trazada en las películas *Alien Vs. Predator* (2004) y *Alien Vs. Predator 2* (2007) a través de unos primeros minutos en los que se plantea una hipótesis alternativa sobre el origen tanto de los aliens como de los seres humanos. también gracias al éxito de la denominada *Prometheus*, apareció cinco años después *Alien*: *Covenant*,

también dirigida por Ridley Scott, que transcurre y narra personajes en 2104, es decir, setenta y cinco años antes de lo que fue relatado en la primera *Alien*. El espectro se ha ampliado, seguramente para beneplácito y también sonrojo de los mismos gestores de la idea inicial, O'Bannon y Shusett, pero ya hasta con una noción muy clara de que toda esta aventura bajo ese rótulo alentará su inmortalidad. Si esa primera historia no hubiera tenido un eco mínimo, no habría ni mención de sus nombres en cada uno de los filmes y libros, donde se les incluye siempre con el digno título de "historia original de Daniel O'Bannon y Ronald Shusett", aunque cada historia tenga la autoría de otros escritores. Es la ruta de las historias y la ampliación de los personajes que despiertan el cariño de la gente.

Resultados

A MODO DE CONCLUSIÓN

Dadas las condiciones actuales de propagación del mundo del entretenimiento en plataformas que expanden las historias y complementan viejos gustos por personajes y tramas, vivimos hoy una época creativa inédita en el mundo de la literatura y el cine. Si bien podría pensarse que esto es dado para todos, lo cierto es que hay casos en los que la falta de éxito de una propuesta deja desamparado el apoyo para continuarla. Mencionemos, por ejemplo, uno muy sonado, el de la película *Dick Tracy*.

En 1990, con gran parafernalia, se estrenó esta película basada en un exitoso cómic creado por Chester Gould en 1931. Para que esa adaptación despertara mayor entusiasmo se incluyeron como actores a Warren Beatty, Al Pacino y Madonna, verdaderas estrellas de la década de los ochenta. Ni qué decir del presupuesto para efectos, vestuario, música y demás ingredientes de composición cinematográfica. Recuerdo que incluso el *merchandising* del filme incluía juguetes, vasos, recordatorios completos de la aparición del filme. Y con todo y ello, la película no funcionó y rápidamente se dejó de hablar de ella. Los fracasos, por miles y al olvido con gran velocidad, solo hacen que parezca que es mucho más sencillo lograr algún éxito. El error de disposición en el que caemos cuando pensamos que todo está dado para funcionar porque hay ejemplos exitosos, es uno muy frecuente a la hora de concebir lo que pasa con la creatividad. Por ello es que, de cierta manera, todos los creadores, escritores y directores, intentan ajustarse a las fórmulas de lo que ha funcionado y desde allí dejarlo todo a la suerte, al público y al tiempo.

Fernández de Avellaneda entró al grupo de inmortales refugiándose en la atractiva fórmula de Cervantes al concebir su parodia de las novelas de caballería e impulsando su imaginación en los personajes de *Don Quijote*. La búsqueda de historias para llevar al cine y a la televisión potenciaron la acogida que tenían historias que parecían ya definidas en las rutas de la novela, las historietas, los cómics y los cuentos. En ese nuevo marco, un relato breve como lo es *La caída de la casa Usher*, originalmente publicado en 1839, puede hoy tener varias versiones y hasta una serie (de Netflix, 2023) en la que se amplían los personajes y sufrimientos de los personajes de Edgar Allan Poe. Los mismos juegos llevan a un despliegue maravilloso de historias para los héroes y superhéroes de todas las épocas y dimensiones, sociedades y mitologías. El Olimpo y el Salón de la Justicia son enclaves para alentar innumerables historias en las que también se subvierten los encuentros y conflictos tenidos por oficiales. Con ese mismo entusiasmo y a la luz de los revolucionarios e inquietantes postulados (hipotéticos o teóricos) de la ciencia, las tramas se acercan a las nociones de universos paralelos, multiverso, viajes en el tiempo, agujeros negros y las condiciones de vida de otros sistemas solares. Spiderman y Luke Skywalker pueden cruzarse la mirada como si estuvieran en la caja de juegos de un niño, así como, en su momento, se planteó el conflicto y la aparición de los aliens con los humanoides depredadores.

Y en ese mismo crecimiento, obras

que se plantean mucho más cercanas a la realidad generan una intriga adicional sobre el origen y el devenir de otras historias y personajes. *Breaking Bad*, por ejemplo, ha ido respondiendo sus propios interrogantes en el antes y después de su situación espacio temporal. La exitosa serie de Vince Gilligan suscitó tal interés por uno de sus personajes que ya no se puede entender del todo sin lo que vino a surgir después como una de sus precuelas, la maravillosa *Better Call Saul*. Y en el aliento de lo que fue en algún momento bien recibido, también vemos la complementariedad de adaptaciones tan notables como las que se han dado, en muy diferentes momentos, de la novela británica *Shogun*, de James Clavell, publicada originalmente en 1975.

Como réplica del universo en expansión, nuestro desafío, como público y como estudiosos de las teorías narrativas, consiste en hacer comprensible este escenario en el que todas las historias se encuentran, se funden, se redireccionan adelante y atrás, y juegan con el entendimiento de la realidad a partir de lo que la imaginación propone como antídoto contra el absurdo mismo de nuestra existencia. En esa consecuencia, estas líneas quieren abonar la inspiración de los neófitos y la complacencia de quienes ya tienen un mejor acercamiento a estas pizcas del universo creativo.

Referencias bibliográficas

• Auster, Paul (2006). Brooklyn Follies. Traducción de Benito Gómez Ibáñez. Barcelona: Editorial Anagrama

• Borges, Jorge Luis (1981). Ficciones. Madrid: Alianza; Buenos Aires: Emecé.

• Cervantes Saavedra, Miguel de (1999). Don Quijote de la Mancha. Tomos I y II. Barcelona: Folio.

• Clavell, James (1994). Shogun. Traducción de José Ferrer Alau. Barcelona: Plaza & Janés Editores.

• Diderot, Denis (1994). Jacques el fatalista. Introducción de Carlos Pujol; traducción de María Fortunata Prieto Barral. Barcelona: RBA Editores.

• Fernández de Avellaneda, Alonso (2005). Segundo tomo del ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha. Madrid: Biblioteca Nueva.

• Gómez Valderrama, Pedro (1981). La procesión de los ardientes. Barcelona: Montesinos Editor.

• Kundera, Milan (2007). La insoportable levedad del ser. Traducción de Fernando de Valenzuela. Barcelona: Tusquets Editores.

• Murakami, Haruki (2005). Tokio Blues. Norwegian Wood. Traducción de Lourdes Porta. Barcelona: Tusquets Editores.

• Ortega, Julio (comp.) (1993). La cervantiada. Caracas: Fundarte.

• Pirsig, Robert (2004). Zen y el arte del mantenimiento de la motocicleta. Traducción de Renato Valenzuela Molina. México: Sexto Piso Editorial.

• Poe, Edgar Allan (2016). Cuentos completos. Traducción de Julio Gómez de la Serna et. al. Penguin Clásicos.

• FILMOGRAFÍA Y TELEVISIÓN

• Álvarez, Fede (2024). Alien: Romulus. Estados Unidos: 20th Century Studios, Scott Free Productions, Brandywine Productions. Ridley Scott Productions.

• Anderson, Paul W. S. (2004). Alien vs. Predator. Estados Unidos: 20th Century Fox, Brandywine Productions.

• Beatty, Warren (1990). Dick Tracy. Estados Unidos: Touchstone Pictures, Silver Screen Partners IV.

• Cameron, James (1984). Terminator. Estados Unidos: Pacific Western, Hemdale, Orion Pictures.

• Cameron, James (1986). Aliens. Estados Unidos: 20th Century Fox, Brandywine Productions.

• Cameron, James (1991). Terminator II. Estados Unidos: Carolco Pictures, Pacific Western, Lightstorm Entertainment, James Cameron Productions, TriStar Pictures.

• Fincher, David (1992). Alien. Estados Unidos: 20th Century Fox, Brandywine Productions.

• Flanagan, Mike (2023). The Fall of the House of Usher. (Serie de TV.) Estados Unidos: Intrepid Pictures; Netflix.

• Gaitán, Fernando; Ribero, Mario (1999 – 2001). Yo soy Betty, la fea. (Serie de TV.) Colombia: RCN Televisión.

• Gilligan, Vince (2008 – 2013). Breaking Bad. (Serie de TV.) Estados Unidos: Gran Via Productions, High Bridge Productions, Sony Pictures Television; AMC.

• Gilligan, Vince; Gould, Peter (2015 – 2022). Better Call Saul. (Serie de TV.) Estados Unidos: AMC, High Bridge Productions, Crystal Diner Productions, Gran Via Productions, Sony Pictures Television, AMC+.

• Jeunet, Jean-Pierre (1997). Alien Resurrection. 20th Century Fox, Brandywine Productions.

• Leavitt, Ron; Moye, Michael G. (1987 – 1997. Married with Children. (Serie de TV.) Estados Unidos: Embassy Television, ELP Communications, Columbia Pictures Television, FOX.

• Marlens, Neal; Black, Carol (1988 – 1993). The Wonder Years. (Serie de TV.) Estados Unidos: New World Television, The Black-Marlens Company, ABC.

• Marks, Justin; Kondo, Rachel (2024). Shôgun. (Serie de TV.) Canadá: DNA Films, FX Productions, Michael De Luca Productions, FX Network, Hulu, Disney+, Star+.

• Scott, Ridley (1979). Alien. Estados Unidos: 20th Century Fox, Brandywine Productions.

• Scott, Ridley (2012). Prometheus. Estados Unidos: 20th Century Fox, Scott Free Productions, Dune Entertainment, Brandywine Productions.

• Scott, Ridley (2017). Alien: Covenant. Estados Unidos: 20th Century Fox, Scott Free Productions, Brandywine Productions.

• Strause, Colin; Strause, Greg (2007). Alien vs. Predator Requiem. Estados Unidos: 20th Century Fox, Davis Entertainment, Brandywine Productions, Dune Entertainment.

• Zemeckis, Robert (1994). Forrest Gump. Estados Unidos: Paramount Pictures, Wendy Finerman Productions, The Steve Tisch Company.

EXPERIMENTACIÓN DEL INJERTO SOUVENIR: ALTERNATIVAS PARA LA CREACIÓN NARRATIVA

Sergio Alvarado Vivas
Corporación Universitaria Minuto de Dios
UNIMINUTO

Resumen

Los *souvenirs* son objetos que más allá de su funcionalidad física, portan en su multiplicidad de formas una serie de aglutinaciones donde representaciones sociales, experiencias y arbitrariedades confluyen en los periplos del turista contemporáneo. Los recuerdos se masifican y se integran a la cotidianidad de los espacios físicos que representa, no solamente por ser exhibidos en tiendas que circundan los lugares turísticos de las ciudades, sino porque progresivamente van estableciendo una serie de agenciamientos sobre qué lugares son los que "más merece la pena visitar", y por ende, establecen también qué espacios han de ser representados en estos objetos, los cuales aún tienen el rezago distorsionado de intentar equiparar aquellos emblemas de los peregrinos del pasado. Esta caprichosa manera de representar el mundo en souvenirs (muchos de ellos hechos en China) condicionan las maneras de ver el mundo, de imaginarlo y de relacionarlo. Es a partir de este encuadre y de los reencuadres que realizan los ciudadanos a través de los atributos que les otorgan a los objetos, que se antoja como un punto de partida muy interesante para que comunicadores sociales y periodistas en formación, reflexionen en torno a cómo estas predisposiciones, relatos e ideas frente al mundo que les rodea, pueden ser inspiraciones para la creación narrativa, ficcional o no, e intentar relatar una suerte de "injertos" sobre contextos inmediatos pese a que se trate de souvenirs de geografías distantes. Se trata de encontrar otras maneras de inspirar la creación narrativa, de experiencias multiplataforma y de alguna manera enriquecer escenarios para evitar llegar a los lugares comunes y a determinismos tecnológicos, muchos de ellos empujados por las dinámicas de consumo en redes sociales digitales. Como resultado, se encuentran múltiples ejercicios que dan cuenta de esa experimentación, de las dificultades que esto conlleva a la hora de buscar una inspiración auténtica y también, de cómo el acervo de cada quien es decisivo para el armado de propuestas nutridas de intertextualidades, donde la variable de la IA incluso podría volverse menos importante o ser condicionada por creadores con mucho más criterio antes de lanzarse presurosamente a las mieles de la producción y postproducción.

Palabras clave

Souvenirs, narrativas transmedia, representaciones sociales.

Introducción

El souvenir como objeto cultural, se ha constituido en un elemento masificado y tangible que porta memorias, pero también arbitrariedades. Su relación con el turismo contemporáneo es indiscutible, y por ende, es un objeto portador de representaciones sociales que media el consumo cultural e incide en la estandarización de imaginarios (García-Escalona, 2006; Swanson & Timothy, 2012). De tal forma, los souvenirs hacen parte de procesos constantes de reconfiguración de los modos de ver, de imaginar y de jerarquizar el mundo (Berger, 2007). De cierta manera, están inmersos en las tensiones entre su función de representar una geografía, las atribuciones sociales que se les otorgan

(ej: cuando se convierte en un regalo para un cercano) y los relatos prefabricados que invitan a ser adquiridos por un viajero (Alvarado-Vivas, 2024). Esto nos lleva a pensar en el souvenir como una suerte de objeto que se injerta en nuestros espacios privados, no solamente como prueba del viaje sino como una especie de emblema capaz de detonar una memoria de una geografía ajena (Estévez, 2008).

Es aquí donde bien valdría preguntarse cómo este tipo de objetos culturales, más allá de sus circunstancias de elaboración pueden aportar a procesos reflexivos y narrativos. En este caso, para comunicadores sociales y periodistas en formación. El objetivo de este texto consiste en compartir algunas pinceladas de cómo un souvenir puede contribuir a la construcción de metodologías activas de aprendizaje para convertirse así en un detonante creativo para perfilar, planificar y abordar procesos de creación narrativa ficcional o no ficcional.

Metodología

Partiendo de un abordaje cualitativo, el proceso creativo se da en el marco de una serie de condiciones exploratorias y experimentales. En principio, en el contexto de la asignatura "Introducción a las narrativas transmedia" del programa de Comunicación Social - Periodismo de UNIMINUTO en Bogotá, como parte de la etapa final de la asignatura se plantea un reto creativo: construir una propuesta narrativa de un relato sobre Bogotá ficcional o no ficcional. Sin embargo, para llevar a cabo este proceso los estudiantes se enfrentan a varias fases por las cuales deben transitar.

Fase 1

Selección y observación de souvenirs (propios o ajenos).

En primera instancia, antes de pensar siquiera en narrar algo sobre Bogotá, deben elegir inicialmente un souvenir de una ciudad fuera de Colombia. Puede ser uno que hayan adquirido, que hayan recibido o incluso alguno que encuentren a través de un buscador en internet. Este primer paso resulta determinante porque se trata de una elección llena de azar, de gustos personales y sobre todo de una carga emocional en relación a una "geografía deseada", aquella que se recuerda con agrado y alguna que quizás se aspira a conocer en un futuro cercano (Benjamin, 2008).

Fase 2

Identificación de atributos simbólicos, narrativos y afectivos del objeto.

Luego, deben indagar qué es lo que representa de esa ciudad el souvenir, en algunas ocasiones puede tratarse de un skyline ficticio, una parte de un monumento emblemático o un mosaico de elementos de la ciudad que han sido caprichosamente aglutinados en un imán de nevera. En definitiva se trata de explorar un contexto más profundo del objeto, de conocer fragmentos de la historia de la geografía que representa, todo esto incluso sobrepasando las circunstancias de elaboración o las imperfecciones que pueda tener en sus acabados en medio de lo artesanal o masivo del objeto.

Fase 3

Acción injerto: traslado del souvenir a contextos inmediatos.

Aquí inicia el proceso de aterrizaje, en este caso al contexto bogotano. Aquí el estudiante debe preguntarse cómo podría realizar un reencuadre, raptando al souvenir e injertándolo en la ciudad capitalina. La reflexión puede llevar al creador a través de distintos tipos de injertos: de tipo espacial, temporal, cultural o narrativo (Bal, 2002; Puskás, 2020).

Fase 4

Construcción y prototipado de piezas narrativas.

Finalmente, de manera grupal, cada participante y portador de un souvenir específico llega a la etapa

final de creación narrativa con unos elementos profundizados e ideas preliminares de qué quisiera narrar. Allí, han de interactuar con los otros coequiperos para decidir qué narrar, cómo narrarlo y de paso, qué tan transmedia podrían lograr estructurar la propuesta.

Discusión

Este proceso de creación narrativa constituye al souvenir y su acción injertada como un dispositivo potente para partir desde un lugar distinto (evitar el lugar común) y de alguna manera intentar desnaturalizar el régimen existente de las representaciones del mundo (Benjamin, 1989). De tal forma el souvenir puede constituirse en un dinamizador de lo espacial, al reubicar simbólicamente una geografía ajena, para generar una fricción entre el lugar representado y el lugar vivido (Moragas-Spa, 2014).

También puede transformarse, en un injerto que juega con la variable temporal. Donde un objeto o una imagen del pasado (ej: una figura del Coliseo Romano) puede ser traída a la actualidad de la temporalidad bogotana para narrar, por ejemplo, un relato encaminado a reflexionar la memoria histórica de un espacio (ej: la antigua Plaza de Toros de la Santamaría) su relevancia, su transformación y las incertidumbres que va dejando las grietas de la memoria colectiva.

También es posible jugar con los injertos culturales, ya sea realizando un despojo al objeto de su matriz cultural original para atribuirle otra mucho más cercana. También puede ser a partir del juego de la semejanza, buscando puntos que conectan sutilmente dos culturas que geográficamente pueden ser distantes pero que al analizarlas es posible evidenciar puntos en común acerca de estereotipos, apropiaciones y tensiones identitarias. Sin duda, esta ruta puede ser una que resulte muy interesante para visibilizar, por ejemplo, procesos de homogeneización cultural, algunos de ellos validados incluso de manera natural por quienes cumplen el rol de creadores de la narrativa.

Finalmente, el injerto puede ser aún más disruptivo, y podría tratarse de un reencuadre narrativo, donde las mismas características físicas del objeto condicionan el devenir de la historia misma (Petit-Laurent & Bargueño, 2017). En ese caso, el objeto no solamente estaría presente o mencionado en la narrativa, más bien podría convertirse en el tótem con cierto misticismo que regula la historia. Un ejemplo podría ser un souvenir de una bola de cristal de Nueva York, la cual cada vez que es agitada genera un *plot point* o punto de inflexión clave para la narrativa y sus personajes. Podría decirse que el objeto podría convertirse en una especie de interruptor narrativa que permita marcar los cambios más trascendentes de una historia.

De cierta manera, la creación narrativa a través de este tipo de artefactos como los souvenires permiten cuestionar las jerarquías simbólicas de los territorios, pero también ponen sobre la mesa una interesante tensión del rol de creador de contenido, quien debe determinar su mediación pasiva y crítica acerca de lo que está narrando. Se trata de hablar de las implicaciones éticas y políticas de la creación narrativa más allá de si se trata de un relato ficcional o no.

Resultados

Como fruto de este proceso, los estudiantes participantes lograron explorar distintos formatos en sus narrativas propuestas, relatos escritos, audiovisuales, experiencias multiplataformas, algunas con tintes transmediales. El grado de libertad creativa solo limitado por la restricción de los souvenirs como ejes de la narrativa les llevó a escenarios incómodos para activar frentes de pensamiento crítico, creativo y menos convencional .

Si bien el uso de herramientas de IA dentro del proceso no estaban prohibidas, para algunos significó más bien el ejercicio de la identificación de su souvenir como un estadio previo para fortalecer el criterio creativo previo al uso tecnológico y la construcción prompts. En otros casos los hábitos ya instalados de la producción acelerada y descontextualizada les llevó a la construcción de relatos genéricos y convencionales en su desarrollo. Permitiendo abrir la reflexión luego de la socialización para conversar sobre la importancia del acervo cultural como comunicador, periodista o creador de contenido para enriquecer los procesos de creación.

En consecuencia, el ejercicio de reflexionar lo cotidiano que rodea a los actores sociales, tales como las imágenes o, este caso, los objetos culturales como los souvenirs, se constituye en una ruta que puede contribuir a la creación narrativa entendiendo al objeto cotidiano como un elemento capaz de incidir en narrativas críticas y situadas. Las implicaciones pedagógicas de este tipo de metodologías buscan entonces hacer contrapeso a los frenéticos ritmos de producción de contenidos del mundo contemporáneo, no porque esto sea malo sino porque este régimen no puede acaparar todo el espectro de producción, también merece la pena hacer pausas en el camino para construir narrativas con una configuración sensorialmente y críticamente más nutrida, sin que esto la vaya a convertir necesariamente en un contenido menos atractivo para los públicos.

Referencias bibliográficas

• Alvarado-Vivas, S. (2024). Narrativas a través del souvenir: encuadres y reencuadres de las imágenes en masa: encuadres y reencuadres de las imágenes en masa. Escribanía, 22(1). https://doi.org/10.30554/escribania.V22i1.5106

• Bal, M. (2002). Conceptos viajeros en las humanidades una guía de viaje (Yaiza Hernández Velázquez, Trad.). Ad Litteram. (Obra original publicada en 2002).

• Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Discursos Interrumpidos I. Taurus.

• Benjamin, W. (2008). Charles Baudelaire. Un lírico en la época del altocapitalismo. Obras Libro I/Vol. 2. Abada.

• Berger, J. (2007). Modos de ver (Editorial Gustavo Gili, Trad.). Editorial Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1972).

• Estévez, F. (2008). Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística. Acto: Revista de Pensamiento Artístico Contemporáneo, (4), 34-49. https://mdc.ulpgc.es/cdm/singleitem/collection/acto/id/47/rec/2

• García-Escalona, E. (2006). De la reliquia al souvenir. Revista de Filología Románica, 399-408. https://revistas.ucm.es/index.php/RFRM/article/view/RFRM0606220399A

• Moragas-Spa, M. (2014). Comunicación, ciudad, ciudadanía. En I. Fernández-Astobiza (Coord.): Espacios de comunicación Bilbao 2014. Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), pp. 81-90.

• Petit-Laurent, C.A. y Bargueño E. (2017). Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño. Arte, individuo y sociedad, 29(1), 153-166. http://dx.doi.org/10.5209/ARIS.52302

• Puskás, R. (2020). Souvenirs of Communism: The Framing and Reframing of Hungary's Communist Past in Memento Park [MA Thesis Arts and Society]. Utrecht University. https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/37350

• Swanson, K. & Timothy, D. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. Tourism Management, 33 (3), 489-499. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.007

IMAGEN, TERRITORIO Y CREACIÓN: LA INVESTIGACIÓN-CREACIÓN COMO METODOLOGÍA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA

Iván Camilo Henao Morán
Fundación Universitaria de Popayán
Colombia
ivan.henao@docente.fup.edu.co
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-2743-0186

Resumen

Este capítulo analiza la investigación-creación como enfoque epistemológico y metodológico en la producción audiovisual latinoamericana, a partir del estudio de un documental centrado en la poeta afrocolombiana Mary Grueso Romero. El proyecto se examina en diálogo con los debates sobre colonialidad del saber, desobediencia epistémica y mediaciones culturales, proponiendo la creación audiovisual como práctica situada de producción de conocimiento.

Desde esta perspectiva, el documental articula oralidad, memoria territorial y narrativa audiovisual como matrices epistemológicas que emergen del contexto histórico y cultural del Cauca. El proceso de investigación-creación integra entrevistas, trabajo de campo y construcción narrativa, configurando un dispositivo que activa saberes afrodescendientes en circuitos académicos y mediáticos contemporáneos.

A través de este caso, el capítulo sostiene que la investigación-creación amplía el campo epistemológico al reconocer la poesía oral y la práctica artística como formas legítimas de conocimiento, contribuyendo a la visibilización y reconfiguración de memorias culturales del Pacífico colombiano en el ámbito audiovisual.

Palabras clave

Investigación-creación; epistemología decolonial; poesía afrocolombiana; memoria territorial; oralidad; documental; mediaciones culturales; producción audiovisual latinoamericana.

1. Introducción

En el actual escenario de la comunicación contemporánea, nos encontramos ante una encrucijada histórica. La digitalización acelerada y la emergencia disruptiva de sistemas de inteligencia artificial capaces de producir imágenes, textos y narrativas de manera automatizada han puesto en crisis las nociones tradicionales de autoría y representación. Hoy, cuando una máquina puede generar una fotografía realista de un evento que nunca ocurrió o redactar un poema imitando estilos humanos, la pregunta por la autenticidad se vuelve central y urgente.

En este contexto, el territorio ya no puede comprenderse únicamente como un espacio físico inerte o un contenedor geográfico. Por el contrario, debe entenderse como una construcción simbólica compleja, mediada por dispositivos técnicos, discursos culturales y disputas de poder. La producción audiovisual, lejos de ser un mero ejercicio estético o de entretenimiento, constituye un campo vital de generación de conocimiento sobre lo social. Sin embargo, la academia tradicional ha mantenido históricamente una dicotomía problemática: ha separado la teoría de la práctica, relegando la creación artística a un lugar secundario o meramente ilustrativo frente a la investigación científica escrita.

Frente a esta tensión, la investigación-creación emerge como una postura epistemológica fundamental que empodera el valor de la creación. En nuestro programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria de Popayán, concebimos la investigación-creación como una forma de producción de conocimiento donde el hacer, la práctica artística, la producción audiovisual y el pensar, la teoría y la reflexión crítica son dimensiones inseparables. Partimos de la premisa de que el conocimiento no antecede a la obra, sino que emerge de la propia praxis, de la experimentación con la materialidad de los medios y del encuentro sensible con la realidad.

Este capítulo analiza la aplicación de esta metodología a través de un estudio de caso situado en el departamento del Cauca: el proyecto documental *"Reflejos Poéticos de la Diversidad"*. Este trabajo, centrado en la identidad de la mujer afrocaucana, examina cómo el proceso creativo produce saberes inéditos sobre la identidad, el territorio y la memoria colectiva, saberes que una aproximación puramente teórica o estadística no podría revelar. Sostenemos que, en contraste con las lógicas automatizadas y deslocalizadas de la IA, la creación audiovisual basada en el trabajo de campo, la escucha activa y la colaboración comunitaria reivindica la dimensión ética de la representación.

2. Fundamentación Epistemológica

La investigación-creación que orienta este proyecto se fundamenta en el pensamiento crítico latinoamericano y en su reflexión sobre las condiciones históricas de producción del conocimiento en la región. El documental sobre poesía afro-caucana se concibe como una práctica epistemológica situada, vinculada a procesos históricos, territoriales y culturales específicos del Cauca, y articulada a tradiciones de oralidad y memoria afrodescendiente.

2.1. Colonialidad del poder y desobediencia epistémica

El concepto de colonialidad del poder formulado por Aníbal Quijano (2000) permite comprender la persistencia de patrones de clasificación social y jerarquización racial y cultural instaurados en la modernidad colonial. Según Quijano, la colonialidad articula economía, autoridad, género y conocimiento, estableciendo un orden mundial en el que el saber eurocentrado adquiere centralidad institucional y normativa. Este marco resulta pertinente para analizar las condiciones históricas en las que los saberes afrodescendientes han sido sistemáticamente subalternizados en América Latina.

En el ámbito epistemológico, este proceso consolidó un régimen de validación basado en la escritura académica, la racionalidad abstracta y la separación entre sujeto y objeto de conocimiento. Frente a ello, las tradiciones afrodescendientes del Cauca han sostenido formas de producción de sentido ancladas en la oralidad, la memoria colectiva, la musicalidad del lenguaje y la experiencia territorial. Estas prácticas constituyen matrices epistemológicas propias que articulan conocimiento, sensibilidad y comunidad.

La noción de desobediencia epistémica propuesta por Walter Mignolo (2010) aporta una clave metodológica para este proyecto. Mignolo plantea la necesidad de desprenderse de la matriz colonial del saber mediante la reubicación del locus de enunciación. En este sentido, la investigación-creación sitúa la poesía afro-caucana y su puesta en escena audiovisual como espacios de producción de conocimiento desde un lugar geopolítico e histórico específico: el territorio caucano y sus comunidades.

El documental activa este desplazamiento al articular entrevistas a poetas, trabajo de campo y una narrativa ficcional que enlaza las voces a través de la experiencia de una joven que descubre la poesía. Este dispositivo integra testimonio, creación artística y reflexión cultural como formas complementarias de conocimiento. La obra se configura así como práctica epistémica que inscribe la memoria afrodescendiente en circuitos académicos y mediáticos contemporáneos.

Las reflexiones de Juan Acha (1979) y Marta Traba (1974) permiten ampliar esta perspectiva. Ambos autores analizaron el arte latinoamericano en relación con sus condiciones históricas de dependencia y conflicto cultural, destacando su capacidad para elaborar críticamente la identidad y las tensiones sociales de la región. En coherencia con estos planteamientos, el proyecto entiende la creación audiovisual como práctica cultural situada que interviene en debates sobre identidad, memoria y representación.

Desde esta fundamentación, la investigación-creación se configura como una estrategia metodológica que articula teoría crítica, producción audiovisual y poesía oral afro-caucana. El conocimiento emerge del diálogo entre territorio, memoria y narrativa, integrando tradición oral y lenguaje audiovisual en un proceso que reconoce la pluralidad epistémica del contexto latinoamericano.

2.2. Mediaciones y narrativas transmedia en el proyecto de investigación-creación

Siguiendo la propuesta de Jesús Martín-Barbero (1987) de desplazar la mirada "de los medios a las mediaciones", este proyecto comprende el documental sobre poesía afro-caucana no como un simple producto audiovisual, sino como un proceso cultural situado. La atención no se centra únicamente en los recursos técnicos o estéticos de la obra, sino en las relaciones sociales, las memorias territoriales y las prácticas de enunciación que hacen posible su existencia.

El documental, que articula entrevistas a poetas y especialistas, trabajo de campo y una narrativa ficcional que conecta las voces mediante la historia de una joven que descubre la poesía, funciona como un espacio de mediación cultural. En él convergen la tradición oral afrodescendiente del Cauca, las trayectorias vitales de los poetas, el contexto urbano y rural del territorio, y los lenguajes audiovisuales contemporáneos. La obra no se limita a representar la poesía afro-caucana: la reactiva, la pone en circulación y la inscribe en nuevos circuitos de visibilidad.

Desde esta perspectiva, el análisis se desplaza de la dimensión formal (cámara, montaje, puesta en escena) hacia las condiciones culturales de producción, circulación y apropiación del proyecto. La investigación-creación se entiende como un escenario de negociación simbólica en el que se configuran narrativas sobre identidad afrodescendiente, memoria histórica y pertenencia territorial en el contexto del Cauca. El proceso mismo, entrevistas, diálogo con los poetas, decisiones narrativas, constituye un acto de mediación.

En el entorno digital contemporáneo, esta comprensión dialoga con los aportes de Henry Jenkins (2006) sobre convergencia cultural y narrativas transmedia, así como con los desarrollos de Carlos Scolari (2013) sobre ecosistemas mediáticos digitales. En coherencia con estos enfoques, el proyecto no concibe el documental como obra cerrada, sino como núcleo de expansión narrativa. Fragmentos audiovisuales, cápsulas para redes sociales, materiales pedagógicos y posibles piezas complementarias amplían el universo narrativo y permiten que la poesía afro-caucana dialogue con nuevas audiencias.

La circulación digital, en este sentido, no es una etapa posterior a la producción, sino una dimensión constitutiva del proyecto. La poesía oral, históricamente transmitida en espacios comunitarios, se proyecta hacia plataformas digitales, generando nuevas formas de encuentro entre memoria ancestral y tecnologías contemporáneas. El sentido se construye en esa interacción entre creadores, poetas, comunidad y públicos ampliados.

Asimismo, la noción de "culturas híbridas" propuesta por Néstor García Canclini (1990) resulta pertinente para comprender el escenario en el que se inscribe el proyecto. En el Cauca confluyen tradición oral afrodescendiente, institucionalidad académica, producción audiovisual y circulación digital. El documental y su expansión transmedia operan precisamente en esa zona de hibridación, donde lo ancestral y lo contemporáneo no se excluyen, sino que se reconfiguran mutuamente.

En este sentido, la investigación-creación adopta la hibridez como condición constitutiva del contexto cultural y como fundamento metodológico, orientando la producción de conocimiento desde la experiencia poética afro-caucana, en diálogo con sus territorialidades, memorias y formas de oralidad, integradas a dinámicas audiovisuales y digitales contemporáneas.

3. Metodología: del laboratorio al territorio expandido

La implementación de la investigación-creación en el programa se orienta por un enfoque flexible y situado que privilegia metodologías cualitativas e híbridas. Este modelo articula práctica artística, análisis crítico y reflexión sistemática, integrando el proceso creativo como núcleo de la indagación académica. La metodología se concibe como estructura dinámica que se ajusta a las condiciones del campo, al diálogo con los participantes y a las transformaciones propias del proceso audiovisual. Entendemos la investigación-creación como un enfoque metodológico practice-led en el que el proceso creativo constituye simultáneamente dispositivo de producción de conocimiento y objeto de análisis crítico

3.1. Enfoques: *Practice-led Research* y etnografía visual

El proyecto adopta el enfoque de *practice-led research* (investigación guiada por la práctica), en el cual la producción artística constituye el espacio principal de generación de conocimiento. La indagación se desarrolla a través de la construcción de la obra, y las preguntas de investigación se reformulan progresivamente en función de las decisiones de rodaje, montaje y experimentación formal. El proceso creativo opera así como laboratorio epistemológico.

Este enfoque se complementa con herramientas de la etnografía visual y con elementos de la autoetnografía. La etnografía visual permite documentar prácticas culturales, gestualidades y espacialidades desde una perspectiva situada, mientras que la autoetnografía introduce una dimensión reflexiva que reconoce la implicación del investigador-creador en el campo. Ambas perspectivas amplían la comprensión de la subjetividad de las participantes y del posicionamiento ético y metodológico del equipo de trabajo.

Un componente distintivo del modelo metodológico es la exigencia de reflexión sistemática sobre el proceso creativo. Cada producción se acompaña de un componente textual, cuaderno de campo, bitácora o exégesis, en el que se registran decisiones técnicas, deliberaciones éticas, opciones estéticas y transformaciones conceptuales ocurridas durante el desarrollo del proyecto. Este dispositivo reflexivo consolida una práctica que integra hacer, pensar y comunicar como dimensiones inseparables de la investigación-creación.

3.2. Diseño del estudio de caso: un territorio en red

El proyecto documental *Reflejos Poéticos de la Diversidad* se estructuró bajo un enfoque cualitativo colaborativo, orientado por los principios de la investigación-creación y por una perspectiva situada del trabajo de campo. El diseño metodológico se organizó en tres fases interdependientes que articularon investigación teórica, análisis interpretativo y producción audiovisual.

Recolección y sensibilización

Se realizó una revisión documental sobre poesía afrocaucana, identidad afrodescendiente y memoria territorial en el Pacífico colombiano, con el propósito de contextualizar el estudio dentro de debates académicos y culturales vigentes. De manera simultánea, se desarrollaron entrevistas en profundidad con poetas, académicos y sabedores locales, priorizando una dinámica dialógica orientada a

la construcción de confianza y a la comprensión situada de las experiencias narradas.

Esta fase permitió identificar ejes temáticos recurrentes —territorio, memoria, resistencia cultural y transmisión oral— que posteriormente orientaron tanto el análisis conceptual como las decisiones creativas del proyecto.

Análisis crítico

El material recopilado fue examinado mediante una aproximación hermenéutica centrada en la interpretación de sentidos, símbolos y estructuras narrativas presentes en testimonios y textos poéticos. Este proceso permitió reconocer patrones de afirmación identitaria, articulaciones entre experiencia individual y memoria colectiva, así como estrategias discursivas asociadas a procesos históricos de exclusión y resistencia cultural.

El análisis no se limitó a la categorización temática; operó como instancia de traducción conceptual que vinculó hallazgos teóricos con decisiones formales posteriores en la fase audiovisual.

Producción audiovisual

La fase creativa integró los hallazgos analíticos en la construcción del documental. Se articularon testimonios, declamaciones poéticas e imágenes territoriales mediante recursos propios del cine documental contemporáneo y del enfoque etnográfico. El montaje funcionó como instancia interpretativa en la que decisiones de encuadre, ritmo, transición y diseño sonoro consolidaron la lectura conceptual desarrollada en las etapas previas. De esta manera, el proceso creativo se configuró como continuación del análisis y no como etapa independiente.

El territorio expandido como categoría operativa

Una innovación metodológica central fue la conceptualización del territorio expandido como categoría operativa. El trabajo de campo configuró una red geográfica que articuló tres espacios clave: Popayán, Timbiquí y Roldanillo. Cada uno aportó dimensiones específicas al análisis y a la narrativa audiovisual:

- Popayán se constituyó como escenario de experiencia urbana contemporánea, donde convergen tradición académica, tensiones raciales y procesos de adaptación cultural.
- Timbiquí representó la dimensión ancestral vinculada al río, la oralidad y las prácticas culturales del Pacífico, referentes constantes en la memoria y en la poética de las participantes.
- Roldanillo, a través del encuentro anual de mujeres poetas realizado en el Museo Rayo, ofreció un espacio de convergencia interregional donde la identidad afrodescendiente se proyecta en diálogo con otros contextos culturales.

Esta expansión territorial permitió comprender la identidad como proceso dinámico tejido en desplazamientos físicos y simbólicos. El territorio asumió un papel activo dentro de la narración audiovisual: los espacios urbanos y fluviales se integraron en una composición visual que articula memoria y presente. La alternancia de paisajes urbanos y ribereños consolidó una metáfora visual de la trayectoria vital de la protagonista, conectando experiencia contemporánea y raíces ancestrales a través de la poesía del Pacífico.

En consecuencia, el territorio dejó de funcionar como escenario contextual para constituirse en fuerza narrativa que organiza el relato, orienta el ritmo del montaje y amplía la comprensión de la identidad afrodescendiente en el suroccidente co-

lombiano.

3.3. La co-creación y la poesía como método

La selección de las participantes, tres mujeres poetas afrodescendientes, con la figura central de Mary Grueso, respondió a una decisión de carácter simbólico, cultural y metodológico, sustentada en su trayectoria literaria, su reconocimiento comunitario y su arraigo territorial. El proyecto configuró una constelación de voces cuya potencia expresiva y diversidad de experiencias permitieron explorar distintas modulaciones de la identidad afrocaucana. Esta elección priorizó la profundidad cualitativa de los testimonios y la densidad narrativa de cada relato.

El proceso de convocatoria incluyó encuentros previos sin registro audiovisual, orientados a la construcción de confianza y a la socialización de los alcances conceptuales y éticos del proyecto. En estos espacios se compartieron expectativas, inquietudes y formas de participación, estableciendo un marco de corresponsabilidad narrativa. Esta etapa inicial consolidó una ética de co-creación en la que las participantes asumieron un papel activo en la definición del enfoque temático, el tono y los modos de representación de sus experiencias.

En este contexto, la entrevista se estructuró como espacio dialógico y performativo que promovía evocación sensible y reflexión poética. Las preguntas operaron como detonantes narrativos abiertos, orientados a activar memoria sensorial, imaginarios territoriales y experiencias vitales. Se privilegiaron evocaciones vinculadas a imágenes, sonidos y espacios significativos, favoreciendo relatos de alta densidad simbólica donde convergieron memoria individual, historia colectiva y creación literaria.

La cámara adoptó una posición cercana y respetuosa, con predominio de planos medios y primeros planos que registraran gestualidad, respiración y pausas. El silencio adquirió estatuto expresivo dentro de la estructura audiovisual, integrándose al ritmo narrativo como componente de sentido. Esta decisión metodológica reconoce que el conocimiento se produce también en la corporalidad, la entonación y la temporalidad del decir, dimensiones que amplían la comprensión de la experiencia poética.

La poesía ocupó un lugar estructurante desde la fase de diseño del guion. Los textos seleccionados funcionaron como eje organizador del relato, orientando la planificación del rodaje y las decisiones de montaje. Metáforas recurrentes —el río, la marimba, la fuerza ancestral, el dolor histórico, el mar como origen y horizonte— delinearon una arquitectura simbólica que articuló las distintas secuencias del documental.

La metáfora del río, por ejemplo, se tradujo en movimientos de cámara fluidos y travellings laterales que evocaban continuidad, así como en transiciones suaves entre espacios urbanos y rurales. El principio de flujo operó como criterio organizador de la edición, estableciendo correspondencia entre forma audiovisual y estructura poética. El lenguaje literario incidió directamente en las decisiones formales del dispositivo cinematográfico.

En este marco, la literatura se constituyó en herramienta metodológica para organizar la realidad visual. La lógica interna del texto poético orientó la construcción narrativa y articuló la relación entre palabra, imagen y experiencia. Este procedimiento configura un ejercicio de investigación-creación en el que el conocimiento emerge de la interacción entre práctica artística, reflexión crítica y producción audiovisual situada.

3.4. El proceso de montaje: voz, archivo y presencia

Durante la etapa de montaje, uno de los momentos más significativos fue la construcción de una secuencia articulada en torno a la declamación del poema *Mi gente, mi tierra y mi mar*, de Mary Grueso Romero. La grabación de esta lectura se realizó en el marco de una entrevista en un entorno cotidiano, decisión que per-

mitió conservar la textura orgánica de la voz y la atmósfera sonora del espacio. Esta elección metodológica reforzó la dimensión situada de la enunciación poética.

En la edición se optó por preservar ciertos elementos acústicos propios del registro directo, respiraciones audibles, leves sonidos ambientales, variaciones naturales en la intensidad vocal, como parte constitutiva de la experiencia. Esta decisión fue objeto de deliberación en la sala de montaje, pues implicaba priorizar la densidad expresiva del momento sobre una limpieza sonora absoluta. El criterio adoptado privilegió la presencia y la corporalidad de la voz como componentes centrales del sentido.

A la declamación se integraron imágenes de la antología en la que se encuentra publicado el poema. La cámara recorrió lentamente las páginas impresas, enfatizando la materialidad del libro: textura del papel, marcas de uso, anotaciones y detalles gráficos. Este recurso visual subrayó la doble condición de la poesía como acontecimiento oral y como objeto cultural que circula, se archiva y se transmite.

En paralelo, el montaje incorporó planos íntimos de Mary: la concentración en su mirada, el gesto contenido de sus manos, el ritmo de su respiración. La alternancia entre el libro impreso y la presencia viva generó una temporalidad expandida en la que el poema se manifestó simultáneamente como memoria escrita y como acto performativo actual. El archivo y la voz se articularon en una misma experiencia audiovisual.

Este segmento adquirió especial relevancia en las proyecciones académicas y comunitarias, donde fue señalado como uno de los momentos de mayor intensidad. La convergencia entre voz en primera persona, materialidad del texto impreso y cercanía corporal produjo una experiencia inmersiva que excede la dimensión informativa y activa una relación afectiva con la memoria poética.

3.5. Criterios de selección poética y construcción dramática

La elección del poema que estructuró el eje narrativo del documental respondió a un proceso de análisis comparativo y deliberación conceptual. La selección se sustentó en criterios estéticos y metodológicos orientados a garantizar coherencia entre el texto poético y la arquitectura audiovisual del proyecto. Entre los aspectos considerados se destacan:

- La densidad narrativa del poema y su capacidad de sostener una progresión dramática.
- La potencia y claridad de sus imágenes simbólicas.
- La articulación explícita entre identidad, territorio y memoria ancestral.
- Su potencial de traducción audiovisual, entendido como posibilidad de generar equivalencias visuales y sonoras sin reducir el texto a una ilustración literal.

El poema *Mi gente, mi tierra y mi mar* fue seleccionado por su capacidad de condensar orgullo identitario, memoria histórica y pertenencia territorial en una imaginería de alta evocación sensorial. Elementos como el mar, el río, la marimba y la isla operan como nodos simbólicos que permiten construir correspondencias audiovisuales desde la sugerencia y la resonancia, evitando representaciones descriptivas o redundantes.

La construcción dramática del documental se organizó a partir de la estructura interna del poema. El ritmo de los versos, las pausas y la progresión temática orientaron decisiones de montaje, cadencia sonora y disposición de las secuencias visuales. La poesía funcionó como matriz estructurante del relato, estableciendo una lógica de desarrollo que integró memoria personal y dimensión colectiva.

A continuación se presenta el poema *Mi gente, mi tierra y mi mar*, de Mary Grueso Romero (Grueso Romero, 2015), pieza central dentro del entramado narrativo del documental. Este texto condensa los ejes fundamentales del proyecto —territorio, memoria ancestral, identidad afrodescendiente y resistencia cultural— y constituye el núcleo a partir del cual se articularon decisiones estéticas, rítmicas y visuales. Su lectura integral permite comprender la fuerza evocadora que orientó la construcción audiovisual y el modo en que la palabra poética se transformó en imagen, sonido y presencia encarnada en pantalla.

Mi gente, mi tierra y mi mar.
Mary Grueso Romero

Rotundamente soy
una negra del Pacífico
que nació a orillas de un río cerca al mar
columpiando en la vereda de mi tierra
entre chíperos y arrayán.
Soy arena que lame las olas
constantemente danzando en el mar
soy ola que al viento le canta
con murmullos de marimba y guasá.
Soy marimba que llevo en mi canto
un legado que el tiempo no ha podido borrar
soy esa red que atrapa los peces
que en sus senos se vienen a acuñar.
Soy navío que cruza los mares
soy lluvia que no cesa de sonar
sólo soy una isla que respira
por su tierra, su gente y por su mar.
Soy una negra
que lleva en la sangre
el grito de orgullo
de un pasado ancestral
que hundió raíces en América
conservando sus rasgos de identidad.
Soy una negra que lleva en su canto
la voz de los que nunca han podido cantar
y se siente miembro de una etnia
que jamás en la vida la podrán castrar.

En definitiva sólo soy una mujer
que pregona a los vientos
su cultura e identidad
y que siente muy dentro del alma
amor por su gente, su tierra y su mar.

3.6. Reflexión metodológica final

La experiencia de co-creación y la incorporación de la poesía como principio metodológico permiten comprender la investigación-creación como práctica situada que atraviesa y reconfigura cada fase del proceso: selección de participantes, diseño conceptual, rodaje, montaje, circulación y devolución comunitaria. Cada una de estas instancias se constituye en espacio de producción de sentido, donde decisiones estéticas, éticas y narrativas se articulan de manera interdependiente.

El proyecto posibilitó entender la metodología como forma de relación estructurante del proceso investigativo. La interacción sostenida, el diálogo continuo y la escucha activa incidieron en la configuración formal de la obra y en la orientación conceptual del relato. El conocimiento producido emergió del encuentro intersubjetivo, de la confianza construida progresivamente y de la puesta en común de memorias, silencios y resonancias simbólicas. La dimensión relacional operó como condición epistemológica del proyecto.

En el contexto contemporáneo, caracterizado por la aceleración tecnológica y la expansión de sistemas automatizados de generación de contenidos, esta experiencia reafirma la centralidad del tiempo compartido, la presencia situada y la construcción colectiva. El proceso metodológico adquirió un espesor ético y político al sostener espacios de participación activa y corresponsabilidad narrativa.

La obra resultante se configura como experiencia relacional que integra voces, afectos y territorios en el lenguaje audiovisual. El documental funciona como síntesis de un proceso investigativo que articula creación artística, reflexión crítica y vínculo comunitario, consolidando una práctica de conocimiento en la que forma, contenido y relación constituyen dimensiones inseparables.

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL CASO: la poética como archivo vivo

La ejecución del proyecto *Reflejos Poéticos de la Diversidad* generó resultados que trascienden la producción de una pieza documental. El proceso permitió identificar hallazgos de carácter epistemológico, estético y ético en torno al potencial del audiovisual como forma de archivo vivo de la memoria. La obra se consolidó como espacio de articulación entre creación artística, reflexión crítica y preservación cultural.

El proyecto evidenció que el lenguaje audiovisual, inscrito en una metodología de investigación-creación, opera como dispositivo de preservación, activación y actualización de la memoria oral. La imagen en movimiento no se limita a registrar testimonios; participa en la reconfiguración del recuerdo, en la puesta en escena de la experiencia y en la construcción de nuevas formas de transmisión cultural.

En territorios donde la tradición se expresa y se transmite a través de la oralidad, la musicalidad, la performance y la poesía, la cámara puede asumir una función de mediación intergeneracional. El registro audiovisual amplía el alcance temporal de la palabra hablada y facilita su circulación en escenarios ampliados, manteniendo su densidad simbólica y su vínculo con el territorio. De esta manera, el documental se configura como archivo dinámico, capaz de preservar memoria y, simultáneamente, activar nuevas interpretaciones y diálogos.

Este caso demuestra que la poética no actúa únicamente como objeto de representación, sino como estructura organizadora del conocimiento producido. La poesía se constituye en matriz de sentido que orienta la construcción narrativa y fortalece la relación entre memoria individual y memoria colectiva. Así, el archivo audiovisual deja de concebirse como depósito estático de información y se entiende como práctica viva, situada y relacional.

4.1. El paisaje sonoro: oralidad y resonancia territorial

Uno de los hallazgos más significativos del proyecto emergió en el plano sonoro. La poesía afrocolombiana del Pacífico se configura como práctica oral, performativa y rítmica, concebida para la enunciación pública y para la circulación comunitaria. Su estructura expresiva integra voz, corporalidad y musicalidad, con acompañamientos tradicionales como la marimba y el guasá, que articulan palabra y territorio en una experiencia colectiva.

El documental asumió el sonido como dimensión estructurante de la experiencia audiovisual. La construcción narrativa se apoyó en una concepción expandida del paisaje sonoro, entendido como entramado de marcas acústicas que configuran identidad territorial. La voz poética se situó en diálogo con los sonidos del entorno, generando una relación orgánica entre memoria individual y ambiente cultural.

Los paisajes sonoros fueron registrados *in situ* mediante micrófonos ambientales de alta sensibilidad, priorizando la captación de capas acústicas superpuestas: agua en movimiento, viento entre la vegetación, pasos sobre grava, tráfico urbano, conversaciones distantes. Esta estrategia permitió identificar que cada territorio posee una textura sonora particular, una huella acústica que contribuye a la construcción de sentido.

El trabajo sonoro evidenció que la investigación-creación posibilita el acceso a dimensiones del conocimiento que exceden la escritura académica tradicional. La experiencia auditiva activa formas de comprensión vinculadas a la sensibilidad corporal, la memoria afectiva y la percepción espacial. Lo que se escucha, lo que vibra y lo que resuena en el cuerpo constituye una modalidad legítima de producción de conocimiento, en tanto articula experiencia, territorio y significación cultural.

Desde esta perspectiva, el paisaje sonoro opera como archivo sensible y como dispositivo de inscripción territorial. La resonancia acústica fortalece la dimensión encarnada de la memoria y amplía las posibilidades epistemológicas del audiovisual como práctica investigativa.

5. DISCUSIÓN: la circulación como validación del saber

Uno de los debates más relevantes en la academia contemporánea se centra en los mecanismos de validación del conocimiento. En sistemas universitarios crecientemente estructurados por métricas cuantificables, indexación en bases de datos, factores de impacto, conteo de citaciones, emerge una cuestión fundamental: ¿puede una obra audiovisual constituir un resultado de investigación con el mismo estatuto académico que un artículo publicado en bases como Scopus o Web of Science?

El proyecto *Reflejos Poéticos de la Diversidad* permite abordar esta discusión desde la práctica investigativa. La experiencia sugiere que la circulación social de la obra configura una modalidad específica de validación: el impacto cultural situado. En el campo de las ciencias sociales y humanas, donde el conocimiento se vincula con experiencias históricas, identidades colectivas y procesos simbólicos, la incidencia en comunidades concretas y en públicos ampliados adquiere relevancia epistemológica.

La investigación-creación produce conocimiento que se activa en la experiencia de recepción. La proyección pública, el diálogo posterior, la apropiación comunitaria y la resonancia emocional constituyen espacios donde el sentido se actualiza. El conocimiento generado no permanece circunscrito al archivo institucional ni al circuito especializado; se despliega en interacciones sociales que amplían su alcance interpretativo.

Desde esta perspectiva, la circulación forma parte constitutiva del proceso investigativo. La obra alcanza su plena dimensión epistemológica cuando entra en diálogo con audiencias diversas y se inserta en dinámicas culturales más amplias. La validación, en este marco, se expresa tanto en reconocimiento académico como en capacidad de transformación simbólica y fortalecimiento de memorias colectivas.

Este planteamiento no propone sustituir los criterios tradicionales de evaluación científica, sino ampliar el horizonte de legitimación del saber en disciplinas donde la creación artística opera como forma rigurosa de indagación. La circulación se entiende así como instancia de verificación social del conocimiento producido, coherente con la naturaleza relacional y situada de la investigación-creación.

5.1. Reconocimiento en circuitos especializados: evaluación externa y legitimación cultural

La obra *Reflejos Poéticos de la Diversidad* trascendió el ámbito universitario al integrarse en circuitos culturales de carácter competitivo. Su selección y Mención de Honor en el Festival Nacional Conexine 2025 (Montería), así como su participación en la selección oficial del Festival Internacional Ciclos Short Fest 2025 y en el Festival Cine en mi Barrio 2025, constituyen instancias de evaluación externa que aportan elementos relevantes para la discusión sobre validación del conocimiento en investigación-creación.

En el campo audiovisual, los procesos de curaduría y selección en festivales operan como mecanismos especializados de evaluación cualitativa. Los jurados valoran aspectos como calidad técnica, solidez narrativa, propuesta estética, pertinencia temática y capacidad de resonancia cultural. Aunque estos criterios responden a dinámicas propias del sec-

tor cultural y difieren de los sistemas de indexación científica, implican estándares de exigencia y competencia que sitúan la obra en diálogo con producciones de diverso origen institucional y presupuestal.

El reconocimiento en estos escenarios indica que el documental posee condiciones formales y conceptuales que le permiten insertarse en conversaciones más amplias dentro del campo audiovisual. Desde la perspectiva de la investigación-creación, este tránsito hacia circuitos especializados amplía el alcance social del conocimiento producido y fortalece su legitimidad cultural.

Este hecho resulta significativo por varias razones:

1. Evidencia la capacidad de la universidad para generar producciones audiovisuales con estándares estéticos y narrativos reconocidos en espacios externos de evaluación.

2. Extiende la circulación de los hallazgos investigativos hacia públicos no exclusivamente académicos, ampliando su campo de interlocución.

3. Contribuye a posicionar reflexiones sobre identidad afrodescendiente en escenarios culturales nacionales e internacionales.

En este marco, el impacto cultural puede comprenderse como una modalidad ampliada de reconocimiento. Mientras el artículo académico se legitima mediante citaciones especializadas, la obra audiovisual genera formas de circulación simbólica que incluyen discusión pública, apropiación comunitaria y presencia en redes culturales. Estas dinámicas no sustituyen los mecanismos tradicionales de evaluación científica, pero sí complementan el horizonte de validación en proyectos donde la creación artística constituye el núcleo del proceso investigativo.

7. Conclusiones

El proyecto *Reflejos Poéticos de la Diversidad* permite sostener que la investigación-creación se consolida como una epistemología consistente, pertinente y estratégicamente significativa en el escenario contemporáneo. Su capacidad para articular práctica artística, reflexión crítica y producción de conocimiento configura un enfoque metodológico acorde con las transformaciones culturales, tecnológicas y comunicativas actuales.

La experiencia desarrollada trascendió la producción de una pieza documental para convertirse en un proceso de indagación situado sobre los modos en que se construye conocimiento cuando el territorio, la memoria y la poética se asumen como categorías estructurantes. El proyecto evidenció que la creación artística puede funcionar simultáneamente como procedimiento metodológico, dispositivo analítico y forma legítima de producción epistemológica, especialmente en contextos donde las identidades culturales se configuran a través de dinámicas históricas complejas y procesos de transmisión oral.

En un entorno caracterizado por la aceleración tecnológica y la expansión de sistemas automatizados de generación de contenidos, la investigación-creación sitúa en el centro el valor del proceso, la relación y la presencia situada. El tiempo compartido, la escucha activa y la construcción colectiva fortalecen la dimensión ética del trabajo investigativo y amplían su alcance estético y social.

A partir del análisis realizado, pueden sintetizarse tres aprendizajes orientadores para futuras investigaciones y prácticas académicas:

1. La creación artística constituye una forma rigurosa de producción de conocimiento, siempre que se sustente en marcos teóricos sólidos, diseño metodológico explícito y reflexión crítica sistemática.

2. La circulación cultural forma parte constitutiva del proceso investigativo, en tanto amplía los espacios de validación y activa el conocimiento en escenarios sociales diversos.

3. La dimensión relacional y territorial fortalece la legitimidad epistemológica, particularmente en estudios vinculados a identidades culturales, memorias colectivas y prácticas comunitarias.

Recomendaciones

- Integrar la investigación-creación en políticas institucionales de evaluación académica mediante criterios que reconozcan impacto cultural, circulación y producción artística con respaldo teórico.
- Promover proyectos que articulen creación audiovisual, memoria territorial y participación comunitaria como estrategias de fortalecimiento cultural.
- Consolidar espacios de formación metodológica que permitan a investigadores y estudiantes desarrollar prácticas creativas con rigor conceptual y reflexión epistemológica.

En síntesis, la investigación-creación se proyecta como horizonte metodológico capaz de ampliar los límites tradicionales del conocimiento académico y de responder a los desafíos culturales de una época marcada por la digitalización, la hibridez mediática y la transformación constante de los modos de narrar y habitar el mundo.

Referencias bibliográficas

- Acha, J. (1979). *Arte y sociedad: Latinoamérica. El producto artístico y su estructura*. Fondo de Cultura Económica.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Grueso Romero, M. (2015). *Cuando los ancestros llaman*. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica: Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Ediciones del Signo.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2020). *Investigación creación: Definiciones y enfoques*. MinCultura.
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En E. Lander (Comp.), *La colonialidad del saber: Eurocentrismo y ciencias sociales* (pp. 201-246). CLACSO.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Traba, M. (1974). *Dos décadas vulnerables en las artes plásticas latinoamericanas*. Siglo XXI.

IMÁGENES QUE CAUTIVAN, ACERCAMIENTOS ENTRE ARTE, CIENCIA Y COMUNICACIÓN

Alejandro Jiménez Salgado
Docente-Investigador
Universidad de Manizales
ajimenez@umanizales.edu.co

Resumen

La estrecha relación entre arte y ciencia en la actualidad ha sido resultado de un proceso de años, de épocas, de pensamientos, de estéticas, y otros acontecimientos que entre amores y odios ha desencadenado una serie de narrativas no solo culturales, sino también sociales y políticas en la forma en que se piensa el mundo y se representa a través de la obra de arte.

Las Vanguardias a principios del siglo XX marcaron una ruptura importante con respecto a la forma en que el arte se desprendió de los lenguajes tradicionales para innovar, para experimentar en un mundo impregnando por nuevas tecnologías, de esta manera la innovación y novedad en la búsqueda constante de nuevas estéticas y lenguajes, a menudo ha sido disruptivos para el público tradicional.

Por ende estos acercamientos al arte y entre otre otros lenguajes como el diseño y la comunicación han permitido revisar desde el trabajo de campo, el taller y el modelo de colaboratorio el desarrollo de una serie de imaginarios y visualidades que se han adherido a esta propuesta de investigación que piensa la ciencia desde otras latitudes, y el carácter simbólico y expresivo del arte. Este entonces, se fundamenta desde una investigación que busca concientizar, divulgar y expresar desde lo ambiental una estrecha relación entre el hombre y el animal, o como de manera importante se pudo encontrar en la experiencia de la creación dentro de la investigación, la animalidad en el hombre y el aporte que esto genera a la forma en que nos reconocemos en nuestro entorno y territorio donde co-habitamos con diferentes especies.

Desde un punto de vista específico como el entorno académico, se unen esfuerzos entre el semillero de investigación de la Escuela de Comunicación, Practicar la Visualidad de la mano del semillero en Investigación en primatología y conservación de sus ecosistemas (Sipce) de la Universidad de Caldas, para que la reflexión en torno a la influencia de la imagen en temas de relacionamiento interdisciplinar se manifieste de una manera sensible, se den conexiones para potenciar la percepción y los sentidos, la concientización e introspección sobre las problemáticas socio ambientales propuestas desde el proyecto, el habitar del mono nocturno, y su despliegue en el territorio y que desde el hacer artístico y los procesos de creación se fundamente una nueva mirada al diálogo ambiental.

Palabras clave

Arte, Investigación+Creación, Imagen, Ciencia, Divulgación, Ambiente

Introducción

El objetivo de esta línea de investigación+creación del macro proyecto Producción periodística y ASC para la conservación de los monos nocturnos de la Universidad de Manizales, es consolidar la línea de investigación en la que se explora el arte y la ciencia, como un eje fundamental para la creación y comunicación del conocimiento en ella generado, y establecer los productos plásticos en el campo de la imagen como un importante canal de difusión y así incentivar la producción de nuevo conocimiento para la conservación ambiental desde una mirada sensible y reflexiva.

Así como los años 60`s el Land Art emprendió un camino sobre lo natural y ambiental con sus intervenciones del paisaje que fueron resultado de un camino de resistencia ante los estamentos tradicionales del arte, y así permitir que la obra se expandiera a otros espacios, a otros discursos y que de manera abierta se pudiera leer por el territorio en general, contra la mercantilización que permitieron ampliar la mirada del arte sobre el paisaje y las problemáticas globales.

De tal forma la gran influencia de los discursos contemporáneos del Land Art y otras corrientes artísticas emergentes performativas del siglo XX del arte y el diseño, nutrieron el proyecto de investigación metodológicamente para encontrar en la participación activa y en las discusiones abiertas dentro del co-laboratorio un eje central para que la creación tome fuerza como resultado de nuevo conocimiento.

Estos encuentros se dirigen en torno al tema central de la investigación que busca hacer un acercamiento a las dos familias de monos nocturnos del jardín botánico de la Universidad de Manizales, y desde el ámbito de la creación, y los procesos co-creativos y participativos, se puede hacer visible esta cautivadora relación que potencia en la actualidad los nuevos discursos y reflexiones sobre la conservación ambiental.

La comunicación es un proceso humano, esencial, necesario para construir conjuntamente mejores sociedades. Hoy, en medio de la crisis climática más preocupante que ha tenido que vivir la humanidad, los procesos comunicativos están llamados a contribuir a visibilizar y educar sobre las acciones que debemos tomar a la hora de cuidar la casa común. Pero comunicar no es suficiente, no solo se necesita que el público sepa lo que ocurre, sino que haga parte activa en los procesos de transformación, por eso la apropiación social del conocimiento se hace esencial a la hora de co-construir y diseñar estrategias que tengan como meta resolver un problema, en este caso, comprender la importancia de los monos nocturnos para Manizales, su efecto en la biodiversidad y las acciones que se deben llevar a cabo para conservarlos.

De esta manera, este proyecto utiliza el periodismo científico y ambiental, la comunicación de la ciencia, la apropiación social del conocimiento y la relación entre el arte y la comunicación. Además de subconceptos como el activismo textil, el cual se ha convertido en una herramienta para visibilizar, denunciar, expresar y contrarrestar problemáticas sociopolíticas. Esta categoría ha sido transversal para aprovechar la moda y los procesos textiles no solo con intenciones estéticas sino con la intención de ser un vehículo de cuestionamiento. Además, las categorías del eje estructural del proyecto son sostenibilidad, transformación social, cocreación, descolonización y cuerpo. En ese sentido, la comunicación (y de paso el periodismo) se abordan diferente, dejan de ser simplemente canales para llevar mensajes, sino que van más a fondo y co-construyen esos mensajes con los directos implicados en las situaciones para que, de esta manera, se construya un círculo virtuoso en el que son las mismas comunidades las que toman acción para, en nuestro caso, conservar estas especies (y las que conviven con ellas), aumentar los espacios reservados para ellos y hacer mejoras en infraestructura para hacer sus vidas más fáciles.

Metodología

En esta investigación se usaron metodologías de I+C enfocadas en la participación con la comunidad brindando herramientas creativas, narrativas y visuales para la socialización de dichas experiencias. Estas categorías se dieron de manera transversal a temáticas marcadas

por la conversación biológica, educación ambiental y biología de primates. En ese sentido, se propuso un desarrollo co-construido de productos comunicativos desde el arte y el diseño que se establezcan como incentivo para la reflexión a través del pensamiento ambiental, y la participación activa de la comunidad, docentes y estudiantes que den cuenta del objetivo de la sinergia entre arte comunicación y ciencia.

Este proyecto está enmarcado en las metodologías de la investigación basada en la práctica, metodo de creación de nuevo conocimiento que propone Linda Candy (2006), en los que los criterios de rigor de nuevo conocimiento se den a través de la práctica, el hacer y los procesos, y que estos resultados se constituyan como nuevo conocimiento, y reflexión crítica.

Se propuso como herramiento para la creación los encuentros en forma de taller para la transferencia de saberes y el aprendizaje de procesos, y los colaboratorios como encuentros de discusión y contribución para la creación que den como resultado unos productos en torno al arte, que soporten y den cuenta una forma de pensar, una forma de ver y de entender la dinámica del contexto ambiental implicita en el proyecto.

A través de talleres co-creativos con diferentes comunidades, se co-construyerion productos comunicativos/artísticos que entretejieron saberes que llevaron a los participantes a comprender otras maneras de hablar sobre conservación.

Para esto, se propone la construcción de mensajes sobre conservación a través de una serie de productos gráficos tales como: indumentaria y el vestido desde la moda, el muralismo, y la imagen fotográfica; esto con la intermediación y co-producción de las comunidades y expertos en las artes y el diseño. Igualmente, la co-construcción estos productos hipermediales sobre los monos nocturnos que hay en la Universidad de Manizales, con el apoyo de la comunidad universitaria y expertos.

Desde la creación se plantea un proceso que derivó en dos fases:

La primera fue la perspectiva interpretativa que comprende el estudio de la creación en términos de sus contextos, técnicas y contenidos y es llevada a cabo, con frecuencia, en articulación con disciplinas como la historia, la filosofía o la antropología y las artes y el diseño. Autores como Findeli, Brouillet, Martin, Moineau y Tarrago (2008) y Londoño (2013) explican que esta perspectiva puede desarrollarse, también, por disciplinas diferentes a las creativas dado que su interés es la interpretación de la creación y de los procesos creativos de acuerdo con un contexto político, económico, histórico, geográfico, cultural, social o estético.

La segunda fase performativa en la que entendemos los procesos plásticos en relación del arte como resultado de la generación de nuevo conocimiento en términos de los elementos perceptuales y sensoriales, ya que la propuesta de conservación ambiental se piensa desde lo sensible, que llama a la acción desde el conocimiento científico y la precepción visual. Niedderer (2013) sostiene que la dificultad de comprender esta perspectiva radica en que la investigación y la práctica se ha separado conceptualmente, por lo cual el conocimiento que se deriva directamente de los procesos creativos.

Discusión

En la investigación se reconoce que en los hallazgos y en el cumplimiento de los objetivos propuestos se desplegaron unas experiencias de gran impacto. Estas incentivaron la producción de nuevo conocimiento desde acciones participativas, que involucraron a la comunidad universitaria y aledaña a la Universidad de Manizales. Así de esta manera se logró integrar una voz desde el territorio y la comunidad, desde una mirada ecológica y ambiental alrededor del mono nocturno, que lleva a entender el paisaje ambiental como un eje central de nuestra sociedad, descen-

tralizando la mirada sobre el hombre.

Aquí las prácticas metodológicas participativas permitieron gnerar un campo de debate y de refelexión entre los participantes en los que la idea de: "la animalidad en el hombre" se convirtió en un tema de pensamiento y eje central del proceso de creación. Como lo plantea a grandez rasgos Giorgio Agamben en su texto Creación y Anárquia: "¿Qué es el acto de creación?" retoma el de una conferencia que Gilles Deleuze dictó en París en marzo de 1987. Deleuze definía el acto de creación como un "acto de resistencia".(Agamben, pag 27). El acto de creación se resiste a algo, se opone a una fuerza mayor, esta que se manifiesta en una fuerza de control que deriva del poder en el que la humanidad ha establecido una jerarquía ante la nturaleza. En este caso en la historia del arte se han planteado derivas en esta relación hombre – naturaleza, el romanticismo que evocó una preocupación humanista y existencialista ante el caos de la razón, las vanguardias que permitieron encontrar lenguajes

narrativos nuevos desde la experimentación, y así hasta llegar desplegar un diálogo con el diseño, las comunicaciones y las nuevas tecnologias contemporaneas que permean el pensamiento humanista y ambiental de hoy.

Después de establecer un gran punto de encuentro en la conversación sobre el acto de creación y las imágenes que cautivan, los procesos tanto de escritura y de fotografía experimental sirvieron como punto de partida para hallar puntos determinantes en la forma en que nos relacionamos de manera horizontal con la naturaleza, por esto las imágenes en este caso tanto textuales como fotográficas son actos de resistencia, reflexión y posición política como idea, ante un sistema social jerárgico.

A partir de las experiencias que se generaron en el proceso creativo hemos llegado a afianzar la importancia en la que el arte, los procesos humanistivos y comunicativos se convierten en mediación entre ciencia, sociedad y ecología, también incentivar la capacidad de traducir y transcodificar los datos y tecnicismos científicos a través del conocimiento simbólico y tradicional de los territorios en medio de experiencias sensibles, críticas o imaginativas. Así mismo visibilizar la complejidad de las redes entre humanos, naturaleza y tecnología**,** y de esta manera reducir la brecha entre naturaleza y sociedad desde unas narrativas alternativas y simbólicas.

Resultados

Como primer resultado y objetivo principal de todo el procesos de investigación-creación se llegó a contribuir a la conservación del mono nocturno (Aotus) y a la estructura y formación de una cultura ambiental en la comunidad universitaria y su entorno, esto derivado de una estrategía de divulgación y educación experiencial que se articuló articulen al conocimiento ambiental con la participación activa de los asistentes a talleres sensoriales y colaborativos.

Resultados específicos

Fortalecimiento del conocimiento ecológico: se aumentar el nivel de comprensión de estudiantes, docentes y comunidad cercana sobre el hábitat, comportamiento y necesidades del Aotus, mediante talleres guiados por expertos que conectaron la ciencia con la experiencia directa.

Traducir la ciencia en narrativas cercanas: se elaboraron productos periodísticos y educativos que transformaron el conocimiento técnico en contenidos comprensibles, atractivos y emocionalmente resonantes, facilitando la apropiación social del conocimiento y promoviendo el cuidado del entorno natural.

Generar experiencias significativas: Los productos de creación como las imágenes en clorotipia y los cuentos, derivaron en crear una conciencia ambiental profunda y sostenida, evidenciada la solidez de un nuevo discurso de los participantes sobre sus acciones y sus entornos.

Producto final

Un ecosistema narrativo y visual que educa y transforma

El resultado más visible y significativo de este proyecto ha sido la producción de un producto multimedia integral, que trasciende la simple difusión informativa para convertirse en una herramienta educativa, emocional y movilizadora.

Este producto está conformado por:

Un perfil narrativo del biólogo Sebastián Bustamante, que no solo da cuenta de su trayectoria, sino que humaniza la ciencia y pone rostro al compromiso por la conservación.

Una serie fotográfica experimental desde la técnica de clorotipia, construida a partir de las fotografías en las salidas nocturnas a los monos, y con una recopilación de imágenes de archivo de los participantes del taller que permitieron revivir visualmente la conexión de los participantes con el mono nocturno, con lo ambiental, y su entorno.

Una serie de cuentos creados por los participantes del taller narrativo, los cuales harán parte de un producto editorial, derivado de la experiencia de la inmersión en temas ambientales, y en el pensamiento alrededor de los monos nocturnos.

Referencias bibliográficas

• Agamben, G. (2019). Creación y anarquía: la obra en la época de la religión capitalista. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

• Candy, L. (2006). Practice based research: A guide. Creativity & Cognition Studios. https://www.creativityandcognition.com/wp-content/uploads/2011/04/PBR-Guide-1.1-2006.pdf

• Ceballos, G., & Ehrlich, P. R. (2002). Mammal population losses and the extinction crisis. Science, 296(5569), 904-907. https://doi.org/10.1126/science.1069349

• Defler, T. R. (2004). Primates de Colombia. Bogotá: Conservación Internacional Colombia.

• Findeli, A., Brouillet, D., Martin, S., Moineau, C., & Tarrago, R. (2008). Research through design and transdisciplinarity: A tentative contribution to the methodology of design research. Paper presented at the "Focused"-Current Design Research Projects and Methods, 67-91.

• Elías, C. (2008). Fundamentos de periodismo científico y divulgación mediática. Madrid: Alianza Editorial.

• Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008

• Niedderer, K. (2013). Explorative materiality and knowledge. The role of creative exploration and artefacts in design research. FORMakademisk, 6(2), 1-20.

• Londoño, F. C. (2013). Enfoques de la investigación-creación en programas de arte y diseño. En M.V. Casas Figueroa (Ed.). Memorias del evento de valoración de los procesos de creación artística y cultural en el marco de la acreditación de programas (pp. 67-76). Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

• Sánchez-Cañete, F. J., & Pontes Pedrajas, A. (2010). La comprensión de conceptos de ecología y sus implicaciones para la educación ambiental. Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias, 7, 270–285. Asociación de Profesores Amigos de la Ciencia: EUREKA. Redalyc. LA COMPRENSIÓN DE CONCEPTOS DE ECOLOGÍA Y SUS IMPLICACIONES PARA LA EDUCACIÓN AMBIENTAL.

• Torres Carrera, V. (2024). Visibilizando el Territorio: Lecturas del Activismo Textil en Bogotá. Universidad Santo Tomás.

• Urrego, C, Bustos J. (2021). Periodismo científico y perfil periodístico como elementos metodológicos para la construcción de historias Hipermediales. Investigación y Desarrollo, 29(2), 68-105. Epub May 01, 2022. https://doi.org/10.14482/indes.29.2.070.4 Vasilachis de Gialdino, I. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Gedisa Editorial.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

LA INSCRIPCIÓN DEL YO EN LAS IMÁGENES POSTFOTOGRÁFICAS *SELFIE*

Alejandro Uribe Correa
Estudiante de séptimo semestre
Comunicación Social y Periodismo
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB, Medellín
Integrante del Semillero audiovisual Óptico

Resumen

La presente investigación analiza el papel de las *selfies* dentro del fenómeno postfotográfico y la manera en que estas autoimágenes, en concordancia con las características fundamentales de este paradigma, construyen y presentan un yo. Lo anterior, tomando como casos de estudio el libro de fotos *Selfish* (2015) de Kim Kardashian y las autoimágenes publicadas en el Instagram de Bad Bunny y la *influencer* virtual Miquela durante el 2025. A través de una metodología de análisis de contenido, se estudian las imágenes mencionadas y sus características visuales, para encontrar, a través de una serie de categorías de análisis, su relación con la postfotografía, la manera en que se edifican las representaciones del yo contenidas en las fotos y, por último, el yo que se construye y se comunica en cada caso. Esta investigación se encuentra todavía en curso, específicamente, en la fase inicial de la aplicación de la metodología.

Palabras clave

postfotografía, *selfie*, el yo, performance, intersubjetividad, representación.

Introducción

El estudio sobre la imagen se posiciona como un campo de la investigación donde confluyen diferentes áreas del conocimiento. En ese sentido, Mitchell (1994) instauró un concepto para situar el papel de la imagen en el contexto contemporáneo: el giro pictorial. Este término se construye a partir de la idea de que la imagen se ha convertido en el gran espacio singular que atraviesa, transversalmente, una notable variedad de áreas de investigación intelectual de las ciencias humanas y la cultura.

En ese orden de ideas, el autor arroja una definición del giro pictorial que primero explica lo que no es este concepto, para luego abordarlo a partir de las posibilidades posmodernas de la imagen:

> **...no se trata de una vuelta a la mimesis ingenua, a teorías de la representación como copia o correspondencia, ni de una renovación de la metafísica de la «presencia» pictórica: se trata más bien de un redescubrimiento poslingüístico de la imagen como un complejo juego entre la visualidad, los aparatos, las instituciones, los discursos, los cuerpos y la figuralidad. Es el descubrimiento de que la actividad del espectador (la visión, la mirada, el vistazo, las prácticas de observación, vigilancia y placer visual) puede constituir un problema tan profundo como las varias formas de lectura (desciframiento, decodificación, interpretación, etc.) y que puede que no sea posible explicar la experiencia visual, o el «alfabetismo visual», basándose sólo en un modelo textual. (1994, p. 22)**

Frente a lo anterior, cabe aclarar que, si bien desde que la fotografía existe ha habido preguntas acerca de la representación pictórica, hoy habitamos una era dominada por las imágenes, donde el abordaje del tema resulta ineludible desde diferentes saberes.

Fontcuberta (2016) sostiene que la época presente de 'sociabilidad digital' obliga a quienes consumimos contenidos en internet a pensar sobre las imágenes, pues vivimos en un orden visual donde padecemos una inflación de imágenes sin precedente a causa de la exposición a la tecnología digital, el internet y las redes sociales. De acuerdo con esta situación, la *postfotografía* aparece como el término que se refiere a las imágenes que fluyen en el lugar híbrido del internet y que son resultado de la superabundancia visual. Del mismo modo, este concepto también puede ser comprendido como un momento que habitamos en la historia de las imágenes donde estas tienen un carácter activo (e incluso peligroso) dada su reproducción instantánea masiva y su impacto en nuestra conciencia (Fontcuberta, 2016).

Bajo esta premisa, en el mencionado paradigma de la *postfotografía*, las redes sociales son el medio por excelencia a través del cual las imágenes son compartidas. Por ello, la mayoría de las fotos en este contexto se realizan de manera que correspondan con los estándares del régimen visual impuesto por la red, como es el caso de las autoimágenes o autorretratos conocidos como *selfies* (Orejudo Pedrosa y Díaz Muñoz, 2021).

Este tipo de manifestación fotográfica es crucial para entender las narrativas de las redes y la manera en que la postfotografía está presente en estos discursos:

Las redes sociales operan bajo la narrativa del yo, donde el individuo cuenta sus experiencias y sus pensamientos a sus familiares, amigos, conocidos (y desconocidos) que convergen en su red social. Para lograr dicha narrativa, la postfotografía se ha vuelto parte inherente en la operatividad de las redes sociales, especialmente en el autorretrato o *selfie*. (Orejudo Pedrosa y Díaz Muñoz, 2021, p.12)

En el caso particular de las fotografías *selfie,* estas narrativas del "yo" se ven, tanto en los deseos de los usuarios de compartir su diario vivir, como en el modo en que estos deciden hacerlo. Cuando las personas nos creamos un perfil en una red y vemos que estamos expuestas ante los demás usuarios de la misma, elegimos la manera de mostrar nuestra vida, alterándola a través de imágenes de la forma que cada uno crea más conveniente para convertirse en un personaje social, edificado a través de las fotografías que toma de sí mismo (Cereijo Furelos, 2015).

Temas como el propósito y el deseo humano detrás de dichas autoimágenes han sido explicados trazando su relación con una mitología referente: el mito de Narciso. Murolo (2015, p.697) menciona que la genealogía de la *selfie* puede ser rastreada en el momento en que Narciso ve su propia imagen en el agua, pues es su autoimagen la que le encanta y, a través de ella, el sujeto se abstrae de sí mismo y retóricamente se construye. A esto, añade que las *selfies* son también tomadas para nosotros mismos, pues, como Narciso, nos enamoramos de nosotros en cada imagen que nos tomamos, y a partir de la elección y edición de las fotografías, controlamos nuestra presentación en internet (p.698).

Este personaje que se construye a partir de las autoimágenes del propio cuerpo lo hace también, en primer lugar, gracias a la posibilidad o cualidad de los autorretratos (en especial los postfotográficos) de falsear la realidad, y en segundo, por la necesidad de estar en sintonía con el mundo que lo rodea:

En cada uno de los autorretratos se abarrota tal cantidad de mentiras, delirios y agonías que la historia lleva hasta el efímero expediente del selfie. El selfie sería así un documento personal sin finalidad real o ficticia porque mientras el autorretrato requiere intención, determinación, el selfie es el azar en concordancia con la restante incoherencia del mundo. (Ver-

dú, 2014)

A propósito de la relación entre las *selfies* y el contexto que habitan, es necesario aclarar que estas autofotos que circulan en la virtualidad no solo comprenden preguntas sobre la representación física y corporal. Por el contrario, abarcan dilemas necesarios a abordar para entender cómo percibimos la realidad actualmente:

La construcción de nuestra propia imagen se impone en el escenario mediático que nos regala el espacio digital. El autorretrato no solo moldea la percepción del propio cuerpo, sino de la vida en general y de los valores, usos y atribuciones que las personas hacen de su propia imagen en particular. Al cuestionar la definición que se hace desde lo físico, se pone de manifiesto un problema intelectual de fondo: la construcción del sujeto y de las diferentes subjetividades. (Moreno, 2020; p.19 y 20)

La articulación del "yo virtual" a través de fotos, posible gracias a las herramientas que proporcionan las redes sociales, es un acto que se enmarca en las lógicas de las llamadas subjetividades de la actualidad, las cuales "se rigen por el imperativo de que ser visible es la prueba de la existencia en Internet" (Barreiro, 2015). La nueva relación con lo visual también comprende el actual valor intersubjetivo de las imágenes, en donde estas son, en sí mismas, un prerrequisito para la relación con los demás y un objeto crucial para relacionarse más que un registro de lo ocurrido (Candón, 2018; p.334).

Distintas celebridades de la industria del entretenimiento han adoptado la *selfie* como un medio para compartir su vida ante el público y, por consiguiente, construyen un personaje (un "yo") ante él, llegando al punto donde algunos de estos famosos son asociados directamente con este tipo de autoimagen, como es el caso de Kim Kardashian.

La empresaria estadounidense alguna vez llamada una de las reinas de la selfie, publicó en 2015 Selfish, un libro hecho de *selfies* de ella y escaso texto en el que indica cómo se puede practicar técnica y metodológicamente este tipo de fotos que ella parece dominar (Gayet Valls, 2018).

La estrecha relación de Kim con las selfies, es una que permite generar reflexiones, ya no simplemente con respecto a las características actuales de las imágenes, sino a cerca de cómo nuestra relación con ellas determina hacia dónde nos dirigimos como sociedad y como especie:

Lo que se comparte en el acto del selfie es la posibilidad de separar la imagen de sus cimientos en la unidad metafísica platónica y la posibilidad de superar la fuerza representacional de la fotografía. El selfie abre la posibilidad de un futuro que no está ligado a las tradiciones de representación y memoria, sino que prolifera a través de la red expresada mediante la pluralidad de sus fragmentos. Lo que vemos en la secuencia de selfies no es el autorretrato de Kardashian, sino cómo se crea el presente futuro. (Rubinstein, 2018; p. 4)

Por otro lado, artistas musicales contemporáneos que lideran los tops mundiales, usualmente, publican *selfies* que reciben reconocimiento masivo por parte de sus seguidores y medios de comunicación internacionales. El puertorriqueño Bad Bunny, por ejemplo, catalogado por la revista Billboard como una de las estrellas por más grandes del siglo XXI (El Heraldo, 2024), cuenta con más de 48 millones de seguidores en *Instagram (IG)*, una red social la cual nutre de un catálogo de fotografías, donde se pueden apreciar autoimágenes y videos con diferentes contextos e intencionalidades, que van desde promocionar su nuevo álbum hasta compartir sus últimos viajes con sus seguidores.

A su vez, en el mundo digital residen otras identidades que existen de manera exclusiva en la red y que se han articulado a través de imágenes sin la necesidad de una contraparte de carne y hueso fuera de las pantallas. Este, por ejemplo, es el caso de Lil Miquela, una influenciadora no humana que forma parte del catálogo de la agencia Virtual Humans (Carrión, 2021). En su perfil de Instagram, por ejemplo, posee más de dos millones de seguidores y sube contenido orgánico, de lifestyle y, por supuesto, colaboraciones con marcas.

Sus *selfies*, a pesar de ser, en esencia, modelados 3D sobre entornos físicos que generan la ilusión de autoimágenes, corresponden con las dinámicas conocidas de este tipo de fotografías, y en ellas, muestra su "vida cotidiana" como la mostraría una *influencer* humana común y corriente. Para Carrión (2021), la presencia de Miquela y los influenciadores virtuales supone, no solo una alteración de las industrias creativas, sino también de la propia ontología del creador.

Hoy por hoy, no se puede entender el mundo sin la imagen, y tampoco se puede comprender la imagen actual sin considerar las selfies. En el mundo de las redes sociales estas fotografías permiten maquillar nuestra propia vida y crear un personaje de nosotros mismos, un "yo" fruto de lo que hemos decidido mostrar, que es, tanto la puerta de entrada a nuestras interacciones con los otros, como la imagen de la persona que queremos que ellos vean.

Finalmente, ante la capacidad de observar la manera en que las celebridades mencionadas han construido una identidad a través de las *selfies* y el contexto sobre la imagen en que se ubican estas formas y narrativas visuales, surge la pregunta por investigar a cerca de las particularidades en la manera y el proceso en que este "yo" se crea y se inscribe a partir de las autoimágenes en el marco de la postfotografía, tomando como casos de estudio documentaciones populares, accesibles e influyentes dentro de este tipo de fotos, como lo son Selfish y el perfil de Instagram de Bad Bunny y Lil Miquela.

Metodología

La metodología empleada se define como un estudio de caso que toma como técnica principal el análisis de contenido.

Este método permite poner enfocarse en examinar las imágenes dentro de su contexto, atendiendo tanto a sus particularidades visuales como a las dinámicas circunstanciales y discursivas que las atraviesan. Aunado a esto, el análisis de contenido posibilita identificar patrones, símbolos e imaginarios presentes en dichas autofotos, aportando rigor interpretativo y permitiendo relacionar el caso estudiado con debates más amplios sobre la imagen en la actualidad.

Por un lado, se entenderá el estudio de caso según la definición de Alonso (2003):

El estudio de caso es una estrategia de investigación en ciencias sociales aplicada a un único fenómeno contemporáneo complejo, que sea de carácter más específico que general y que a la vez represente una situación problemática más amplia; la investigación buscará cubrir en profundidad tanto al fenómeno como su contexto real y basarse en múltiples fuentes de evidencia y podrá tener el propósito de explicar, describir, explorar, evaluar o diagnosticar. (p.11)

En concordancia con los objetivos de la investigación, el propósito particular del uso de este método es descriptivo, pues comprende la examinación y caracterización del fenómeno a investigar elegido (Yin, 1994; como se citó en Alonso, 2003, p. 3).

Ahora bien, dada la naturaleza visual de los casos estudiados, se emplea el análisis de contenido como técnica principal para el estudio de las imágenes propuestas. En ese sentido, se trabaja sobre la definición de Abela (2002), quien define en análisis de contenido como una técnica que consiste en la interpretación de textos de toda índole, en la cual el conocimiento de diferentes elementos de la vida social se accede través del contenido que estos materiales albergan (p. 2).

En este trabajo, la técnica y el método operan en el registro y la inspección de cada imagen según una serie de categorías analíticas, las cuales han sido seleccionadas en función del alcance de los objetivos de la investigación. De esta manera, se trazan comparativas de las *selfies*

entre sí y relaciones con los referentes teóricos, de modo que se logra encontrar lo que las une o diferencia, sus particularidades *postfotográficas* y los símbolos y procesos que componen la identidad edificada y mostrada en estas imágenes.

Las categorías analíticas escogidas son: giro pictórico, subjetividad, intersubjetividad, performance y representación.

El Giro pictórico

Es importante hablar del giro pictórico cuando se habla de los estudios visuales y sobre la imagen que habita la era digital, pues este concepto, instaurado por el teórico WJ Mitchell, se refiere al cambio histórico en la manera en que nos relacionamos con las imágenes y concebimos el acto de mirarlas:

La producción y el uso masivo de imágenes son muestra de un momento históricamente distinto, en el que la visualización y la espectacularización atraviesan las diferentes actividades sociales, pero también demuestran lo poco que conocemos acerca de la relación entre los fenómenos visuales y el individuo. El giro pictórico se centra en esta intersección y en el profuso campo que resta por explorar para entender las dinámicas que dan sentido a nuestra visualidad. (Dotta, 2015; p. 6)

Además de abrir el panorama para los estudios visuales posmodernos, lo que Mitchell nombra a través del Giro Pictórico es también un momento en el tiempo de la humanidad donde la imagen se convierte en una unidad de significación tan compleja y extensa como el texto, y no necesita de este como referente para su explicación.

Intersubjetividad y subjetividad

La subjetividad se refiere al punto de vista y la experiencia personal del individuo ante el mundo. Por su parte, la intersubjetividad concibe aquellos códigos y valores compartidos entre sujetos. Actualmente, las *selfies* nos remiten a los valores subjetivos e intersubjetivos del mundo contemporáneo, dándonos indicios sobre el sentido de las imágenes en la era *posfotográfica* y la manera en que experimentamos el mundo y compartimos con otros a través de las fotos en este contexto.

En ese sentido, la articulación del "yo virtual" a través de fotos, posible gracias a las herramientas que proporcionan las redes sociales, es un acto que se enmarca en las lógicas de las llamadas subjetividades de la actualidad, las cuales: "se rigen por el imperativo de que ser visible es la prueba de la existencia en Internet" (Barreiro, 2015). La nueva relación con lo visual también comprende el actual valor intersubjetivo de las imágenes, en donde estas son, en sí mismas, un prerrequisito para la relación con los demás, un objeto crucial para relacionarse más que un registro de lo ocurrido (Candón, 2018; p.334).

Ahondando en el término de la intersubjetividad, desde una óptica socio fenomenológica, Rizo García (2014) explica la definición que Alfred Shültz imprime en su obra:

Schütz concibió a la intersubjetividad como la clave del mundo social, pues el aquí se define porque se reconoce un allí, donde está el otro. El sujeto puede percibir la realidad poniéndose en el lugar del otro, y esto es lo que permite al sentido común reconocer a otros como análogos al yo. Es en la intersubjetividad donde podemos percibir ciertos fenómenos que escapan al conocimiento del yo, pues el sujeto no puede percibir su experiencia inmediata pero sí percibe las de los otros, en tanto le son da das como aspectos del mundo social. (p. 298)

A lo anterior, se le añade que vivimos en un mundo donde los significados nacen desde la intersubjetividad, pues se articulan teniendo en cuenta al otro en la interacción con el mismo. (Hernández y Galindo, 2007; Como se citó en Rizo García, 2014; p. 299).

Representación

La representación es un término amplio e ineludible al tratar temas referentes a lo simbólico, sin importar el tipo de lenguaje abordado. El concepto de representación es definido por el teórico Stuart Hall (1997) como: "...una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están por, o representan cosas" (p. 2).

Por otro lado, en una visión transversal que aparece en el contexto del análisis de la imagen, Jaques Aumont (1992), concluye que: "la representación es un proceso por el cual se instituye un representante que, en cierto contexto limitado, ocupará el lugar de lo que representa" (p. 108). A lo anterior, añade luego que este fenómeno representativo es el que le permite al espectador presenciar por delegación una realidad ausente, que se le manifiesta en la forma de aquello representante (p. 111).

Una de las claves para entender el concepto de representación, es comprender aquello que lo separa de la mímesis o la imitación. Goodman (1968) decía que "cualquier cosa podría representar cualquier otra cosa", argumentando que, entre la imagen representante y el objeto que representa, debe haber una relación de referencia, es decir, que esta imagen debe ser símbolo de aquello representado, mas no es necesario que se guarden un parecido mutuo (p. 5). Por ello, el autor defiende que la representación se refiere a una cosa y la denota, siendo la representación, en sí misma, una forma particular de denotación.

Performatividad

El performance y la puesta en escena del sujeto son factores diferenciales en el paradigma visual actual, pues se conciben como fundamentales para caracterizar las imágenes que circulan en la red y que ocupan un rol principal en la creación de la identidad virtual:

La pose es tan importante para nuestros yoes virtuales como para los corpóreos, pues romper la realidad recreada es un motivo de decepción frente a los demás y de frustración para la persona. (...) Es por eso que uno de los requisitos de este contexto es el de aprender a posar, a "performar" frente a la cámara, y a portar los códigos que nacen y se viralizan dentro del mundo online. (Fernández Moncada, 2025; p. 81)

Desde los estudios del performance, se concibe que un gran cúmulo de cosas pueden ser analizadas como tal, teniendo en cuenta que las personas a menudo llevan a cabo procesos que pueden ser vistos como performáticos, como el juego, la danza o, incluso, la escritura. Ante esto, Schechner (2000) percibe teóricamente las acciones de performance como:

actividades humanas – sucesos, conductas – que tienen la cualidad de lo que llamo "conducta restaurada", o "conducta practicada dos veces"; actividades que no se realizan por primera vez, sino por segunda vez y ad infinitum. Ese proceso de repetición, de construcción (ausencia de "originalidad" o "espontaneidad") es la marca definitiva de la performance, sea en las artes, en la vida cotidiana, la ceremonia, el ritual, o el juego. (p.13)

Al mirar el performance en función de sus cualidades retratadas y registradas en la imagen, los conceptos de archivo y repertorio que plantea Taylor (2003) son necesarios. Entendiendo los archivos como documentos y objetos duraderos que se conservan a través del tiempo – como las fotos- y los repertorios como las prácticas efímeras encarnadas en la presencia – como los actos de performance – (p. 19), La autora establece que:

La actuación en vivo nunca puede capturarse ni transmitirse a través

del archivo. Un video de una actuación no es una actuación, aunque a menudo llega a sustituir a la actuación como algo en sí mismo (el video forma parte del archivo; lo que representa forma parte del repertorio). La memoria encarnada, al ser en vivo, supera la capacidad del archivo para capturarla. (p. 20)

Discusiones

En este trabajo el estudio del sentido de las imágenes es el punto de partida general desde el cual se despliegan las especificidades de la investigación. La postfotografía, por otro lado, es el marco que determina el foco y amarra el estudio a los fenómenos contemporáneos de las fotografías.

Desde hace más de una década, las características inherentes al concepto de postfotografía han sido abordadas desde los estudios visuales, siendo los libros de Joan Fontcuberta algunos de los exponentes teóricos más importantes y reconocidos sobre este tema en particular.

Hoy por hoy, las imágenes no se comportan de la misma manera que cuando se instauró el concepto. Aunque no haya habido un cambio de paradigma aún, el contexto ha cambiado sustancialmente. Frente a los cambios que atraviesa la realidad visual en la virtualidad, es necesario preguntarse por la etapa de la postfotografía en la que nos encontramos y en la que nos paramos para observar lo que ocurre con las imágenes. Frente a unas posibilidades de producción de imágenes en constante expansión, es importante tener claridades sobre el momento puntual que experimentamos antes de ser arrojados a otra etapa, pues estas precisiones son necesarias para un abordaje más completo de los ejes temáticos que son tratados en una investigación como esta, como pueden ser la autoimagen y su relación con la representación y la ilusión de realidad.

A propósito de la realidad, este término aparece como un contenedor de grandes preguntas que esta investigación deja al margen debido al enfoque presentado. Al ser un trabajo que indaga sobre la representación y el "Yo", es imposible obviar del todo la realidad como un concepto que ha sido problematizado a partir de los objetos de estudio mencionados.

Si bien la pregunta por lo real supera el alcance de esta investigación, los casos analizados no dejan de ser puntos de partida adecuados para abordar preguntas de una naturaleza más amplia. Finalmente, hoy habitamos un mundo de imágenes fugaces, las cuales cargan consigo implicaciones que, a su vez, suponen un conglomerado de elementos a investigar para dar cuenta de una realidad cambiante.

Un reto para futuras investigaciones que siguen la misma línea de la presente, cuyos intereses corresponden a los estudios visuales, está en tratar de referirse a un concepto de realidad que está en crisis en el mundo de las imágenes postfotográficas, pues estas cada vez pierden más su carácter documental. Es decir que, actualmente, estas fotografías han perdido la propiedad y la credibilidad de mostrar de manera fidedigna la realidad como la conocemos.

Finalmente, esta investigación, si bien no pretende esclarecer asuntos extensos referentes a la era postfotográfica habitada o al concepto de realidad, sí se propone ahondar en describir las maneras en que los humanos que habitamos la red nos autorrepresentamos y nos construimos a partir de autoimágenes, cumpliendo con unas cualidades inherentes a la etapa postfotográfica en que experimentamos la visualidad.

Resultados

Aunque el desarrollo de la investigación se encuentra en curso, según lo estudiado hasta el momento es posible plantear resultados parciales desde el análisis general del archivo fotográfico, teniendo en cuenta las categorías escogidas.

1. Las condiciones de la autorrepresentación en la postfotografía y el "Yo" expandido.

Empezando por los hallazgos generales en torno al yo, es de notar que las imágenes analizadas ejemplifican posibilidades y dinámicas de autorrepresentación que solo pueden ser concebidas en el panorama postfotográfico en el que se acobijan. Por ejemplo, la aparición de un "yo" que no termina en la piel es una de estas nuevas posibilidades y quizá una de las más cruciales para entender los componentes de la experiencia visual actual.

Antes de la era postfotográfica, no existía una necesidad latente de usar la autorrepresentación a través de fotos como un elemento clave para demostrar la existencia y comprender códigos imperativos para el relacionamiento con los demás. Bajo esta premisa, la presencia de la *selfie* en el panorama visual actual promete control total en la manera en que se quiere representar ese "Yo" o alter ego. Sin embargo, esta misma identidad que se fabrica virtualmente, se expande en cuanto se presenta virtualmente y otros la perciben, interpretan y experimentan a través de la vida en las redes sociales.

Belk (2013) se refiere a ese "yo" expandido y cómo puede nacer del desprendimiento parcial de la referencia del "yo" original, siendo creado en sí mismo para habitar un universo digital donde se le interpreta y se co-construye:

La idea del yo central se desmorona, pero la ilusión de un yo central sigue siendo un concepto sólido y viable. La existencia de un yo central es una creencia más que un hecho. En el mundo digital, el yo se extiende ahora a avatares, interpretados de forma amplia, con los que nos identificamos profundamente y que pueden afectar nuestro comportamiento fuera de línea y nuestra percepción del yo (...) El yo agregado ya no puede concebirse únicamente desde una perspectiva personal y no solo se construye conjuntamente, sino que se comparte, es decir, es una sesión conjunta con otros.

2. El performance en las selfies.

En el inmenso flujo de imágenes que se cargan a la red, las autofotos han sido, sin quererlo necesariamente, el instrumento principal a través del cual se han mediado y dictaminado las formas de autorrepresentación visual en el mundo digital.

En las imágenes analizadas, las maneras de representar el Yo dependen en gran medida de las prácticas performativas que atraviesan este tipo de autofotos. Las acciones de performance, entendidas como aquellas que se realizan por segunda vez y *ad infinitum,* están ligadas a la fotografía en tanto la pose, e incluso el mismo acto de obturar, pueden ser estudiados desde los estudios del performance.

En las *selfies* de Kim Kardashian se observa que estas dos presencias de lo performativo se invocan en conjunto– consciente o inconscientemente - para, primero, construir una representación del Yo mediante el cuerpo, y segundo, aproximarse al régimen visual de las *selfies* y su perpetuación.

De acuerdo con el primer objetivo, en las imágenes de Kardashian hay conjuntos de encuadres y poses que se repiten constantemente, y este performance del cuerpo ante la cámara cumple el objetivo de mostrar y encapsular el cuerpo en las posiciones y ángulos favorables para que ella logre verse exactamente como se quiere presentar ante el mundo. La constancia y repetición de los gestos con el cuerpo y con la cámara hacen que el "Yo" fabricado de Kim, que cada uno puede percibir e interpretar, sea claramente identificable, e incluso, según quien lo mire, unidimensional y absoluto, congruente con la práctica de autorrepresentación de Kim.

En segundo y último lugar, es innegable que Kim Kardashian tuvo parte en la popularización del fenómeno de las *selfies,* pero más allá de eso, en la gran cantidad de imágenes y el corto

volumen de texto presentes en *Selfish,* se manifiesta la idea de comunicar e instaurar una manera ideal en que estas fotos deben ser tomadas. En el libro, las fotos no solo se entienden como algo que está a la moda, sino como una manifestación fundamental para convivir en el espacio digital. De este modo, las instrucciones y fotos presentes en las páginas intentan - como una manera de conquistar el régimen visual - transmitir la adopción de la práctica de la manera en que Kardashian la concibe.

3. El quiebre de la imagen como registro en la era postfotográfica y su efecto en la dimensión intersubjetividad de las selfies.

El carácter intersubjetivo de las *selfies* se ve moldeado por una de las características fundamentales de la era postfotográfica: el abandono de la noción documental de las imágenes.

Entre las fotografías estudiadas la desaparición del carácter documental se ve más explícitamente en el perfil de Instagram de Miquela. En sus *selfies* la influencer virtual no solo captura lo que hipotéticamente serían sus actividades cotidianas y diarias, sino que también se sitúa en galas de premios, eventos deportivos y otros escenarios mediáticos reconocidos internacionalmente.

La puesta en escena de las *selfies* de Miquela, cuya existencia se limita a las redes sociales, es un caso extremo de la debacle de la imagen como memoria de lo ocurrido en las imágenes postfotográficas, porque, - como ocurre muchas selfies, aunque quizás de manera más evidente - pone en crisis la referencia de la imagen del sujeto en un espacio-tiempo determinado y presenta la autorrepresentación como algo ilusorio y que se puede falsear a gusto.

Esta particularidad de las autoimágenes postfotográficas nos arroja a una conclusión sobre la dimensión intersubjetiva de las *selfies* que se toman actualmente. Pues estas no conciben, como deber, el cumplir con un registro fidedigno de lo ocurrido, sino que más bien cumplen con ser un instrumento que permite la interacción inmediata con otros "Yo" en el entorno digital y la exposición y circulación de un Yo fabricado a partir de autoimágenes.

Estos autorretratos – como ocurre con Miquela - pueden contener en sus encuadres cuerpos que no necesariamente tienen que existir o referirse fielmente a una contraparte física particular fuera del universo digital, porque, de igual manera, como el juego de autorrepresentaciones en las redes es ilusorio, fabricado y fragmentado, las lógicas de estas plataformas permiten que todos los "yo" exhibidos y percibidos interactúen como sujetos en el espacio digital.

Rizo garcía (2014) evoca a Schultz cuando dice que "el sujeto puede percibir la realidad poniéndose en el lugar del otro, y esto es lo que permite al sentido común reconocer a otros como análogos al yo" (p. 298). Pero en el marco postfotográfico, el individuo puede percibir la realidad poniéndose en el lugar de un otro que no existe más allá de la pantalla y puede reconocer a otros análogos al yo a pesar de que estos sean, por ejemplo, influencers virtuales como Miquela.

Bajo estas condiciones, las selfies pueden contener en sus encuadres cuerpos que no necesariamente tienen que existir o referirse fielmente a una contraparte física particular fuera del universo digital, porque, de igual manera, como el juego de autorrepresentaciones en las redes es ilusorio, fabricado y fragmentado, las lógicas de estas plataformas permiten que todos los "yo" exhibidos y percibidos en los autorretratos, interactúen como sujetos en el espacio digital y sean interpretados como tal.

Referencias bibliográficas

• Abela, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Fundación Centro de Estudios Andaluces

• Alonso, J.C. (2003). El Estudio de Caso simple: un diseño de investigación cualitativa. Textos de Política y Relaciones Internacionales Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, p. 1 – 33.

• Aumont, J. (1992). La imagen. Paidós.

• Bad Bunny entre los artistas más importantes del siglo XXI, según Billboard. (2024, 30 de agosto). El Heraldo. https://www.elheraldo.hn/entretenimiento/bad-bunny-entre-artistas-mas-importantes-siglo-xxi-segun-billboard-HE21164157

• Barreiro, M. (2015). Selfies: nuevas miradas de la intimidad y la construcción de subjetividades contemporáneas. VIII Jornadas de Jóvenes Investigadores.

• Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. Journal of Consumer Research, 40(3), 477–500. https://doi.org/10.1086/671052

• Candón Mena, J. (2018). Las imágenes y la mirada. Revista Científica de Información y Comunicación. (Nº15), p. 331 – 336.

• Carrión, J. (2021, 17 de enero). Anatomía del influencer virtual. The New York Times (edición en español). https://www.nytimes.com/es/2021/01/17/espanol/opinion/influencer-2021.html

• Cereijo Furelos, M. (2015). El "yo" frente a la cámara: Construcción de la imagen mediante el selfie y el retrato fotográfico [Trabajo Final de Grado, Universitat Politècnica de València]. Facultat de Belles Arts de Sant Carles.

• Dotta Ambrosini, J. (2015). La visualidad como objeto: El giro pictórico y los estudios de la cultura visual. Dixit, (Nº2), p. 38 – 49.

• Fernández Moncada, C. (2025). #PoseChallenge: la teatralidad de las imágenes hechas para compartir. ANIAV - Revista de Investigación en Artes Visuales, n. 16, p. 75-87, marzo. 2025. ISSN 2530-9986. https://doi.org/10.4995/aniav.2025.21802

• Fontcuberta, J. (2016). La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía. Galaxia Gutenberg.

• Gayet Valls, J. (2018). Del espejo a la página: el selfie y otros autorretratos postfotográficos editados en formato libro. Revista Sonda. Investigación en Artes y Letras, (7), 187–202.

• Goodman, N. (1968). Languages of art: An approach to a theory of symbols. Bobbs-Merrill.

• Hall, S. (1997). El trabajo de la representación (E. Sevilla Casas, Trad.). En S. Hall (Ed.), Representation: Cultural representations and signifying practices (pp. 13–74). London: Sage Publications.

• Mitchell, W.J. (1994). Teoría de la imagen. AKAL / Estudios Visuales.

• Murolo, N. L. (2015). Del mito del Narciso a la selfie: una arqueología de los cuerpos codificados. Palabra Clave, 18(3), 676-700. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.3.3

• Orejudo Pedrosa, J. C., & Díaz Muñoz, C. (2021). De la fotografía a la post-fotografía. La cámara oscura de la inmortalidad. Baudelaire/Barthes (imagen virtual, dispositivos electrónicos, selfies). Revista Digital FILHA, (25), 1–25. Universidad Autónoma de Zacatecas. https://ricaxcan.uaz.edu.mx/jspui/handle/20.500.11845/2777

• Rizo García, M., (2014). De lo interpersonal a lo intersubjetivo. Algunas claves teóricas y conceptuales para definir la comunicación intersubjetiva. Quórum Académico, 11(2), 290-307.

• Rubinstein, D. (2015). Keeping up with the Cartesians: On the culture of the selfie with continual reference to Kim Kardashian. Philosophy of Photography, 6(1), 3–14.

• San Pablo Moreno, P. (Coord.). (2020). Autorrepresentación en la era digital: Implicaciones éticas y estéticas. Ediciones Egregius.

• Schechner, R. (2000). Performance: Teoría y práctica interculturales. Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires.

Viii Congreso Nacional e Internacional de Comunicación. Afacom 2026

• Taylor, D. (2003). The archive and the repertoire: Performing cultural memory in the Americas. Duke University Press. https://doi.org/10.1215/9780822385318

• Verdú, V. (2014, 12 de abril). El 'selfie' y el autorretrato. El País. https://elpais.com/cultura/2014/04/11/actualidad/1397208918_684791.html

FORMAS COTIDIANAS DE NORMALIZACIÓN DE LA NARCOCULTURA EN JÓVENES DE PEREIRA, A TRAVÉS DEL GUSTO Y LA ESTÉTICA

Julián David Rengifo López
Doctor en Estudios Socioculturales
Docente e Investigador de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes de Areandina Seccional Pereira.

Resumen

Este artículo analiza como manifestaciones estéticas relacionadas con la ostentación son normalizadas y ampliamente aceptadas por jóvenes en la ciudad de Pereira. El proyecto se realizó a partir de un enfoque cualitativo, sustentado en 20 entrevistas semiestructuradas realizadas a jóvenes entre 18 y 31 años. El estudio problematiza el debate entre "buen" y "mal" gusto, planteando que muchas de estas expresiones pueden comprenderse desde la categoría de lo kitsch, en tanto son descalificadas por perspectivas elitistas, pero ampliamente aceptadas en el ámbito popular. Se concluye que la exhibición del lujo se ha integrado a la cotidianidad urbana como horizonte aspiracional legítimo, evidenciando una transformación en las escalas de valoración estética y en las formas de legitimación social del éxito.

Palabras Clave

Estética, Gusto, Narcoultura, Pereira

Abstract

This article examines how aesthetic manifestations associated with ostentation have been normalized and widely accepted among young people in the city of Pereira. The project was conducted using a qualitative approach, based on 20 semi-structured interviews with participants between the ages of 18 and 31. The study problematizes the debate between "good" and "bad" taste, arguing that many of these expressions can be understood through the category of kitsch, insofar as they are disqualified from elitist perspectives yet broadly embraced within popular culture. It concludes that the display of luxury has become integrated into everyday urban life as a legitimate aspirational horizon, revealing a transformation in aesthetic value systems and in the social legitimization of success.

Keyword

Aesthetics, Taste, Narcoculture, Pereira

El gusto, la estética y la narcocultura

La narcocultura se presenta como una forma de autopresentación social y exhibición. Los referentes estéticos asociados a este estilo de vida suelen distinguirse por su carácter llamativo, excesivo y estridente. En este marco, la ostentación del lujo opera como un signo de diferenciación social que comunica la posición que ocupa el sujeto dentro de la estructura social. Para ello se recurre a múltiples bienes materiales —vehículos, indumentaria, relojes, propiedades, entre otros— que funcionan como símbolos visibles de estatus (Rincón, 2013).

Mientras algunos individuos cuentan con los recursos para exhibir riqueza de manera desbordada, otros reproducen estos códigos adaptándolos a sus condiciones económicas, por ejemplo, interviniendo un automóvil modesto con accesorios que transmiten lujo y generan reconocimiento público. (Rincón, 2009)

Como forma de vida, la narcocultura implica además una visión del mundo en la que la acumulación y la exhibición de bienes ocupan un lugar central. No se reduce exclusivamente a quienes participan directamente en economías ilegales. En el contexto colombiano, el narcotráfico produjo transformaciones profundas en la estructura social y alimentó en numerosos jóvenes la expectativa de movilidad ascendente y prosperidad material. Aunque el escenario actual presenta cambios, persiste un imaginario aspiracional ampliamente compartido: alcanzar bienestar económico y hacerlo visible, sin que ello suponga necesariamente la participación en actividades ilícitas (Serna Dimas, 2009).

De este modo, la ostentación se consolidó como horizonte deseable. Según Pardo León (2018), se ha configurado un mercado robusto de bienes y servicios orientados a satisfacer esta sensibilidad estética. Industrias culturales como la televisión y el cine han expandido considerablemente la producción de contenidos que reproducen y difunden estos imaginarios. Más que promover una postura crítica frente a las dinámicas del narcotráfico, con frecuencia los grandes medios atienden la demanda de nuevos modelos de éxito y contribuyen a afianzar un estilo que, con el tiempo, se ha vuelto cotidiano y socialmente aceptado.

Conviene aclarar que este análisis no pretende legitimar el narcotráfico ni la violencia asociada a él. El interés se centra en examinar cómo ciertos patrones de consumo y determinadas estéticas vinculadas a la ostentación han sido progresivamente normalizados. En este sentido, Pardo León utiliza la noción de *narcochic* para definir "La tendencia a aceptar y naturalizar la *narcoestética*, abandonando el juicio sobre el "mal gusto" de lo *narco*, sobre un estilo *chic* de carácter transnacional identificado y producido por la *narcocultura* a nivel global; lo *narcochic* es la transformación de la escala de valores respecto al "buen" o "mal" gusto estético a partir de la legitimación internacional de la *narcocultura"* (p. 408).

En Pereira es habitual encontrar jóvenes sin relación directa con economías ilegales que, sin embargo, consumen música alusiva al narcotráfico y se identifican con imaginarios de lujo y exhibición. Esta perspectiva ha permeado el tejido social hasta convertirse en una forma de expresión cotidiana y socialmente validada. Por ello, el presente artículo analiza cómo la narcocultura se expresa entre jóvenes pereiranos a través de manifestaciones concretas: modos de vestir, formas de hablar, prácticas de consumo y comportamientos visibles en el espacio urbano.

El estudio parte de la hipótesis de que estas expresiones pueden inscribirse dentro de lo kitsch, en tanto suelen ser calificadas como de "mal gusto", aunque poseen amplia circulación y aceptación popular. Las descalificaciones provienen con frecuencia de posiciones estéticas elitistas que excluyen aquello que no se ajusta a sus parámetros de distinción. Sin embargo, el gusto popular reelabora y resignifica estos códigos conforme a sus experiencias y recursos, valorando atributos como lo llamativo, lo ruidoso y lo exuberante.

Estas reflexiones retoman el debate sobre el "buen" y el "mal" gusto con el propósito de cuestionar miradas que deslegitiman las estéticas populares. Si bien existen marcos sociales que orientan las valoraciones estéticas, toda definición de buen gusto implica necesariamente la exclusión de otras formas de expresión. En consecuencia, se propone un abordaje teórico que permita comprender las manifestaciones asociadas a la narcocultura desde una perspectiva crítica y situada.

El diseño metodológico incorporó estrategias que posibilitaron un acercamiento directo a los sujetos de investigación. En particular, se recurrió a técnicas como la observación —respaldada por registros fotográficos y videográficos—, la realización de entrevistas semiestructuradas y la aplicación de una encuesta, con el propósito de triangular la información y profundizar en su análisis.

La población objeto de estudio estuvo conformada por jóvenes y adultos jóvenes residentes en la ciudad de Pereira, con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años. Este rango etario fue seleccionado por su relación con los perfiles generacionales y dinámicas de consumo asociadas al fenómeno cultural examinado. De acuerdo con cifras del DANE (2022), este grupo asciende a 130.037 personas en la ciudad.

En consecuencia, los participantes correspondieron a jóvenes pereiranos dentro de dicho rango de edad que frecuentan espacios vinculados al consumo de bienes y servicios relacionados con expresiones de la narcocultura.

El proyecto llevó a cabo 60 entrevistas semiestructuradas, además de una encuesta complementaria con fines comparativos. La muestra estadística se calculó tomando como base la población de 130.037 individuos, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 7%, lo que determinó una muestra de 138 personas.

Sin embargo, el presente artículo se centra exclusivamente en el análisis de 20 entrevistas que abordaron de manera específica la categoría estética", dejando por fuera los resultados derivados de la encuesta. Por ello, los hallazgos expuestos deben considerarse parciales. En suma, se trata de una investigación de carácter exploratorio que busca aproximarse a una problemática contemporánea en la ciudad: el consumo de bienes y servicios de las industrias culturales y creativas vinculados a la narcocultura.

Finalmente, se plantea una reflexión sobre la presencia de estos patrones estéticos en la ciudad. Los resultados sugieren que la exhibición del lujo se ha integrado a la vida cotidiana y que muchos jóvenes se sienten atraídos por estéticas vistosas y ostentosas sin que ello implique necesariamente su vinculación con prácticas ilegales.

El buen y el mal gusto

Las nociones de buen y mal gusto se configuran a partir de límites trazados por las élites sociales. Tales demarcaciones no son fortuitas, sino que se encuentran ancladas en contextos históricos y culturales específicos de cada colectividad. Los juicios estéticos, por tanto, no se reducen a clasificar lo bello y lo feo, sino que ponen en juego jerarquías sociales, maneras diversas de situarse en el mundo y formas particulares de comprender la realidad. En esa medida, variables como la educación, la pertenencia de clase o la disponibilidad de capital económico inciden de manera decisiva en la formación de las valoraciones estéticas.

El gusto opera como un mecanismo de diferenciación social: permite a los grupos reconocerse entre sí y, simultáneamente, marcar distancia frente a otros. Con frecuencia se afirma mediante la descalificación de lo distinto. Las preferencias estéticas tienden a alinearse con posiciones de clase; mientras los sectores dominantes optan por expresiones asociadas al refinamiento y la exclusividad, lo denominado "mal gusto" suele vincularse a quienes se encuentran por fuera de los espacios académicos e intelectuales. Así, elecciones cotidianas —la vestimenta, la comida, la música o el arte— están profundamente condicionadas por procesos de socialización interiorizados desde etapas tempranas de la vida.

En palabras de Piere Bourdieu (1998):

Los gustos (esto es, las preferencias manifestadas) son la afirmación práctica de una diferencia inevitable. No es por casualidad que, cuando tienen que justificarse, se afirmen de manera enteramente negativa, por medio del rechazo de otros gustos'": en materia de gustos, más que en

cualquier otra materia, toda determinación es negación'"; y sin lugar a dudas, los gustos son, ante todo, disgustos, hechos horrorosos o que producen una intolerancia visceral ("es como para vomitar") para los otros gustos, los gustos de los otros. De gustos y colores no se discute: no porque todos los gustos estén en la naturaleza, sino porque cada gusto se siente fundado por naturaleza -y casi lo está, al ser habitus¬-, lo que equivale a arrojar a los otros en el escándalo de lo antinatural. (p. 53, 52).

De manera amplia, el gusto puede concebirse como un conjunto de disposiciones que orientan al individuo hacia ciertos objetos, estilos o atributos. Está estrechamente ligado a la forma en que se evalúa estéticamente el entorno. Aunque frecuentemente se asocia al ámbito artístico, también se expresa en campos como la moda, la arquitectura y los ideales de belleza.

En el terreno del arte, la valoración de determinadas producciones reconocidas como legítimas exige habilidades y saberes adquiridos a través de procesos de formación, tales como la educación especializada o la visita constante a espacios culturales como museos. Quienes permanecen al margen de estos circuitos suelen no disponer de los códigos necesarios para interpretar dichas obras y, en consecuencia, se inclinan por expresiones estéticas más próximas a sus propios marcos culturales.

Por su parte, el denominado buen gusto busca apartarse de las necesidades utilitarias y vincularse con la contemplación y la experiencia de lo sublime, aunque con frecuencia queda inserto en dinámicas de mercado que venden exclusividad y originalidad a costos elevados. En oposición, el mal gusto se asocia comúnmente con productos fabricados en serie, de amplia circulación y con funciones prácticas.

En este sentido, la contemporaneidad, la industria cultural ha ampliado significativamente la oferta de bienes y servicios dirigidos a satisfacer distintos gustos. Existen productos posicionados como exclusivos y dirigidos a ciertos grupos, así como opciones masivas accesibles a amplios sectores sociales. El gusto se articula así con el estatus y orienta prácticas de consumo, fenómeno especialmente visible en la moda. La exhibición de bienes opera como un marcador que comunica la posición social (Hernández & Hernández, 2004).

El estatus, que deriva en prestigio, otorga beneficios simbólicos y materiales. Los símbolos de estatus informan al grupo sobre la relevancia del individuo. Goffman (1951) distingue entre símbolos de ocupación, como las insignias militares, y símbolos de clase, tales como la posesión de bienes escasos como el arte o el oro.

Las decisiones de consumo, orientadas por el gusto, se convierten en marcadores de diferenciación social. Objetos como la vestimenta, los vehículos o las joyas, al igual que ciertos modales y formas de comportamiento, establecen límites simbólicos entre unos grupos y otros. Tales códigos no responden a condiciones naturales, sino que constituyen acuerdos sociales que legitiman la pertenencia a determinadas clases o estratos.

El funcionamiento del campo cultural —espacio donde los bienes simbólicos se crean, se reproducen y circulan generando efectos de diferenciación— se sustenta en estrategias que construyen su singularidad y consolidan la creencia en su valor. Dichas estrategias producen beneficios objetivos de distinción a través de la competencia misma que enfrenta a los actores. La distinción, o más precisamente la clase como forma legítima de la estructura social, solo se configura mediante las disputas por la apropiación exclusiva de los signos que conforman la llamada distinción natural (Bourdieu,1998).

Los códigos estéticos funcionan como mecanismos de inclusión y exclusión. El acceso a las élites no depende únicamente del capital económico, sino también de comportamientos, conocimientos y redes sociales adecuadas.

Goffman (1951) explica:

Un símbolo importante de membresía en una clase dada es mostrado durante la interacción informal. Y consiste en el tipo de acciones que impresionan a otros con la idoneidad y lo agradable del estilo general del individuo. En las mentes de los presentes, tal persona es considerada como "parte de nuestra clase". Las impresiones de esta naturaleza parecen estar construidas sobre una respuesta a muchos elementos de la conducta. Estas conductas suponen cuestiones de etiqueta, vestido, comportamiento, ademán, entonación, dialecto, vocabulario, pequeños movimientos corporales y evaluaciones automáticamente expresadas respecto a la sustancia como a los detalles de la vida. En cierto modo, estas conductas constituyen un estilo social (pág. 10).

En los círculos privilegiados, la distinción se expresa a través de la sobriedad y la discreción. La ostentación excesiva se percibe como vulgar. La distinción propia de las clases altas se caracteriza por una especie de exhibición de la mesura: privilegia la sobriedad, la contención, al tiempo que rechaza aquello considerado llamativo, fatuo o pretencioso. Desde esta perspectiva, incluso la intención explícita de diferenciarse puede ser vista como una forma de vulgaridad. Se trata, entonces, de una elegancia que aparenta no buscar ser elegante y de una distinción que pretende no evidenciar esfuerzo alguno por distinguirse, en contraposición a todo exceso visible (Bourdieu, 1998).

Desde esta perspectiva, el mal gusto se asocia con lo masivo, lo ruidoso y lo llamativo. Sin embargo, el concepto de kitsch cuestiona estas jerarquías y reivindica aquello que no se ajusta a los parámetros dominantes.

Flores-Figueroa & Balderrama (2018) sostienen:

Por otro lado, la característica más obvia del kitsch es la conceptualización de objeto de mal gusto con que se rotula peyorativamente a sus productos. El denostador mantiene un señalamiento continuo, burlón y sarcástico tanto para los productos como para el productor. Asimismo, intenta sepultarlos bajo la difamación y el desprecio, alejándolos de sí mismo tanto como pueda, anteponiendo la premisa de yo valgo más, porque él vale menos (pág. 16)

La noción de buen gusto requiere necesariamente la existencia de aquello que se denomina mal gusto, aun cuando su clasificación y desvalorización no siempre estén sustentadas en argumentos sólidos. Al interpelar al otro se termina revelando la propia naturaleza de quien cuestiona (Flores-Figueroa & Balderrama, 2018).

En el caso de la narcocultura, sus códigos estéticos suelen ser descalificados por sectores elitistas que los consideran vulgares y excesivos. No obstante, el narcotráfico transformó profundamente la sociedad colombiana y generó imaginarios aspiracionales ligados al lujo. En la actualidad, estas estéticas pueden desligarse de la actividad ilícita y centrarse en la exhibición del éxito ajustada a las posibilidades individuales.

En este contexto surge la categoría de narcochic, entendida como "la aceptación de una estética derivada del narcotráfico, pero separada de la violencia y la criminalidad, y enfocada en "la transformación de la escala de valores respecto al buen o mal gusto estético a partir de la legitimación internacional de la narcocultura" (Pardo León, 2018, pág. 408).

Esta estética, ampliamente difundida y de alcance global, se expande de manera permanente mediante la industria cultural —cine, telenovelas y música, entre otros productos— afianzando un referente en el que la ostentación del lujo se sitúa en el centro. Se caracteriza por su carácter vistoso, desmesurado y estridente, y en contextos urbanos como Pereira su manifestación es claramente perceptible. En seguida, se exponen los resultados derivados de la aplicación de instrumentos de investigación a jóvenes de la ciudad.

Estética y narcocultura en jóvenes de Pereira

Lo jóvenes entrevistados reproducen códigos de vestuario. Se acogen a una moda y se auto perciben dentro de patrones reconocibles, por ejemplo: lo urbano, lo deportivo, lo casual. Si bien prefieren colores poco llamativos como el beige, el blanco y el negro, las siluetas utilizadas son ampliamente reconocidas y utilizadas por gran cantidad de personas. Se podría decir que es la moda imperante entre jóvenes, que a la vez reproducen estos patrones de artistas famosos dentro de la música urbana.

A la vez, sus respuestas denotan una contradicción ya que por un lado la mayoría afirma no seguir modas, y optar por atuendos que no llamen la atención, pero a la vez, se acogen a una moda masiva, en la que predominan marcas reconocidas a nivel mundial.

Por ejemplo**,** I. García transita entre lo minimal y lo maximalista, entre lo urbano y lo "elegante exagerado", alineándose con una estética global y de moda. Por su parte**,** S. Ospina y B. Gaviria hablan de una estética relajada, sin esfuerzo, pero sus elecciones de marca, como New Era o Nike, obedecen a marcas bien posicionadas estéticamente en el imaginario juvenil.

La marca juega un papel importante dentro de las respuestas de los entrevistados. Todos ellos mencionan marcas ampliamente reconocidas, con Nike, Adidas, Calvin Clain, Zara, Bershka. Todas marcas extranjeras, que, si bien no son de lujo en el contexto internacional, a nivel nacional son marcas de prestigio, con precios poco asequibles para la mayoría de la población. La marca en este caso sirve como símbolo de estatus, informa y comunica la posición social del portador. Pero a la vez la marca posiciona al usuario dentro de un grupo, y lo distingue frente a otros individuos.

Si bien hay un deseo manifiesto por marcas que en el escenario colombiano son costosas, el uso que se aspira dar se liga a la exhibición. Se prefieren prendas en el que la marca se claramente apreciable por los demás, a forma de comunicar el valor (que puede ser simbólico) que tiene la prenda.

Las marcas tienen una presencia dual, algunos de los entrevistados dicen no tener preferencias por marcas, pero nombran Nike, Adidas, Calvin Klein, Zara, Bershka. A su vez, se presenta una fascinación por las marcas costosas o aspiracionales, incluso si no se consumen directamente.

Las entrevistas expresas que el cuerpo se posiciona como espacio de representación simbólica: se adorna, se recubre, se maquilla. Todos estos elementos comunican, y en este caso hay unas tendencias de deseo hacia cuerpos que sea vean como sus referentes, por ejemplo, cantantes de música urbana o popular. Pero a la vez, la forma de vestir se asume dentro de discursos de género y clase: que se regula por principios morales y por roll del observador, o sea, las mimas dinámicas sociales. En este caso el cuerpo informa, y las miradas validan.

Ejemplo de ello, I. García plantea el cuerpo como una posibilidad de "imaginar que soy un avatar" y reconfigurarlo con ropa, maquillaje, peinados, uñas, etc. D. Murcia o V. Henao regulan lo que se muestra: "si se muestra arriba no se muestra abajo", lo cual apunta a códigos morales y de autocontrol del cuerpo femenino.

Por otro lado, lo narcochic también se percibe en las respuestas de los jóvenes. El gusto hacia la exhibición del lujo se observa en algunas de las afirmaciones. Por ejemplo, el querer mostrar anillos o cadenas, especificando que el material debe de ser oro. De igual forma para con gafas y relojes que deben de ser de marcas consideradas lujosas y portar ropa con marcas reconocidas y con logotipos que permitan identificarla. Además, algunos jóvenes ponen como sus referentes estéticos a artistas que proyectan una imagen que se asocia con la ostentosidad y el lujo desbordado.

Todos estos elementos son asociados por lo jóvenes como símbolos de éxito, y se ven como metas aspi-

racionales que se desea. El consumo de determinados artículos considerados de lujo son sinónimo de riqueza. El mencionar elementos como cadenas de oro, diamantes y marcas de lujo apunta a la adopción (tal vez de forma inconsciente) de la estética narco chic, y que relaciona el despilfarro y el exceso como símbolo de estatus y éxito social.

Por ejemplo, I. García menciona claramente sus referentes en la narcocultura: joyas grandes, peinados trenzados, uñas largas, camisas brillantes y holgadas. Además, afirma que sus referentes artísticos están ligados a esta estética y que desea una cadena con diamantes que diga "Mora". Por su parte, V. Henao aspira a tener cadenas de oro y sigue artistas como que en redes proyectan una vida ostentosa y de consumo desbordado: carros, lujos, dinero sin medida.

De igual forma, algunos de los jóvenes entrevistados dejaron entrever la necesidad que siente por el uso de ornamentaciones como relojes, anillos y cadenas. A manera de símbolo, estos elementos proporcionan información sobre la clase social del portador. Cabe destacar, que la mayoría de entrevistados apenas empiezan con su etapa laboral y en algunos casos son universitarios, por lo que no cuentan con el dinero suficiente para tener una vida llena de lujos. Lo interesante es que, en este caso, los lujos excesivos son obtenidos por recursos económicos que llegan a través de la familia.

Por ejemplo, L. Baracaldo manifiesta: "No puedo salir sin una cadena o un anillo". B. Gaviria dice preferir un estilo más "decente", pero igualmente menciona el deseo de tener un reloj "bien caro", lo cual refleja la presión simbólica del lujo como aspiración.

Asimismo, el consumo desmedido es una, otra característica de la narcocultura, es perceptible en los comentarios de los entrevistados. Sus opiniones fluyen hacia el consumo visible y estandarizado. Si bien en la actualidad el hiperconsumo es una característica de la sociedad global, en este caso se consume con fines de exhibición. Se anhela marcas, ropa y zapatos originales como forma de marcar la diferencia entre personas. Además, todos los entrevistados comparten códigos similares de vestuarios: el uso de colores neutros, contrastan con el uso de ropa ancha, acompañada de artículo vistosos como las cadenas, los anillos, y el maquillaje. Por ejemplo, E. Morales menciona su predilección por marcas caras como Calvin Klein, Fendi o Zara, articuladas con el deseo de un vestuario que impresione.

Por último, el papel que cumplen las redes sociales es fundamental para fomentar el deseo hacia forma de vida que tienden a la ostentosidad. Muchos de los jóvenes consultados visitan plataformas digitales y redes sociales y consumen contenidos asociados con lo narcochic. Por lo tanto, los nuevos parámetros estéticos se relacionada con la cultura del espectáculo y el consumo de información de redes sociales. Pero esto, se vende como objetivo de vida y se convierte en deseos aspiracionales que muchos de los jóvenes reproducen. Una de las consecuencias de este fenómeno que es asocia el éxito con la capacidad de consumo y la visibilidad de la riqueza.

Conclusión

La narcocultura deja de ser un fenómeno ligado a economías ilegales, y presenta, al día de hoy, en repertorio estético ampliamente normalizado en la vida cotidiana de jóvenes en Pereira. A través del gusto, el consumo y la autopresentación corporal, se evidencian prácticas que incorporan la ostentación como práctica aspiracional legítima, aun cuando los sujetos no participen ni respalden explícitamente actividades ilícitas.

Los hallazgos muestran que las marcas, los accesorios visibles, la ornamentación corporal y la referencia constante a artistas asociados con imaginarios de riqueza funcionan como símbolos de estatus y mecanismos de diferenciación social. En este sentido, el gusto opera —como lo plantea Pierre Bourdieu— como un

principio de distinción que clasifica y jerarquiza, pero que también revela tensiones entre lo que se declara como elección individual y lo que en realidad responde a disposiciones socialmente estructuradas.

Asimismo, la categoría de *narco-chic* resulta pertinente para comprender cómo ciertos códigos inicialmente vinculados al narcotráfico han sido resignificados, despojados parcialmente de su asociación directa con la violencia y reconfigurados como estilo global de consumo. Esta transformación implica una modificación en las escalas de valoración estética: lo que antes era descalificado como vulgar o de "mal gusto" adquiere legitimidad dentro de circuitos masivos de circulación cultural, especialmente a través de la industria cultural y las redes sociales.

En consecuencia, el debate entre buen y mal gusto se revela menos como una discusión puramente estética y más como una disputa simbólica por la legitimidad cultural. La descalificación de estas expresiones suele provenir de posiciones elitistas que buscan preservar fronteras sociales. Sin embargo, los jóvenes entrevistados no perciben necesariamente estas prácticas como transgresoras, sino como formas válidas de construcción identitaria y proyección de éxito.

En suma, la investigación evidencia que la exhibición del lujo y la estética de la ostentación se han integrado a la cotidianidad urbana pereirana como códigos compartidos de reconocimiento social. Este proceso no supone la apología del narcotráfico, pero sí muestra cómo sus imaginarios han permeado el campo cultural, redefiniendo aspiraciones, prácticas de consumo y criterios de valoración estética en el contexto contemporáneo.

Referencias bibliográficas

• Bourdieu, P. (1998). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus.

• DANE. (2020). Información para todos: departamento de Risaralda. DANE.

• Flores-Figueroa, J. d., & Balderrama Armendáriz, C. O. (2018). La tipología del Kitsch: la estética del mal gusto. Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

• Goffman, E. (1951). Symbols of Class Status. The British Journal of Sociology, 2(4), 294-304.

• Hernández, M., & Hernández, M. E. (2004). El buen y el mal gusto, aquí entre nosotros. Revista de Ciencias Sociales, X(1), 28-41.

• Pardo León, J. A. (2018). Transformaciones estéticas: la narcocultura, la producción de valores culturales y la validación del fenómeno narco. Calle 14, 13(24), 401-409.

• Rincón, O. (2009). Narco.estética y narco.cultura en Narco. lombia. Sociedad Nueva(222), 147-163.

• Rincón, O. (2013). Todos llevamos un narco adentro-un ensayo sobre la narco/cultura/telenovela como modo de entrada a la modernidad. Matrizes, 7(2), 1-33.

• Serna Dimas, A. (2009). Magio, narco y traqueto: Estructuras existenciales de la vida mafiosa. Ciudad Paz-ando, 1(2), 121-150.

NARRAR LA CIUDAD: PERIODISMO, ARTE Y CULTURA EN POPAYÁN. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA INVESTIGACIÓN-CREACIÓN

Paola Martínez Acosta
Docente investigadora del programa de Comunicación Social y Medios Digitales
Unicomfacauca
Magíster en Estudios Culturales y Comunicadora social con énfasis en periodismo.

Paulo Paz Ramos
Docente investigador del programa de Comunicación Social y Medios Digitales
Unicomfacauca
Magíster en Comunicación digital y Comunicador social.

Guillermo Rosero Cadena
Docente del programa de Comunicación Social y Medios Digitales
Unicomfacauca
Magíster en Comunicación digital y Comunicador social.

Resumen

Esta ponencia presenta el proceso y los aprendizajes de los Semilleros de Investigación Narrarte y Sicauca del programa de Comunicación Social y Periodismo de Unicomfacauca, espacios académicos que desde 2022 se han dedicado a narrar Popayán desde la producción audiovisual, por un lado, y a partir de la convergencia entre periodismo, arte y cultura, por otro. Partiendo de la premisa de que la ciudad no solo se habita sino que también se cuenta, el proyecto de aprendizaje ha construido una metodología basada en investigación-creación y etnografía, que permite a los estudiantes aproximarse al territorio desde la experiencia sensible, el diálogo con la comunidad y la reflexión crítica. Ahora bien, la producciñón creativa y narrativa que ha surgido a partir del estudio de la ciudad desde el arte y la cultura, ha sido canalizada en La Revista Digital Narrarte, la cual se consolida en este contexto como el principal dispositivo pedagógico y creativo, donde confluyen crónicas, perfiles, registros audiovisuales, fotografías, ilustraciones y piezas sonoras que buscan visibilizar prácticas culturales, liderazgos sociales y procesos creativos que suelen quedar por fuera de las narrativas hegemónicas sobre Popayán.

Los resultados de los semilleros revelan una ciudad diversa, donde los colectivos juveniles, los grupos artísticos, las mujeres creadoras y las comunidades barriales construyen lenguajes propios de identidad, resistencia y convivencia. A través de diferentes expresiones, tanto desde las artes, esto es, la música, el muralismo, la danza, el teatro comunitario y otras prácticas estéticas, como desde la organización social, emergen relatos que ponen en evidencia una Popayán que desborda la imagen tradicional de ciudad colonial para proyectarse como un territorio plural y en movimiento. Por lo tanto, esta ponencia reflexiona sobre cómo este ejercicio pedagógico e investigativo fortalece no sólo la formación periodística desde una perspectiva humanista y situada, o cómo el periodismo en general y el cultural en particular, puede convertirse en un puente entre academia y comunidad, contribuyendo a la construcción de memoria urbana, ciudadanía y paz territorial, sino también cómo la creación muestra los procesos ciudadanos y sociales, y los procesos que desde las expresiones artísticas se vuelven una apuesta más que estética estética, de construcción política, económica, social y cualtural, para mostrarse en un medio universitario como la Revista Digita Narrarte.

Abstract

This paper presents the process and learning outcomes of the Narrarte and Sicauca Research Seedbeds

of the Social Communication and Journalism program at Unicomfacauca. Since 2022, these academic spaces have been devoted to narrating the city of Popayán through audiovisual production on the one hand, and through the convergence of journalism, art, and culture on the other. Based on the premise that the city is not only inhabited but also narrated, the learning project has developed a methodology grounded in research–creation and ethnography, enabling students to approach the territory through sensory experience, dialogue with the community, and critical reflection.

The creative and narrative production that has emerged from the study of the city through art and culture has been channeled into *Narrarte Digital Magazine*, which in this context has become the main pedagogical and creative platform. Within this medium converge chronicles, profiles, audiovisual records, photographs, illustrations, and sound pieces that seek to make visible cultural practices, social leadership, and creative processes that are often excluded from hegemonic narratives about Popayán.

The results of the research seedbeds reveal a diverse city in which youth collectives, artistic groups, women creators, and neighborhood communities construct their own languages of identity, resistance, and coexistence. Through various forms of expression—both artistic, such as music, muralism, dance, community theater, and other aesthetic practices, and forms of social organization—narratives emerge that reveal a Popayán that goes beyond the traditional image of a colonial city, projecting itself instead as a plural and dynamic territory in constant movement.

Therefore, this paper reflects on how this pedagogical and research-based experience strengthens journalistic education from a humanistic and situated perspective, and on how journalism in general, and cultural journalism in particular, can become a bridge between academia and community, contributing to the construction of urban memory, citizenship, and territorial peace. At the same time, it examines how creative practices make visible civic and social processes, and how artistic expressions become not merely an aesthetic endeavor, but a political, economic, social, and cultural project that finds a space of representation within a university-based medium such as *Narrarte Digital Magazine*.

Palabras clave

Narrativas urbanas; Investigación–creación; ciudad, periodismo.

Keywords

Urban narratives; Research–creation; city; l journalism.

Introducción

La investigación-creación ofrece un marco idóneo para unir reflexión crítica con experimentación estética. En el proceso de los semilleros de investigación de Unicomfacauca, Narrarte y Sicauca, esta metodología se articula con una perspectiva etnográfica que invita a habitar los territorios, compartir con los actores locales y comprender las prácticas culturales y comunitarios desde sus propios sentidos. Esta aproximación permite construir relatos que trascienden la descripción, pues incorporan la sensibilidad del investigador y la voz de los participantes. Al narrar Popayán desde esta metodología, se reconoce que el conocimiento es situado, afectivo y dialogado.

Popayán es una ciudad que, pese a ser conocida a partir de una identidad cultural colonial, se construye en su cotidianidad desde múltiples capas culturales, sociales y simbólicas. Entenderla desde la narrativa periodística implica reconocer que cada territorio, cada barrio y cada expresión artística contienen memorias vivas que dialogan con las transformaciones contemporáneas. El semillero Narrarte y el Semillero Sicauca, han abordado, cada uno

desde sus propias perspectivas, este proceso desde la investigación-creación, permitiendo que los estudiantes no solo registren hechos, sino que interpreten los sentidos profundos del encuentro con la comunidad. El ejercicio narrativo se convierte así en una práctica pedagógica y ciudadana, que busca descentrar la mirada hegemónica sobre Popayán y abrir espacios para voces tradicionalmente invisibilizadas, que en los casos trabajados, son voces femeninas que construyen desde la movilización con procesos de reconstrucción social, así como desde las artes en pro de la igualdad, la inclusión, construcción de paz, etc., además de voces de actores culturales o gestores de la ciudad, cuyas formas de expresión van desde la música, el muralismo, la danza, el teatro, entre otras.

En ese sentido, el proyecto en común desarrollado a través de la perspectiva particular de cada semillero, revela la importancia de comprender los organizaciones sociales, por un lado, y el arte, por otro, como lenguajes de transformación. Así, cada entrevista, registro audiovisual o fotografía, junto con la investigación exhaustiva desde la etnografía y el periodismo, ha permitido observar cómo las grupos locales se apropian del espacio urbano para expresar resistencias, identidades y expectativas. La música, el muralismo, la danza y las prácticas culturales barriales o las iniciativas comunitarias representan escenarios donde se negocian imaginarios y donde se proyectan deseos colectivos. Estos hallazgos permiten comprender que el espacio urbano no es una entidad fija, sino un proceso en continua disputa.

El trabajo de los semilleros evidencia que el periodismo cultural y el comunitario pueden aportar a la construcción de paz, especialmente en territorios atravesados por desigualdades sociales. Narrar experiencias, proyectos comunitarios y expresiones artísticas contribuye a reconocer la agencia de los sujetos que habitan el espacio urbano, en este caso de la ciudad de Popayán. Al fortalecer la visibilidad de estas historias, el periodismo aporta a la democratización del relato urbano y crea puentes entre academia y comunidad. Este ejercicio toma sentido cuando las mismas colectivos se reconocen en los relatos producidos, generando un retorno significativo hacia los territorios narrados.

Metodología

La metodología adoptada en esta experiencia investigativa y pedagógica articuló dos enfoques complementarios: la investigación–creación y la etnografía. Esta combinación permitió comprender la ciudad no únicamente como un objeto de análisis, sino como un territorio vivido, sensible y narrado, en el que el conocimiento se construye a partir de la experiencia, la interacción social y la producción simbólica. En este sentido, el enfoque metodológico respondió a la necesidad de aproximarse a las prácticas culturales urbanas desde perspectivas que reconocen la dimensión estética, afectiva y relacional de la vida social.

La investigación–creación, para este caso, se asumió como un enfoque metodológico que integra la investigación y la producción periodística y comunicativa con la reflexión crítica, reconociendo que el conocimiento no es exclusivamente del análisis teórico, sino también del hacer creativo, que en este proyecto conjunto, tienen que ver con la realización narrativa en formatos y géneros periodísticos diversos. A diferencia de las metodologías tradicionales que separan teoría y práctica, este enfoque permitió que la creación se constituyera en un proceso epistemológico en sí mismo, en el que la escritura, la imagen, el sonido y el audiovisual funcionaron como formas de pensamiento y de interpretación tanto de los procesos sociales y culturales de los sujetos sociales que conforman grupos comunitarios y grupos artísticos, como del territorio urbano mismo.

En el desarrollo de los semilleros Narrarte y Sicauca, esta perspectiva desde la cual se pensó la ciudad, teniendo en cuenta además conceptos teóricos que atraviesan diversas

asignaturas como el de los imaginarios **urbanos,** se materializó en el trabajo de los estudiantes con la producción periodística, fotográfica, audiovisual y sonora, entendida no solo como un resultado final, sino como un proceso de indagación y análisis. La escritura de crónicas, perfiles y reportajes, así como la realización de piezas audiovisuales documentales, registros fotográficos, diseños digitales y productos sonoros, operaron como dispositivos para observar, interpretar y resignificar las prácticas culturales de los sujetos sociales que con sus prácticas constituyen y construyen la ciudad. Estas producciones, además, permitieron a los estudiantes experimentar con distintos lenguajes narrativos y comprender de manera situada las realidades culturales que investigaban.

> [1]**De acuerdo con Armando Silva ( ), los imaginarios urbanos son las representaciones colectivas que las personas construyen sobre la ciudad a partir de sus experiencias cotidianas, sus recuerdos, emociones y relatos compartidos, e influyen en la manera como los habitantes viven la ciudad, se relacionan con sus espacios y otorgan sentido a determinados lugares**

Cada narrativa producida se concibió como un dispositivo de conocimiento que articula sensibilidad estética, rigor investigativo y responsabilidad ética frente a las comunidades narradas. De este modo, la creación se convirtió en un espacio privilegiado para formular preguntas en torno a la identidad, la memoria, el territorio y las formas de habitar la ciudad, al tiempo en que propició una reflexión crítica sobre el rol del comunicador y del periodista en la construcción de relatos urbanos.

De manera complementaria, la etnografía aportó herramientas metodológicas orientadas a la comprensión de los fenómenos culturales desde la perspectiva de los actores sociales. Este enfoque permitió profundizar en los significados que las personas atribuyen a sus prácticas cotidianas y a sus expresiones artísticas, a partir de una aproximación situada y relacional. El trabajo etnográfico se desarrolló mediante técnicas cualitativas como la observación participante, los recorridos urbanos, las entrevistas semiestructuradas, la elaboración de diarios de campo, las cartografías sociales y los registros audiovisuales, los cuales posibilitaron captar gestos, emociones, relatos orales y dinámicas espaciales que configuran la vida cultural urbana.

En términos operativos, los estudiantes realizaron procesos de inmersión en barrios populares, colectivos artísticos juveniles, grupos de danza y teatro comunitario, escenarios musicales independientes, procesos de muralismo y arte callejero, así como en espacios culturales alternativos y festivales locales. Estas experiencias facilitaron el establecimiento de relaciones de confianza con músicos, bailarines, muralistas, artesanos, mujeres gestoras culturales, líderes juveniles y habitantes de distintos sectores de la ciudad, generando un diálogo sostenido que enriqueció el proceso investigativo y narrativo.

La articulación entre investigación–creación y etnografía permitió que las narrativas producidas trascendieran el registro descriptivo o anecdótico, para convertirse en interpretaciones críticas de la ciudad y sus prácticas culturales. De este modo, los relatos construidos no solo documentan expresiones artísticas y procesos comunitarios, sino que también ponen en evidencia memorias, tensiones, disputas simbólicas y formas de resistencia que configuran la vida urbana. Esta metodología fortaleció, además, la formación periodística desde una perspectiva humanista y situada, al promover una relación ética y reflexiva entre la academia y la comunidad, y al consolidar la creación narrativa como una apuesta estética y pedagógica dentro de un medio universitario.

Fases del proceso investigativo

El proceso investigativo desarrollado en los semilleros *Narrarte* y *Sicauca* se estructuró en tres fases

articuladas y no lineales, las cuales dialogan con enfoques cualitativos, etnográficos y de investigación–creación. Estas fases no se concibieron como momentos cerrados, sino como instancias flexibles que se retroalimentan constantemente, en coherencia con lo planteado por autores como Clifford Geertz (1992), quien entiende la investigación cultural como una interpretación situada, y por Orlando Fals Borda (1987), al proponer procesos investigativos comprometidos con los contextos y las comunidades.

Fase 1: Formulación

La fase de formulación constituyó el punto de partida del proceso investigativo y se orientó a la construcción del problema y de las preguntas de investigación desde una perspectiva situada. En coherencia con los planteamientos de la etnografía interpretativa (Geertz, 1992) y de la investigación cualitativa (Taylor y Bogdan, 2000), esta etapa priorizó la comprensión inicial del territorio, de los actores culturales y de las prácticas simbólicas que configuran la vida urbana de Popayán.

En los semilleros *Narrarte* y *Sicauca*, esta fase implicó que los equipos de estudiantes identificaran territorios, liderazgos y prácticas culturales y comunitarias de interés, no desde una mirada externa o extractiva, sino a partir de una aproximación reflexiva sobre la ciudad como un espacio narrado y vivido. Las preguntas formuladas buscaron comprender cómo ciertos procesos comunitarios, en el caso de sicauca, y expresiones artísticas como la música, el muralismo, la danza, los festivales comunitarios y otras prácticas estéticas, en el caso de Narrarte, funcionan simultáneamente como narrativas urbanas y como dispositivos de construcción de identidad, memoria y pertenencia.

Esta etapa incluyó procesos de revisión documental y conceptual sobre comunicación cultural, periodismo narrativo, ciudad y cultura, así como ejercicios de contextualización territorial que permitieron ubicar históricamente las prácticas observadas. Siguiendo a Pierre Bourdieu (2003), se promovió el análisis preliminar de los actores culturales en relación con sus capitales simbólicos, sus trayectorias y sus posiciones dentro del campo cultural local. Este ejercicio permitió evitar aproximaciones simplistas o folclorizantes y sentó las bases para una investigación sensible a las dinámicas de poder, reconocimiento y exclusión presentes en el territorio.

En términos pedagógicos, la fase de formulación favoreció el desarrollo de habilidades analíticas y críticas en los estudiantes, quienes aprendieron a transformar intereses personales o intuiciones creativas en preguntas investigativas coherentes, éticamente situadas y metodológicamente viables.

Fase 2: Trabajo de campo

La fase de trabajo de campo constituyó el núcleo del proceso investigativo y se desarrolló a partir de principios etnográficos que privilegian la presencia, la observación y el diálogo con los actores sociales. En consonancia con autores como Hammersley y Atkinson (2007), el trabajo de campo se entendió como un proceso de inmersión progresiva en los contextos culturales, en el que el investigador —en este caso, el estudiante— asume un rol activo y reflexivo dentro de la realidad que observa.

Durante esta fase, los estudiantes realizaron recorridos urbanos y ejercicios de observación participante en eventos culturales, ensayos artísticos, intervenciones de muralismo, presentaciones musicales, festivales comunitarios y encuentros barriales. Estas experiencias permitieron comprender las prácticas culturales en su contexto real de producción y circulación, atendiendo no solo a los productos finales, sino a los procesos, las relaciones y los significados que las sostienen.

El trabajo de campo incluyó la realización de entrevistas en profundidad y conversaciones abiertas con artistas, gestores culturales, líderes comunitarios y habitantes de los te-

rritorios, siguiendo una lógica de escucha activa y construcción de confianza. De acuerdo con Paulo Freire (1970), este diálogo se concibió como un encuentro horizontal entre sujetos, en el que el conocimiento se construye de manera compartida y no como una transferencia unilateral de información.

Asimismo, se generaron registros fotográficos, sonoros y audiovisuales que no solo documentaron las prácticas observadas, sino que funcionaron como insumos analíticos y narrativos. Estos registros permitieron captar gestualidades, atmósferas, usos del espacio público y formas de interacción social que enriquecieron la interpretación de los fenómenos culturales. En el caso de *Narrarte* y *Sicauca*, esta fase hizo visibles tensiones, resistencias y estrategias de organización comunitaria que atraviesan la producción cultural urbana, especialmente en contextos barriales y juveniles.

Fase 3: Producción y socialización

La fase de producción y socialización se orientó a la transformación de los hallazgos investigativos en narrativas periodísticas y piezas creativas, entendidas como dispositivos de conocimiento y de circulación social del sentido. En coherencia con los planteamientos de la investigación–creación (Borgdorff, 2012), la producción no se concibió como una etapa posterior al análisis, sino como un espacio en el que el análisis se materializa y se profundiza a través de la creación.

En los semilleros *Narrarte* y *Sicauca*, los hallazgos del trabajo de campo se tradujeron en crónicas, perfiles, reportajes, piezas audiovisuales, fotografías, ilustraciones y producciones sonoras que fueron publicadas —y continúan en proceso de publicación— en la *Revista Digital Narrarte*. Estos productos narrativos permitieron visibilizar prácticas culturales, liderazgos sociales y procesos creativos que suelen quedar al margen de las narrativas hegemónicas sobre la ciudad.

La socialización de los contenidos con las comunidades narradas constituyó un momento central del proceso, en tanto permitió validar los relatos, recoger retroalimentación y fortalecer la relación ética entre estudiantes y actores culturales. Siguiendo a Fals Borda (1987), esta devolución del conocimiento se entendió como un acto de corresponsabilidad y de reconocimiento de los saberes locales, evitando prácticas extractivas y promoviendo una comunicación más horizontal.

Esta fase generó procesos de reconocimiento comunitario, apropiación simbólica de los relatos y construcción de memoria colectiva, al tiempo que consolidó la revista como un espacio de mediación entre la universidad y la ciudad. De este modo, la producción y socialización de las narrativas no solo cumplieron una función académica, sino que contribuyeron a la circulación de discursos alternativos sobre Popayán, fortaleciendo el vínculo entre periodismo cultural, comunidad y territorio.

Discusión

La experiencia desarrollada por los semilleros Narrarte y Sicauca permite reflexionar de manera situada sobre la ciudad como un espacio simbólico en permanente construcción, donde cultura, comunicación y narrativas urbanas se entrecruzan y disputan sentidos. Los resultados obtenidos dialogan directamente con enfoques teóricos que conciben lo urbano no solo como un escenario físico, sino como un producto social, histórico y cultural, configurado por prácticas cotidianas, memorias colectivas y relaciones de poder.

En este sentido, los hallazgos confirman los planteamientos de Henri Lefebvre (1968) sobre el derecho a la ciudad, entendido como la capacidad de los habitantes para apropiarse, transformar y resignificar el espacio urbano. Las prácticas culturales documentadas —música, muralismo, danza, festivales comunitarios y procesos artísticos barriales— evidencian que amplios sectores de Popayán ejercen este derecho a través de lenguajes estéticos que producen ciudad desde abajo. Estas expresiones no solo ocupan el espacio público, sino que lo dotan de nuevos significados, cuestionando las narrativas oficiales que reducen la ciudad a su centro histórico o a su dimensión patrimonial.

Esta lectura se articula con la noción de hibridación cultural propuesta por Néstor García Canclini (1990), en tanto los relatos construidos por los semilleros muestran una ciudad atravesada por múltiples temporalidades y estéticas. En Popayán coexisten imaginarios coloniales con prácticas contemporáneas, tradiciones resignificadas y expresiones artísticas emergentes que dialogan con problemáticas actuales como la desigualdad, la violencia, la exclusión y la búsqueda de reconocimiento. Lejos de una visión homogénea de la cultura, los resultados evidencian una ciudad diversa y en transición, donde las identidades se negocian y se narran constantemente.

Desde la perspectiva de Jesús Martín-Barbero (2002), estas prácticas pueden entenderse como "modos de estar juntos", formas de socialidad que articulan memoria, identidad y participación. Los procesos comunitarios documentados revelan que el arte y la cultura funcionan como espacios de encuentro y de elaboración colectiva de sentido, especialmente en territorios donde las voces locales han sido históricamente invisibilizadas. En este marco, las narrativas producidas por Narrarte y Sicauca no solo registran hechos culturales, sino que hacen visibles relaciones, afectos y vínculos que sostienen la vida urbana.

La noción de narrativas urbanas (Delgado, 1999) resulta central para comprender el aporte del periodismo cultural desarrollado en los semilleros. Los relatos construidos evidencian que la ciudad se cuenta desde múltiples lugares y que estas narraciones están atravesadas por disputas simbólicas en torno a quién tiene derecho a representar el territorio. En este sentido, Popayán se entiende como un campo de tensiones entre relatos hegemónicos y narrativas alternativas que buscan ampliar los imaginarios urbanos. El trabajo de los semilleros se inscribe precisamente en esta disputa, al descentralizar la mirada y situarla en barrios, colectivos juveniles y procesos culturales periféricos.

En relación con la producción de sentido, los resultados dialogan con los planteamientos de Stuart Hall (1997), quien entiende la cultura como un sistema de representación atravesado por relaciones de poder. Las experiencias analizadas muestran que no todas las narrativas circulan con la misma legitimidad y que el periodismo cultural puede intervenir en estos desequilibrios al ofrecer plataformas de visibilización a sujetos y prácticas marginadas. Asimismo, la aproximación etnográfica y narrativa desarrollada por los estudiantes se articula con la noción de "descripción densa" de Clifford Geertz (1973), al evidenciar cómo gestos, símbolos, sonidos y corporalidades revelan sentidos profundos sobre identidad y territorio.

Desde el campo del arte y la creación, los hallazgos dialogan con la propuesta del arte relacional de Nicolas Bourriaud (2002), en tanto las prácticas culturales observadas generan espacios de interacción, diálogo y construcción comunitaria. El rap, el muralismo, la danza urbana, el teatro comunitario y los emprendimientos culturales liderados por mujeres aparecen como formas de resistencia cotidiana que politizan el espacio urbano y producen discursos colectivos sobre la vida en la ciudad. Estas prácticas confirman que el arte no se limita a una función estética, sino que actúa como un dispositivo social y comunicativo.

La noción de identidad narrativa propuesta por Paul Ricoeur (1996) permite comprender cómo estas comunidades se cuentan a sí mismas a través del arte y la cultura. Las producciones narrativas y audiovisuales elaboradas por los estudiantes evidencian que las comunidades construyen versiones propias de la ciudad, disputando los relatos dominantes y afirmando su lugar en la memoria urbana. En este proceso, la

creación se convierte en una herramienta para la auto-representación y el reconocimiento.

Un aspecto central de la discusión tiene que ver con la ética del relato y el lugar del narrador. La metodología etnográfica aplicada enseñó que narrar implica una responsabilidad política y ética: escuchar, acompañar, regresar al territorio y devolver la palabra. Las socializaciones comunitarias de los productos narrativos evidenciaron que el periodismo cultural (Narrarte) y el periodismo comunitario (Sicauca) puede asumirse como una práctica dialógica y colaborativa, en la que las comunidades no son solo fuentes, sino interlocutoras y coautoras simbólicas de los relatos. Esto tensiona la figura tradicional del periodista como observador externo y propone una práctica más cercana al periodismo de proximidad y a la narrativa participativa.

Finalmente, la experiencia de Narrarte y Sicauca invita a reflexionar sobre la formación profesional en comunicación social y periodismo. Los resultados muestran que la investigación–creación y el trabajo en territorio transforman la mirada estudiantil, no solo en términos técnicos y narrativos, sino también éticos y políticos. La ciudad deja de ser una abstracción para convertirse en un entramado vivo de relaciones, memorias y conflictos. Desde esta perspectiva, narrar la ciudad es un acto que combina sensibilidad, rigor y compromiso, y los productos creados no solo documentan prácticas culturales, sino que producen ciudad, en tanto amplían imaginarios, disputan sentidos y fortalecen memorias colectivas.

Resultados

Los proyectos desarrollados revelaron una Popayán que desborda la imagen turística o patrimonial con la que suele ser asociada. Lejos de la postal blanca y silenciosa, se evidenció una ciudad viva, plural, contradictoria y profundamente creativa, que además construye paz, equidad e inclusión a partir de diversas iniciativas artísticas, así como comunitarias. Los recorridos urbanos, las entrevistas, las observaciones y los ejercicios de producción permitieron mapear territorios donde la cultura se manifiesta como acción cotidiana: desde los barrios periféricos, donde los colectivos juveniles impulsan procesos de muralismo y música independiente, hasta los centros culturales alternativos que funcionan como refugios estéticos, de encuentro y de resistencia.

En esta lectura ampliada de la ciudad, el arte se consolidó como un lenguaje transversal de paz, memoria y convivencia. Las letras del rap revelaron tensiones sobre violencia, desigualdad y búsqueda de dignidad; el ska y el reggae aparecieron como espacios sonoros de resistencia afectiva; la danza y el folclor reinterpretado mostraron cómo los cuerpos narran lo que a veces las palabras no alcanzan a decir y recorren la ciudad en espacios disímiles para danzarla, para construirla con el baile. El muralismo, por su parte, permitió entender la ciudad como un lienzo donde se plasman historias de barrio, luchas territoriales y reivindicaciones identitarias. Así mismo, los liderazgos de mujeres desde emprendimientos, baile y en procesos políticos son una apuesta para la convivencia, cuestión que da cuenta de la reivindicaciones y reflexiones a partir del cuerpo y de la vida misma.

A partir de ello, un resultado significativo fue la potencia narrativa de los productos audiovisuales y multimedia creados por los estudiantes. Los documentales y microdocumentales, videoclips, perfiles sonoros, crónicas fotográficas y relatos escritos no solo registraron lo observado, sino que se convirtieron en formas de pensamiento. En ellos, la estética no fue un adorno, sino una vía para capturar la textura de los territorios**,** los matices emocionales de las comunidades y los gestos mínimos que configuran la vida urbana. Cada decisión visual funcionó como un acto interpretativo que amplificó el sentido de las historias narradas.

Estos productos demostraron que la ciudad también se cuenta desde lo sensorial: en la vibración de una guitarra, en la cadencia de la danza

que avanza por calles estrechas, en la mirada de una lideresa que protege su memoria colectiva. La creación audiovisual permitió observar cómo el territorio respira, suena, se mueve. A través de estos lenguajes, los estudiantes aprendieron que narrar es también componer, y que lo estético es parte constitutiva de la construcción de conocimiento.

Otro aspecto importante fueron las socializaciones comunitarias, pues se convirtieron en espacios de reconocimiento mutuo. Las personas retratadas se vieron a sí mismas en las crónicas, los videos y las fotografías, encontrando allí un espejo respetuoso de sus procesos. Esta devolución produjo diálogos, críticas constructivas y nuevas alianzas, lo cual resignificó el rol del periodismo cultural como un ejercicio de memoria compartida y no como un acto extractivo.

Finalmente, se evidenció el impacto formativo del proyecto. Los estudiantes desarrollaron competencias periodísticas, técnicas y narrativas, pero también sensibilidad social, capacidad de escucha, respeto por los procesos comunitarios y conciencia sobre la responsabilidad ética de narrar la ciudad. Estas prácticas contribuyeron a formar miradas más críticas, más afectivas y más comprometidas con el territorio.

Conclusiones

El desarrollo del proyecto a lo largo del tiempo permitió reconocer la ciudad de Popayán como un espacio complejo, plural y en permanente negociación simbólica. A través de la investigación-creación y la etnografía, los estudiantes lograron construir narrativas que superan la mirada patrimonial hegemónica y revelan la riqueza cultural que emerge desde los territorios periféricos, los colectivos juveniles, las prácticas comunitarias y las expresiones artísticas independientes. La ciudad, entendida como un tejido vivo de relaciones, imaginarios y memorias, adquirió nuevas capas de sentido gracias a la escucha atenta y al trabajo situado en los barrios y escenarios culturales.

Una primera conclusión señala que el arte y las prácticas culturales constituyen lenguajes privilegiados para narrar la ciudad. Las producciones audiovisuales, fotográficas, sonoras y escritas demostraron que lo estético no es solo una forma de representación, sino una vía para interpretar la vida urbana, captar gestos, afectos y tensiones que no siempre son visibles desde metodologías académicas tradicionales. Esta dimensión sensible aportó a la construcción de relatos más humanos y complejos sobre Popayán, permitiendo reconocer a sus protagonistas como sujetos creativos, resistentes y profundamente vinculados a su territorio.

En segundo lugar, el proceso evidenció que la devolución comunitaria es un componente esencial en la producción de conocimiento. Las socializaciones realizadas en los barrios y con los colectivos retratados fortalecieron la confianza, permitieron validar los relatos y configuraron una ética del trabajo colaborativo. Esta práctica reafirma la responsabilidad del periodismo cultural como ejercicio de memoria compartida, donde la palabra circula de manera horizontal y el narrador se reconoce como parte de un proceso colectivo más amplio.

Una tercera conclusión apunta al potencial pedagógico del proyecto. La combinación entre trabajo de campo, creación artística y reflexión crítica permitió que los estudiantes desarrollaran competencias que van más allá de la técnica periodística: adquirieron sensibilidad social, pensamiento crítico, conciencia ética y capacidad para habitar la ciudad con una mirada más empática y compleja. La formación profesional en comunicación se enriquece cuando incorpora metodologías que permiten experimentar, crear y dialogar directamente con los territorios.

Finalmente, los resultados muestran que narrar la ciudad es un acto político, estético y ético. La experiencia de Narrarte y Sicauca confirma que cuando el periodismo cultural se ejerce desde la escucha profunda, la colaboración y el respeto por las comunidades, contribuye a democrati-

zar los relatos urbanos y a fortalecer la identidad colectiva. Popayán no es solo la ciudad que se mira desde afuera; es también la ciudad que sus habitantes narran, reinventan y defienden en su cotidianidad. Reconocer estas voces es indispensable para construir imaginarios urbanos más diversos, justos y representativos.

Referencias bibliográficas

• Borgdorff, H. (2012). The conflict of the faculties: Perspectives on artistic research and academia. Leiden University Press.

• Bourdieu, P. (2003). Campo de poder, campo intelectual. Montressor.

• Bourriaud, N. (2002). Estética relacional. Adriana Hidalgo Editora.

• Canclini, N. G. (1990). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo.

• Delgado, M. (1999). El animal público: Hacia una antropología de los espacios urbanos. Anagrama.

• Fals Borda, O. (1987). La investigación-acción participativa. Editorial Carlos Valencia.

• Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores.

• Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. Basic Books.

• Geertz, C. (1992). La interpretación de las culturas. Gedisa.

• Guber, R. (2011). La etnografía: Método, campo y reflexividad. Siglo XXI Editores.

• Guillermoprieto, A. (2005). Los años en que no fuimos felices. Aguilar.

• Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.

• Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). Ethnography: Principles in practice (3rd ed.). Routledge.

• Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). Ethnography: Principles in practice (3rd ed.). Routledge.

• Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill.

• Hernández, F. (2008). La investigación basada en las artes: Propuestas para repensar la investigación en educación. Octaedro.

• Kapuscinski, R. (2003). Los cínicos no sirven para este oficio. Anagrama.

• Lefebvre, H. (1968). Le droit à la ville [El derecho a la ciudad]. Anthropos.

• Martín-Barbero, J. (2002). Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica.

• Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.

• Pink, S. (2013). Doing visual ethnography (3rd ed.). Sage.

• Reguillo, R. (2000). La construcción simbólica de la ciudad. ITESO.

• Richard, N. (2007). Fracturas de la memoria: Arte y pensamiento crítico. Siglo XXI Editores.

• Ricoeur, P. (1996). Sí mismo como otro. Siglo XXI Editores.

• Rincón, O. (2016). Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Siglo del Hombre Editores.

• Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2000). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós.

• Tuan, Y.-F. (1977). Space and place: The perspective of experience. University of Minnesota Press.

CAMINAR PALABRAS, ESCRIBIR CALLES: MEMORIA BARRIAL, TERRITORIO Y AUTENTICIDAD NARRATIVA EN PARCHE DEL SUR

Jhonny Lozano
Facultad de Humanidades, Artes, Filosofía y Educación
Universidad de Ibagué
Colombia
Grupo de investigación: Rastro Urbano
jhonny.lozano@unibague.edu.co
ORCID: 0009-0002-6863-7051

Abstract

This chapter analyzes Parche del Sur (Lozano, 2024) as a narrative project that turns the South of Ibagué, Colombia, into a living character and a communicative territory. Using a qualitative interpretive approach that combines close reading, narrative analysis, and reflexive autoethnographic elements, the chapter examines how neighborhood language, everyday practices, and local memory shape a form of urban storytelling rooted in popular experience. The argument is that the book performs an affective cartography in which football, adolescent love, mourning, fear, friendship, and chance become organizing principles of collective identity. It also situates the narratives within broader national events (such as 1990s reforms, power outages, and emblematic political violence) and shows how macro-histories reach and transform peripheral communities. Finally, the chapter discusses Parche del Sur as an intervention in contemporary debates about authenticity in the era of generative AI, proposing that its value lies in an irreducible voice: a way of telling that emerges from walking the streets and listening to the barrio.

Palabras clave

Memoria barrial; narrativa urbana; territorio; periferias; lenguaje popular; fútbol de barrio; autenticidad; cultura algorítmica.

Introducción

El Sur de Ibagué se escribe con S mayúscula porque no es solo un punto geográfico: es un personaje vivo que por piel tiene calles y por sangre tiene a sus habitantes. Parche del Sur (Lozano, 2024) parte de esa premisa y la convierte en un proyecto narrativo: el territorio deja de ser telón de fondo para asumir agencia. Los relatos del libro no responden a una mirada estructural del barrio, ni a los documentos oficiales tipo POT (Plan de ordenamiento territorial) que suelen expedir los gobiernos locales, sino desde una sensibilidad barrial que reconoce que la ciudad se aprende en la esquina, se discute en la cancha, se sufre en el colegio, se celebra en el parche y se recuerda con una mezcla inevitable de humor, rabia y ternura.

El libro compila relatos sobre las vivencias de un niño, un adolescente y un adulto joven que crecen en los barrios del sur. Ese arco vital permite observar la transición de la inocencia a la sospecha, del juego a la responsabilidad, de la pertenencia al desarraigo parcial que a veces acompaña la adultez. En este camino el fútbol aficionado se configura como un laboratorio emocional; el amor adolescente como medida del deseo y la vergüenza, la muerte como posibilidad inevitable. También aparecen en la geografía del sector y en los re-

latos, los moteles del Sur, como lugares simbólicos y reales en los que la frontera entre lo público y lo privado se dibuja en límites difusos.

La potencia de Parche del Sur está en que lo local no se reduce a reproducir los lugares comunes y la exotización que suelen emplearse desde lo narrativo en sectores de esta naturaleza. El barrio no aparece como curiosidad, sino como forma legítima de producir cultura. La atmósfera de los barrios populares de Latinoamérica comparte elementos simbólicos que permiten reconocer una experiencia humana común: la solidaridad como táctica de supervivencia, la calle como escenario de socialización, la creatividad lingüística, el respeto negociado. Por eso el libro invita a quien tenga curiosidad por el lenguaje del barrio a acercarse a sus relatos: leerlos es escuchar una ciudad que sabe construir identidad en lo cotidiano de las acciones de quienes habitan este lugar.

En términos de comunicación, la obra se ubica en un punto clave: entiende que el barrio no solo es territorio material, sino también un sistema de circulación de sentidos. Las historias se transmiten en conversaciones de andén, en recuerdos familiares, en discusiones de fútbol, en regaños escolares y en relatos contados una y otra vez hasta convertirse en memoria. Esa circulación es una mediación cultural que organiza lo que se considera importante, lo que se calla y lo que se exagera. Así, el libro no solo narra hechos; narra las condiciones simbólicas que permiten que esos hechos se vuelvan relato.

Desde su publicación, Parche del Sur ha tenido una circulación cultural significativa. Fue lanzado en la Librería Pérgamo de Ibagué, tuvo presentación en la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBo 2025) y en el festival del libro de Multicentro en Ibagué. Además, el libro fue adquirido por el Banco de la República para ser distribuido en su red nacional de bibliotecas. Esta trayectoria es relevante porque muestra que una narrativa intensamente localizada puede conectar con públicos diversos cuando la voz logra convertir el territorio en experiencia compartida.

En el trasfondo de esa circulación también aparece una pregunta por la representación: quién narra a quién y desde dónde. Históricamente, los barrios populares han sido narrados desde afuera, con énfasis en la violencia o en la carencia. Parche del Sur invierte esa perspectiva y propone una narración desde adentro, sin negar conflicto ni dolor, pero sin entregar el barrio al estigma. Este movimiento es importante en el campo de la comunicación: pone en evidencia que las periferias son productoras de discurso y no solo objetos de discurso.

Este capítulo se propone analizar Parche del Sur como obra de creación que, al mismo tiempo, funciona como dispositivo de comunicación: produce memoria, activa identidades y formula una ética de la palabra. La memoria, aquí, no se guarda únicamente en archivos o hemerotecas, ni se reconstruye desde anaqueles grises, sino desde la palabra puesta en función del recuerdo. La literatura opera como una licencia para embellecer algunas veces y afear en otras las circunstancias propias de la vida. Esa licencia no es un permiso para mentir, sino una forma de alcanzar una verdad emocional: la verdad de lo que quedó marcado en el cuerpo y en el lenguaje.

El libro también se asoma a momentos coyunturales de la realidad nacional, como los apagones de los años noventa y la violencia política que sacudió al país, y muestra cómo esos acontecimientos, aunque ocurran lejos, alcanzan a tocar las vidas de quienes habitan barrios populares. La historia nacional no aparece como relato distante; llega como onda expansiva que se traduce en rutinas alteradas, conversaciones en la casa, silencios en la escuela y nuevas formas de temor en la calle. Desde esta perspectiva, lo nacional se experimenta en clave doméstica, pero con consecuencias públicas: afecta la manera de habitar el espacio.

Finalmente, el capítulo sitúa Parche del Sur en un debate contemporáneo: el de la autenticidad narrativa en tiempos de escritura asistida por inteligencia artificial. En aulas, redac-

ciones y oficinas se perciben cada vez más las lógicas lingüísticas de los modelos de lenguaje: textos correctos, fluidos y estandarizados que pueden uniformar la manera de percibir el mundo. En ese contexto, Parche del Sur puede leerse como un gesto desafiante: un recordatorio de que hay historias que solo pueden ser contadas por quien las caminó.

En términos bibliográficos, el libro se publicó en 2024 bajo el sello editorial Politécnico Gran Colombiano - Ediciones Unibagué, con ISBN 978-958-754-441-1. Aunque la ficha editorial es un dato formal, aquí importa por dos razones: primero, porque ubica a Parche del Sur en un circuito institucional de circulación del conocimiento y la cultura; y segundo, porque contrasta con el origen popular de la experiencia narrada. Esa tensión entre calle y libro, entre oralidad y página, es precisamente la que hace productiva la obra para pensar comunicación y memoria regional.

Metodología

El capítulo se desarrolla desde un enfoque cualitativo e interpretativo, en el que la obra literaria se asume como artefacto cultural capaz de producir sentidos sobre el territorio. El análisis se sitúa en el cruce entre investigación-creación y estudios culturales: interesa tanto la arquitectura narrativa de los relatos como su capacidad para activar memorias colectivas y traducir prácticas de la vida cotidiana en lenguaje estético. En esta perspectiva, la creación no es un complemento de la investigación, sino una vía de conocimiento: la forma del relato, su ritmo, su registro y sus silencios también piensan la ciudad.

El primer componente metodológico fue la lectura cercana (close reading) del conjunto de relatos, atendiendo a la construcción del territorio como personaje, a los registros lingüísticos y a la organización de escenas recurrentes (calle, colegio, cancha, hogar) Martos Núñez y Martos García (2018). Se observaron decisiones de focalización, manejo del tiempo narrativo, recursos de atmósfera y símbolos que funcionan como anclas de memoria. Este ejercicio se realizó con una matriz de categorías que permitió registrar recurrencias, contrastes y desplazamientos entre infancia, adolescencia y adultez.

El segundo componente consistió en elaborar una cartografía afectiva del Sur narrado. Más que señalar coordenadas físicas, se detectaron recorridos emocionales - miedo, deseo, vergüenza, orgullo, duelo, amistad - que configuran la experiencia del territorio. La cartografía afectiva (Rolnik, 1993) permite reconocer que ciertos lugares (la esquina, la cancha, la ruta escolar, el motel, la casa) operan como nodos donde se condensan relaciones, conflictos y pertenencias. Este mapa afectivo se complementó con una lectura de temporalidades: se indagó cómo el pasado retorna, cómo ciertas escenas se repiten con variaciones y cómo se organiza una memoria generacional.

El tercer componente incorporó una reflexividad autoetnográfica, en tanto el autor del libro es también autor de este capítulo. Esta reflexividad no busca convertir el texto en confesión, sino hacer explícita la posición de enunciación y el tipo de conocimiento que emerge de haber habitado el territorio. Se trata de una autoetnografía en clave analítica: la experiencia personal se utiliza para contextualizar categorías y evitar lecturas exotizantes. En lugar de afirmar que un episodio ocurrió de una forma única y definitiva, se asume que la memoria es reconstrucción y que el análisis se realiza desde esa condición.

Con base en lecturas iterativas se construyeron categorías de análisis: (a) territorio-personaje; (b) lenguaje del barrio; (c) fútbol de barrio como dispositivo social y comunicativo; (d) adolescencia y umbrales; (e) muerte, duelo y humor; (f) miedo y presencia del Estado; (g) articulación nación-periferia; (h) autenticidad y cultura algorítmica. Estas categorías orientan la discusión y permiten presentar resultados de forma organizada. Como limitación del estudio, se reconoce que el análisis se basa en una lectura autor-reflexiva; por ello,

los hallazgos se proponen como interpretaciones plausibles y transferibles a discusiones sobre territorio y memoria, más que como generalizaciones cerradas.

Discusión

Memoria barrial: la palabra como archivo vivo

Territorio practicado: caminar la ciudad para producir sentido

Ritmo, forma breve y ética del relato

Lenguaje del barrio: identidad, afecto y pertenencia

Fútbol de barrio: pedagogía emocional y gramática comunitaria

Moteles del Sur: umbrales, deseo y espacios liminales

Oralidad, radio y memoria sonora del barrio

Miedo, Estado y nación: cuando lo macro atraviesa la periferia

Autenticidad y cultura algorítmica: la huella de una voz irreductible

Parche del Sur dialoga con una pregunta clásica de los estudios de memoria: qué se recuerda, cómo se recuerda y quién puede narrar. Halbwachs (2024) planteó que la memoria no es un depósito individual, sino una construcción social sostenida por marcos colectivos. En ese sentido, el barrio actúa como marco de memoria: la esquina, la cancha, la escuela y la casa son instituciones que organizan lo recordable. La memoria barrial se actualiza en conversaciones, chistes, apodos, anécdotas deportivas y relatos de supervivencia. La obra captura esa dinámica y la fija en texto sin perder su oralidad: escribe como quien escucha, y por eso el recuerdo aparece como voz, no como registro frío.

La memoria que propone el libro no se apoya en el archivo oficial, sino en la experiencia encarnada. De ahí la idea de que la memoria no se reconstruye desde anaqueles grises. Las historias barriales rara vez quedan documentadas de manera institucional: se transmiten por vía oral, por rumores, por relatos que cambian de tono según el narrador. La literatura permite registrar esa memoria sin traicionarla, aceptando que recordar implica seleccionar, exagerar, suavizar o endurecer. En términos de Nora (1989), los lugares de memoria aquí no son monumentos estatales, sino espacios cotidianos cargados de sentido: una cuadra, un polideportivo, una ruta escolar, un patio, un motel. Lo que se recuerda, entonces, no es solo el hecho, sino la atmósfera de haberlo vivido.

Esta noción de memoria barrial tiene una implicación comunicativa: evidencia que la memoria es un proceso de circulación de sentidos. No se trata únicamente de preservar el pasado, sino de producir relatos que permiten interpretar el presente. En Parche del Sur, el pasado se activa para comprender el tipo de adultez que emerge de la periferia: una adultez marcada por la necesidad de negociar constantemente entre la dureza del entorno y la necesidad de ternura. La memoria se vuelve una pedagogía: enseña qué hacer con el miedo, cómo sostener una amistad y cómo sobrevivir sin perder la capacidad de asombro.

Una noción útil para comprender la agencia del territorio es la propuesta de de Certeau (2002) sobre las prácticas de la vida cotidiana. El Sur aparece como un espacio practicado: se construye caminándolo, narrándolo y negociando continuamente su significado. Cuando la obra afirma que el Sur tiene piel de calles y sangre de habitantes, sugiere que el territorio es relación. La ciudad, en la periferia, no está completamente dada: se inventa con tácticas. Hay rutas, atajos, acuerdos tácitos, fronteras invisibles, códigos de respeto. En ese mundo, la calle es una gramática que se aprende rápido: enseña dónde se puede estar, con quién y a qué hora. Parche del Sur convierte esa gramática en narrativa, y por eso produce una forma de conocimiento urbano.

Esta ciudad practicada no se reduce a carencia. Si bien aparecen violencias y precariedades, la obra insiste también en la potencia creativa del barrio: la manera como la comunidad inventa celebración, solidaridad y humor. Este punto dialoga con la idea de culturas híbridas y estrategias de apropiación de la modernidad en América Latina (García Canclini, 1989): lo popular no es resto atrasado, sino un campo de invención donde conviven tradición, consumo, deseo y resistencia. El Sur aparece como espacio donde se mezclan la estética del barrio con los símbolos de lo global, donde se sueña con otros mundos sin renunciar al propio.

Nombrar el territorio como personaje también tiene un valor político. En contextos donde las periferias son narradas desde discursos de déficit, convertir el barrio en sujeto

implica disputar la representación. El personaje-territorio no pide permiso para existir; se impone con su textura. De ese modo, la obra amplía el repertorio simbólico de la ciudad: obliga a reconocer que Ibagué no se agota en sus zonas centrales y que la identidad urbana se construye también en el Sur, desde abajo y con voz propia.

El libro opera desde la lógica del relato: escenas concentradas, detalles precisos y cierres que dejan resonancia. Esa forma breve tiene una ventaja comunicativa: permite que el lector entre rápido a una atmósfera y, en pocos párrafos, experimente una emoción completa. La brevedad también se parece a la circulación real de las historias en el barrio: se cuentan en fragmentos, en anécdotas, en recuerdos que aparecen cuando alguien menciona una esquina o un nombre. En esa medida, la forma del relato no solo es elección estética; es coherencia con la cultura oral que sostiene la memoria barrial.

En la tradición del cuento y de la crónica urbana, el detalle es lo que vuelve creíble un mundo. Parche del Sur trabaja con detalles que no pretenden ser decorativos: funcionan como marcas de verdad afectiva. El polvo de la cancha, la ruta al colegio, el ruido de la calle, el gesto de alguien que mira, el miedo que aparece antes de entenderlo. Esos detalles crean un ritmo que alterna ternura y peligro, risa y tragedia. La ética del relato consiste en no simplificar la vida popular ni convertirla en un catálogo de sufrimientos: mostrarla con ambivalencia, con sus contradicciones y sus pequeñas victorias.

Esta ética se relaciona con la figura del narrador que no se ubica por encima del territorio, sino dentro de él. En lugar de explicar el barrio con distancia académica, la obra lo deja hablar. Ese gesto es especialmente importante cuando se piensa el Sur como territorio históricamente representado desde el prejuicio. La forma breve, además, permite evitar la totalización: no pretende decirlo todo sobre el Sur, sino abrir ventanas. Esa modestia narrativa refuerza la credibilidad y habilita lecturas diversas.

El lenguaje es el principal dispositivo de pertenencia en Parche del Sur. La obra convoca a quienes tengan curiosidad por el lenguaje del barrio, no como exotismo lingüístico, sino como forma de inteligencia cultural. El habla popular produce identidad: diferencia a quienes son del parche y a quienes miran desde afuera. También produce afecto: el apodo puede ser cuidado, burla, advertencia o abrazo. En términos de mediaciones, el barrio configura un régimen de sentidos que define cómo se entiende el respeto, la autoridad, el chisme y la amistad (Barbero, 2011). Así, la palabra no solo describe el mundo: lo organiza.

Esta centralidad del lenguaje se conecta con la idea de autenticidad. La autenticidad no es solo un valor estético; es una forma de legitimidad. En un territorio donde la vida se vive bajo la mirada externa del estigma, hablar con la lengua del barrio es una manera de afirmar pertenencia. Parche del Sur no traduce la periferia para hacerla aceptable: la presenta con su registro. Esa decisión construye una ética: el barrio no necesita blanquearse para ser narrado.

Además, la obra muestra que el lenguaje popular es un campo de negociación. La misma palabra pue-

de ser afecto o amenaza según el contexto. La conversación de esquina puede ser solidaridad, pero también vigilancia comunitaria. Esta ambivalencia es central para comprender la comunicación barrial: el discurso no es inocente, pero tampoco es puro control. Es una práctica situada que permite convivir, protegerse y, en ocasiones, disciplinar.

El fútbol es un eje narrativo y simbólico en Parche del Sur. No funciona solamente como tema, sino como estructura de sociabilidad. En la cancha se aprende a pertenecer: se negocian jerarquías, se tramita la agresividad, se reconoce la lealtad. El polideportivo Maracaná, nombrado con ironía y orgullo, condensa esa función. Allí la vida se vuelve marcador: se gana, se pierde, se empata. El libro utiliza el picado como metáfora de la existencia: amor, muerte, azar y amistad se ponen de acuerdo para jugar.

El fútbol también es un dispositivo de formación de masculinidades. La cancha enseña códigos de dureza, pero también produce espacios de cuidado: se acompaña al amigo, se protege al menor, se aprende a aceptar la derrota sin romper el vínculo. Esta ambivalencia permite pensar, con Connell (1998), que las masculinidades no son fijas, sino prácticas que se negocian. Parche del Sur muestra que el barrio puede reproducir dureza, pero también puede inventar ternura en lenguajes discretos: un gesto, un apodo, una invitación a seguir jugando aun después de la caída.

Desde una mirada cultural, el fútbol en barrios populares produce comunidad y relato. Cada partido deja historias: el gol imposible, la patada injusta, la pelea que casi ocurre, la reconciliación. Esa narrativa oral es parte de la memoria barrial. Parche del Sur fija esa memoria sin convertirla en épica grandilocuente: la mantiene en su escala justa, la escala donde una tarde de fútbol puede significar más que un discurso nacional, porque allí se juega el prestigio, la pertenencia y la autoestima colectiva.

Los moteles del Sur aparecen en el libro como escenarios de tránsito. No se narran desde el morbo, sino desde la condición liminal que representan en la vida adolescente y juvenil: son espacios donde la intimidad se ensaya y la identidad se redefine. En la periferia, el motel no es solo un lugar; es un signo. Hablar de él implica hablar de deseo, pero también de vergüenza, de rumor, de miedo a ser visto. El motel funciona como un umbral entre lo permitido y lo prohibido, y por eso tiene un valor narrativo: allí se condensa la sensación de estar cruzando una frontera.

Puede leerse, además, como una heterotopía en el sentido de Foucault (1986): un espacio real que opera con reglas distintas a las de la vida cotidiana, un lugar donde se reorganizan temporalidades y se suspenden ciertas normas. En Parche del Sur, el motel condensa una pedagogía del secreto: enseña que la ciudad tiene lugares donde se puede ser otro, aunque sea por un rato. Esa pedagogía dialoga con la idea de que el barrio forma carácter mediante umbrales: se pasa del juego al riesgo, de la risa al miedo, de la fantasía al costo real de las decisiones.

Si el barrio es un sistema de circulación de sentidos, la oralidad es uno de sus principales medios. Las historias se cuentan en voz alta, se repiten, se ajustan, se embellecen o se endurecen según quien las narre. Esta dinámica no solo transmite hechos; transmite valores: qué se considera valiente, qué se considera vergonzoso, qué se considera traición o lealtad. En esa circulación, la memoria es sonora: se escucha. Parche del Sur reproduce esa sonoridad al privilegiar un ritmo de frase que suena a conversación, a recuerdo contado en la sala o en la esquina. La obra sugiere, así, que la ciudad también se escribe con oído.

En los barrios populares, además, la información nacional suele entrar por canales sonoros: la radio de la casa, la voz de un vecino que trae la noticia, el comentario en la cancha, el programa que suena mientras se almuerza. Los grandes acontecimientos se vuelven comprensibles cuando se cuentan en lenguaje cotidiano. Por eso, cuando Parche del Sur incorpora coyunturas nacionales (apagones, reformas, violencia política), lo hace desde el modo en que esas coyunturas se vuelven conversación y emoción. Esta mirada resulta especialmente pertinente para el campo de la comunicación, porque muestra que lo mediático no se agota en el dispositivo técnico: se completa en la conversación comunitaria que lo interpreta.

El miedo ocupa un lugar estructural en la cartografía afectiva de la obra. En la infancia, el miedo rara vez es abstracto: tiene rostro, esquina, ladrido, rumor. La imagen de los miedos tomando café sugiere una normalización inquietante: el temor se vuelve cotidiano, vecino, casi parte del mobiliario urbano. Cuando el miedo llega en forma de soldados, se abre otra dimensión: la presencia del Estado como figura emocional. La vigilancia militar puede vivirse como protección, pero también como ocupación del espacio y recordatorio permanente de que el país está acostumbrado a gestionar el conflicto con armas.

Este punto conecta con la articulación nación-periferia. Los hechos nacionales - reformas, apagones, violencia política - no aparecen como telón distante, sino como onda expansiva. Llegan al barrio y se traducen en prácticas concretas: cambios en la rutina, conversaciones en casa, miedo a salir, silencios en la escuela. La macrohistoria se vuelve microhistoria. Así, el Sur no es margen desconectado: está conectado por impactos materiales y por mediaciones culturales. En esa traducción se produce un conocimiento político de la vida cotidiana: el barrio entiende el país desde sus consecuencias.

En términos comunicativos, esta articulación sugiere que la periferia es un sensor social. Lo nacional se siente primero en lo cotidiano: en el transporte, en la luz que se va, en la presencia de uniformes, en la conversación sobre lo que pasó. La obra invita a pensar que el relato barrial es también un relato político, no por proclama, sino porque muestra cómo la política se experimenta en el cuerpo y en el espacio. El miedo, entonces, no es solo emoción individual; es un indicador de cómo el Estado y la violencia atraviesan el territorio.

En un plano contemporáneo, la obra dialoga con debates sobre autenticidad en tiempos de escritura asistida por inteligencia artificial. La expansión de herramientas de IA generativa ha introducido estilos de redacción cada vez más reconocibles: transiciones lisas, frases pulidas, argumentaciones previsibles. Bender et al. (2021) advierten que los modelos de lenguaje pueden reproducir patrones estadísticos que, en ciertos usos, tienden a homogenizar registros. Crawford (2021), por su parte, recuerda que la IA no es neutra: se apoya en infraestructuras y relaciones de poder. En escenarios cotidianos, esto se traduce en borradores que se parecen entre sí, como si la escritura estuviera empezando a sonar con una misma voz.

En el campo de la comunicación, esta situación abre un debate sobre diversidad discursiva. Si las herramientas tienden a promediar, el riesgo cultural es que se pierdan texturas locales, giros lingüísticos, ironías y silencios que no encajan bien en un estilo estándar. En palabras simples: que la escritura se vuelva correcta pero intercambiable. Parche del Sur se ubica en el lado contrario: su fuerza es la particularidad. No solo cuenta historias del Sur; las cuenta con una sintaxis de Sur, con un oído entrenado en el barrio. Allí se hace visible una idea: la autenticidad no depende de la ausencia de técnica, sino de la presencia de experiencia.

Una cultura algorítmica tiende a promediar; una literatura territorial tiende a singularizar. Por eso el libro puede leerse como un gesto de resistencia estética y comunicativa: defiende el talante irremplazable de la voz humana cuando esa voz está anclada en un territorio y en una memoria compartida. El valor no está solo en el tema, sino en el modo: en la manera de construir atmósfera, en el registro del habla, en la voluntad de no suavizar lo áspero ni exagerar lo heroico. Allí reside la autenticidad como huella y como riesgo.

Resultados

El análisis permite sintetizar siete resultados sobre la manera en que Parche del Sur produce memoria y territorio. Primero, la obra construye el Sur de Ibagué como personaje con agencia narrativa. El territorio condiciona decisiones, imprime ritmos, define riesgos y ofrece refugios. El lector no visita un escenario: se relaciona con una entidad viva. Esta construcción del territorio-personaje contribuye a ampliar la representación de la ciudad, al situar el Sur como núcleo narrativo y no como margen silencioso.

Segundo, el libro utiliza el lenguaje del barrio como dispositivo identitario, afectivo y memorial. El registro popular no es ornamento: es marca de pertenencia. La palabra organiza jerarquías, solidaridades y distancias, y funciona como archivo cultural no institucionalizado. Este resultado tiene una implicación para los estudios de comunicación: invita a reconocer la lengua popular como forma de producción de conocimiento y no como desviación de la norma.

Tercero, el fútbol de barrio aparece como gramática comunitaria. La cancha opera como espacio de socialización y como tecnología comunicativa: convoca, produce relato, genera memoria compartida y permite tramitar emociones. El picado funciona como metáfora organizadora de la vida barrial, porque en él se negocian reglas, se discute justicia, se ensaya liderazgo y se aprende a sostener el vínculo aun en el conflicto.

Cuarto, la adolescencia se narra como tránsito y umbral. Los relatos muestran cómo se forja carácter en el vecindario: se aprende a amar y a perder, a desear y a callar, a pertenecer y a defenderse. El colegio y la calle aparecen como escenarios simultáneos de aprendizaje. Este tránsito evidencia que la formación social no ocurre solo en instituciones formales, sino en espacios cotidianos donde se construyen códigos y sentidos compartidos.

Quinto, la muerte, el duelo y el humor conforman un paisaje emocional donde lo trágico y lo cotidiano conviven. A la par, el miedo se territorializa y se vuelve esquina, rumor, cuerpo. La presencia de soldados introduce una lectura crítica sobre seguridad y guerra en el espacio cotidiano: el Estado no aparece únicamente como garantía, sino como figura que puede intensificar el temor. La obra muestra que la política se vive en el cuerpo, y que el miedo infantil puede ser un síntoma de la forma como la nación se materializa en los barrios.

Sexto, la obra articula lo nacional con lo local. Acontecimientos del país atraviesan la vida barrial y se traducen en experiencias concretas. Esto cuestiona la idea de periferia como margen desconectado: la periferia está conectada por impactos materiales y por mediaciones culturales. Parche del Sur permite comprender cómo una tragedia nacional se vuelve conversación doméstica, cómo un apagón se vuelve historia familiar, cómo la violencia política se vuelve silencio en una escuela.

Séptimo, Parche del Sur se posiciona como apuesta por autenticidad narrativa frente a tendencias de homogeneización discursiva. En tiempos de textos generados o asistidos por IA, la obra defiende la singularidad de una voz territorial: una forma de contar que emerge de caminar las calles y escuchar el barrio. Este valor no se limita al contenido, sino al modo de escritura: la textura del lenguaje, el cuidado de la atmósfera y la ética de no convertir la periferia en espectáculo.

En conjunto, estos resultados permiten comprender Parche del Sur como intervención cultural y comunicativa. Su circulación - lanzamiento local, presentaciones en escenarios nacionales y adquisición por el Banco de la República - confirma que una narrativa situada puede trascender su origen cuando conecta lo íntimo con lo colectivo. El libro no solo cuenta el Sur: lo deja hablando. En el marco del congreso AFACOM 2026, este gesto aporta a la discusión sobre autenticidad y discursos diversos: muestra que la diversidad no es una consigna abstracta, sino una materialidad verbal y afectiva que se

sostiene en territorios concretos y en memorias compartidas.

Como aporte adicional, el análisis sugiere implicaciones para la investigación y la formación en comunicación. En primer lugar, Parche del Sur evidencia el potencial de la investigación-creación para producir conocimiento situado: la obra no solo representa un territorio, sino que permite discutir categorías como mediaciones, identidad, memoria y cultura popular desde la experiencia. En segundo lugar, ofrece una ruta para pensar la educación comunicativa en clave territorial: leer y discutir relatos barriales puede abrir conversaciones sobre ética de la representación, estigmas urbanos, lenguajes populares y ciudadanía cultural. En tercer lugar, el libro aporta a una agenda regional de memoria: en contextos donde los relatos oficiales privilegian centros, la literatura permite reconocer que la ciudad se construye también en sus márgenes. Finalmente, en tiempos de escritura asistida y de discursos cada vez más estandarizados, la obra recuerda que la autenticidad no es solo estilo, sino responsabilidad: la responsabilidad de hablar desde un lugar, con un oído, con una historia y con una comunidad. Desde esa perspectiva, Parche del Sur funciona como una invitación a caminar palabras y escribir calles: a narrar la ciudad con la complejidad que merece y con la voz que no se deja reemplazar.

Referencias bibliográficas

• Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAccT '21) (pp. 610-623). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3442188.3445922

• Connell, R. W. (1998). Masculinities. University of California Press.

• Crawford, K. (2021). Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence. Yale University Press.

• de Certeau, M. (2002). The practice of everyday life.

• Foucault, M. (1986). Of other spaces. Diacritics, 16(1), 22-27.

• García Canclini, N. (1989). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo.

• Halbwachs, M. (2024). On collective memory. University of Chicago press.

• Lozano, J. (2024). Parche del Sur. Politécnico Gran Colombiano - Ediciones Unibagué.

• Barbero, H. J. M. (2011). De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura Y. Razón y Palabra, 16(75).

• Martos Núñez, E., & Martos García, A. (2018). Categorizaciones de la lectura y praxis cultural en la era digital: distant reading vs. close reading. Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información, 32(74), 19–33. https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2018.74.57904

• Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. Representations, 26, 7-24.

• Rolnik, S. (1993). Pensamento, corpo e devir. Uma perspectiva ético/estético/política no trabalho acadêmico. Cadernos de subjetividade, 1(2), 241-252.

• Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.

LA DANZA COMO ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA Y NO VERBAL, BALUARTE DEL DESARROLLO SOCIAL EN LA NIÑEZ

John Jairo Molina Roncancio
Universidad Cooperativa de Colombia
Magister en Comunicación e Identidad Corporativa
Líder semillero ComuNativos.
john.molinar@campusucc.edu.co
Sharon Juanita Hernández Patiño
Universidad Cooperativa de Colombia
Programa de Comunicación Social
(quinto semestre – 2026-1)
Semillerista ComuNativos
sharon.hernandezpat@campusucc.edu.co

Resumen

La presente investigación, actualmente en desarrollo, aborda la danza como un eje para el fortalecimiento del desarrollo social y emocional en poblaciones infantiles, a partir del impulso de habilidades sociales y comunicativas. En los contextos educativos de básica y media, la danza suele estar infravalorada debido a la escasa visibilización, reconocimiento y posicionamiento institucional, especialmente desde el ámbito mediático. Esta situación contribuye a que niños, familias y educadores la asocien principalmente con el rendimiento técnico, dejando de lado sus dimensiones emocional, creativa, pedagógica y cultural.

Ante este panorama, el estudio plantea la siguiente pregunta problema: ¿cómo pueden las estrategias comunicativas contribuir a la visibilización de la danza no solo como disciplina técnica, sino como espacio de desarrollo emocional y cultural para la infancia? En coherencia con ello, el objetivo general es documentar, mediante productos audiovisuales, el impacto de la danza como forma de comunicación no verbal en el desarrollo integral de niños y niñas en entornos educativos de Bogotá y Cundinamarca. Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque cualitativo que integra técnicas como la observación no participante, la entrevista estructurada y el análisis del discurso.

Los resultados parciales se presentarán en el Congreso AFACOM con el fin de fortalecer el plan de trabajo proyectado para 2026, el cual contempla trabajo de campo en instituciones educativas y entidades promotoras de danza, así como la producción de contenidos audiovisuales que evidencien los principales hallazgos. De manera preliminar, se concluye que la danza debe promoverse como un lenguaje expresivo que potencia la formación integral desde una perspectiva educomunicativa, inclusiva y culturalmente sensible.

Palabras clave

Comunicación no verbal, danza expresiva, desarrollo infantil, educomunicación, desarrollo integral social.

Introducción

La danza se aborda en esta investigación como un eje central para el desarrollo social y emocional de poblaciones infantiles, a partir del fortalecimiento de habilidades sociales y comunicativas. No obstante, en los contextos educativos de básica y media, su potencial continúa siendo infravalorado, principalmente debido a la falta de visibilización, reconocimiento y posicionamiento institucional desde el ámbito mediático y pedagógico. Esta situación ha generado una percepción limitada entre niños, familias y educadores, quienes tienden a asociar la danza exclusivamente con el dominio técnico o el rendimiento corporal, relegando sus dimensiones emocional, creativa, pedagógica y cultural.

Contrario a esta visión reduccionista, la danza como metodología educativa trasciende la ejecución

técnica de movimientos coordinados. Se configura como un proceso formativo integral que favorece el desarrollo de competencias socioemocionales fundamentales, tales como la empatía, la autorregulación, la comunicación asertiva, la cooperación y la gestión emocional. Estas habilidades son ampliamente reconocidas como esenciales para el aprendizaje, la convivencia social y el bienestar integral en la infancia.

Diversas investigaciones respaldan el valor educativo de la danza. El estudio "Dancing program and young children's social development", publicado en Current Psychology, evidenció que niños que participaron regularmente en programas de danza mostraron mejoras significativas en habilidades socioemocionales y reducciones en comportamientos de agresividad y timidez, en comparación con aquellos que no hicieron parte de dichas intervenciones (Kotaman, İnceoğlu & Kotaman, 2024). Estos hallazgos reflejan avances en autoestima, adaptación social y habilidades interpersonales, confirmando el carácter transformador de la danza más allá de su dimensión artística.

De manera complementaria, una revisión sistemática publicada en Journal of Curriculum Studies Research (2025), que analizó 18 estudios sobre educación en danza, concluyó que la práctica regular de la danza contribuye de forma significativa al desarrollo social, emocional y cognitivo de los estudiantes. En particular, la danza tradicional y estructurada favorece la expresión creativa, la regulación emocional, la confianza, la empatía y la colaboración, fortaleciendo el bienestar integral en contextos educativos formales.

Estos resultados coinciden con otras revisiones sistemáticas que señalan que niños y adolescentes que participan de manera constante en actividades de danza desarrollan mayores habilidades cooperativas, mejor gestión de impulsos y mayor empatía que aquellos con estilos de vida más sedentarios. Asimismo, organismos internacionales como la UNESCO destacan el aprendizaje socioemocional (SEL) como una competencia clave para el siglo XXI, reconociendo que experiencias educativas basadas en el movimiento, la expresión corporal y el trabajo colaborativo contribuyen al rendimiento académico, la reducción del abandono escolar y la construcción de relaciones positivas.

A pesar de la creciente evidencia, la danza continúa siendo subvalorada en los sistemas educativos formales. Esta invisibilización se relaciona con percepciones limitadas de padres, docentes y directivos, así como con la ausencia de políticas educativas claras y estrategias de comunicación institucional que destaquen su impacto pedagógico. En este sentido, la literatura especializada coincide en que las artes, cuando se integran de manera intencional y sistemática, constituyen herramientas pedagógicas eficaces para el desarrollo integral.

La investigación se articula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, especialmente con el ODS 4 (Educación de calidad), el ODS 3 (Salud y bienestar), el ODS 10 (Reducción de las desigualdades) y el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas), al promover prácticas educativas inclusivas, expresivas y orientadas al bienestar socioemocional desde la infancia.

Metodología

Desde la pregunta central de investigación: ¿cómo pueden las estrategias comunicativas contribuir a la visibilización de la danza no solo como una disciplina técnica, sino como un espacio de desarrollo emocional y cultural para los niños?; adicionalmente, el objetivo general es documentar, mediante productos audiovisuales, el impacto de la danza como forma de comunicación no verbal en el desarrollo integral de niños y niñas en entornos educativos de Bogotá y Cundinamarca, se planteó la presente ruta metodológica.

El enfoque cualitativo se caracteriza por su interés en comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los sujetos, atendiendo

a sus experiencias, percepciones y a los contextos en los que estos se desarrollan. A diferencia de los enfoques cuantitativos, este tipo de investigación no busca generalizar resultados ni centrarse en la medición estadística, sino profundizar en la comprensión de realidades sociales complejas mediante la interpretación de discursos, prácticas y relaciones que emergen en escenarios específicos. En este sentido, el enfoque cualitativo resulta especialmente pertinente para investigaciones educativas y sociales, ya que permite analizar procesos formativos, comunicativos y emocionales desde una mirada integral, situada y contextualizada. Al respecto, Hernández Sampieri, investigador mexicano ampliamente reconocido en metodología de la investigación, señala que el enfoque cualitativo "busca comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con su contexto" (Hernández Sampieri, 2018, p. 9), lo cual respalda la elección de este enfoque para analizar el papel de la danza en el desarrollo social y emocional infantil.

En relación con las técnicas de recolección de información, la entrevista se utiliza como una herramienta fundamental que permite recoger información directa a partir de un guion previamente definido, lo cual garantiza coherencia, profundidad y comparabilidad entre las respuestas de los participantes. Esta técnica facilita la exploración detallada de percepciones, experiencias, opiniones y valoraciones en torno a un fenómeno específico. Hernández Sampieri (2018) afirma que la entrevista en la investigación cualitativa "permite obtener datos profundos y significativos sobre las opiniones, creencias y experiencias de los participantes", razón por la cual resulta especialmente útil en estudios de carácter educativo y social.

Por su parte, el análisis de discursos se orienta a interpretar los significados que se construyen a través del lenguaje, entendiendo el discurso como una práctica social que refleja ideologías, valores, representaciones y relaciones de poder presentes en determinados contextos. Desde una perspectiva latinoamericana, Eliseo Verón, semiólogo argentino, sostiene que el discurso no solo comunica información, sino que "produce sentido y construye realidades sociales" (Verón, 2004), lo que convierte esta técnica en una herramienta clave para analizar narrativas institucionales, pedagógicas y educativas relacionadas con la danza y la expresión corporal.

Finalmente, la observación no participante permite registrar comportamientos, interacciones y dinámicas sociales sin intervenir directamente en el contexto observado, favoreciendo una mirada analítica, reflexiva y descriptiva de los fenómenos estudiados en contextos educativos infantiles diversos y socialmente significativos.

Discusión

La presente investigación se fundamenta en cuatro categorías conceptuales centrales: danza expresiva, comunicación no verbal, educomunicación y desarrollo integral social, las cuales permiten comprender el cuerpo como un eje articulador de comunicación, aprendizaje y construcción de sentido en contextos educativos, especialmente en la infancia. Estas categorías se interrelacionan para analizar cómo las prácticas corporales, en particular la danza, contribuyen al desarrollo socioemocional, comunicativo y relacional de los niños y niñas.

La danza expresiva ocupa un lugar central en la investigación, en tanto concibe el cuerpo como un medio de expresión y comunicación que trasciende la ejecución técnica del movimiento. Desde esta perspectiva, la experiencia corporal se entiende como un proceso creativo, emocional y relacional que favorece la expresión de sentimientos, la construcción de identidad y el reconocimiento del otro. En el ámbito educativo, la danza expresiva se configura como una herramienta pedagógica que permite a los niños comunicar vivencias, emociones y

significados de manera auténtica, sin depender exclusivamente del lenguaje verbal.

Conceptualmente, la danza expresiva se define como una práctica corporal que prioriza la vivencia subjetiva del movimiento, la improvisación y la espontaneidad del gesto. El movimiento adquiere un valor simbólico y comunicativo que contribuye al desarrollo integral de la infancia, especialmente en dimensiones socioemocionales. Esta concepción se apoya en los aportes de Rudolf Von Laban, quien entendió el movimiento como un lenguaje estructurado capaz de expresar la relación entre cuerpo, espacio, tiempo y energía. Su teoría del análisis del movimiento permitió comprender la danza como un proceso educativo que fomenta la conciencia corporal, la creatividad y la expresión de estados internos, elementos fundamentales para el desarrollo infantil.

Desde una mirada educativa humanista, Patricia Stokoe complementa este enfoque al proponer la Expresión Corporal-Danza como una experiencia formativa integral que articula lo físico, lo emocional y lo social. Stokoe defendió la libre expresión del cuerpo y el respeto por la singularidad de cada individuo, destacando la danza como un espacio pedagógico que promueve la sensibilidad, la creatividad y la construcción de vínculos sociales. Sus aportes refuerzan la importancia de la danza expresiva en contextos educativos como una práctica que contribuye a la formación de sujetos integrales y socialmente conectados.

La comunicación no verbal constituye otra categoría clave para esta investigación, al permitir comprender el cuerpo como un canal primario de expresión y relación, particularmente relevante en la infancia. La danza, al basarse en el movimiento corporal, se configura como una forma de comunicación no verbal mediante la cual los niños pueden expresar emociones, intenciones y significados que no siempre logran verbalizar.

La comunicación no verbal incluye gestos, posturas, movimientos, miradas y expresiones corporales que construy en sentido en la interacción social y resultan esenciales en los procesos de aprendizaje.

Desde una perspectiva psicológica y sociocultural, los aportes de Lev Vygotsky permiten comprender que el desarrollo humano se construye a través de la interacción social y los procesos simbólicos. Aunque su teoría se centró principalmente en el lenguaje verbal, sus planteamientos posibilitan reconocer que el cuerpo y el gesto funcionan como mediadores culturales en la construcción del conocimiento, especialmente en las primeras etapas del desarrollo. En el contexto latinoamericano, Marta Rizo García ha destacado la importancia de la comunicación no verbal en la construcción de vínculos, emociones y significados sociales, subrayando su papel central en la interacción humana y en prácticas educativas basadas en el cuerpo.

La educomunicación se presenta como una categoría estratégica que articula los procesos educativos con prácticas comunicativas participativas y transformadoras. Este enfoque integra educación y comunicación para promover aprendizajes significativos, la expresión de los sujetos y el fortalecimiento de la capacidad crítica. Desde esta perspectiva, la danza puede ser entendida como una herramienta educomunicativa que favorece el diálogo, la participación y la construcción colectiva de conocimiento en el aula.

Mario Kaplún es uno de los principales referentes de esta categoría, al plantear la comunicación educativa como un proceso participativo centrado en las personas. Kaplún criticó los modelos educativos verticales y defendió prácticas comunicativas que fomentaran la reflexión y la expresión. De manera complementaria, Rosa María Alfaro ha aportado una visión latinoamericana contemporánea de la educomunicación orientada a la participación, la ciudadanía y la transformación social, destacando la importancia de generar espacios educativos donde los sujetos puedan expresar su experiencia y construir sentido colectivo.

Finalmente, el desarrollo integral social se configura como una categoría transversal que articula las anteriores, al centrarse en el crecimiento equilibrado del niño en dimensiones emocionales, sociales, cognitivas y comunicativas. Este enfoque reconoce que el desarrollo infantil se construye en interacción constante con el entorno familiar, educativo y comunitario. Desde una pedagogía crítica, Paulo Freire concibió la educación como una práctica social liberadora basada en el diálogo y la participación, principios que se alinean con la danza como experiencia educativa transformadora. Asimismo, los aportes de Emilia Ferreiro permiten comprender que el desarrollo infantil involucra múltiples dimensiones que pueden ser potenciadas mediante experiencias expresivas como la danza, favoreciendo la formación de sujetos autónomos, empáticos y socialmente comprometidos.

Resultados

El trabajo de campo proyectado contempla el acercamiento a instituciones con trayectoria en los ámbitos educativo y artístico. En Bogotá, se prevé el trabajo con el Área de Artes del Colegio Americano de Bogotá y la Escuela de Danza Huitaca. En Cundinamarca, se proyecta la articulación con el Colegio Gimnasio Campestre y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño. Durante el presente semestre se espera formalizar los vínculos institucionales, con miras al desarrollo del trabajo de campo en 2026.

Asimismo, durante el segundo semestre de 2026 se iniciará la producción de contenidos audiovisuales orientados a visibilizar los hallazgos más relevantes de la investigación. Estos productos buscarán traducir el conocimiento académico en formatos accesibles para las comunidades educativas, favoreciendo la apropiación social del conocimiento y el reconocimiento de la danza como herramienta pedagógica, comunicativa y de desarrollo socioemocional en la infancia.

Referencias bibliográficas

- Alfaro, R. M. (2011). Comunicación para otro desarrollo. Calandria; Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ferreiro, E., & Teberosky, A. (1979). Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño. Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (2010). Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa. Siglo XXI Editores.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. Editorial Humanitas.
- Laban, R. von. (1978). La danza educativa moderna. Paidós.
- Rizo García, M. (2011). Comunicación interpersonal y comunicación no verbal. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Stokoe, P. (1994). La expresión corporal y el niño. Ricordi Americana.
- UNESCO. (s. f.). Mainstreaming social and emotional learning in education systems: Policy guide. https://www.unesco.org/en/articles/mainstreaming-social-and-emotional-learning-education-systems-policy-guide
- United Nations. (s. f.). Objetivos de desarrollo sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/
- Verón, E. (2004). Fragmentos de un tejido. Gedisa.
- Vygotsky, L. S. (1988). Pensamiento y lenguaje. Paidós.

- Wang, Y., et al. (2024). [Artículo en revista científica]. Current Psychology. https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-024-05730-1
- World Council of Curriculum and Instruction. (s. f.). [Artículo académico]. Curriculum Studies. https://www.curriculum-studies.org/index.php/CS/article/view/473

CHATYIPITI. BULOS RECIENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU NECESIDAD DE CONTENIDOS

Alejando Samper Arango
Profesor Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Universidad de Manizales
asamper@umanizales.edu.co

Resumen

El afán de los medios de comunicación por contenidos que atraigan lectores a sus plataformas digitales, los ha llevado a publicar noticias falsas o cuyo origen es dudoso. Las salas de redacción, cada vez más cortas de personal, se complementan con periodistas *freelance* o agencias informativas que usan la inteligencia artificial como herramienta para elaborar contenidos cuyas fuentes u origen de información no son verificables o imprecisos. El rol del editor se desdibuja ante la presión de las métricas, el algoritmo y la noticia es reemplazada por el *clickbait*.

Palabras Clave

Desinformación; *Clickbait*; *Ragebait*; Inteligencia Artificial; Algoritmo; prensa; Periodismo.

Abstract

The media's eagerness for content that attracts readers to their digital platforms has led them to publish fake news or news whose origin is dubious. Newsrooms, increasingly short of staff, are complemented by freelance journalists or news agencies that use artificial intelligence as a tool to create content whoso sources or origin of information are tot verifiable or accurate. The editor's role is blurred under the pressure of metrics, algorithm and the news are replaced by clickbait.

Key Words

Disinformation; Clickbait; Ragebait; Artificial Intelligence; Algorithm; Press; Journalism.

"La realidad se ha convertido en un horizonte al que se llega por azar o por urgencia."
Juan Villoro.

No soy un robot. La lectura y la sociedad digital

La historia se regó como pólvora en las redes sociales. En Cereté (Córdoba, Colombia) una pareja registró ante las autoridades civiles a su hija recién nacida con el nombre de Chat Yipití Bastidas Guerra. La pequeña se convirtió en la primera colombiana en llevar un nombre que honra a Chat GPT, la inteligencia artificial - IA desarrollada por la empresa Open IA en 2022 y que diariamente usan unas 700 millones de personas en todo el mundo.

Con el paso de los días la Registraduría Nacional del Estado Civil desmintió el cuento. Posteriormente se supo que fue un bulo de un portal que crea contenidos virales[1] y que otros medios de comunicación - de los considerados serios y tradicionales[2] - replicaron sin verificar fuentes o datos, en su afán de seguir las tendencias de las redes sociales. Puede parecer una perogrullada de periodistas esto de hacer *fact check*[3] y de dudar de una historia como esta. Además, el contenido seguía la estructura de un artículo de *clickbait*[4]: titular llamativo o sensacionalista para enganchar lectores, información a cuentagotas para que la gente permanezca más tiempo en el portal y datos veraces mezclados con información dudosa o subjetiva. Las señales de que había que poner en duda este contenido eran obvias, pero es que en Colombia suceden unas cosas tan extrañas y verídicas - el caso de Liliana Cáceres y su barriga de trapo[5] o el político de Chía (Cundinamarca) que se llama Batman Roberto Camargo Salcedo[6] - que superan a la sin tocayo cereteana[7].

Las narrativas que se crean alrededor de algo - una persona, una ciudad, una cultura -, alimentadas con estereotipos, son terreno fértil para las noticias falsas. De manera reciente circuló un video donde se exhiben a varias mujeres en una especie de escaparates, y un texto que dice "Medellín" acompañado de una bandera de Colombia. Debido al relato que se ha construido en los últimos años sobre la capital antioqueña, que pasó de ser "la ciudad de la eterna primavera" a un "burdel a cielo abierto[8]", donde el turismo sexual "se ha ido convirtiendo en una forma de trabajo más, que, en la medida que genera mayores ingresos va siendo percibida de otras formas" (Agudelo, 2024), quienes vimos las imágenes pensamos en que ahora las trabajadoras sexuales paisas se ofertan en vitrinas. Una idea que no es descabellada pues en el *Rosse Buurt* de Ámsterdam (Países Bajos) las prostitutas se ofrecen de manera similar desde el siglo XIV a la actualidad. Empero, algunas de las mujeres allí mostradas presentaban tres piernas, manos sin desarrollar o no había reflejo suyo en las ventanas de la caja de vidrio que las contiene. Claramente eran imágenes creadas con una inteligencia artificial.

Otros videos similares también circularon en la misma fecha - 21 de febrero de 2026 - , anunciando mujeres en Argentina, Perú, Brasil, Irlanda, Georgia, Egipto y otros países. Y, a pesar de que era obvio que se trataba de un bulo, el daño ya estaba hecho. El portal HyperConectado.co[9], que se

1 Inicialmente se señaló al portal Infobae, y a su redactor Juan David Botía Méndez, pero esto nunca se pudo comprobar. https://www.infobae.com/colombia/2025/08/16/chat-yipiti-bebe-recibe-nombre-inspirado-en-inteligencia-artificial-en-cordoba/

2 Medios colombianos como El Tiempo, El Colombiano y El Universal, e internacionales como Telemundo (EE.UU.), Globovisión (Venezuela), Ecuavisa (Ecuador), TVN (Chile), Excélsior y Milenio (México); Onda Cero, La Razón (España), entre otras plataformas digitales y redes sociales, divulgaron esta información falsa. EL TIEMPO. Insólito: padres en Colombia habrían nombrado a una niña Chat Yipití, inspirados en la inteligencia artificial. https://www.eltiempo.com/cultura/gente/insolito-padres-en-colombia-habrian-nombrado-a-una-nina-chat-yipiti-inspirados-en-la-inteligencia-artificial-3482295
EL COLOMBIANO. Entre la originalidad y la polémica: registran a niña con el nombre "Chat Yipiti". https://www.elcolombiano.com/tendencias/nina-en-cordoba-se-llama-chat-yipiti-DK28666511
EL UNIVERSAL. Insólito: en Colombia llaman Chat Yipití a una recién nacida. https://www.eluniversal.com.co/colombia/2025/08/17/insolito-en-colombia-llaman-chat-yipiti-a-una-recien-nacida/
TELEMUNDO. Chat Yipití, así bautizaron una niña recién nacida en Colombia. https://www.telemundo.com/noticias/noticias-telemundo-mediodia/internacional/video/chat-yipiti-asi-bautizaron-una-nina-recien-nacida-en-colombia-tmvo12990297
GLOBOVISIÓN. Padres aman la IA y bautizan a su bebé como Chat Yipiti. https://www.globovision.com/curiosidades/43369/padres-aman-la-ia-y-bautizan-a-su-bebe-como-chat-yipiti
ECUAVISA. Bebé fue bautizada como Chat Yipití en Colombia. https://www.ecuavisa.com/redes/una-bebe-fue-bautizada-como-chat-yipiti-en-colombia-20250818-0065.html
TVN. Chat Yipití: Padres en Colombia registran a su hija con ese nombre y encienden el debate en redes. https://www.tvn-2.com/entretenimiento/chat-yipiti-padres-colombia-registran-bebe-inteligencia-artificial_1_2202615.html
EXCELSIOR. Padres aman la IA y bautizan a su bebé Chat Yipití. https://www.excelsior.com.mx/trending/primer-bebe-registrada-como-chat-yipiti-en-colombia/1733742
MILENIO. "Chat Yipití": Bebé es registrada bajo ese nombre en Colombia. https://www.milenio.com/virales/bebe-registrada-chat-yipiti-colombia
ONDA CERO. Una niña en Colombia es bautizada como "Chat Yipití", el primer nombre inspirado en la IA. https://www.ondacero.es/noticias/virales/nina-colombia-bautizada-como-chat-yipiti-primer-nombre-inspirado_2025081868a3531e5331f214bde5660b.html
LA RAZÓN. Ni María, ni Lucía ni cualquier nombre que se te ocurra, el bulo sobre los padres que llamaron Chat Yipití a su hija. https://www.larazon.es/tecnologia-consumo/maria-lucia-cualquier-nombre-que-ocurra-bulo-padres-que-llamaron-chat-yipiti-hija_2025082468aade05506ef67d06ddcc64.html

3 Verificación de datos e información en un texto o documento.

4 Es una técnica de escritura cuyo objetico es atraer lectores a un portal de internet con el fin aumentar el tráfico e incrementar ingresos por publicidad.

5 EL TIEMPO. Liliana Cáceres, la mujer conocida como 'barriga de trapo', reapareció y dio detalles de su historia: 'Me demoraba casi una hora sacándome los trapos'. https://www.eltiempo.com/cultura/gente/liliana-caceres-la-mujer-conocida-como-barriga-de-trapo-reaparecio-y-conto-detalles-de-su-historia-me-demoraba-casi-una-hora-sacandome-los-trapos-3484660

6 Batman Roberto Camargo Salcedo. https://chia-cundinamarca.gov.co/2023/planesdegobierno/Batman_Camargo_alcaldia_chia_cundinamarca.pdf

7 BAREQUEO. En la columna Yipití y Brayán, publicada el 21 de septiembre de 2025 en la plataforma Barequeo.com y escrita por el autor de este artículo, se amplía esta información. https://barequeo.com/vetas/yipiti-y-brayan/

8 Así calificó a Medellín la escritora Carolina Sanín a través de un trino del 2022. https://x.com/SaninPazC/status/1550704024848154625

9 HYPERCONECTADO. Una agencia en Frankfurt produce en serie videos de IA que exhiben mujeres como mercancía. Medellín, Cartagena y Colombia entre sus víctimas. https://blog.hyperconectado.co/index.php/2026/02/24/rastreamos-el-origen-del-video-de-ia-que-difama-a-las-mujeres-de-medellin-y-colombia-una-agencia-de-contenido-creado-con-ia-en-frankfurt-alemania/

especializa en detectar desinformación y operaciones de información en Colombia, rastreó el origen del video y registró que para el 24 de febrero del 2026 más de 9 millones de personas habían visto y compartido el video de Medellín en plataformas como Tik Tok, Instagram y X (antes Twitter).

La narrativa del "burdel a cielo abierto", que partió de una observación y un comentario hecho en X hace unos años, se replicó en diferentes medios y, partiendo de esa premisa, se hicieron informes, investigaciones, reportajes y crónicas[10] que denuncian esta situación. Pero más allá de ser alertas, dispararon el turismo sexual[11] y alimentaron el cuento. "Medellín, una ciudad que ha invertido décadas en transformar su imagen internacional, queda reducida a un estereotipo degradante fabricado por un algoritmo en Frankfurt. Las mujeres del video no existen. El mostrador no existe. La escena nunca ocurrió. Pero para los millones de personas que vieron el video sin cuestionarlo, la imagen ya quedó grabada" (García, 2026).

Tragar entero

Si hay algo que caracteriza a esta clase de contenidos es que vienen reforzados con enunciados sensacionalistas para funcionar como *clickbait*. Por ejemplo, el titular "¿A Medellín viajan principalmente hombres por turismo sexual[12]?" usa un lenguaje persuasivo y emocional para generar curiosidad y captar la atención de los usuarios. Como indica la comunicadora audiovisual experta en mercadeo, Leticia Calvo: "Proporciona solo la información suficiente para despertar el interés, sin revelar detalles completos y plantea una pregunta intrigante que incita al lector a querer saber más" (Calvo, 2026).

Estos ganchos atraen lectores y, cuantas más personas compartan esta información - sea real o no - más interés despierta en los medios de comunicación, ávidos de tráfico de usuarios y clics. Pero esto también obedece a aspectos psicológicos y biológicos humanos. Autores como María Isabel Pascual del Riquelme Martínez, profesora en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández, indican que debido a los atajos cognitivos de nuestro cerebro y a nuestros sesgos de confirmación es más fácil creer un mensaje falso, sobre todo si este es replicado por muchas personas. "Desafiar cualquiera de las creencias ya establecidas puede hacer temblar el edificio entero de lo que creemos ser, y somos" (Martínez, 2020).

A esta grieta en nuestros criterios para evaluar la información se suma la necesidad de los medios de comunicación de generar ingresos a través de contenidos constantes. Esto los lleva a replicar cuanto tema se vuelva tendencia y los ayude a destacarse en medio del océano de datos que se generan todos los días en la Internet[13]. Nos bombardean con ellos y, querámoslo o no, se cuelan en nuestros dispositivos móviles, en nuestras redes sociales, en nuestra vida. El periodista y escritor mexicano Juan Villoro define este entorno como "información atmosférica", y explica que este exceso de estímulos nos impide asimilarlos y entorpecen el conocimiento, pues los datos provienen de demasiadas fuentes para certificar su origen. "Las noticias siguen una lógica autárquica, ajena a las preocupaciones de la comunidad y generan su propia comunidad.

10 Una búsqueda en Google bajo el ítem "turismo sexual en Medellín" arroja 2.820.000 respuestas, principalmente de artículos de prensa como los siguientes:
EL COLOMBIANO. Así funciona el "burdel a cielo abierto" en Medellín. https://www.elcolombiano.com/antioquia/asi-es-el-burdel-a-cielo-abierto-en-medellin-BP18247776
BBC. El Poblado, el exclusivo sector de Medellín que se convirtió en el epicentro del turismo sexual (y la explotación) que desborda la ciudad. https://www.bbc.com/mundo/articles/c51ne39k762o
PORTAFOLIO. Turismo sexual en Medellín: ¿qué ha llevado a que se prendan las alertas en la ciudad?. https://www.portafolio.co/economia/regiones/medellin-lo-que-ha-llevado-a-la-ciudad-a-tomar-medidas-contra-el-turismo-sexual-602820

11 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES. La lucha contra el turismo con fines de explotación sexual dejó más de 100 extranjeros inadmitidos por Migración Colombia. https://www.migracioncolombia.gov.co/noticias/la-lucha-contra-el-turismo-con-fines-de-explotacion

12 PLURALIDADZ. ¿A Medellín viajan principalmente hombres por turismo sexual? https://pluralidadz.com/nacion/a-medellin-viajan-principalmente-hombres-por-turismo-sexual/

13 STATISTA. Diariamente se crean 402.74 millones de terabytes de información, reporta el portal Statista. https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/

Puesto que no procuran satisfacer una curiosidad preexistente, inventan nuevas curiosidades, lo cual favorece la propagación de *fake news*" (Villoro, 2024).

Entonces, ¿dónde queda el rol del editor? La figura de esa persona que dirigía la línea editorial de un medio de comunicación se ha desdibujado por el afán de atrapar lectores y de ofrecer lo más viral. Se han vuelto agentes de tránsito que buscan que el tráfico de noticias fluya. A esto se suma que las salas de redacción cada vez cuentan con menos periodistas y más creadores de contenido, apoyados por IA y *softwares* que hacen las labores del editor de antaño (supervisar, revisar, seleccionar y pulir un texto para garantizar su calidad y estilo antes de ser publicado).

Lo cierto es que la inteligencia artificial cada vez se hace cargo de más actividades. Cada vez hay más sillas vacías en las oficinas de prensa. La revolución digital engordó a los periodistas y adelgazó los periódicos. En forma progresiva, las noticias se cubren de manera sedentaria en la pantalla. Además, la información en línea permite vigilar lo que hacen otros periódicos y eso provoca que la prioridad no consista en buscar exclusivas, sino en no perder la noticia que ya ofrece la competencia. Las redacciones son torres de control donde se sube de peso" (Villoro, 2024) .

Manipulación y monetización

En medio de esa marejada de datos de la *información atmosférica*, suele aparecer un contenido que se hace tendencia y, con algo de suerte, se viraliza. En el 2013 se popularizó en las redes sociales el *Harlem Shake*, videos donde una persona comenzaba a bailar o a sacudirse en medio de una oficia o un centro comercial y, de repente, quienes rodean a este sujeto se contagian y empiezan a sacudirse como él o ella. Un contenido banal y absurdo que trascendió, y hubo *Harlem Shake* desde Nueva Delhi hasta Manizales.

A esta moda se sumarían otras como el *planking* (quedarse tieso como una tabla sobre alguna superficie) y el *reto del maniquí*, que consiste en que un grupo de personas se queden congeladas en medio de su cotidianidad mientras otra registra con la cámara de su celular el entorno. Una puesta en escena que se hizo tan viral que personajes como la ex primera dama de los Estados Unidos, Hillary Clinton[14], se sumaron a la tendencia. En el caso de la Clinton lo hizo en medio de su campaña presidencial, con el fin de atraer a los votantes jóvenes y ganar popularidad; un acto intrascendente que no movió la aguja electoral, pues perdió ante su rival Donald Trump, pero que hizo parte del contenido de los noticieros alrededor del mundo.

Pero así como estos retos se hicieron virales, también lo fueron contenidos como el uso (vía oral o inyectado) de dióxido de cloro para evitar el contagio del coronavirus. Un bulo del año 2020 que comenzó en las redes sociales durante la pandemia y que fue repetido por personajes como la modelo Natalia París[15] y el presidente estadounidense Donald Trump[16]. Una información falsa que, a pesar de las advertencias de entes como la Organización Panamericana de la Salud[17], muchos creyeron… o al menos eso es lo que nos hicieron creer.

Un estudio publicado en 2023 en PubMed Central, llamado *¿Realmente las personas bebieron cloro para prevenir el COVID19? Una guía para proteger datos de encuestas con personas que responden de manera problemática*[18] indica que la ingesta

14 ABC NEWS. Hillary Clinton y el reto del maniquí. https://www.youtube.com/watch?v=gssWgVIju-I

15 EL TIEMPO. Natalia París y algunas de sus frases más polémicas. https://www.eltiempo.com/cultura/gente/natalia-paris-y-algunas-de-sus-frases-mas-polemicas-562858?utm_medium=Social&utm_source=Twitter#Echobox=1611705264

16 BBC. Coronavirus: Outcry after Trump suggests injecting disinfectants as treatment. https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52407177

17 OPS. La OPS advierte contra el uso de productos de cloro como tratamientos para COVID-19. https://www.paho.org/es/noticias/5-8-2020-ops-advierte-contra-uso-productos-cloro-como-tratamientos-para-covid-19

18 PLoS One. Did people really drink bleach to prevent COVID-19? A guide for protecting survey data against problematic responders. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10321604/

de productos con cloro de manera voluntaria durante la pandemia aumentó un 0.001% en la población estadounidense, con respecto al año anterior (2019). "Estas creencias son más comunes en Latinoamérica y entre ciertos grupos, incluyendo médicos, que prefieren lo homeopático o tratamientos médicos no tradicionales. Este uso de blanqueador industrial para usos médicos precede al COVID-19 por décadas" (Leib Litman, 2023). "Bajo este principio de refuerzo social emergen y medran actividades fraudulentas de difusión de información que llevan a la gente a creerse un bulo bajo la falsa ilusión de que son muchos los que los comparten, y en realidad se difunde vía bots[19]" (Martínez, 2020). La observación de María Isabel Pascual del Riquelme Martínez se confirma tras el reciente informe anual de Cloudflare[20], firma de seguridad y rendimiento en sitios web y servicios en línea: "El tráfico global de Internet creció un 19% en 2025. Googlebot volvió a ser responsable del mayor volumen de tráfico de solicitudes a Cloudflare en 2025. El rastreo de 'acciones de usuarios' por parte de la IA se multiplicó por más de 15 en 2025" (Belson, 2025). O sea, hay más robots que humanos navegando en páginas web. "El tráfico humano representó el 47% de todas las solicitudes HTML registradas este año, mientras que los *bots* no asociados a IA generaron el 44% y los rastreadores de IA representaron en promedio el 4.2%" (González, 2025). Ya lo anunciaba Néstor García Canclini: "Nuestras opiniones y comportamientos, capturados por algoritmos, quedan subordinados a corporaciones globalizadas. El espacio público se vuelve opaco y lejano. La desciudadanización se radicaliza, mientras algunos sectores se reinventan y ganan batallas parciales" (Canclini, 2020).

Nos encontramos a merced de los *bots* y los algoritmos. "La mediósfera multiplica los datos y fragmenta los públicos", escribe Villoro (Villoro, 2024). La *información atmosférica* contribuye a la polarización que se vive actualmente en varios países del mundo y nos arroja contenidos sin establecer su origen ni sus fuentes; la veracidad queda a criterio de quien recibe esa información. Señala la periodista Marta Peirano:

Estamos entregados a la noria del consumo irresponsable de productos inadecuados que nos engordan y nos enferman sin alimentarnos [...] Es exactamente lo que nos pasa con el móvil, con las redes sociales y con las plataformas más exitosas y adictivas de la red. Son las ruedas que hacen funcional la gigantesca y destructiva economía de la atención (Peirano, 2019).

En su ensayo *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*, Peirano registra que para el 2016 había al menos 3 mil 841 cuentas falsas en la plataforma X que produjeron 10 millones de trinos engañosos y que fueron compartidos hasta 73 millones de veces. Las consecuencias de esto se ven reflejadas en el reciente informe del Reuters Institute[21] donde el 60% de las personas encuestadas no confía en las noticias, pero en naciones polarizadas esta desconfianza aumenta hasta el 82%. "Un 40% de los encuestados mantiene que a veces o a menudo 'evita las noticias', la cifra más alta registrada, debido a que les afecta negativamente al ánimo (39%); se sienten abrumados por la cantidad (31%) o creen que hay demasiada cobertura de guerras y conflictos (30%) y política nacional (29%)" (Forbes, 2025).

Esto deriva en que las nuevas audiencias se distancian del periodismo institucional y se inclinan hacia ecosistemas más afines a ellos, como las de los podcasters, YouTubers y TikTokers. Sin embargo, los políticos populistas encontraron en estos espacios una oportunidad para divulgar su discurso, porque allí saben que "no les harán preguntas difíciles, con muchos de ellos implicados en regar narrativas falsas o cosas peores" (Newman, 2025). De ahí que las personas con menos credibilidad en las redes sociales sean "los políticos, los influenciadores y, en tercer lugar, los periodistas" (Arguedas, 2025).

19 Bot es apocope de "robot' y se refiere a esas aplicaciones de software automatizadas que realizan tareas repetitivas en la red.

20 CLOUDFLARE. Resumen del año 2025 de Cloudflare Radar | El auge de la IA, la era poscuántica y los ataques DDoS sin precedentes. https://blog.cloudflare.com/es-es/radar-2025-year-in-review/#googlebot-was-responsible-for-more-than-a-quarter-of-verified-bot-traffic

21 REUTERS INSTITUTE. Digital News Report 2025. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025

Pero detrás de todo esto de los bulos y la desinformación hay todo un negocio. Sobre todo en plataformas como Twitter donde, después de la adquisición de Elon Musk y cambiarle el nombre a X, se recortó hasta en un 50% el personal, entre ellos los que se encargaban de verificar datos y restringir la divulgación de discursos de odio, explotación sexual y calumnias[22]. Desde entonces muchos usuarios que habían sido cancelados de esta red social por malas prácticas, regresaron y han hecho del *ragebait*[23] todo un negocio.

Winta Zesu[24], de 25 años, tuvo ingresos de 150 mil dólares en el 2023 sólo haciendo publicaciones en redes sociales donde se hace pasar por una modelo cuyo mayor problema es "ser demasiado bonita". Pero ella no es modelo y es consciente de que tampoco es "la más bella de todas", simplemente genera contenido que fastidie - desde su prepotencia y arrogancia de falso privilegio - y espera a que la gente reaccione. El tráfico de sus redes sociales se congestiona con gente indignada, que comparte el contenido para que otros también se sientan igual, mientras Zesu ve cómo aumentan los números; esto significa ingresos a través de las plataformas, patrocinios de marcas y publicidad.

Esta estrategia es muy útil para los políticos en campaña, para que los influenciadores y creadores de contenido moneticen sus publicaciones. Es tan popular y rentable que la Universidad de Oxford le dio a *ragebait* el título de la Palabra del Año 2025. Además, gracias a la IA, crear esta clase de contenido es mucho más sencillo y no hay que dar la cara; el usuario se puede ocultar detrás de un alias, un avatar. Reportó la experta en comunicaciones Angèle Christin para el Stanford Report:

Para los creadores, toda publicidad es buena publicidad: no importa si la interacción es positiva o negativa, mientras haya gente que consuma el contenido e interactúe con este a través de comentarios y lo comparta en redes sociales, lo que garantiza máxima visibilidad en las plataformas. Al corto plazo es una estrategia efectiva si se es bueno haciendo contenido viral. En el largo plazo, estar a la caza de audiencia es difícil de sostener. He hablado con algunas de estas personas y me han dicho que se sienten exhaustas y deprimidas por la inestabilidad en los ingresos, la presión de tener que publicar todo el tiempo, la dificultad de entender lo que quiere el algoritmo y la frecuente 'desmonetización' del contenido porque las plataformas consideran que viola las normas de uso del espacio (Wittre, 2025).

Entonces aquí es donde entran nuestros casos analizados: el de la niña bautizada como Chat Yipití y las mujeres de Medellín exhibidas en vitrinas. *Bulos* que usaron el *clickbait*, el *ragebait* y la IA para hacerse virales alcanzando millones de vistas en diferentes plataformas. El informe de HyperConectado estableció que en el caso del falso video de las trabajadoras sexuales se usaron difusores o influenciadores con millones de seguidores para divulgar las imágenes y monetizarlas. También que quien está detrás de esto es la empresa Bunny Honey Club, de Frankfurt (Alemania), que se presenta como un estudio de producción digital que usa la IA para crear contenidos, pero que también funciona como una agencia de modelaje. Una que busca proyectar globalmente a mujeres (reales y digitales) ayudándoles a difundir sus contenidos en las redes sociales gracias al uso de *bots*.

Finalmente están los medios de comunicación que, en su afán de no estar al margen de la tendencia, incluyó estos bulos entre sus contenidos. Algunos de ellos rectificaron, otros no, pero les sirvió para tener gente replicando y comentando la

22 BBC. Twitter reportedly lays off 200 more employees. https://www.bbc.com/news/technology-64784368

23 El ragebait es una táctica usada en redes sociales que consiste en crear contenido intencionalmente pensado para provocar enojo, frustración o indignación en la audiencia. Su fin es maximizar la interacción, a través de comentarios y compartidos, para aumentar el alcance y monetizar el contenido.

24 BBC. What is rage-baiting and why is it profitable? https://www.bbc.com/news/articles/c4gp555xy5ro

información. El tráfico del *ragebait* se monetiza.

Conclusiones

Al revisar los casos y la bibliografía sobre el tema, recopilé una serie de observaciones, propias y de terceros, que nos pueden dar luces sobre las consecuencias y posible acciones a tomar ante la cada vez más frecuente publicación de *bulos* en los medios de comunicación.

1) Franco Piccato, director ejecutivo de Chequeado[25], señala: "La inteligencia artificial cambió la escala de la desinformación. Hoy es posible fabricar audios falsos, imágenes manipuladas o hechos que nunca ocurrieron en cuestión de segundos. No hablamos ya de un artículo malintencionado o de un tuit engañoso, sino de una maquinaria capaz de producir mentiras en masa, con realismo y velocidad, difíciles de distinguir de lo verdadero. El mayor daño no es tecnológico: es la pérdida de confianza" (Piccato, 2025).

2) Para Camilo Andrés García, de HyperConectado: "Las herramientas de IA no tienen barreras. Los modelos generativos actuales permiten crear videos realistas que exhiben mujeres en contextos degradantes sin ningún tipo de restricción, validación ética o mecanismo de trazabilidad. Ninguna de las herramientas de IA utilizadas para generar estos videos impidió su creación, a pesar de que el contenido reduce a las mujeres a objetos en exhibición [...] A pesar de que los videos presentan artefactos evidentes de IA, ninguna de las seis plataformas donde fueron publicados (X, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Kwai) los marcó como contenido generado artificialmente ni limitó su distribución [...] ¿Quién responde por el daño reputacional a una ciudad? ¿LA agencia que produce el contenido? ¿Las cuentas que lio viralizan para monetizar? ¿Las plataformas que lo distribuyen sin etiquetarlo? ¿Los modelos IA que lo generan sin restricciones? Hoy, la respuesta es: nadie" (García, 2026).

3) Camilo Vallejo, presidente del Consejo Directivo de la Fundación para la Libertad de Prensa – Flip, señala que el control para evitar que se publiquen noticias falsas recae directamente sobre le medio de comunicación. Son estos quienes tienen la responsabilidad de verificar la información que les llega y, si es del caso, corregir, rectificar y aclarar cualquier dato engañoso o impreciso. "Hay ejercicios independientes de verificación de datos, como Colombia Check o lo que hacen en La Silla Vacía y en la Fundación Gabo, que son importantes. Sería interesante que una agremiación como Andiarios se reuniera y discutiera el tema y que, por lo menos, dijeran que van a controlar mejor eso de andar replicando contenidos de terceros por el solo hecho de que son virales. Ya con eso harían mucho".

4) La IA es una herramienta, no la solución a la falta de periodista en las salas de redacción. El informe del Reuters Institute indica que las audiencias "se mantienen escépticas sobre la IA en el periodismo, y se sienten más cómodas cuando hay supervisión humana" (Reuters, 2025).

5) Por último, de cierto modo, estos bulos evidencian que todavía hay personas tomando decisiones en los medios de comunicación, así sean equivocadas. Una IA o un algoritmo entrenado hubiese detectado la procedencia de las fuentes o verificado los datos en algunos contenidos falsos. Como señala Juan Villoro: "Es posible que la supervivencia del periodismo humano dependa de una paradoja: el dominio del error" (Villoro, 2024).

25 Chequeado es una organización sin fines de lucro, no partidaria, que combina periodismo de verificación, educación y tecnología para elevar la calidad del debate público.

Referencias bibliográficas

• Agudelo, J. D. (2024). Turismo y sexo: entre los beneficios económicos, los problemas sociales y el control territorial en Medellín. Debates(92), 18-31.

• García, C. A. (24 de Febrero de 2026). HyperConectado. Obtenido de hyperconectado.co: https://blog.hyperconectado.co/index.php/2026/02/24/rastreamos-el-origen-del-video-de-ia-que-difama-a-las-mujeres-de-medellin-y-colombia-una-agencia-de-contenido-creado-con-ia-en-frankfurt-alemania/

• Martínez, M. I. (15 de Abril de 2020). The Conversation. Obtenido de ¿Por qué creemos en bulos?: https://theconversation.com/por-que-creemos-en-bulos-136153

• Calvo, L. (22 de Enero de 2026). GoDaddy. Obtenido de Clickbait: Qué es, ejemplos y cómo usarlo de forma efectiva : https://www.godaddy.com/resources/es/marketing/que-es-el-clickbait-y-como-evitarlo-al-navegar-por-internet

• Villoro, J. (2024). No soy un robot. La lectura y la sociedad digital. Barcelona: Anagrama.

• Leib Litman, Z. R.-L. (5 de Julio de 2023). Did people really drink bleach to prevent COVID-19? A guide for protecting survey data against problematic respondents. PloS One, e0287837. doi: 10.1371/journal.pone.0287837. eCollection 2023.

• Belson, D. (15 de Diciembre de 2025). Cloudflare.com. Obtenido de Resumen del año 2025 de Cloudflare Radar | El auge de la IA, la era poscuántica y los ataques DDoS sin precedentes: https://blog.cloudflare.com/es-es/radar-2025-year-in-review/#googlebot-was-responsible-for-more-than-a-quarter-of-verified-bot-traffic

• González, F. (16 de Diciembre de 2025). Es oficial: hay más robots que humanos navegando en páginas web. Obtenido de Wired.com: https://es.wired.com/articulos/el-trafico-online-generado-por-bots-y-rastreadores-de-ia-supera-al-originado-por-los-humanos-segun-estudio

• Peirano, M. (2019). El enemigo conoce el sistema. Madrid: Debate.

• Newman, N. (17 de Junio de 2025). reutersinstitute.uk. Recuperado el Febrero de 2026, de Overview and key findings of the 2025 Digital News Report: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary

• Arguedas, A. R. (17 de Junio de 2025). reutersinstitute.uk. Obtenido de How many people trust the news?: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025

• Canclini, N. G. (2020). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. Bielefeld: Calas.

• Wittre, M. D. (2025). Why we can't stop clicking on rage bait. Stanford Report.

• Piccato, F. (13 de Octubre de 2025). La mentira viral, el desafío de la confianza y el futuro del periodismo. El País.

• Forbes. (17 de Junio de 2025). Forbes.co. Obtenido de Redes sociales y videos son la principal fuente de noticias del 44% de los jóvenes: https://forbes.co/2025/06/17/tecnologia/redes-sociales-y-videos-son-la-principal-fuente-de-noticias-del-44-de-los-jovenes

• Reuters. (17 de Junio de 2025). reutersinstitute.uk. Obtenido de Digital News Report 2025: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025

EL INACABADO ARTE DE COMPLETAR LO INCOMPLETO

THE UNFINISHED ART OF COMPLETE THE INCOMPLETE

Luis Felipe Valencia Tamayo
Escritor y profesor de Literatura y Humanidades
Universidad de Manizales.

Resumen

En el avance del siglo veintiuno, se percibe una reiteración de viejas historias en nuevos modos de presentación. Continuamente, asistimos al estreno de narraciones que resultan bien conocidas pero que, bien observadas, destacan al ampliar el acercamiento al tiempo, a los personajes, a las posibilidades que se recrean desde la imaginación. Es un momento sin precedentes en la historia de los modos de contar; sin embargo, para potenciar aún más la energía y el entusiasmo creativo de quienes buscan una dosis más de inspiración en su escritura, desde este ensayo busco conectar los gustos que despiertan aquellas viejas historias con la comprensión de los modos en los que se ha hecho y se seguirá haciendo este ejercicio de querer completar lo incompleto.

Palabras clave

creatividad literaria, narratología, adaptaciones, sagas, cinematografía.

Abstract

As the twenty-first century advances, we perceive a reiteration of old stories in new ways of presentation. We are continually witnessing the premiere of narratives that are well known, but which, when observed properly, stand out by broadening the approach to time, to the characters, to the possibilities that are recreated from the imagination. It is an unprecedented moment in the history of storytelling; however, to further enhance the energy and creative enthusiasm of those who seek a dose of inspiration in their writing, from this essay I seek to connect the interests that awaken those old stories with the understanding of the ways in which this exercise of wanting to complete the incomplete has been done and will continue to be done.

Keywords

Creative writing, narratology, adaptations, sagas, cinema.

Introducción

Nuestra fascinación por las historias genera una consecuencia especial: la sensación de que siempre queda haciendo falta algo más. Atrapados como estamos en una evolución de la narrativa y de las versiones de las vidas ajenas, cada relato es una digresión que se atraviesa en otra digresión. La comprensión de este fenómeno es simple: el ruido que orienta nuestro pensamiento no cesa ni cuando soñamos. Creo, en todo caso, que nuestra mente ha venido evolucionando para maniobrar sobre las historias como sobre una buena conversación. Los seres humanos buscamos completar continuamente el marco de lo que son los personajes y afianzamos nuevos enlaces a la luz de presencias y presuntas ausencias que acentúan el devenir de lo que pasa, ha pasado o pasará.

Jacques el fatalista, de Denis Diderot, es seguramente el más generoso ejemplo de lo que ha buscado ser en la novela una pizca del mundo de la conversación y, por ende, una novela que termina siendo inacabada en las múltiples y bellas aristas que abre. La ficción no promete más que un destino, que es el fin del viaje, pero la verdadera sustancia está en el viaje y en la compañía de los viajeros iluminada por las palabras, las canciones, las historias de otras vidas y las anécdotas que todo lo salpican. La noción de querer cerrar una historia no va de la mano con el destino mismo de la travesía, pues es mucho más sencillo ir de un punto a otro que ponerle realmente el cierre a una buena conversación. Es, probablemente, en esa suerte de desventura de las tertulias donde la imaginación encuentra uno de sus mayores estímulos.

Ese mismo rapto, o arrebato, es el que nos subyuga cuando llegamos a las páginas de alguna buena novela. Como historia, nos sentimos cautivos en sus personajes, pero sobre todo en lo que chismosean o meditan es donde surge ese frívolo placer por la comprensión del *sí mismo* a través de lo que pasa en las vidas ajenas. Diderot desplegó su genialidad en el carácter espontáneo de las historias inacabadas que aparecen simplemente por el aguijoneo de una imaginación proclive a entrometer recuerdos y anécdotas, pero otras novelas logran dar a sus diálogos una medida mucho más profunda en la transacción que se da entre las almas de unos extraños seres a los que llamamos “personajes de ficción”.

La contemplación y lectura de éstos en las páginas de obras como *La insoportable levedad del ser*, *Norwegian Wood* o *Brooklyn Follies* —por mencionar solo tres títulos que me llegan a la mente mientras escribo—, hace que la conexión con la historia sea, a la par, mucho más profunda. La profundidad de los temas tocados en la novela, además de la búsqueda gradual de un desenlace, no va tanto en los temas en sí mismos como en lo que nuestro pensamiento hace cautivo como está en la interlocución de los personajes. Ellos dialogan y nosotros los escuchamos con cierta, a veces macabra, delectación. Así como cuando, sin quererlo, pero inevitablemente, nos toca escuchar una conversación ajena en el transporte público o en la sala de espera de la odontología.

La noción de querer cerrar la historia, ponerle punto final al viaje no va de la mano con el destino mismo de la travesía, pues es mucho más sencillo ir de un punto a otro que ponerle realmente el cierre a una buena conversación. Es, probablemente, en esa suerte de desventura de las tertulias donde éstas se hacen mucho más provechosas para la imaginación y, podría decirse, mucho más estimulantes para la creatividad.

Metodología

La elaboración de este ensayo toma como punto de partida el planteamiento expuesto en el resumen, entendido como una provocación inicial para la escritura. A partir de la observación de la recurrencia de viejas historias en formas narrativas contemporáneas, el texto se construye mediante un recorrido libre por ideas, ejemplos y reflexiones que dialogan con distintas tradiciones del contar, sin someterse a un orden demostrativo rígido. La metodología responde, en este sentido, a una perspectiva de investigación-creación que privilegia la exploración, la asociación y la interpretación como formas de conocimiento. El ensayo se configura, así, como un ejercicio de «completar lo incompleto», donde la escritura busca comprender por qué ciertos relatos regresan bajo nuevas formas, se transforman mediante adaptaciones, continuaciones y sagas, y prolongan su existencia en la literatura, el cine y las series de televisión.

El proceso de construcción del texto se apoya en la lectura comparativa y reflexiva de distintas manifestaciones narrativas, atendiendo no solo a sus estructuras argumentales, sino también a las preguntas, conflictos y posibilidades imaginativas que las atraviesan. El escrito presentado corresponde a una versión condensada

de una investigación de mayor alcance, adaptada a los requerimientos editoriales de estas memorias, aunque las ideas aquí esbozadas aspiran a proyectarse en desarrollos posteriores.

Discusión

Una de las obras maestras del cine de la década de los noventa del siglo veinte es el filme *Forrest Gump*. Como muchos recordarán —y si no la has visto, corre a verla—, la historia tras las historias del personaje llamado Forrest, radica en que él le está contando su vida a una serie de desconocidos que se suceden unos a otros en la espera del servicio de transporte. Esos personajes secundarios son una versión muy coloquial de lo que representamos nosotros como espectadores, bien que en el recurso de que el filme esté dirigido a un público nos hace mucho menos secundarios. Y en realidad, cada uno de nosotros es el destino de una historia que dura más de dos horas, porque los personajes al interior del filme no se quedan más que unos minutos junto al divertido y raro Forrest.

El relato no se fragmenta a pesar de su forma de irse narrando. Al contrario, la película se hace mucho más placentera en un recurso que hemos conocido bajo el nombre italiano de *racconto* y que hace que nos conectemos mentalmente con un espíritu superior que nos despliega lo que ha hecho o ha padecido. Ni la literatura ni el cine han sido ajenos a este bello recurso técnico que puede ser una buena forma de ablandar a lectores y espectadores que se fatigan rápidamente con lo que se les narra. De todas maneras, el juego que aquí nos llama la atención, es el inquietante modo en el que la historia no se agota solo por lo que cuente su protagonista, sino que se hace mucho más provechosa en la medida en que quien la escucha (tú y yo) se deje tentar por continuar lo que se dice. Para no ir muy lejos, mucha distancia hay entre el Forrest Gump que todos conocemos en el cine y el Forrest Gump que, en comparación, menos personas conocieron en los libros, pues la película se basa en la novela homónima del autor norteamericano Winston Groom.

La distancia que hay entre el filme y el libro en el que se basa no subraya las ya habituales diferencias que hay entre las novelas y sus adaptaciones, sino que muestra cómo una historia puede desestimular unos relatos y alentar otros, configurando, en buena medida, la potestad de un universo que en cada mente puede tener acercamientos y lógicas diferentes.

Uno de los casos más llamativos de este tipo de extraños encadenamientos se dio en España en la llegada del siglo diecisiete. Sin que hubiera fallecido, sin que su obra fuera aún el clásico que todos conocemos, Alonso Fernández de Avellaneda tomó la obra de don Miguel de Cervantes y quiso expandirla en un nuevo libro de aventuras. Naturalmente, nos referimos a *Don Quijote*, el libro con el que don Miguel se haría inmortal. Fernández de Avellaneda intuyó que el éxito de ese primer tomo de la novela cervantina podía ser el trampolín de su propia bienaventuranza como escritor y en 1614 publicó a su modo el que se denomina como *Segundo tomo del ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha*. Habían pasado ya nueve años de la publicación del primer libro de Don Quijote y un dubitativo Miguel de Cervantes no completaba el libro que su público anhelaba: la continuación de aquel tomo inicial. Fernández de Avellanada, decidido y haciéndole una mueca a la historia, lanza el Quijote apócrifo y —puede decirse— transforma la historia de la novela que venía dando tantas vueltas en la mente de Cervantes.

Cuando don Miguel se animó, envalentonado, a hacerle frente a lo ocurrido, nadie sospecharía que inauguraría, así, la novela moderna y los modos en los que los juegos de la imaginación literaria se encauzaron en el devenir de los siglos. La segunda parte, esta sí de *su* obra, es toda una fiesta de la imaginación y de los recursos que la literatura podía tener bajo la manga, como un buen juego de cartas con los que se dispone una nueva partida. A veces se obvia la presencia del Quijote apócrifo

como si de una anécdota cualquiera se tratase, pero la biografía de Cervantes no puede ser la misma sin la presencia estimulante de ese grato enemigo que fomentó la imaginación del autor, original, del *Quijote*. Y aquí hago el acento sobre "original" porque el juego continuo y cientos de voces, como las de Borges y Pierre Menard, también entran en función de este ejercicio de la creatividad que busca complementar, asediar, rodear, liberar a los personajes de sus páginas iniciales.

Tomar para transformar, revivir para gozar, verbos todos que se conjugan en la imaginación enfurecida de Avellaneda, Cervantes, Borges y todos los que se quieran mencionar que hubieran intentado ampliar los caminos de La Mancha. Y no son pocos. En el avance de los siglos, los escritores han sabido proyectar esa influencia, tácita explícitamente, sobre nuevas páginas. Mas aquí lo que se resalta es el hecho mismo de que, como un contagio, la obra impacta de tal modo la mente que procrea en los lectores-escritores escenarios y juegos alternativos. No es fácil advertir este fenómeno con anterioridad a lo acontecido con don Miguel de Cervantes y lo que pasaba en el transcurso de la publicación del primer y el segundo tomo de *Don Quijote*, pero, a mi juicio, no es extraño que los juegos de la imaginación también anduvieran presentes en los engranajes de los primeros ejercicios narrativos de ficción de los pueblos griegos y de las comunidades latinas y medievales. Los cambios en los modelos de los derechos sobre las obras y las potestades sobre las creaciones artísticas pusieron también una renovada comprensión de esa influencia que tomaban los escritores y sus trabajos entre sí.

Nadie tiene que pedir permiso para escribir una obra nueva que surja como ejercicio de proyección de la influencia de un libro, una novela o un cuento, que le ha tocado la vida. Ingrata prohibición sería que, si tu mente resultara espoleada por una buena lectura, no pudieras escribir nada sin buscar amparar los derechos de autor de quien escribió algo tan estimulante.

Conclusión

Dadas las condiciones actuales de propagación del mundo del entretenimiento en plataformas que expanden las historias y complementan viejos gustos por personajes y tramas, vivimos hoy una época creativa inédita en el mundo de la literatura y el cine. Si bien podría pensarse que esto es dado para todos, lo cierto es que hay casos en los que la falta de éxito de una propuesta deja desamparado el apoyo para continuarla. Mencionemos, por ejemplo, uno muy sonado: la película *Dick Tracy*. Estrenada en 1990 con un extraordinario despliegue de recursos, un elenco encabezado por Warren Beatty, Al Pacino y Madonna, y una ambiciosa estrategia comercial, la película no consiguió la acogida esperada y rápidamente cayó en el olvido. Este tipo de fracasos recuerda que la creatividad no responde a fórmulas infalibles, aunque escritores, directores y productores intenten aproximarse a aquello que alguna vez funcionó.

Fernández de Avellaneda ingresó al grupo de los inmortales al refugiarse en la atractiva fórmula de Cervantes y prolongar la vida de los personajes de *Don Quijote*. Ese mismo impulso atraviesa hoy la literatura, el cine y las plataformas de *streaming*, donde las historias se expanden, retroceden y exploran nuevas posibilidades narrativas. *Breaking Bad*, por ejemplo, encontró en *Better Call Saul* una prolongación que transformó la comprensión de su propio universo. Como réplica de este universo en expansión, nuestro desafío, como público y como estudiosos de las teorías narrativas, consiste en hacer comprensible este escenario en el que las historias se encuentran, se funden y se redireccionan, jugando con el entendimiento de la realidad a partir de lo que la imaginación propone como antídoto contra el absurdo mismo de nuestra existencia.

Referencias bibliográficas y filmografía

• Auster, Paul (2006). Brooklyn Follies. Traducción de Benito Gómez Ibáñez. Barcelona: Editorial Anagrama.

• Borges, Jorge Luis (1981). Ficciones. Madrid: Alianza; Buenos Aires: Emecé.

• Cervantes Saavedra, Miguel de (1999). Don Quijote de la Mancha. Tomos I y II. Barcelona: Folio.

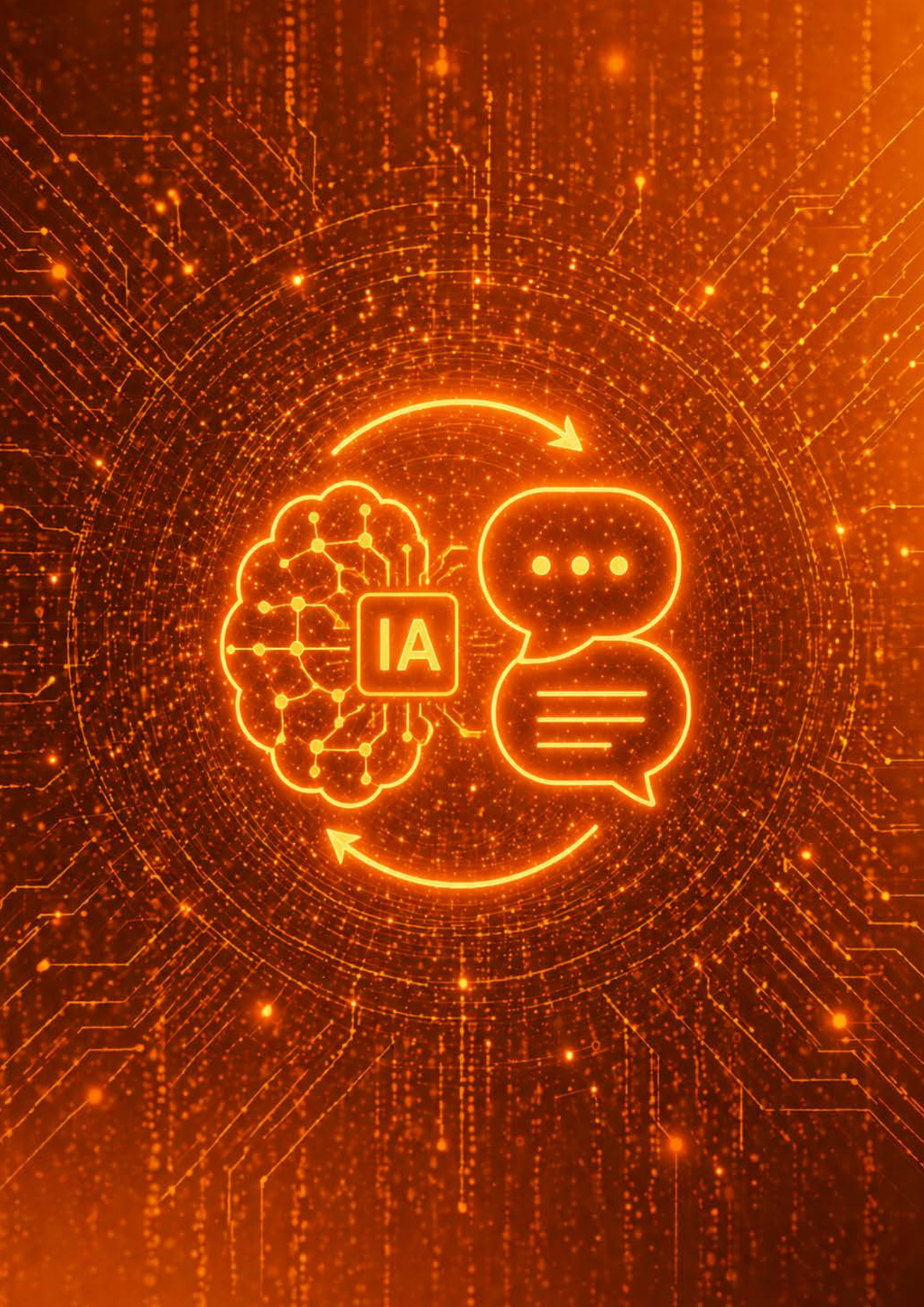
• Diderot, Denis (1994). Jacques el fatalista. Introducción de Carlos Pujol; traducción de María Fortunata Prieto Barral. Barcelona: RBA Editores.

• Fernández de Avellaneda, Alonso (2005). Segundo tomo del ingenioso hidalgo don Quijote de La Mancha. Madrid: Biblioteca Nueva.

• Kundera, Milan (2007). La insoportable levedad del ser. Traducción de Fernando de Valenzuela. Barcelona: Tusquets Editores.

• Murakami, Haruki (2005). Tokio Blues. Norwegian Wood. Traducción de Lourdes Porta. Barcelona: Tusquets Editores.

• Zemeckis, Robert (1994). Forrest Gump. Estados Unidos: Paramount Pictures, Wendy Finerman Productions, The Steve Tisch Company.


IA