

PRESENTACIÓN / PRESENTATION

Dos perspectivas acerca del concepto de contracultura: marginalidad y diversidad

Both perspectives it brings over of the concept of counter culture: marginality and diversity

Ph.D, Juan Diego Betancur Arias

EDITORIAL / EDITORIAL

La contracultura o esa homogeneidad por venir

The counter culture or this homogeneity for coming

Fernando Agudelo Velásquez

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

¿Identidad verdadera o idealizada? Proyección de la identidad en Facebook

True or idealized identity? Identity projection on Facebook

Yudy Milena Araque Lotero, Yuliana Tirado Mejía, Katherin Yesenia

Taborda Yepes, Vanessa García Castaño. Asesora: Katy Luz Millán Otero

La relación artística entre imagen y realidad en el cine colombiano

The artistic relation between image and reality in the Colombian film industry

Yulieth Estefanía Ruiz Pulgarín

Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas en la entidad IDIPRON y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria

Emergent meaning in psychoactive substance use in IDIPRON and a community based treatment proposal

Luz Adriana Quiroga Wilches, Yenny Alexandra Vanegas Gómez

Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación

Immersive technologies as a communication strategy

Kelly Escobar Álvarez, Daniel Álvarez Zapata. Asesor: Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

El amor desde la perspectiva de Friedrich Nietzsche: el amor nos hace humanos, demasiado humanos

Love from Friedrich Nietzsche's perspective: love makes us human, too human

William Camilo Suárez Gómez

La experiencia de formación en intervención terapéutica: reflexiones suscitadas durante el entrenamiento de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó

The experience of therapeutic intervention education:

Reflections on a training exercise of the Family Therapy specialization program at Universidad Católica Luis Amigó

Gintay Archbold Correa, Viviana Marcela Arias Zapata, Erica Evidalia

Fernández Vélez, Ana María Flórez Gómez, Edwin Eliecer González

Muñoz, Aura Milena González Vergara, Andrea Lopera Duque, Daniela

Marín Toledo, María Camila Monsalve Tamayo, Diana Johanna Ospina

Jaramillo, Astrid Elena Pulgarín Jaramillo, Kelly Alejandra Ruiz Correa,

Eunice Toro Bedoya, Vidal Álvarez Carmín.

Asesora: Ledy Maryory Bedoya Cardona

La experiencia del dolor como generador de conocimiento y construcción del pensamiento

The experience of pain as knowledge generator and thought builder

Eddie Santiago Mesa Monroy

La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial

Internationalization: an approach to business growth

Nataly Yepes Baena. Asesor: Luis Fernando Quintero Arango

¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?

How is a communicator to act as mediator through digital narrative?

Elva Emilia Gómez Oviedo, Jesenia Ruiz

Cuidadores, función inhibidora o autodeterminada de la sexualidad en la diversidad funcional

Caretakers, suppressor function or self-determination in the sexuality of the functional diversity

Laura Alejandra Castaño Molina, Laura Daniela Godoy González, Carolina

Osorio Rivera, Andrés Felipe Taborda Marín, Jhenyfer Villegas Castaño.

Asesora: Sandra Isabel Mejía zapata

A la publicidad le llega la "inspiración divina"

"Divine inspiration" in advertising

Julián Bustamante Cadavid

Perfil psicológico y neuropsicológico de víctimas del conflicto armado en Colombia

Psychological and neuropsychological profile of victims of the armed conflict in Colombia

Naila Camila Jaramillo Osorio, Lina Maribel Villa Carmona, Yuly Tatiana

Tobón Zapata, Leidy Johana Múnera Pérez, Eduardo Andrés Ospina Villa.

Asesora: Catalina Quintero López

Bases para comprender la diversidad de género y la diversidad sexual

Bases to understand the diversity of kind and the sexual diversity

Brayan Steven Garibello Liberato

ESPACIO LITERARIO

Chibcariwak

Yulieth Milena Herrera Uribe

El pescador

Elva Emilia Gómez Oviedo

Añoranzas

Rector

Pbro. Carlos Enrique Cardona Quiceno

Vicerrectora de Investigaciones

Isabel Cristina Puerta Lopera

Vicerrector Académico

Pbro. Julio Alexander Ortiz Montoya

Coordinadora Departamento de Fondo Editorial

Carolina Orrego Moscoso

Diagramación y diseño

Arbey David Zuluaga Yarce

Corrector de estilo

Rodrigo Gómez Rojas

Traductor

Diana Jaramillo Valencia

Contacto editorial

Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó
Transversal 51A 67 B 90. Medellín, Antioquia, Colombia
Tel: (574) 4606997

www.ucatolicaluissamigo.edu.co - fondo.editorial@amigo.edu.co

Órgano de divulgación de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Católica Luis Amigó.

Hecho en Medellín, Colombia / Made in Medellín, Colombia.

Financiación realizada por la Universidad Católica Luis Amigó.

Los autores son moral y legalmente responsables del contenido de sus artículos, así como del respeto de los derechos de autor. Por lo tanto, éstos no comprometen en ningún sentido a la Universidad Católica Luis Amigó.

La reproducción de los artículos se regirá conforme a lo descrito en la licencia Atribución – No comercial – Sin Derivar de Creative Commons, que puede ser consultada en: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



Director de la revista

Ph.D, Juan Diego Betancur Arias

Comité Académico

Ph.D, Paula Andrea Montoya Zuluaga

Ph.D, Isabel Cristina Puerta Lopera

Ph.D (c). Luz Marina Arango Gómez

Ph.D, Sonia Natalia Cogollo Ospina

Ph.D (c). Luis Fernando Quintero Arango

Comité Editorial

Ph.D (c), Diana Marcela Jaramillo Cataño

Magíster, Sandra Juliet Clavijo Zapata

Ph.D, David Esteban Zuluaga Mesa

Ph. D, Claudia Marcela Arana Medina

Árbitros

Ph.D, Olga Patricia Ramírez Otalvaro

Magíster, Sandra Milena Restrepo Escobar

Magíster, Katy Luz Millán Otero

Magíster, Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

Magíster, Hernando Alberto Bernal Zuluaga

Magíster, John Arbeláez Ochoa

Profesional, Juan Camilo León Uribe

Magíster, María Victoria Restrepo Tobón

Magíster, Magda Victoria Díaz Álzate

Ph.D, Jormaris Martínez Gómez

Ph.D, Juan Santiago Calle Piedrahita

Magíster, Alexander Rodríguez Bustamante

Magíster, Omar Augusto Amador

Ph.D, Fredy de Jesús Fernández Márquez

Magíster, Gerardo Orrego Lombana

Magíster, Sandra Isabel Mejía Zapata

Magíster, Andrés Alfredo Castrillón Castrillón

Magíster, Rafael Vargas

Institución editora

Universidad Católica Luis Amigó

Para sus contribuciones:

journals@amigo.edu.co

Vicerrectoría de Investigaciones. Universidad Católica Luis Amigó

Funlam Journal of Students' Research es una publicación de carácter académico, anual, de divulgación de artículos de calidad escritos por la comunidad académica, especialmente estudiantes. Los textos son resultado de la participación en semilleros de investigación o producto de una reflexión atinada y de relevancia teórica, en los campos de las Ciencias Administrativas, Económicas y Contables; las Ciencias Sociales y Humanas; Ciencias Políticas; Educación; Filosofía y Teología; Ingenierías y áreas afines. De este modo, espera contribuir al desarrollo de habilidades, competencias investigativas, reflexivas, analíticas, críticas y de transferencia del conocimiento.

Los autores son moral y legalmente responsables del contenido de sus artículos, así como del respeto de los derechos de autor. Por lo tanto, estos no comprometen en ningún sentido a la Universidad Católica Luis Amigó.

La reproducción de los artículos se regirá conforme a lo descrito en la licencia Atribución – No comercial – Sin Derivar de Creative Commons, que puede ser consultada en: <http://creativecommons.org/>

Contenido

Presentación / Presentation

Dos perspectivas acerca del concepto de contracultura: marginalidad y diversidad

Both perspectives it brings over of the concept of counter culture: marginality and diversity
Ph.D, Juan Diego Betancur Arias

Editorial / Editorial

La contracultura o esa homogeneidad por venir

The counterculture or this homogeneity for coming
Fernando Agudelo Velásquez

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

17

¿Identidad verdadera o idealizada? Proyección de la identidad en Facebook

True or idealized identity? Identity projection on Facebook

Yudy Milena Araque Lotero, Yuliana Tirado Mejía, Katherin Yesenia Taborda Yepes, Vanessa García Castaño. Asesora: Katy Luz Millán Otero

31

La relación artística entre imagen y realidad en el cine colombiano

The artistic relation between image and reality in the Colombian film industry

Yulieth Estefanía Ruiz Pulgarín

44

Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas en la entidad IDIPRON y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria

Emergent meaning in psychoactive substance use in IDIPRON and a community based treatment proposal

Luz Adriana Quiroga Wilches, Yenny Alexandra Vanegas Gómez

54

Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación

Immersive technologies as a communication strategy

Kelly Escobar Álvarez, Daniel Álvarez Zapata. Asesor: Edwin Andrés Sepúlveda Cardona

67

El amor desde la perspectiva de Friedrich Nietzsche: el amor nos hace humanos, demasiado humanos

Love from Friedrich Nietzsche's perspective: love makes us human, too human
William Camilo Suárez Gómez

74

La experiencia de formación en intervención terapéutica: reflexiones suscitadas durante el entrenamiento de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó

The experience of therapeutic intervention education: Reflections on a training exercise of the Family Therapy specialization program at Universidad Católica Luis Amigó
Gintay Archbold Correa, Viviana Marcela Arias Zapata, Erica Evidalia Fernández Vélez, Ana María Flórez Gómez, Edwin Eliecer González Muñoz, Aura Milena González Vergara, Andrea Lopera Duque, Daniela Marín Toledo, María Camila Monsalve Tamayo, Diana Johanna Ospina Jaramillo, Astrid Elena Pulgarín Jaramillo, Kelly Alejandra Ruiz Correa, Eunice Toro Bedoya, Vidal Álvarez Carmín. Asesora: Ledy Maryory Bedoya Cardona

87

La experiencia del dolor como generador de conocimiento y construcción del pensamiento

The experience of pain as knowledge generator and thought builder
Eddie Santiago Mesa Monroy

93

La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial

Internationalization: an approach to business growth
Nataly Yepes Baena. Asesor: Luis Fernando Quintero Arango

109

¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?

How is a communicator to act as mediator through digital narrative?
Elva Emilia Gómez Oviedo, Jesenia Ruiz

117

Cuidadores, función inhibidora o autodeterminada de la sexualidad en la diversidad funcional

Caretakers, suppressor function or self-determination in the sexuality of the functional diversity
Laura Alejandra Castaño Molina, Laura Daniela Godoy González, Carolina Osorio Rivera, Andrés Felipe Tabora Marín, Jhenyfer Villegas Castaño. Asesora: Sandra Isabel Mejía zapata

131

A la publicidad le llega la "inspiración divina"

"Divine inspiration" in advertising
Julián Bustamante Cadavid

144

Perfil psicológico y neuropsicológico de víctimas del conflicto armado en Colombia

Psychological and neuropsychological profile of victims of the armed conflict in Colombia

Naila Camila Jaramillo Osorio, Lina Maribel Villa Carmona, Yuly Tatiana Tobón Zapata, Leidy Johana Múnera Pérez, Eduardo Andrés Ospina Villa.

Asesora: Catalina Quintero López

163

Bases para comprender la diversidad de género y la diversidad sexual

Bases to understand the diversity of kind and the sexual diversity

Brayan Steven Garibello Liberato

ESPACIO LITERARIO

170

Chibcariwak

Yulieth Milena Herrera Uribe

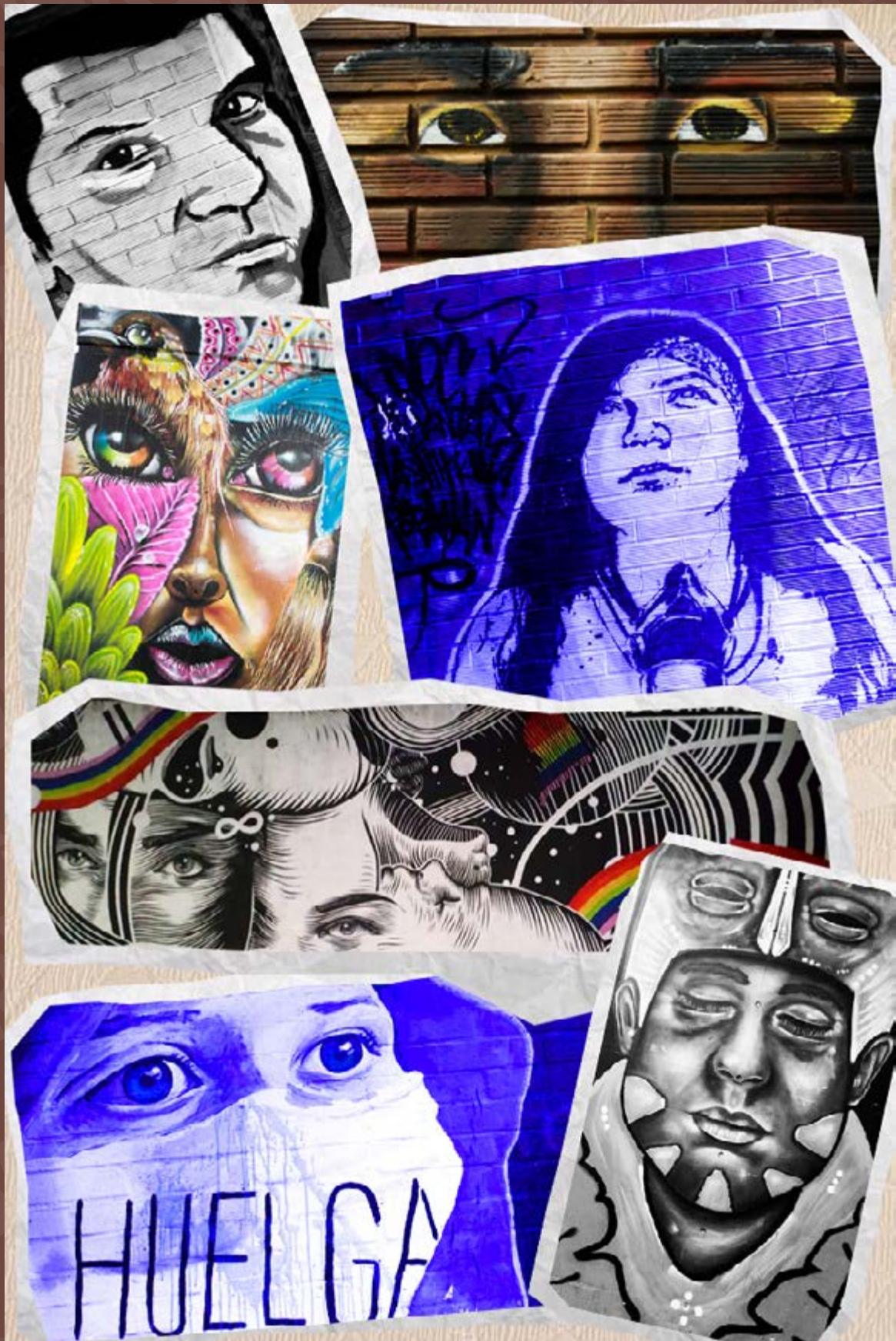
171

El pescador

Elva Emilia Gómez Oviedo

173

Añoranzas



Autores: Mariana Pineda Riaza, Manuela Ramírez Rodas, María Isabel Castro Barrientos, Luisa Fernanda Bolívar Ríos
Estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó

Forma de citar este artículo en APA:

Betancur Arias, J. D. (enero-diciembre, 2018). Dos perspectivas acerca del concepto de contracultura: marginalidad y diversidad [Presentación]. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 7-10

Presentación

Dos perspectivas acerca del concepto de contracultura: marginalidad y diversidad

Both perspectives it brings over of the concept of counter culture: marginality and diversity

Juan Diego Betancur Arias

Una parte del mundo occidental es hoy caracterizada por políticas, pueblos, personas, sociedades, religiones, economías, escuelas de pensamiento y pensadores ligeros o *lights*. Las latitudes que componen este segmento de la realidad están permeadas por lógicas inmediatistas, no contemplativas, aceleradas, denigrantes y desgastantes, que utilizan al ser humano para que sea el artífice de la construcción, pero también de la destrucción; son tiempos en los que se gestan emociones negativas en la mentalidad de los seres humanos, aflorando los execrables flagelos del ámbito social como: el feminicidio, el viricidio, el suicidio, la autoflagelación, los abusos sexuales, los familicidios, los homicidios, la drogadicción, el alcoholismo, la contaminación ambiental, entre otros. Los seres humanos sumergidos en estas lógicas destructivas de pensamiento, emoción y comportamiento se alejan cada vez más rápido de la identificación cultural; son más los malestares subjetivos que causa en ellos estar en estos contextos éticos y participativos a nivel social, que terminan siendo depredadores de la tranquilidad y armonía del otro. Su construcción identitaria, como grupos marginales, es fuera de la norma, atípica y antisocial. Esta concepción de contracultura establece patrones comprensivos que permiten el entendimiento de otras posibilidades en la alteridad, aunque estas, vistas desde una perspectiva humana y sensible, sean extremadamente salvajes y reptilianas.

Esta postura acerca del concepto de contracultura desde la marginalidad e ilegalidad no será asumida para ser el referente de la temática implícita del número tres (3) del JSR, dado que no permite una mirada socio-cultural sensible de los fenómenos suscitados en este número; por el contrario, es la que termina por confundir la orientación sana de contracultura que plantea Bennett (2001). Dicho autor explica que son las preferencias racionales y relacionales las que confieren el carácter de subculturas, tribus urbanas o contraculturas, a las nuevas posibilidades de construcciones identitarias subjetivas expansivas que hacen “ser otros” a quienes las acogen, con relación a los demás que son quienes conforman la “generalidad”. Son otras nociones y constructos los que edifican la postura volitiva de quien se da la oportunidad de ser diferente desde su sí mismo, su percepción del mundo y los otros; a estos igual se les denomina grupos contraculturales, subculturales o minorías, simplemente porque se distancian de la norma social o lo “normalmente establecido”, pero sin representar un peligro inminente para la sociedad, una estigmatización o una rotulación negativa de sus comportamientos, como sí pasaría con los grupos marginales tales como: pandillas, depredadores del orden público, saboteadores, corruptos, sociópatas, psicópatas, criminales, violentos, entre otros.

Hippies, electro, góticos, punkeros, raperos, metaleros, salseros, pansexuales, asexuales, transgenero, gays, lesbianas, alternativos, entre otros, son algunos grupos que al mencionarlos permiten reconocer diferencias entre la visión de marginalidad y la postura identitaria desde las que se ha defendido el término contracultural, de tal suerte que se observan en estos, además, diferencias naturales, sociales y culturales con relación a los grupos contraculturales estigmatizados y peligrosos ya descritos al inicio. Las colectividades enlistadas en este párrafo son las que pudieran configurar una mirada afinada, actualizada y desprevenida acerca de la evolución ecológica, cognitiva, comportamental y emocional de los humanos a partir de los diferentes escenarios de socialización y participación social.

Estos grupos se establecen a partir de lógicas estructurales de pensamiento, se relacionan bajo un propósito y una filosofía de vida que los hace ser diferentes a las demás comunidades. No obstante, estas diferencias no pueden permearse de actitudes y pensamientos sesgados que impidan una mirada diversa a las diferentes expresiones subjetivas que se exponen en la comunicación transaccional entre individuo – sociedad. Por el contrario, desde la distinción se debe recuperar la sensibilidad y aceptación por el otro y por su forma de vincularse con la experiencia cultural y social, sin necesidad de juzgarlo o predisponer nuestro comportamiento a la interacción social con estos grupos.

Con el propósito de realizar una apología a estos últimos grupos subculturales para que sirvan de inspiradores implícitos a la temática del tercer número de la revista JSR, se asume la contracultura desde una noción de alteridad, diversidad y posibilidad que tiene el otro de hacer parte del territorio, con desarrollos evolutivos y personales diferentes entre todos los individuos. Bajo esta línea de pensamiento surgen multi-diversidad de fenómenos de los cuales la academia se debe empezar a ocupar; un primer intento podría ser la divulgación académica de contenidos que exponen de manera breve cómo los elementos de la cultura y la sociedad refieren una transformación vertiginosa que hace necesario empezar a auscultar el entramado complejo de asuntos que bien podrían llevarse a las agendas investigativas de las ciencias.

Es tendencia y tradición que en cada número de la revista aparezca una temática transversal, implícita e inspiradora, que en principio ilumina la invitación para que el experto en el tópico realice su contribución académica y su pensamiento haga reflejo en la discusión formativa contemporánea y ayude a la construcción de universidad; pero también es un pretexto para que los círculos académicos e investigativos empie-

cen a notar que algunos fenómenos que hoy se presentan en la sociedad, deben estar articulados al eje rector de la ciencia para que sea esta la que propicie respuestas objetivas, contundentes y con sensibilidad social.

De ahí que la presentación del número esboce algunas recapitulaciones acerca del concepto de contracultura y cómo puede ser notado desde dos perspectivas, la contracultura como elemento de marginalidad y la contracultura desde una visión diversa y evolucionada. A esta intención se suma el editorial, escrito por el experto en educación y poblaciones vulnerables, Magister Fernando Agudelo Velásquez, quien ha intitulado esta producción académica: “La contracultura o esa homogeneidad por venir”.

Respectivamente, los programas de Filosofía, Psicología y Publicidad, tributaron a este número un conjunto de artículos escritos por los estudiantes, a saber: “La relación artística entre imagen y realidad en el cine colombiano” escrito por Yulieth Estefanía Ruiz Pulgarín. “El amor desde la perspectiva de F. Nietzsche: el amor nos hace humanos, demasiado humanos”, de autoría de William Camilo Suárez Gómez y “La experiencia del dolor como generador de conocimiento y construcción del pensamiento” escrito por Eddie Santiago Mesa Monroy; todos ellos adscritos al programa de Filosofía.

Están además los manuscritos de los estudiantes del programa de Psicología y sus respectivos semilleros de investigación. El primer artículo de este grupo lo han construido Yudy Milena Araque Lotero, Yuliana Tirado Mejía, Katherin Yesenia Taborda Yepes, Vanessa García Castaño, con la asesoría de la docente investigadora Katy Luz Millán Otero y lo titularon: “¿Identidad verdadera o idealizada? Proyección de la identidad en Facebook”. El segundo, “Cuidadores, función inhibidora o autodeterminada de la sexualidad en la diversidad funcional”, lo aportaron los estudiantes de noveno semestre Laura Alejandra Castaño Molina, Laura Daniela Godoy González, Carolina Osorio Rivera, Andrés Felipe Taborda Marín, Jhenyfer Villegas Castaño y su asesora Sandra Isabel Mejía Zapata. Un tercer artículo, “Perfil psicológico y neuropsicológico de víctimas del conflicto armado en Colombia”, lo escribieron los estudiantes Naila Camila Jaramillo Osorio, Lina Maribel Villa Carmona, Yuly Tatiana Tobón Zapata, Leidy Johana Múnera Pérez y Eduardo Andrés Ospina Villa, bajo la orientación de la docente Catalina Quintero López.

Dos programas de especialización, el de Adicciones y el de Terapia Familiar, de la facultad de Psicología y Ciencias Sociales, tributaron dos artículos: “Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas (SPA) en IDIPRON y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria”, elaborado por las estudiantes Luz Adriana Quiroga Wilches, Yenny Alexandra Vanegas Gómez y su asesora Magda Victoria Díaz Alzate; y el manuscrito “La experiencia de formación en intervención terapéutica: reflexiones suscitadas durante el entrenamiento de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó”, de estudiantes coautores Gintay Archbold Correa, Viviana Marcela Arias Zapata, Erica Evidalia Fernández Vélez, Ana María Flórez Gómez, Edwin Eliecer González Muñoz, Aura Milena González Vergara, Andrea Lopera Duque, Daniela Marín Toledo, María Camila Monsalve Tamayo, Diana Johanna Ospina Jaramillo, Astrid Elena Pulgarín Jaramillo, Kelly Alejandra Ruiz Correa, Eunice Toro Bedoya, Carmín Vidal Álvarez, con la asesoría de la docente Ledy Maryory Bedoya Cardona.

Los estudiantes del décimo semestre del programa de Publicidad, Kelly Escobar Álvarez y Daniel Álvarez Zapata, bajo la dirección del profesor Edwin Andrés Sepúlveda Cardona, presentaron el artículo “Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación”.

“¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?” es otro de los artículos y fue realizado por los estudiantes de Publicidad y Diseño Elva Emilia Gómez Oviedo y Jesenia Ruiz, quienes además pertenecen al semillero Mediáticos. Se suma a las aportaciones de los estudiantes del programa de Publicidad, la de Julián Bustamante, artículo titulado: “A la publicidad le llega la “inspiración divina”.

La estudiante Natally Yepes Baena del programa de Administración de Empresas, en calidad de auxiliar de investigación, y su asesor Luis Fernando Quintero Arango, presentaron el texto denominado: “La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial”; este producto se deriva del macroproyecto de investigación “Las multilatinas y sus estrategias de expansión organizacional”, avalado por la Vicerrectoría de Investigaciones.

Como cierre de los artículos de este tercer número de JSR tenemos el título “Bases para comprender la diversidad de género y la diversidad sexual”, producido por el estudiante de Psicología del Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria, Brayan Estiven Garibello Liberato.

Otro tipo de contribuciones importantes se unen a todas estas reflexiones académicas: (i) un avance de investigación al estilo de relato regional (ii) un poema surgido en el trabajo de campo con comunidades indígenas y (iii) del semillero Mediáticos, de la facultad de Comunicación Publicidad y Diseño, tendremos la oportunidad de observar una propuesta gráfica de collage, en la línea de la diversidad, las culturas y las contraculturas. La corta serie de estos “murales urbanos” fue elaborada por un grupo de estudiantes de este semillero, a partir de la experimentación con técnicas fotográficas mixtas.

Los murales urbanos representan la diversidad de la ciudad. El collage es diversidad. Y las técnicas de coloratura que se emplean en su composición refuerzan la misma idea. Del color a la sepia, del cian al blanco y negro, del negativo al positivo, la imagen prevalece y se compone en el encuentro de lo diverso, como las ciudades con las sociedades.

Un conjunto de mandalas son brindados con especial aprecio por parte del profesor del programa de psicología José Luis Álvarez, que busca de paso incentivar e invitar a los estudiantes de los diferentes programas a conocer la propuesta de formación en investigación que él lidera en el semillero, espacio donde se construye esta experiencia simbólica.

Esperamos que los lectores disfruten del contenido de este número, que sirva como fuente de inspiración para prender las motivaciones y que estas se dirijan a robustecer este gran proyecto editorial. A todos los articulistas y sus asesores, los más sinceros agradecimientos; son ustedes los que evidencian como los procesos de formación en investigación tributan al fortalecimiento de los perfiles académicos, profesionales y personales de los estudiantes que se interesan por el asunto de la investigación, más allá de sus aulas de clase.

Referencias

Bennet, A. (2001) *Cultures of Popular Music*. United Kingdom: Open University Press.

Forma de citar este artículo en APA:

Agudelo Velásquez, F. (enero-diciembre, 2018). La contracultura o esa homogeneidad por venir [Editorial]. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 11-15

Editorial

La contracultura o esa homogeneidad por venir

The counterculture or this homogeneity for coming

Fernando Agudelo Velásquez*

Los tiempos modernos exigen una educación constante. Ahora no basta con una educación para la vida en el sentido estricto de vivir individual y socialmente a plenitud. El desarrollo económico, entendido como “el incremento del volumen de producción de bienes y servicios, basándose en el principio de que un crecimiento del producto interior bruto per cápita llevará a la reducción de la pobreza y un mayor bienestar general de la población” (Torres Solé y Allepuz Capdevilla, 2009, p. 546), demanda sujetos que, una vez terminada su educación media, inicien estudios de profesionalización y posgrados que permitan el acceso a oportunidades laborales potenciadoras del incremento de su capital económico y su capacidad de consumo. Lo que deviene en una dinámica en la que factores como educación –trabajo/producción-consumo– se muevan en una espiral ascendente que da la sensación de no encontrar fin hasta tanto la capacidad productiva del sujeto ha finalizado.

Esta espiral dinámica tan extendida en el mundo globalizado encuentra al interior de la población juvenil pequeños reductos que consideran que su libertad (Sen, 1998), la cual debería manifestarse no solo en sus elecciones de vida personal, sino también en las que afectan a su comunidad, se ve vulnerada, en primera instancia, por imponérseles una educación para el mundo laboral, situándolos en un estado de fragilidad e indefensión donde, en apariencia, no podrían encontrar más opciones de vida que no

* Magíster en Educación, profundización en poblaciones vulnerables y Licenciado en Español y Literatura. Profesor Institución Universitaria Envigado. Correo electrónico: faagudelo@correo.iue.edu.co

fueran aquellas ofrecidas por las políticas dominantes y que condicionan, regulan y determinan su devenir individual, social, laboral y cultural, además que, como segunda instancia, la sociedad de control los ha instalado en una zona de exclusión (Skliar, 2002) por participar de prácticas culturales que no encuentran sus orígenes en lo que se ha considerado la tradición o la identidad cultural de la comunidad.

Estos reductos, nacidos al amparo, bajo el abrigo o directamente como corrientes contraculturales del mundo occidental, han pretendido, mucho más ahora con el avance de nuevas las tecnologías — ¡Oh bendita paradoja! surgida gracias al desarrollo económico —, acceder a diversas formas de producción y consumo de bienes y nuevas prácticas culturales¹ (Lotman y Uspenski, 1979a), que den lugar a la conformación de comunidades, incluso, con caracteres de identidad más marcados; así como también a un bastión de resistencia política y económica en el que su concepción de la libertad, la justicia social, el desarrollo humano, la igualdad y, sobre todo, la educación y el derecho, clamen por ser reconsideradas. Hablo, pues, de los otros, de esos que constituyen la anormalidad social, cultural y laboral, porque han buscado rehusar ser parte de lo normal; hablo de aquellos que desde su mismidad han creído comprender y aceptar que pueden ser diferentes, porque ellos mismos, quizá creyéndose y creyéndolo necesario, así lo han aceptado. Hablo de los que han sido denominados en su conjunto como grupos contraculturales o tribus urbanas desde la década del 60 y que en su particularidad como grupo se han reconocido, a lo largo de estos años, como: “skate, rasta, gótico, metalero, electro, hippie, graffitero, punk, emo, gothic metal, skinheads, etc.” (Arce Cortés, 2008). Aquellos que han querido recalcar su diferencia con los demás a partir de las preferencias y prácticas culturales y, por qué no, su realidad histórica.

No son individuos que rehúsen a la educación, declinan de la educación para la producción en la que se subvaloran las capacidades y de las reformas educativas mal aplicadas, pues son, en su mayoría, formados por un sistema que ha pretendido la educación como un bien y un derecho común; no desconocen la importancia de la participación activa en el ámbito laboral, pero no quieren reconocerlo como fuente primaria para el desarrollo humano y el mejoramiento de la calidad de vida; no avalan las políticas consumistas impuestas por el mercado como sinónimo de cultura, sin embargo consideran que la cultura deviene de la producción y el consumo de bienes culturales; y sobre todo, no renuncian a la participación social, pues han visto en sus prácticas culturales la transformación, y no la ruptura, de los lazos sociales que los soporta como comunidad.

Uno de los problemas más frecuentes para comprender este fenómeno se presenta gracias a que estas formas emergentes de socialización se interpretan como una problemática social en la que la juventud es asumida como conflicto; la socialización de adolescentes y jóvenes mediante la conformación de tribus o subculturas, son vistas por parte del colectivo social de forma amenazante y como una trasgresión (Castillo, 2002) que representa una reacción a patrones tradicionales de socialización, interacción y comunicación que constituyen el lazo social.

Estas ideas han generado una estigmatización sobre tales grupos trayendo consigo consecuencias desfavorables para ellos. Carter y Feld (2004) señalan que “el estigma social genera como consecuencia rechazo a las interacciones establecidas entre los individuos acompañadas de sentimientos que afectan las estructuras de las redes sociales, dependiendo la reacción experimentada” (como se citó en Ávila-Toscano, Gutiérrez Vega y Pérez Soto, 2011, p. 195).

¹ “Bourdieu (1980, 1990), al contrario que Lotman y Uspensky, sitúa su reflexión no propiamente sobre los códigos culturales, sino que enfatiza la categoría de prácticas culturales, que están regidas por la de hábitos, categoría de especial construcción en el pensamiento de este autor” (Haidar, 2003).

La sociedad conformada por aquellos que desconocen el tema de las tribus urbanas, es ajena a tal cultura y suele rechazarla llegando como sistema o voz de la cultura predominante, a generalizar estigmas y estereotipos para quienes asumen tales prácticas, rechazándolas y atribuyendo etiquetas referidas con la violencia, el satanismo, la rebeldía, la agresividad y lo desagradable. Aún más, algunos individuos llegan a manifestar temor o prejuicios axiológicos para establecer interacción o comunicación verbal o física con las personas que pertenecen a estos grupos, impidiendo así el reconocimiento del otro y sus prácticas. No obstante, estos grupos, aun caracterizados de forma diferente, buscan con sus gestos, indumentaria, espacios y tiempos elegidos, convivir en una esfera pública que les permita dar cuenta de sus capacidades y participar de la construcción social sin que se les ofrezca la periferia como sitio de inclusión; generando con sus prácticas parámetros comunicacionales como puente de la intersubjetividad como lógica de validación (Hoyos Vásquez y Vargas Guillén, 1996, p. 162); elaborando construcciones simbólicas o imaginarios colectivos a partir del carácter trascendente de sus expresiones y la creación de nuevos símbolos (Villar Lozano y Amaya Abello, 2010, p. 18); dando lugar a la generación de nuevas y diferentes tradiciones, valores y prácticas culturales; posibilitando así la configuración de una matriz de singulares identidades socio-culturales, lo que a su vez les ha valido la definición de contracultura (Navarro Díaz y Ramírez Juviano, 2014, p. 53).

En estos tiempos tan modernos, términos como desarrollo humano, comunidad, desarrollo económico y educación han extendido de tal forma su connotación social que, en ocasiones, su más simple acepción semántica resulta vana, pues no se logra definir o referir alguno sin considerar su relación y repercusión en los otros. No obstante, si hay un espacio en donde estos términos se conjugan a cabalidad es el que constituyen los centros educativos. Pero, ¿qué sucede cuando a estos términos aunamos el de contracultura? o, más aún, ¿qué sucede cuando en estos centros educativos se forman individuos pertenecientes a grupos contraculturales que, normalmente, son considerados al margen del orden social? ¿Se ve determinada la interacción y comunicación social de la comunidad educativa hacia estos estudiantes por las prácticas culturales que estos ejercen? ¿Es posible considerar que si las tribus urbanas consolidan su identidad mediante sus prácticas culturales, la comunidad educativa rechace tales prácticas por considerarlas antagónicas a las prácticas culturales de aceptación generalizada, negando con ello la pluralidad, la diferencia y el ejercicio de derechos? y ¿qué pasaría si esa exclusión a la que estos grupos han sido sometidos pudiera revertirse, dando como resultado que lo normal fuera visto como anormal y viceversa?

¿Soportarían los iguales ser vistos como diferentes? ¿Cambiaría esto su concepción respecto de los otros? el concepto de alteridad ¿gozaría de mayor reconocimiento? ¿Permitiría esto reconocer en el otro, un yo otro constituido, conformado, de unas diferencias que lo avalen precisamente como otro?, ¿o seguiría siendo el concepto de unos pocos para reconocer al otro, y no el de unos muchos que ven el otro como un individuo amenazante, diferente, a partir del cual fundamentar y fortalecer su homogeneidad con otros yo?

El creciente incremento de integrantes en estos grupos contraculturales, así como la frecuente aparición de nuevos grupos, ha dado lugar a que los jóvenes actuales cuenten con más opciones de socialización y participación dentro de estos —no olvidemos que han surgido como búsqueda de nuevas prácticas culturales y no como muchas veces se les asocia, a las prácticas delictivas, como es el caso de los grupos delincuenciales conocidos como Maras en América central, que si bien parecen corresponderse o asociarse a grupos contraculturales surgidos en torno del rap u otras manifestaciones musicales afines, tienen como propósito la delincuencia y no la producción o el consumo cultural—, lo que pareciera anticipar para las próximas décadas que la anormalidad sería no pertenecer a lo que, en este ámbito, es asociado con lo anormal.

Lo normal sería ser parte de lo anormal; pasarían los grupos de la marginalidad al centro y se constituirían en esa mismidad que ve al otro como diferente y le asigna un espacio en la periferia. Una periferia en la que el nuevo otro tendría que empezar a reconfigurar su participación, su nuevo rol social en la comunidad y, por consiguiente, reconfigurar su nuevo yo otro, de modo tal que su concepción sobre el otro adquiriera una resemantización, de la misma forma que la contracultura ha buscado resemantizar los términos antes expuestos y su espacio de conjugación.

Una situación tal seguramente degenera en una espiral sin fin en la que los grupos marginados se constituyan en la homogeneidad por venir. Aunque, ¿modificaría esto las políticas económicas? ¿Tendría esto algún efecto en la educación? ¿Cambiaría, en algo, la concepción de igualdad, justicia social y todos esos términos desprendidos de los enfoques del desarrollo humano?

Es muy probable que la respuesta a estos interrogantes sea negativa y arroje, como resultado paradójico, la constitución de grupos anti-contraculturales que, en un contexto de decepción semejante al actual, se reconozcan, también, como diferentes y, por consiguiente, dinamicen, una vez más, los vínculos sociales buscando su transformación.

Mientras tanto, conviene entender que miradas como esta sobre los grupos contraculturales o tribus urbanas, así como los fenómenos intrínsecos a su condición social, pretenden trascender el campo de análisis de lo simplemente cultural, buscando reflexionar sobre los derechos y la vinculación con las dimensiones identitarias que se constituyen en factores centrales para pensar la interacción entre estos grupos y su comunidad social. En suma, un acercamiento a las causas de un fenómeno, y las condiciones en que se manifiesta, donde la especulación ha sido sustento del imaginario.

Conflicto de intereses

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

Arce Cortés, T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*, 6(11), 257-271. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/269/26911765013.pdf>

- Castillo, H. (2002). De las bandas a las tribus urbanas. De la trasgresión a la nueva identidad social. *Desacatos*, (9), 57-71. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13900904>
- Ávila-Toscano, J. H., Gutiérrez Vega, B., y Pérez Soto, J. (2011). Indicadores estructurales y conglomerados de actores en la red social de una subcultura urbana. *Revista Colombiana de Psicología*, 20(2), 193-207. DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/rcp>
- Hoyos Vásquez, G, y Vargas Guillén, G. (1996). *La teoría de la acción comunicativa como nuevo paradigma de investigación en ciencias sociales: las ciencias de la discusión*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES).
- Lotman, I., y Uspenski, B. (1979). *Sobre el mecanismo semiótico de la cultura*. En *Semiótica de la Cultura* (pp 101-133. Madrid: Cátedra.
- Lotman, I., y Uspenski, B. (1979). *Mito, Nombre, Cultura*. En *Semiótica de la Cultura* (pp.66-79). Madrid: Cátedra.
- Navarro Díaz, L. R., y Ramírez Juviano, L. F. (2014). Entre hegemonías y contrahegemonías de estudiantes universitarios metaleros y no metaleros en la ciudad de Santa Marta: un análisis desde Chantal Mouffe. *Revista Encuentros*, 12(4), 49-66. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v12i2.269>
- Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. *Cuadernos de Economía*, 17(29), 73-100. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/11497>
- Skliar, C. (2002). Alteridades y pedagogías. O... ¿Y si el otro no estuviera ahí?" *Educação & Sociedade*, 23(79), 85-123. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302002000300007>.
- Torres Solé, T., y Allepuz Capdevila, R. (2009). El desarrollo humano: perfiles y perspectivas futuras. *Estudios de Economía Aplicada*, 27(2), 545-561. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117056011>
- Villar Lozano, M. R., y 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 Arquitectura: cultura y espacio urbano*, 12, 17-27. Recuperado de https://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatolica/revistas_ucatolica/index.php/RevArq/article/view/752/781

**ARTÍCULOS DE
INVESTIGACIÓN
RESEARCH
ARTICLES**

Forma de citar este artículo en APA:

Araque Lotero, Y. M., Tirado Mejía, Y., Taborda Yepes, K. Y., García Castaño, V., y Millán Otero, K. L. (enero-diciembre, 2018). ¿Identidad verdadera o idealizada? Proyección de la identidad en Facebook. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 17-30

Recibido: 06 de marzo de 2018

Aceptado: 14 de junio de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

¿Identidad verdadera o idealizada? Proyección de la identidad en Facebook¹

True or idealized identity? Identity projection on Facebook

Yudy Milena Araque Lotero*
Yuliana Tirado Mejía**
Katherin Yesenia Taborda Yepes***
Vanessa García Castaño****
Katy Luz Millán Otero*****

¹ El presente artículo es derivado del trabajo de grado "Ambientes virtuales: entre el lugar y los no lugares".

* Estudiante de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: yudy.arauquelo@amigo.edu.co

** Estudiante de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: yuliana.tiradome@amigo.edu.co

*** Estudiante de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: katherin.tabordaye@amigo.edu.co

**** Estudiante de Psicología de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: vanessa.garciaas@amigo.edu.co

***** Magíster, Facultad de Psicología y Ciencias sociales, Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación: Estudio de Fenómenos Psicosociales. Medellín, Colombia. Correo electrónico: katy.millanot@amigo.edu.co

Resumen

Las redes sociales, especialmente Facebook, han cobrado importancia en la vida de los jóvenes, convirtiéndose en una herramienta fundamental en la cotidianidad. Esta investigación buscó comprender la proyección de la identidad de los jóvenes de 20 a 25 años en la red social Facebook, pertenecientes a estratos bajos y altos de la ciudad de Medellín. La investigación es cualitativa, con enfoque fenomenológico, para la que se utilizaron la entrevista semiestructurada y la colcha de retazos como técnicas de observación.

Los resultados destacan que los jóvenes de estratos altos están en constante búsqueda de popularidad, mientras que los de estratos bajos se interesan más por la interacción con sus pares; el contenido que ambos hacen público es verídico, y da cuenta de la influencia de sus amigos en aquello que quieren proyectar de sí mismos y en la construcción de su identidad. Se concluye que los jóvenes publican contenidos de acuerdo con los intereses propios y del círculo en el que se desenvuelven, en busca de popularidad (estratos altos) o relacionarse con sus pares (estratos bajos), además, no cambian o modifican aspectos de su vida y hacen notoria la influencia de los amigos en aquello que muestran en la red social.

Palabras clave: Facebook; Juventud; Identidad; Interacción; Estrato socioeconómico.

Abstract

Social media specially Facebook have become quite important for young people making it a fundamental tool in everyday life. This research project tried to comprehend the identity projection of young people between 20 and 25 years old on Facebook in low and upper classes in the city of Medellín. This study was carried out under a qualitative paradigm and a phenomenological approach, using semi structured interview and observation techniques.

The results show that the young people in the upper class are constantly looking for popularity, while those in lower classes are more interested in peer interaction; the contents that both groups share are true and reflects the influence that friends hold over them and what they want to show of themselves as well as their identity development. In conclusion, young people share contents that go along with their interests and those of their inner circles, looking for popularity (upper class) or relating to peers (Lower classes), besides, there are no changes or modifications of life aspects and there is evidence of the influence of friends in what they share on social media.

Keywords: Facebook, youth, identity, interaction, socioeconomic strata.

Introducción

Décadas atrás, la forma de interactuar con otras personas era mediante encuentros cara a cara, también se utilizaban medios como los teléfonos, las cartas o el fax, y los computadores solo se encontraban en grandes organizaciones o en empresas; en ese momento, tal vez, eran inimaginables las transformaciones sociales y tecnológicas que el mundo sufriría. Con el paso del tiempo evolucionaron las personas, y claro está, la forma como estas se comunican con los demás y los elementos que utilizan en su vida cotidiana.

La historia evidencia cómo la cultura ha modificado el modo de comunicarse con el otro, de acuerdo con el desarrollo del contexto y las exigencias de esta misma. Hoy en día, se puede decir que los encuentros con otras personas en un espacio físico son pocos, pues se utiliza como principal medio de comunicación el internet y las redes sociales, haciendo de los teléfonos inteligentes (smartphone) y los computadores, artefactos de vital importancia para todas las personas, especialmente para los adolescentes y para los jóvenes. El internet o ciberespacio se ha convertido, como afirma Pineda (2011), en el “horizonte desde el cual no solo interpretamos o nos formamos las imágenes mentales y sociales sobre nuestras sociedades sino desde el cual actuamos, nos relacionamos y comunicamos con los otros” (p. 2).

El internet y las redes sociales han sido concebidos como elementos de suma importancia para el ser humano, pues este es el medio para conocer nueva información, desarrollar sus trabajos académicos o laborales y para interactuar, relacionarse y establecer vínculos con otras personas; como sugiere Echeverría (1999), la red se ha constituido en un nuevo espacio que facilita la socialización y el desarrollo de la persona, además se suma al entorno natural y al urbano convirtiéndose en un tercer entorno, con características propias de su condición electrónica, como por ejemplo, comunicación por medio del chat, a través de una pantalla y la limitación del contacto físico.

Hoy en día se cuenta con varias redes sociales que permiten interactuar con el otro, y entre estas se encuentra la red social de Facebook, que según un informe entregado por Business School (OBS, 2014), en la actualidad es una de las redes sociales con más popularidad, liderando el ranking en cantidad de usuarios en todas las regiones del mundo; además, facilita a las personas un perfil en el que pueden publicar imágenes, fotos, videos, chatear, buscar y agregar amigos o personas famosas, entre otras actividades. Estas redes y las interacciones que se producen en ellas, contribuyen a la formación de la identidad de los individuos, es decir “un constructo personal, social y simbólico muy complejo que consiste en parte de lo que pensamos, de lo que somos, de cómo deseamos que los demás nos perciban y cómo ellos realmente nos perciben” (Wood y Smith, 2001, p. 47).

Conjuntamente es por medio de Facebook que los jóvenes intentan proyectar todo aquello que forma parte de su identidad, por ejemplo, revelan sus gustos mediante canciones y fotos de perfil, se vinculan a grupos a los cuales se sienten afines, pueden expresarse frente a temas específicos, ya sean con fines políticos o sociales. Según Ortiz Sánchez (2013), “la virtualización favorece nuevas experiencias cognitivas; estos entornos mediáticos permiten el despliegue de características múltiples de la subjetividad contemporánea, nuevas formas de contactarse, de mostrarse, de definirse; para ello se edifica un perfil” (p. 4). Es por medio de estas acciones que se evidencia la proyección de su personalidad, o aquello que ansían ser.

Esta investigación se realizó con el fin de comprender cómo los jóvenes utilizan Facebook como escenario para proyectar su identidad, por medio de la información que es revelada, en tanto que esta red social “se presta para diseñar una presentación mejorada de sí mismos, resaltando cualidades que el usuario desea mostrar” (Aguilar Rodríguez y Said Hung, 2010, p. 193). Además, León Zamora y Quiroga Matiz (2009) hacen énfasis en la importancia del contexto, dado que este es el que determina el ideal que debe proyectar una persona, y lleva a la construcción de un perfil específico. Así que se quiere conocer cómo se da la proyección de la identidad digital en dos contextos diferentes, en estratos bajos y altos de la ciudad de Medellín.

Metodología

Esta investigación es de corte cualitativo, con un método fenomenológico, que permite describir y comprender un determinado fenómeno, en este caso, la proyección de la identidad, a partir de la experiencia y puntos de vista del propio sujeto. Como lo indican Rodríguez, Gil y García (1996) “la investigación fenomenológica es la descripción de los significados vividos, existenciales; la fenomenología procura explicar los significados en los que estamos inmersos en nuestra vida cotidiana” (p. 40).

Desde el enfoque fenomenológico, se reconoce la importancia del contexto en el cual se desarrolla la investigación, considerando que cada fenómeno social se produce en un espacio y tiempo determinados con características únicas, que van de sujeto en sujeto, las cuales influyen en la concepción de su realidad y en la forma de comportarse con aquellos que lo rodean. Tal como sugieren Maykut y Morehouse (1994), “el enfoque fenomenológico, tiene como foco entender el significado que tienen los eventos para las personas que serán estudiadas” (p. 3), además, este método reconoce que la realidad es compleja y cambiante, pues está compuesta por las experiencias y vivencias de cada sujeto, haciendo que vea el mundo de una determinada forma.

Como herramienta de recolección de la información se utilizó la entrevista semiestructurada, con el fin de conocer las motivaciones que rigen a los jóvenes a la hora de compartir información y el contenido de las publicaciones en Facebook, al igual que se analizó la influencia de los amigos en la red social. Se usó también la técnica interactiva colcha de retazos, con el objetivo de identificar cómo los jóvenes proyectan su identidad, el tipo de publicaciones, las motivaciones que tienen para compartir cierta información y la influencia de los otros usuarios de Facebook tanto en su identidad, como en las publicaciones que realizan diariamente.

Además, se empleó la observación y el diario de campo, con el propósito de llevar un registro de cada uno de los perfiles, las publicaciones e interacciones que los participantes realizaban en Facebook.

El análisis de la información tuvo en cuenta la categorización deductiva, es decir, las categorías fueron descriptivas y se derivaron de las categorías teóricas plasmadas en los objetivos de la investigación y el problema de estudio (Cardona, Pulido y Millán, 2018). Se consideró la propuesta de Martínez Miguélez (2004) para el análisis: categorización, estructuración, contrastación y teorización.

Participantes

La población participante de la investigación estuvo conformada por ocho (8) personas entre los 20 y 25 años, hombres y mujeres de la ciudad de Medellín; divididos en dos grupos, cada uno conformado por cuatro (4) personas. Un grupo de jóvenes pertenecen a estratos bajos (1-2) y el otro grupo a estratos altos (5-6) de la ciudad. Todos ellos aceptaron pertenecer a la investigación firmando un consentimiento informado.

Resultados

Motivación para publicar

La motivación es un comportamiento impulsado a la realización conveniente de una conducta ante una determinada situación; está caracterizada por conductas apropiadas para obtener un logro. Según Kantor y Smith (1975, como se citó en Piña López, 2009), “es mediante un proceso de abstracción que se determina una menor o mayor motivación para hacer algo o comportarse, es decir que la fuerza que fomenta la intensidad de motivación son los estímulos o información que el sujeto conserva” (p. 30).

La motivación en estratos altos permitió apreciar la *necesidad de reconocimiento* como factor determinante a la hora de hacer uso de Facebook; hay una constante en conceptos como fama, popularidad y proyección de sí mismo, lo que puede relacionarse con la necesidad de exponerse.

Un estudio realizado en Chile por Loreto Crespo, Elgueta Ruiz y Riffo Parra (2009) tenía como principal objetivo dar cuenta de las motivaciones por las que los jóvenes decidían crear su perfil en la red social Facebook, sus resultados arrojaron la popularidad como una de las principales causas de su uso, seguida por la necesidad de interactuar con el otro.

Uno de los informantes de la presente investigación, al preguntarle sobre los aspectos motivacionales en el uso de Facebook, refirió: “para darme a conocer, para que los demás estén actualizados de lo que estoy haciendo y me den su apoyo” (S20M², comunicación personal, 12 de marzo de 2017). Se pudo observar en este fragmento la constante necesidad de ser para otros, de actuar para otros, de que los otros conozcan y aprueben las conductas.

También surgieron, pero con menor intensidad, unidades de análisis como adquirir conocimiento, actualidad en la información del mundo y la moda. Cuando se habla de necesidad de reconocimiento, se hace referencia a una relación equitativa, en la que se ve al otro como un igual; el reconocimiento actúa como respaldo de la individualidad, pues se es sujeto cuando el otro igual reconoce tal condición (Orozco Sepúlveda, 2014, p. 116).

Con respecto a los resultados de los estratos bajos, se evidenció la interacción como principal motivación; en la mayoría de los participantes se hizo notorio que el interés al usar esta red social es relacionarse con sus pares. Surgieron también entretenimiento, moda, curiosidad e información como aspectos evaluables, pero menos transcendentales.

2 Se codificó a los participantes de la investigación de la siguiente manera: inicial del nombre, el número corresponde a la edad y M al sexo Masculino o F al sexo femenino.

Uno de los participantes mencionó, acerca de la motivación del uso de Facebook: “para hablar con mis amigos, ver noticias tanto del mundo como de farándula, ver lo que ha pasado con las personas que desde hace mucho no veo, enterarme de los eventos que realiza la universidad y publicar fotos” (Y21F², comunicación personal, 12 de marzo de 2017). Este fragmento de entrevista permitió apreciar la forma como el participante utiliza Facebook y evidenció su interés de tener constante relación con sus contactos, a su vez, estar atento a la vida de las personas más cercanas o con las que ha establecido un vínculo en el pasado, siendo esta red lo que permite la interacción aun cuando otros factores lo impidan.

Según Rizo García (2006), la interacción es la base para la construcción de la vida social, está asociada a la comunicación, porque posibilita el contacto entre sujetos y el entorno, es decir que la interacción y la comunicación tienen como función definir las costumbres, actitudes, personalidad e intereses de un grupo de personas; lo cual se relaciona con lo obtenido durante la investigación y explica los resultados, ya que estos indicaron que el grupo de jóvenes de estratos bajos se interesa más en interactuar con sus pares, que en buscar reconocimiento.

Contenido de las publicaciones

En este apartado se resalta el tipo de publicaciones halladas en la investigación. Los jóvenes en sus perfiles de Facebook agregan contenido de: fotos de paseos, de salidas con amigos, eventos sociales, auto-fotos, fotos con frases; música (videos musicales); estados de ánimo; ubicación (dónde estoy); publicaciones compartidas (de humor, noticias, causas sociales); y el contenido de los estados.

En los jóvenes de estrato alto se encontró que las fotos que publicaron son con sus amigos, en viajes o “selfies” (auto-fotos); la música que compartieron es de todos los géneros musicales, teniendo primacía el pop; no hubo evidencia con respecto al estado de ánimo, no utilizan con frecuencia la herramienta de ubicación, pero cuando la usan indican que están en la universidad. Las publicaciones compartidas son de memes o imágenes divertidas y causas sociales; y no hay un aspecto en común en los estados, todos son muy diversos, por ejemplo, cadenas o poemas.

Por otro lado, los participantes de estratos bajos publicaron fotos que generalmente son de paseos o paisajes, con amigos, familia y relacionadas con su trabajo; no suelen compartir videos musicales y no hay contenido sobre el estado anímico; mientras que las ubicaciones son de los paseos, lugares que visitan con amigos o de la universidad. Además, las publicaciones compartidas son de humor, frases motivacionales o de filósofos, también de equipos de fútbol y noticias.

Algo importante que se evidenció en las publicaciones de todos los jóvenes es que publican contenido real, es decir, no intentan cambiar aspectos de su vida, por lo que el contenido proyectado sobre su identidad es verídico. Al hablar de contenido falso, se alude al término “fake”, que como indica Caro (2015), hace referencia “a los archivos falsos o montajes fotográficos que están presentes en el día a día de Internet, difundidos en ocasiones a modo de virales” (p. 189). Aunque este aspecto no aparece en ninguno de los participantes de esta investigación, se hace necesario mencionarlo, pues en la actualidad resulta difícil distinguir entre la realidad y la fantasía, a tal punto que este último ítem se ha normalizado en las redes sociales.

Esa fantasía se debe a que en la proyección de la identidad y de sí mismo, como indican Back et al., (2010) siempre habrá una tensión latente entre la imagen ideal del yo y la imagen real. Esta tensión puede expresarse por fotos falsas o modificadas, en publicaciones que no se asemejan a la forma de ser de la persona que las comparte, o en datos personales que están alterados, todo esto con el fin de mostrar un “yo” mejorado.

Al hablar de identidad en redes como Facebook se debe hablar de identidad digital; como indica Caro (2015), esta se entiende como “la representación digital pública de la identidad” (p. 190), para el autor, la identidad digital se concibe como multiplicidad, ya que una sola persona puede tener varios perfiles en una misma red social, además puede ser polimorfas, pues puede presentarse en diferentes redes sociales y formatos.

Esta identidad digital, y de acuerdo con los resultados, se muestra y se proyecta a través de multimedia que incluyen imágenes de algún tema en interés, videos o fotos, y como se mencionó anteriormente, todo esto siendo contenido real; y en menor medida con contenido relacionado a la profesión que estudian, es decir, temas científicos o noticias; y, por último, por medio de publicidad de eventos, equipos deportivos o de artistas de su interés.

Influencia de los amigos

Las redes sociales, en este caso puntual Facebook, se convirtieron en una construcción tecnológica que interviene la vida cotidiana, ofreciendo actividades de entretenimiento y socialización a realizarse en línea. La vida social en la actualidad se origina en las redes sociales, que pasan a conformar prácticas de interacción que posibilitan una comunicación más versátil entre los implicados, mediando los encuentros humanos. La influencia de los amigos en la red social toma un papel sumamente importante, tal como plantea Gallo (2012): “la influencia para el estructuralismo es la forma y el medio por el cual se generan las interrelaciones entre grupos y esto produce a su vez una forma de identidad, ritualidad e interacción dentro de una cultura” (p. 5), a partir de allí se puede evidenciar un constructo de identidad que se da por medio de la interacción e influencia de los participantes.

En los estratos altos, la influencia de los amigos se evidenció como una correspondencia entre “diversidad” y “afinidad”. Durante la aplicación de los instrumentos, varios de los participantes hicieron alusión a que no es posible clasificar en una sola categoría a sus amigos de Facebook porque estos hacen parte de diferentes grupos sociales, espacios, gustos, formas de interacción, profesiones e, incluso, se comunican de maneras distintas (comentarios, memes, frases de superación, entre otros) compartiendo sus gustos y similitudes. En la entrevista realizada a uno de los participantes, con base en la pregunta ¿qué caracteriza a sus amigos de Facebook?, afirmó: “algunos son prudentes, otros muy musicales, otros sus frases de superación personal, no hay un estándar para definir mis contactos en Facebook” (K23M, comunicación personal, 12 de marzo de 2017).

Según afirma Gallo (2016), la adicción por las redes sociales no suele estar acompañada por individuos con pensamientos similares, sino por la controversia y el debate que provoca enfrentarse a personas con pensamientos opuestos a los propios; esta producción de saberes es a lo que hace referencia el autor como una red diversa y simplificada. Lo que evidencian las diversas opiniones, puntos de vista o estados de ánimo que surgen a partir de una simple publicación, pasa de una forma similar cuando se trata de afinidad.

Finalmente emerge otro código de análisis: “conocidos personalmente”; este, según refirieron los encuestados, se trata de personas con las cuales han compartido en algún momento de su vida, ya sea la universidad, el colegio o el trabajo. Tal como afirma Cobo (2012), “hoy casi todo el mundo está en Facebook, donde suele reproducir sus relaciones personales de la vida real” (p. 194), contando lo que sucede en las redes. Como soporte al argumento del autor, uno de los participantes de la investigación certificó que sus amigos en Facebook se caracterizan porque “a todos los conocí en una clase, trabajo, rotación o algo de mis estudios, siempre los he conocido primero en persona” (J23F, comunicación personal, 12 marzo de 2017); en otros términos, afirma haber conocido personalmente a sus amigos de Facebook.

En los estratos bajos, la “influencia de los amigos” presenta algunas variaciones, predominando “conocidos personalmente”. Uno de los participantes perteneciente a la categoría estrato bajo, a la pregunta ¿Qué caracteriza a sus amigos de Facebook?, responde que “son las personas que he venido conociendo en el transcurso de mi vida desde que cree Facebook, como amigos del colegio, amigos de la universidad” (Y21F, comunicación personal, 12 de marzo de 2017), evidenciándose de igual forma que en los estratos altos, que básicamente sus contactos en redes pertenecen al grupo de personas que van emergiendo en su círculo social.

Por el lado de “identificación” se manifestaron ciertas características que hacen referencia tanto al gusto por actividades, deportes, comida, lecturas, entre otros, como a aquellas cualidades comunes que influyen de una forma u otra en el hecho de ser amigos en la red social. Según afirma Melucci (1985, como se citó en Giménez, 1997):

La posibilidad de distinguirse de los demás debe ser reconocida por los demás. Por lo tanto, la unidad de la persona, producida y mantenida a través de la autoidentificación, se apoya a su vez en la pertenencia a un grupo, en la posibilidad de situarse en el interior de un sistema de relaciones (p. 11).

La identificación en redes sociales hace referencia a un grupo de personas con las cuales se comparte un lugar, en el que cada uno es reconocido y cumple un rol específico al interior del mismo, compartiendo los mismos intereses, afinidades o gustos y que, de alguna manera, se convierte en un constructo de quienes son o quieren ser. Seguidamente, Giménez (1997) afirma que la identificación “supone la presencia de elementos, marcas, características o rasgos distintivos que definan de algún modo la especificidad” (p. 12).

Por último, gran parte de la población joven crea una adicción a las redes sociales, debido al uso continuo del internet, a intercambiar mensajes con amigos, a tener relaciones vinculares, al sentirse partícipes de una comunidad, al compartir con personas de todo el mundo y, en general, al pertenecer a una red social. Tal como afirma Cuyún (2013), “el tema de adicción a redes sociales ha ido cobrando importancia en la medida en que los seres humanos se han distanciado en las relaciones persona a persona, pero existe en estos la necesidad básica de comunicarse” (p. 61); esta necesidad se demuestra en lo activos que se encuentran en las redes sociales, sin embargo, en la entrevista la mayoría de los sujetos afirmaron preferir la comunicación presencial en lugar de la virtual.

Discusión

Cuando se habla de redes sociales no existe un concepto único y consensuado que las defina. Para el ejercicio de esta investigación, siguiendo al Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO, 2009), se habló de estas como los servicios prestados por medio de internet, que permiten a sus usuarios crear un perfil público, en el que pueden mostrar información personal (datos, gustos, preferencias, puntos de vista, entre otros), disponiendo de medios y herramientas para interactuar con otros usuarios afines o no con el perfil creado.

Estas redes pueden concebirse como un espacio, en tanto son producto y productor de lo social, como lo indica Lefebvre (1991); es decir, son un medio que contribuye a entablar relaciones y a estar en contacto con otras personas, y a su vez, estas relaciones permiten el surgimiento de nuevos sitios o redes sociales; además de estar compuestos por vínculos, signos, prácticas y códigos; y esto es lo que, según los resultados de la investigación, buscan los participantes de estratos bajos en el uso de Facebook: la constante interacción con sus pares, una frecuente relación y actualización de su vida y la de sus contactos, por medio de todo tipo de publicaciones que la red les permite.

Las redes sociales trascienden de un espacio físico a uno virtual; es decir, al ciberespacio, y este no tiene una corporeidad o un lugar definido y permite experiencias diferentes a las que se viven en el mundo físico. Como afirma Mayans (2002), el ciberespacio se presenta como “un tipo de espacio social, creado de forma artificial, basado en flujos de información y en formato digital; el ciberespacio es un espacio interactivo multipersonal” (p. 243).

Por consiguiente, la red social se puede entender como un espacio cibernético que permite la interacción de uno o varios actores, por medio de perfiles, en los que la característica principal es la posibilidad de plasmar en este los gustos, afinidades, estilos de vida, de cada actor cibernético.

La influencia de los amigos en las redes sociales emerge como uno de los factores del porqué la constante necesidad de estar online, a partir de allí se evidenciaron en los estratos altos dos características de sus círculos virtuales. La primera es la “diversidad”, describen su grupo de amigos como personas de todo tipo, con las que comparten no solo una amistad en Facebook, sino pasiones, gustos o sueños; y en la misma instancia la “afinidad”, afirmando que sus amigos en la red social son aquellos con los que se sienten bien, que les generan empatía y en los que descubren algo en común.

Al hablar de factores como gustos, puntos de vista, preferencias y estilos de vida, aunque no sean siempre los mismos, se hace referencia a otro aspecto importante en esta investigación: la identidad; al respecto, García Márquez (como se citó en Rodríguez Martínez, 2013) dice que:

Los seres humanos no nacen para siempre el día que sus madres los alumbran: la vida los obliga a parirse a sí mismos una y otra vez, a modelarse, a transformarse, (a interrogarse a veces sin respuesta) a preguntarse para qué diablos han llegado a la tierra y qué deben hacer en ella (p. 18).

Por otro lado, en los estratos bajos, la principal característica de sus amigos virtuales es que son personas que conocen fuera de la virtualidad, es decir, compañeros de colegio, de universidad, familiares o amigos que han conocido a lo largo de sus vidas. Desde la mirada de ambos grupos de estudio se logró percibir que, en el grupo de estrato alto la necesidad de conocer gente nueva, sin importar que no la hayan

visto físicamente. Mientras que en el otro grupo de estrato bajo, lo realmente importante es no tener gente desconocida en su red social, tener personas a las cuales se les identifica, ya sea que tengan cosas en común o no.

Es a través de la influencia, ya sea positiva o negativa de los amigos en las redes sociales, que se forja una noción de identidad, ya que estos intervienen en el contenido de lo que el usuario publica. Desde esta postura, las experiencias dirigidas hacia la búsqueda de esa identidad resultan significativas en la construcción de su existir en el mundo.

Partiendo del constructo teórico, Rodríguez Martínez (2013) refiere que la identidad es “el sello de la personalidad, es la síntesis de las identidades de la niñez y solo es en su adolescencia cuando se define en su gran mayoría” (p. 16). Esto permite comprender la relación entre el uso de Facebook por parte de los jóvenes y la proyección de la identidad, ya que la personalidad se encuentra definida, lo cual posibilita obtener una imagen más acertada de la identidad que se desea mostrar de acuerdo a la imagen con la que ellos se identifican.

En cuanto a la variable de la motivación en los estratos altos, se evidenció que los jóvenes usan Facebook por necesidad de aprobación, lo cual refleja que tanto la información de la cuenta, como los contenidos publicados en esta red, buscan proyectar popularidad y fama, que está constituida por el sello de la identidad de cada sujeto; no obstante, se observó que la afinidad que comparten los jóvenes de estratos altos de este estudio, se debe a que la mayoría son personas vinculadas con la música (pertenecen a bandas o son solistas).

En un mundo globalizado, la construcción de la identidad se puede ver permeada por distintas culturas. Los jóvenes se ven influenciados por todo aquello que ven a través de la pantalla en Internet. La imagen que se proyecta para el otro es un factor determinante a la hora de hablar sobre identidad, debido a que la sociedad se ha encargado de vender estereotipos que no encajan con los reales, lo cual distorsiona el cómo se ven los jóvenes y, por ende, el proceso de construcción de identidad. Aguilar Rodríguez y Said Hung (2010) aluden que “las redes virtuales están diseñadas, para permitir a sus usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos” (p. 194), brindando otra mirada a la construcción de identidad a través de las redes sociales como una influencia significativa.

Como indican Aguilar Rodríguez y Said Hung (2010), la proyección de la identidad en las redes sociales y en especial en Facebook, depende de algunos factores como la diversidad cultural, las características del individuo y la edad, las cuales van a influir en el tipo de información y en la imagen que el sujeto va a mostrar.

Al ser la misma persona la que construye su perfil en una red social, tiene la posibilidad de proporcionar la información deseada, verídica o falsa, adornar o modificar aspectos de su vida y de su imagen, además de omitir elementos de su historia, ya sea porque no se siente satisfecho o porque pretende que los demás no lo conozcan; así que las redes sociales y el internet, como indica Ortiz Sánchez (2013):

Funcionan como espacio donde el sujeto desaparece y se maquilla un personaje, donde el cuerpo se exhibe sin mediación simbólica, como una pantalla de protección-proyección, cuya identidad estaría condicionada por las nuevas formas textuales y audiovisuales de representación del sujeto (p. 305).

A pesar de esto, y de acuerdo con los resultados de la investigación, los jóvenes de 20 a 25 años comparten información y datos verdaderos de su vida, y no se interesan por aparentar algo que no son.

Para Cooley (2005), la imagen que los usuarios proyectan hace parte de la imagen que la persona tiene de sí misma, su yo-espejo, por esto, se representan de una forma ante un público en parte conocido, pero no todas las personas optan por presentar su reflejo, puesto que algunos usuarios pretenden transmitir un prototipo que guste y que sea aceptado por los otros. Tugendhat (1996) afirma que el perfil de Facebook no solo permite revelar, también permite ocultar y elaborar un “yo” que será estructurado para la aceptación de los demás, proyectándose con un mayor prestigio y pretendiendo ganar popularidad o promocionar lo que hacen; lo cual indica que este es un “yo” alejado de lo que realmente es la persona, puesto que se basa en la valoración de los atributos que están establecidos socialmente.

Desde Marinas (2001), se puede decir que en la red se encuentran dos tipos de identidad; la primera es la identidad cualitativa, que consta de una construcción del ideal que la persona aparenta o desea ser; y la identidad social, que se basa en la creación de identidad de lo que los demás esperan sea.

Por último, en el espacio virtual, el lenguaje, concretamente el escrito y los signos visuales, tienen un papel fundamental, tanto en la identidad como en las relaciones que se sostienen. Como afirma Ortiz Sánchez (2013), el lenguaje permite describir y definir la identidad de una persona, así mismo, mediante el intercambio o la publicación de imágenes y enunciados, se crea una imagen o se proyecta la que ya se tiene.

Conclusiones

Aun cuando se encontró diversidad acerca de la motivación que tienen los jóvenes para sumergirse en el uso de la red social Facebook, esta investigación dio cuenta de que algunos de estos factores son más destacables que otros, debido a que se evidenciaron con más frecuencia en el grupo de jóvenes. En estratos altos se halló la necesidad de hacer pública información que genere aprobación de los otros, que incida directamente en el reconocimiento masivo por parte de los demás y que esto permita obtener y/o reafirmar un nivel de popularidad. En los estratos bajos, la necesidad de estar en contacto con el otro es el aspecto más resaltante; aparecen, además, constantes como estar en comunicación con el otro, mantener vínculos que por diversas circunstancias (distancia y tiempo), no se pueden conservar en el plano físico; la interacción con el otro es la principal motivación de estos estratos para la utilidad que le dan a Facebook.

A pesar de la posibilidad que tiene Facebook de poner información falsa, de eliminar o modificar aspectos de la vida, los jóvenes de ambos estratos de esta investigación publican y comparten datos y contenido reales, por lo que se puede decir que proyectan su verdadera identidad y se muestran a las personas tal cual como en realidad son; esto lo realizan por medio de fotos, estados, videos, entre otros.

Uno de los factores determinantes a la hora de crear un usuario en las redes sociales, es el poder interactuar con amigos y familiares. Es por esto que la influencia de los mismos pasa a tener un rol bastante significativo, ya sea para aquello que se comparte o aquello que se quiere proyectar. Se evidenció en la investigación una gran diferencia con respecto a este criterio en estratos altos y bajos; para los altos, el factor determinante en la selección de sus amigos es la diversidad y la afinidad, mientras que en los estratos bajos suele ser conocer personalmente al “amigo virtual”.

Conflicto de intereses

Las autoras declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Aguilar Rodríguez, D., y Said Hung, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona Próxima*, (12), 190-207. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/853/85316155013.pdf>
- Back, M., Stopfer, J., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S., Egloff, B., y Gosling, S. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not selfidealization. *Psychological Science*, 21(3), 372-374. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>
- Business School [OBS]. (2014). España aumenta el número de usuarios activos en redes sociales en 2014 y llega a los 17 millones. *Business School*. Recuperado de <http://www.obs-edu.com/es/noticias/estudio-obs/espana-aumenta-el-numero-de-usuarios-activos-en-redes-sociales-en-2014-y-llega-los-17-millones>
- Cardona, L., Pulido H., y Millán, K. (2018). Tratamiento de datos (investigación cuantitativa) y análisis de la información (investigación cualitativa) en la investigación. En: P. Montoya y S. Cogollo (Eds.), *Situaciones y retos de la investigación en Latinoamérica* (pp. 97-122). Medellín: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó.
- Caro, M. (2015). Información y verdad en el uso de las redes sociales por parte de adolescentes. *Teoría de la educación*, 27(1), 187-199. DOI: <http://dx.doi.org/10.14201/teoredu2015271187199>

- Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Cooley, C. (2005). El yo espejo. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 10, 13-26. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0505110013A.PDF>
- Cuyún, M. (2013). "Adicción a redes sociales en jóvenes" (*Estudio realizado con jóvenes de 14-16 años del colegio Liceo San Luis de Quetzaltenango*) (Tesis de grado). Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar del Campus Central. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>
- Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino
- Gallo, L. (2012). *La influencia de Facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato* (Tesis de grado). Quito-Ecuador: Universidad Central del Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/713/1/T-UCE-0009-8.pdf>
- Gallo, J. (18 de septiembre de 2016). Las redes: diversidad simplificada. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1938133-las-redes-diversidad-simplificada>
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 11-12. Recuperado de <https://fronteranorte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/viewFile/1441/891>
- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación [INTECO]. (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. España: INTECO- AEPD. Recuperado de https://observatorio.iti.upv.es/media/managed_files/2009/02/13/estudio_intecoaepep_privacidad_redes_sociales_def.pdf
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Cambridge, Estados Unidos: Basil Blackwell
- León Zamora, K., y Quiroga Matiz, S. (2009). El espacio virtual como escenario en la construcción de identidad: caso de Facebook. *Contextos Revista*, 1-8. Recuperado de http://www.contextos-revista.com.co/Revista%2011/A1_El%20espacio%20virtual%20como%20escenario%20en%20la%20construccion%20de%20identidad.pdf
- Loreto Crespo, K., Elgueta Ruiz, A., y Riffo Parra, A. (2009). Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: el caso de la Red UCSC Chile. *Última Década*, 17(31), 129-145. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362009000200008>
- Marinas, J. (2001). La construcción discursiva de la identidad. En E. Crespo y C. Soldevilla (Eds.), *La constitución social de la subjetividad* (pp. 45-56). Madrid, España: Catarata.
- Martínez Miguélez, M. (2004). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México: Trillas.
- Maykut, P., y Morehouse, R. (1994). *Comienzo de la investigación cualitativa: una guía filosófica y práctica*. Londres: The Falmer Press.

- Mayans, J. (2002). *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona, España: Gedisa
- Orozco Sepúlveda, S. (2014). El concepto de reconocimiento en Hegel: un principio de justicia social. *Versiones*, 2(3), 115-124. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/versiones/article/view/20874/17466>
- Ortiz Sánchez, L. M. (2013). Cuerpos e identidades *online*: construcción de identidades corporales en el chat. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 15(2), 302-309. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/calj/v15n2/v15n2a12.pdf>
- Pineda, M. (2011). Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno. *Portal-Comunicación.com*. Recuperado de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=66
- Piña López, J. A. (2009). Motivación en psicología y salud: motivación no es sinónimo de intención, actitud o percepción de riesgo. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 5(1), 27-35. Recuperado de [//www.redalyc.org/pdf/679/67916259003.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/679/67916259003.pdf)
- Rodríguez Martínez, A. (2013). *Fortalecimiento de la identidad personal a través de las prácticas de la educación física*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado de <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/2882/TE-16652.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada, España: Aljibe.
- Rizo García, M. (2006). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. *Análisis*, 33, 45-62. Recuperado de http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/035_psicologia_social1/material/descargas/rizo_garcia.pdf
- Tugendhat, E. (1996). Identidad personal, nacional y universal. *Ideas y valores*, (100), 3-18. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/idval/article/viewFile/21808/22785>
- Wood, A., y Smith, M. (2001). *Comunicación online. Vinculación tecnológica, identidad y cultura*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum.

Forma de citar este artículo en APA:

Ruiz Pulgarín, Y. E. (enero-diciembre, 2018). La relación artística entre imagen y realidad en el cine colombiano. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 31-42

Recibido: 05 de febrero de 2018

Aceptado: 21 de junio de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

La relación artística entre imagen y realidad en el cine colombiano

The artistic relation between image and reality in the Colombian film industry

Yulieth Estefanía Ruiz Pulgarín*

* Licenciada en Filosofía de la Universidad Católica Luis Amigó. Miembro del semillero de investigación: Estética, poética y hermenéutica. Estudiante de maestría en Filosofía de la Universidad de Antioquia, en la línea de investigación de Estética, hermenéutica y fenomenología.
Correo electrónico: yulieth-96@hotmail.com

Resumen

Desde una perspectiva filosófica, el presente trabajo tiene como propósito hacer una reflexión y análisis acerca de la relación artística entre la imagen y la realidad en el cine colombiano. Para tal objetivo, se empezará hablando de lo que da un valor artístico a la imagen cinematográfica en general, lo cual dará un marco conceptual para reflexionar acerca de la relación entre la imagen y lo real en el cine colombiano y, así, en esa misma clave de lectura, hacer un análisis de algunas películas.

Palabras clave: Cine colombiano; Arte; Imagen cinematográfica; Reproducción de la realidad; Pensamiento.

Abstract

This paper, from a philosophical perspective, aims to reflect and analyze on the artistic relationship between image and reality in the Colombian film industry. In order to reach such purpose, there is an overall description of the artistic value of cinematographic picture, which establishes the theoretical framework for the analysis of some films under regarding the relationship between image and reality.

Keywords: Colombian film industry, art, cinematographic image, reproduction of reality, thinking.

Introducción

Es innegable el crecimiento que en los últimos años ha tenido el cine colombiano. Según Castellanos (2014), con la Ley de cine aprobada en 2003 y el Fondo para el desarrollo cinematográfico (FDC), el aumento de producciones cinematográficas en Colombia ha sido notable y, desde el 2012, la producción de películas ha sido fructífera. Con esto, podría decirse que como industria, el cine en el país ha progresado. No obstante, el panorama del séptimo arte nacional no es del todo favorable; todavía hoy se cuestiona si realmente hay un cine colombiano, además que se enfrenta a un problema inminente: es un cine sin espectadores. Hace algún tiempo, en una columna de opinión publicada en *El Espectador*, María Paula Martínez (2012) señalaba que este es un cine que crece en la impopularidad, lo cual genera gran preocupación si se tiene en cuenta que se trata de producción nacional.

Al cine colombiano se le reprocha que sus temáticas recurran siempre a lo mismo; cuando no es la violencia y el conflicto la que protagoniza una historia, lo es alguna comedia familiar que superficialmente trata de hablar de la cultura del país. Sin embargo, al mismo tiempo, se le exige que sea capaz de mostrar la realidad nacional, un cine con identidad e historia. Cuando la crítica cinematográfica apareció en el país, una de las primeras cosas que se le reclamaba era su carencia de “personalidad” y su incapacidad de reflejar la verdad del país; surgía entonces un problema que aún persiste: por un lado, se rechaza que el cine hable siempre de la violencia (situación que enfrenta Colombia) y, por otro lado, se le exige que muestre la realidad. En medio de tan divididas opiniones, ¿a qué debe responder entonces el cine colombiano? Esta es, sin duda, una cuestión difícil de resolver, pues si se piensa el cine colombiano solo como industria, su prioridad sería entonces la realización de una buena cantidad de películas que puedan incluso presentarse en festivales en el exterior, aun cuando es bien sabido que hacer cine no se trata únicamente de hacer películas, si se piensa desde una perspectiva social, su prioridad estaría entonces, efectivamente, en hablar de la realidad del país y generar memoria histórica.

Ahora bien, el problema se acentúa más si se plantea desde una perspectiva artística, es decir, finalmente, ¿a qué debe responder el cine colombiano como arte? Si el cine se asume como arte es necesario reconocer que la finalidad de este no es imitar la realidad; debe haber una creación original y no una mera reproducción mecánica de lo real, pues el cine siempre está diciendo algo que va más allá de las imágenes cotidianas que se tienen de la realidad. El trabajo se enfocará entonces en analizar esa relación entre la imagen artística y lo real que da una condición como arte al cine colombiano.

Deleuze (1984, 1986), estudioso del séptimo arte, había sustentado que la imagen del cine es más que una imagen-movimiento; la imagen del cine expresa pensamiento. Así, en lugar de detenerse en analizar si puede hablarse o no de un cine colombiano o las razones por las cuales carece de un público, el presente trabajo hace una aproximación a la relación entre lo real y lo artístico desde una perspectiva filosófica. Para tal propósito serán fundamentales los postulados de filósofos como Gilles Deleuze (1986) y Rudolf Arnheim (1986), quienes se han ocupado del cine desde una reflexión filosófica; además del trabajo de teóricos como Marcel Martín (2002) y algunos pensadores colombianos que pueden ser claves de lectura en lo concerniente al tema. El trabajo iniciará enunciando qué es lo que hace del cine un arte, en lo que respecta al cine en general, para continuar con un análisis de la relación entre imagen y realidad en el cine colombiano y así finalizar con una reflexión acerca de algunas películas colombianas.

Metodología

Este artículo es uno de los productos del proyecto de investigación titulado “*Poética del cine: la figura del espectador y la producción fílmica colombiana*”, que fue ejecutado en el año 2016 en el semillero de investigación Estética poética y hermenéutica. Para llegar a este producto, la metodología de la investigación fue de orden cualitativo, y más propiamente hermenéutico y filosófico. Primero se hizo una búsqueda y categorización de producción bibliográfica acerca de la teoría estética, teoría del cine en general, y otros referentes de los últimos cinco años que aportaran a la temática en cuestión. Asimismo, se hizo un rastreo de las producciones bibliográficas acerca del cine colombiano y los principales referentes de la crítica cinematográfica del país, lo cual permitió diseñar un marco conceptual acerca de la producción fílmica colombiana. Para este trabajo se hizo un análisis y ejercicio hermenéutico de los textos que sirvieron para la construcción del mismo. Además, las películas que aquí se reflexionan fueron discutidas y analizadas en el espacio del cine foro *Libera Voce* que pertenece al semillero y en virtud del objetivo de la investigación.

El cine, un nuevo arte

El nacimiento del cine no implicó inmediatamente la aparición de una nueva forma artística, aunque es bien sabido que las demás formas artísticas tampoco nacieron de inmediato como tal. Así como en un principio no hubo un arte por el arte, tampoco hubo un cine por el arte o un cine por el cine. La invención del cinematógrafo no respondía a una necesidad artística, sino que era el resultado de una cadena de inventos y de descubrimientos que a lo largo de la historia demostraron la intención del hombre de dominar sobre la realidad, lo que condujo a la elaboración de una copia de los hechos, que incluso fuera capaz de dar cuenta de su movimiento. Así, el invento de los hermanos Lumière apareció en un principio como una nueva técnica de reproducción de la realidad, que a su vez brindaba entretenimiento, para posteriormente transformarse en un arte. Señala Marcel Martin (2002) en su obra *El lenguaje del cine*:

En sus inicios, el arte estuvo al servicio de la magia y de la religión, antes de transformarse en una actividad específica creadora de belleza. El cine, primero espectáculo filmado o simple reproducción de lo real, poco a poco se fue convirtiendo en lenguaje, es decir, en el medio de llevar un relato y de vehicular ideas (p. 17).

A este propósito cabe traer a colación lo que bien señala Bayer (1965, p. 15), y es que las prácticas artísticas del hombre prehistórico, o el llamado arte rupestre, no responden a lo que hoy se conoce como el «arte por el arte». Este arte es esencialmente mimético y su carga mística y religiosa le restan esa pureza que hoy en día se espera del arte. Con el cine sucede lo mismo, no nace de una práctica desinteresada de hacer «arte por el arte», sino que, en principio, sus intereses respondían a otras cuestiones. Es importante señalar entonces qué permitió al cine desarrollarse hasta llegar a ser arte, qué le dio su especificidad y lo hizo un *lenguaje*, como lo plantea Marcel Martin (2002).

Al cine se le reclamaba su similitud con el teatro; asistir a una película, en un principio, no era muy distinto de lo que se presenciaba en el teatro, sólo que en este caso la obra estaba fotografiada. En esa medida, el cine no tenía aún algo propio o específico de él. Varios autores, entre ellos Martin (1996) y Deleuze (1984) coinciden en decir que lo que permitió al cine evolucionar fue propiamente la liberación de la cámara de un punto inmóvil, lo cual era precisamente lo que asimilaba tanto la perspectiva del cine a la del teatro. La liberación de la cámara hizo posible que, en lugar de apreciar un escenario completo como en el teatro, el espectador pudiese apreciar un elemento en particular, elemento que la misma película decidiera mostrarle. También posibilitó variar el punto de vista en una misma escena con el cambio de un plano a otro. Dice

Martin (2002): “la cámara, entonces, se ha vuelto móvil como el ojo humano, como el ojo del espectador o como el ojo del héroe de la película. De ahora en adelante es una criatura movible, activa, un personaje del drama” (p. 37). Podría decirse, incluso, que con su liberación la cámara supera el mismo ojo humano y termina por dar un nuevo sentido al montaje, el elemento específico del cine. Con los distintos tipos de planos que puede ofrecer la cámara y la manera como estos configuran el montaje, la imagen cinematográfica adquiere otro sentido, pues lo que ve el espectador es el resultado de la intención de alguien más, de un realizador. De esta manera, tal imagen no es meramente descriptiva, sino que está expresando algo; con el montaje se le sugiere un sentido de lo que se muestra al espectador. En esa vía, comenta Martin (2002): “cuando la cámara ofrece un punto de vista distinto del que habitualmente tenemos sobre el mundo, de un modo auténtico (y sólo entonces) ocurre el nacimiento *del lenguaje cinematográfico* propiamente dicho” (p. 62).

Como se mencionó anteriormente, la importancia de la liberación de la cámara es algo que el mismo Deleuze también reconoció. El filósofo francés se preocupó por la cuestión del movimiento en el cine y es por eso que gran parte de sus estudios sobre cine se ocupan de esta cuestión. Deleuze (1986) respondía a la crítica de Bergson al cine, según la cual este no podía tener un movimiento real debido a que se compone de cortes inmóviles (fotogramas). Frente a esto Deleuze planteaba que el movimiento en el cine no es ilusorio; la imagen del cine es una imagen-movimiento, pues el movimiento y la imagen aparecen simultáneamente. Así, la liberación de la cámara, que es paralela a la evolución del cine, es lo que permite que los cortes que componen el cine sean móviles. Según Deleuze (1984, p. 16), con la liberación de la cámara el plano dejó de ser una categoría espacial para ser una categoría temporal; agrega:

Si nos preguntamos cómo fue que se constituyó la imagen-movimiento o cómo se desprendió el movimiento de las personas y las cosas, comprobaremos que lo hizo de dos maneras diferentes, y en ambos casos de un modo imperceptible: por una parte, desde luego, gracias a la movilidad de la cámara, con el plano mismo haciéndose móvil; pero por la otra, también gracias al montaje, es decir, el *raccord* de planos que podían quedar fijos sin inconveniente, cada uno de ellos o la mayoría (p. 44).

De esta manera, la liberación de la cámara fue fundamental para que el cine adquiriera una especificidad. El montaje apareció como el elemento particular del cine. La configuración de todas las imágenes-movimiento en un conjunto, esa capacidad de dar sentido a ciertos detalles y momentos que el director enseña al espectador, todo esto, gracias al montaje, fue lo que dio autenticidad al cine y lo encaminó como un arte.

Ahora bien, para confirmar su naturaleza como arte, el cine debía responder a la cuestión de la reproducción de la realidad. Se sabe que el arte no se ciñe a la imitación de la realidad; (Hegel, 1989 como se citó en Vanegas, 2016), por ejemplo, fue uno de los detractores de la concepción del arte como imitación de la naturaleza, pues incluso en la pintura de un paisaje hay una intención y perspectiva del artista que se está develando. En el cine ocurre lo mismo, los fragmentos de la realidad que el espectador ve son los que el realizador ha querido mostrarle desde su perspectiva subjetiva. “El cine nos da de la realidad una *imagen artística*, de modo que si lo pensamos bien es totalmente *no realista*” (Martin, 2002, p. 30). De esta manera, en el cine hay una dialéctica de lo real y lo irreal; se sirve de lo real no sólo para elaborar su contenido, sino también para intensificarlo y darle un valor estético, nunca es una copia idéntica de la realidad. Bien lo dice Martin (2002) en la obra ya mencionada:

El cine, fundado —como cualquier arte y porque es un arte— en una selección y en un ordenamiento, dispone de una prodigiosa posibilidad de densificación de lo real que tal vez sea su fuerza específica y el secreto de la fascinación que ejerce (p. 30).

Por consiguiente, se mitiga la oposición al cine como arte por tener en su contenido elementos de la realidad. Rudolf Arnheim (1986) fue otro de los filósofos que se ocupó del cine y de analizar la cuestión de este como arte. En su obra *El cine como arte*, Arnheim (1986) reflexiona en torno a la relación entre el cine y la realidad y aunque el autor privilegia como más artístico el cine más clásico, en este caso el mudo, con respecto al que sería el cine moderno de su época, se opone a la concepción de que el cine reproduce mecánicamente la realidad sólo por su uso de la fotografía. Según el alemán, aun cuando el cine conserva algo de la naturaleza de una imagen plana y bidimensional, el uso del tiempo da una impresión de la vida real (Arnheim, 1986, p. 30). Pero no hay que entender esta ilusión parcial, como una mera imitación de la realidad; en el cine puede jugarse con el tiempo y relacionarse imágenes o presentarse una al lado de la otra, incluso cuando representen tiempos distintos.

Así, la realidad en el cine cobra un sentido totalmente distinto, es la realidad artística que se le quiera dotar. Dice Arnheim (1986): “siempre es al mismo tiempo una tarjeta postal plana y el escenario de una acción viva. A esto se debe la justificación artística de lo que recibe el nombre de montaje” (p. 31). El cine entonces no copia o imita la realidad, hay una intención en cada imagen que compone el montaje y la realidad allí impresa tiene un significado.

Ahora bien, después de haber señalado sucintamente aquello que hace del cine un arte y de haber confirmado que el objetivo de este no es la reproducción mecánica de la realidad, cabe preguntarse entonces por el cine colombiano. A este se le exige tener autenticidad, dar cuenta de una cultura y por tanto de la realidad de su país. Ya que el valor artístico del cine está en la no imitación y que expresa un pensamiento, como se verá más adelante con Deleuze (1984), se cuestiona cómo se da ese vínculo entre la imagen cinematográfica y el contexto en el cine colombiano y cómo afecta dicha relación su condición como arte. Tal empresa, de por sí bastante ambiciosa, probablemente no pueda ser tratada a totalidad en el presente trabajo, pero, con el fin de hacer una verdadera aproximación al cine colombiano, el siguiente momento finalizará con una reflexión a propósito de 3 películas colombianas, estas son: *La sociedad del semáforo* (Rubén Mendoza, 2010), *Los colores de la montaña* (Carlos César Arbeláez, 2010) y *Chocó* (Jhonny Hendrix Hinestroza, 2012).

De la realidad a la imagen, un cine que expresa la violencia

En particular que el cine colombiano adquiera una identidad se ha vuelto necesario para evitar tanto una “colonización simbólica” (Castellanos, 2014) por parte del cine extranjero, como que se desplace lo local. De ahí que muchas películas colombianas, en su afán de generar identidad, recurran a ciertos escenarios y personajes típicos en los que el espectador pueda reconocer algo de su propia realidad. Este propósito es comprensible si se tiene en cuenta que el cine puede ser generador de ideas y de sentido, frente a lo cual siempre es muy negativo que la producción foránea sea la predilecta del público. El problema frente a estos escenarios típicos es cuando son vacíos, cuando no dicen nada sobre lo que se quiere representar y cuando los personajes y los escenarios no se integran, pues ninguno dice nada sobre el otro. Desde que la crítica cinematográfica apareció en el país, al cine colombiano se le exige una personalidad, se le exige que pueda retratar la realidad.

Luis Alberto Álvarez (1988), reconocido crítico de cine, fue uno de los pensadores que exigió al cine colombiano una identidad. En *Páginas de cine*, una recopilación de diversos textos sobre el tema, plantea que lo que necesita el país es “un cine que sea vehículo y reflejo de la realidad nacional, un cine con colombianos de carne y hueso, tridimensionales y no caricaturas de pueblo” (1988, p. 6). Según Álvarez, el público que acude al cine se busca a sí mismo en este, pero cuando se encuentra con un cine superficial corre el riesgo de acoger un mero espejismo, una imagen equívoca que acepta como la suya propia. Estos planteamientos de Álvarez tienen gran relevancia porque permiten entrever que, se quiera o no, el cine colombiano no puede desvincularse de la realidad, eso se debe a que su relación con ésta aparece en dos sentidos. En primer lugar, el cine parte de la realidad para construirse a sí mismo y, en segundo lugar, también interviene en la realidad, en tanto que obra sobre el espectador y es generador de sentido. En el cine colombiano las personas son espectadoras de su propia realidad, al mismo tiempo que construyen realidad a partir de esa imagen de sí mismos que ya han adquirido. Así, un cine como el del país, que tiene intenciones de ser enteramente local, no puede desvincularse de la realidad. Es muy difícil pensar en un cine local que carezca de identidad; en toda película hay rasgos de un contexto, de una ideología incluso, y demás aspectos que le otorgan una característica en común y le hacen pertenecer a un tipo de cine en particular.

Gonzalo Castellanos (2014), escritor sobre el cine colombiano, reconoce también la importancia del cine local como generador de memoria colectiva propia e identidad nacional. En *Cinematografía en Colombia. Tras las huellas de una industria* plantea el escritor: “Aunque interesante, sería extraño para un espectador preguntar de dónde es la película que verá y encontrarse con que esta carece de nacionalidad; hallarse frente a una película apátrida, desterritorializada” (Castellanos, 2014, p. 109). De esta manera, el cine nacional debe responder a muchas cosas, entre las cuales está dar cuenta de la realidad del país. Este deber como generador de memoria colectiva e identidad es enteramente importante en tanto que también cumple una función determinante en el desarrollo del país y como elemento cultural aporta al sostenimiento de la vida en sociedad. Ahora bien, hay que preguntarse concretamente por su sentido como arte, teniendo en cuenta su vinculación con la realidad.

Como puede vislumbrarse a partir de lo ya dicho, en el cine colombiano esa relación entre la imagen cinematográfica y la realidad se efectúa en dos sentidos, en tanto que cada una aporta de alguna manera en la construcción de la otra, pero, a partir de lo planteado en el anterior acápite, si lo que da un valor estético y artístico al cine es la no imitación de la realidad ¿Cómo puede el cine colombiano enfocarse como arte cuando tiene esa responsabilidad de dar cuenta de la realidad? ¿Cómo manejar esa relación entre la imagen y la realidad para que esta última no pese sobre la primera a tal punto de restarle valor artístico? Cabe ahora traer a colación algo que plantea Luis Alberto Álvarez (1988) en *Páginas de cine*, esto es: “Lo que distingue a una obra de arte es su permanencia, su capacidad de seguir diciendo algo y esta permanencia no está ligada ni a un género ni a un estilo en particular” (p. 19). Entonces el cine debe decir algo; más que dar cuenta de la realidad debe hablar sobre ella, debe sacar de esa realidad una imagen artística que exprese algo. El cine colombiano debe asegurarse una permanencia como arte.

Como se señaló anteriormente, el cine siempre dice algo, la imagen cinematográfica tiene un sentido y significado. Aunque esté dotada de la apariencia de la realidad, su naturaleza es distinta a la realidad. Siempre hay una diferencia entre lo real objetivo y su imagen fílmica; el cine puede representar ideas generales y abstractas debido a la capacidad que tiene la imagen para ser simbólica. Lo que posibilita que la imagen cinematográfica sea artística o no, es siempre la intervención de su realizador; depende de este que exprese algo. Así, que el cine colombiano manifieste algo o simplemente documente la realidad, esta en manos de sus realizadores y sus intenciones artísticas.

El arte es vehículo de conocimiento, y en el cine hay pensamiento, por lo cual resulta necesario rastrear en el mismo cine colombiano su propio pensamiento, esto es lo que lo dotaría de autenticidad. Un determinado tipo de cine puede distinguirse por varias cosas: sus aspectos técnicos, su estructura narrativa, el uso de los colores, sus personajes característicos, sus temáticas, entre muchas otras cosas; pero, si hay algo que tal vez puede distinguir una película, es la corriente que expresa. Bien sabido es que el arte suscita sentimientos, percepciones y sensaciones humanas; pero esto no excluye que también exprese conocer. Con el cine ocurre lo mismo, es capaz de manifestar todo eso.

Deleuze (1984) ya había advertido que en el cine se hay pensamiento a través de las imágenes. Desde el principio de *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*, Deleuze señala:

Hemos pensado que los grandes autores de cine podían ser comparados no sólo con pintores, arquitectos, músicos, sino también con pensadores. Ellos piensan con imágenes-movimiento y con imágenes-tiempo, en lugar de conceptos (...) el cine forma parte de la historia del arte y del pensamiento (p. 12).

En esa vía, aunque ser una imagen-movimiento es una característica esencial de la imagen cinematográfica, el pensamiento también puede conformar tal imagen. Es propiamente en *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2* donde se ocupó Deleuze (1986) de la relación entre la imagen y el pensamiento. El filósofo francés comparte, de cierta manera, la idea de Martin (1996) de que el cine tiene un lenguaje propio. Así, teniendo en cuenta que el cine tiene una narrativa e incluso una gramática propia, se hace legible y es necesario aprender a leerlo: “el cuadro nos enseña que la imagen no se ofrece sólo a la visión. Es legible tanto como visible” (Deleuze, 1984, p. 28). El universo de una película siempre tiene una construcción desde afuera. No hay que entender esto como algo de un orden trascendente, sino que es algo que se construye desde la inmanencia, desde la realidad propia en la que se inserta la película. La imagen cinematográfica tiene una realidad independiente, pero al mismo tiempo está inserta en un todo que la afecta desde lo externo. El universo diegético del cine es autónomo, expresa por sí mismo algo, pero al mismo tiempo ha sido afectado desde afuera. Es la realidad o contexto dentro de la cual nace la película, o su propio autor. En esta vía comenta Deleuze (1986) en *La imagen-tiempo*:

Cada serie será la manera en que el autor se expresa indirectamente en una secuencia de imágenes atribuibles a otro, o, a la inversa, la manera en que algo o alguien se expresa indirectamente en la visión del autor considerado como otro (p. 244).

Y más adelante expresa:

Hay formación de un «discurso indirecto libre», de una «visión indirecta libre» que va de los unos a los otros, ya sea que el autor se exprese por la intercesión de un personaje autónomo, independiente, distinto del autor o de cualquier rol fijado por el autor, ya sea que el personaje actúe y hable él mismo como si sus propios gestos y sus propias palabras estuvieran ya transmitidas por un tercero (Deleuze, 1986, p. 245).

De este modo, ese pensamiento que se expresa en el cine viene desde afuera del autor y de la propia realidad en la que está inserta la película. El pensamiento presente en el cine colombiano es condicionado por la propia realidad del país.

En su obra *Cine colombiano: cánones y discursos dominantes*, Pedro Adrián Zuluaga (2013) se pregunta por lo que determina un canon en el cine colombiano y por esos discursos que conforman las narrativas de este cine. Uno de esos factores que han aportado mucho en la determinación de las estructuras del cine nacional es justamente la crítica. Dice Zuluaga (2013) refiriéndose a los críticos: “Ellos también han

conducido la discusión sobre el carácter e identidad que debe tener nuestro cine en el contexto más general de la pregunta por un arte nacional” (p. 30). De esta manera, cuando la crítica exige un cine con historia, “con personalidad”, ya empieza a determinar, de cierta forma, lo que debe contar el cine, esto es, la realidad del país. Es por eso que uno de los temas más recurrentes en el cine colombiano es justamente la violencia en sus distintas manifestaciones, en especial la que respecta al conflicto armado en Colombia y sus consecuencias. Películas como *Cóndores no entierran todos los días* (Francisco Norden, 1984) y *Confesión a Laura* (Jaime Osorio, 1991), que retrataban la llamada época de la violencia en Colombia y demás conflictos desatados después de 1948, empezaron a marcar un canon en el cine colombiano. El cine colombiano, desde entonces, ha tenido una tarea de reconstrucción histórica y de retratar la realidad, al mismo tiempo que lucharía por formarse artísticamente. Era entonces inevitable que el discurso que predominara fuera el de la violencia, innegable situación que por tanto tiempo se ha vivido en el país. No obstante, la real tarea del cine debe ser la de crecer como arte, aun cuando el discurso de la violencia no deje de acompañar su historia.

La sociedad del semáforo (Rubén Mendoza, 2010), *Los colores de la montaña* (Carlos César Arbeláez, 2010) y *Chocó* (Jhonny Hendrix Hinestroza, 2012) son películas relativamente recientes que tienen en común la representación de un determinado tipo de violencia, aunque en cada una la creación artística tiene un sentido distinto, una huella personal. En las tres películas pesa la realidad, pero podría decirse que la que, hasta cierto punto, más fielmente la documenta es *Los colores de la montaña*, a pesar de su intención completamente artística y no meramente reproductiva. En esta película, el conflicto armado y sus inminentes secuelas en la vida rural se mezclan en la historia de un grupo de niños que todos los días se reúnen a jugar con un viejo balón. Manuel, Julián y «Poca Luz», como llaman ellos mismos a Genaro (personajes), viven su infancia entre juegos y la espera de que llegue alguna maestra con la que puedan retomar su vida escolar. Este grupo de amigos no sabe nada de la guerra que les rodea, desconocen la presión a la que están sometidos sus padres por los distintos grupos subversivos que habitan la zona y su mayor preocupación es recuperar el balón de Manuel que ha caído en un campo minado, a pesar del peligro que implica tal hazaña.

La película de Carlos César Arbeláez (2010) está llena de sinceridad: los personajes, los escenarios, incluso los animales y esa pequeña escuela a la que asisten niños de diversos niveles académicos, para ser reunidos en un mismo salón con una única profesora, son elementos que dotan de gran naturalidad y belleza este filme que habla de la infancia y la amistad en un contexto de conflicto. Sin embargo, pronto la realidad interrumpe la aventura de Manuel y sus amigos; la violencia y la guerra está cada vez más cerca, en las conversaciones en torno al hermano de Julián, en la escuela como lugar de reunión de uno de los grupos subversivos, en la deserción escolar producto del conflicto y en todos los demás sucesos que se presentan hacia el final de la película. Así, en *Los colores de la montaña* la realidad es ineludible; el discurso de la violencia está presente a lo largo de toda la película. No obstante, esto no le resta valor artístico a tal obra, pues el propósito de la película nunca es explicar el conflicto armado o limitarse a reproducirlo. Arbeláez se vale del discurso de la violencia para hablar de algo más universal, esto es: el dolor de la población y los inocentes en medio de la guerra y cómo se vive la niñez en tal drama. A pesar de esto, permanece la belleza de los paisajes, de las montañas y sus colores, asimismo, Manuel no se rinde en su propósito de recuperar su balón y mantener su inocencia. Todo esto, acompañado de la belleza de la infancia, dota de un tinte poético la película y le procura un valor artístico en tanto que está expresando algo.

Por otra parte, *La sociedad del semáforo* (Rubén Mendoza, 2010) es una película en la que la violencia tiene presencia, aunque de un modo más indirecto. En este caso el escenario es lo urbano y toda esa realidad a la que se exponen los que habitan la calle y hacen de esta no sólo su lugar de trabajo, sino también su hogar. La sociedad del semáforo retrata la decadencia y caos que se experimenta cuando se vive por fuera de la "normal" sociedad. El protagonista, Raúl, es un anti-héroe que en medio de tanta desesperanza se propone hacer que la luz del semáforo dure más tiempo en rojo para que así sus compañeros puedan lucrarse más de sus actividades de rebusque en los semáforos. Pero, muy a pesar de sus intenciones, Raúl no logra llevar a cabo fácilmente su plan, pues su vida de vicios y placeres se interpone y lo hunde más y más en un camino sin retorno. En esta película, los personajes viven la violencia de muchas maneras: cuando son maltratados por los policías, cuando entre ellos mismos se agraden, e incluso, y más duro aún, cuando la sociedad los ignora y hace a un lado. Es muy interesante porque allí se retrata la realidad, pero es una realidad que mucha gente desconoce, que el cine ingeniosamente tiene que dar a conocer con toda su crudeza para que el espectador pueda reconocerla. Los colores opacos, lo interesante del guion y varios momentos del filme dotan a la propuesta de Rubén Mendoza de un gran valor artístico. Esta es también una película que está proponiendo algo.

Por último, *Chocó* (Jhonny Hendrix Hinestroza, 2012) es otra película que se ha garantizado un lugar dentro del grupo de producciones entrañables del cine colombiano. *Chocó*, desde su propia sencillez, cuenta muchas cosas y lo hace muy bien; retrata la historia de una mujer víctima de una tradición, pero que al mismo tiempo ayuda a que se perpetúe cuando les enseña a sus hijos que la mujer debe servir e inclinarse ante el hombre. La violencia es también un tema de esta película, aunque no se trata sólo de la violencia de género. Esta película se vale del costumbrismo para hacer metáfora de todo un pueblo. *Chocó* no es sólo la protagonista de esta historia, sino que también simboliza la realidad de un pueblo que es explotado por sus minerales, al mismo tiempo que es olvidado. Cuando el cine es capaz de hacer metáfora y manifestarse sobre una realidad sin necesidad de recurrir al drama exagerado, es porque ya está adquiriendo un lenguaje y tinte propios. Es por ello que en esta película la condición del cine como arte es indiscutible. El director incluso juega con el espectador y lo lleva por las fantasías de la protagonista, haciéndole dudar sobre lo que es o no real dentro del universo de la película.

En definitiva, estas tres películas han cumplido con la exigencia que tiene el cine nacional de hablar de la realidad, pero se han preocupado también por mantener un valor y una imagen artística. No bastó con retratar la realidad para hacer cine, había que pronunciarse también sobre ella. Y aunque es pronto para rastrear un determinado pensamiento en el cine colombiano, películas como las anteriormente citadas demuestran una intención de este como arte, de expresarse sobre la realidad y hacer juicios sobre ella. En las tres películas se habla sobre aquellos que son olvidados y el drama que padecen. Cabe recordar aquí algo que Arnheim (1986) plantea en *El cine como arte*: "un acontecimiento determinado simboliza muy vigorosamente el hecho de que el mundo sigue girando apacible e inevitablemente por más que determinados seres se encuentren desesperados" (p. 108). Así como cuando *Chocó* recibe una golpiza en público por su esposo y nadie dice nada o como cuando en *La sociedad del semáforo* hay un niño muerto en plena calle, pero la gente sólo necesita continuar con su camino, el cine colombiano ha empezado a manifestarse y a decir algo por aquellos que viven esa violencia que pareciera no afectar a todos los demás. El cine aparece como un mecanismo de resistencia frente a la indiferencia y uniformidad de pensamiento.

Discusión

Respecto al cine colombiano y su condición artística, aún son muy pocas las fuentes, especialmente en la reflexión filosófica y estética. Esto se debe, en parte, a algo que se ha podido vislumbrar en este trabajo, y es que el cine colombiano aún está en construcción. Todavía falta mucho para que se hable como tal de una identidad y una forma de pensamiento propia de este; para esto entran muchos elementos en juego. Sin embargo, es claro que hay películas —como las tres analizadas— que están trazando un camino hacia este propósito. Así como el cine se configuró como arte al darle un propio carácter a su imagen, del mismo modo el cine colombiano debe mantener esa relación dialéctica entre la imagen artística y la realidad; además, esa realidad que configura es una realidad en crisis. No es gratuito que el cine canónico, como lo proponía Zuluaga (2013), sea el que alude a la violencia. Este afán de identidad que reclaman todos los autores se debe en gran medida a la tarea que tiene el mismo cine con la realidad colombiana, esto es, ser un vehículo de transformación. El cine es generador de pensamiento, y en esto coinciden todos los autores; todo trabajo sobre el cine colombiano hace patente dicha tarea.

Conclusión

En síntesis, parece vislumbrarse cuál es la finalidad del cine colombiano como arte, esto es, dar de la realidad una imagen artística, una imagen que exprese pensamiento. El cine tiene la posibilidad de actuar sobre la realidad y es por ello que es tan necesario que no se restrinja a reproducirla. No debe molestar tanto que, entre las muchas cosas de las que puede hablar el cine colombiano, esté la violencia, pues hace parte de la realidad del país. Así, antes de señalar al cine por mostrar una mala imagen, hay que ocuparse de cambiar la realidad del mismo. Y para esto, el cine puede aportar algo cuando se vale de esa realidad para crear un arte que sea capaz de pensarla y decir algo sobre esta. Aún no puede definirse un pensamiento en el cine colombiano, pero sí puede decirse que es un arte en construcción.

Conflicto de intereses

La autora declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Álvarez, L. A. (1988). *Páginas de cine*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Arbeláez, C. C. (director). (2010). *Los colores de la montaña* [Cinta cinematográfica]. Colombia: El Bus Producciones.
- Arnheim, R. (1986). *El cine como arte*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Bayer, R. (1965). *Historia de la estética*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Castellanos, G. (2014). *Cinematografía en Colombia: tras las huellas de una industria*. Bogotá: Icono. Proimágenes Colombia
- Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. (1986). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.
- Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez, M. P. (11 de noviembre de 2012). Cine colombiano: crece en la impopularidad. *El espectador*. Recuperado de http://www.elespectador.com/noticias/cultura/cine-colombia-crece-impopularidad-articulo-386516#ancla_opiniones
- Mendoza, R. (director) (2010). *La sociedad del semáforo* [Cinta cinematográfica]. Colombia: Coproducción Colombia-Alemania-España-Francia y Dia-Fragma Fábrica de películas.
- Norden, F. (productor y director). (1984). *Cóndores no entierran todos los días* [Cinta cinematográfica]. Colombia: Procinor.
- Osorio, J. (director). (1991). *Confesión a Laura* [Cinta cinematográfica]. Colombia: Méliès Producciones / Instituto Cubano del Arte e Industrias Cinematográficas (ICAIC) / TVE.
- Rincón, M. (productor). Hendrix Hinestroza, Jhonny. (productor y director). (2012). *Chocó* [Cinta cinematográfica]. Colombia: Antorcha Films.
- Zuluaga, P. A. (2013). *Cine colombiano: cánones y discursos dominantes*. Bogotá: Idartes.



Autores: Mariana Pineda Riaza, Manuela Ramírez Rodas, María Isabel Castro Barrientos, Luisa Fernanda Bolívar Ríos
Estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó

Forma de citar este artículo en APA:

Quiroga Wilches, L. A., y Vanegas Gómez, Y. A. (enero-diciembre, 2018). Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas (SPA) en IDIPRON y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 44-53

Recibido: 26 de enero de 2018

Aceptado: 23 de agosto de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas en la entidad IDIPRON y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria¹

Emergent meaning in psychoactive substance use in IDIPRON and a community based treatment proposal

Luz Adriana Quiroga Wilches*
Yenny Alexandra Vanegas Gómez**

¹ Artículo derivado del ejercicio investigativo como requisito para optar al título de Especialistas en Adicciones de la Universidad Católica Luis Amigó. Asesora: Mg. Magda Victoria Díaz Álzate

* Psicóloga. Universidad Católica Luis Amigó. Correo electrónico: adriquir54@hotmail.com

** Psicóloga. Universidad Católica Luis Amigó. Correo electrónico: yendan727@hotmail.com

Resumen

Este artículo revisa el consumo de sustancias psicoactivas (SPA) como categoría inicial de análisis en 5 jóvenes entre 25 y 27 años, adscritos a la Unidad de Protección Integral “La Rioja” del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud IDIPRON en Bogotá, a quienes se les realizó una entrevista semiestructurada, encontrando en sus respuestas algunos sentidos emergentes como la negligencia en la supervisión, proyecto de vida deficiente, vínculos afectivos débiles, pares negativos y reconocimiento de su consumo. Estos sentidos emergentes permitieron concluir categorías que explican el origen del consumo de SPA y la situación actual de estos jóvenes, como los tipos de crianza, los estados de identidad, los vínculos familiares y las etapas de cambio en las adicciones. Se concluye que, realizando una adecuada identificación de los factores de riesgo que se evidencian en los sentidos emergentes de un grupo, se puede plantear un tratamiento basado en la comunidad (CBT, por sus siglas en inglés), con evidencia científica, que se ajuste a las condiciones particulares y al contexto real modificando patrones de conducta claramente determinantes en la drogodependencia de cada joven.

Palabras clave: Drogodependencia; Factores protectores; Factores de riesgo; Prevención primaria; Prevención secundaria; Prevención terciaria; Tratamiento de Base Comunitaria.

Abstract

This paper analyzes the use of psychoactive substances as a category in 5 people between 25 and 27 years old, in the “La Rioja” integral protection unit in IDIPRON, in the city of Bogotá. They participated in a semi structured interview, thus, finding answers to some emergent meanings such as supervision negligence, deficiency in their life projects, weak affective relationships, negative peers and acknowledgment of their consumption habits. These emergent meanings made way for conclusions regarding the origin of psychoactive substance use and the current situation of these young adults, such as upbringing, identity development state, family ties and different phases in their addictions. Thus, bringing about the conclusion that, by identifying the risk factors in these emergent meanings, there is an option for a community based treatment, using scientific evidence that can be adjusted to specific situations and the reality by modifying behavioral patterns which clearly determines drug-dependency in each one.

Keywords: drug-dependency, protective factors, risk factors, primary prevention, secondary prevention, tertiary prevention, community based treatment.

Introducción

Este escrito presenta los resultados de la investigación “Sentidos emergentes del consumo de sustancias psicoactivas (SPA), en cinco jóvenes entre 25 y 27 años de la Unidad de Protección Integral “La Rioja” de IDIPRON en Bogotá (Colombia), y la propuesta de un tratamiento de base comunitaria”. Se realiza un acercamiento a la realidad de dichos jóvenes consumidores de sustancias psicoactivas, quienes son considerados vulnerables socialmente en Bogotá. De esta forma, el objetivo del presente artículo será compartir las categorías emergentes para analizar la historia de estos jóvenes; categorías que a su vez servirán de insumo para desarrollar una prevención indicada con un programa que priorice los factores de riesgo de estos jóvenes y que cuente con los factores protectores que les permita incorporar un tratamiento acorde con su realidad. Este último aspecto es de total relevancia dado que usualmente solo las personas que tienen poder adquisitivo logran acceder a tratamientos de rehabilitación basados en la evidencia y con equipos interdisciplinarios idóneos; por su parte, la clase social más vulnerable debe esperar por un turno para ser remitido a psicología en el sistema de salud subsidiado y de allí ser remitido a psiquiatría; finalmente si tiene suerte, es enviado a algún centro de rehabilitación para ser desintoxicado por tres (3) o máximo seis (6) meses. Luego, sin un seguimiento y por el “craving” (deseo de consumo), la persona vuelve a consumir y su recaída es aún más fuerte.

Por esta razón, apostarle a una identificación certera en las categorías emergentes que han llevado al consumo de sustancias psicoactivas en estos jóvenes vulnerables socialmente, es necesario, en la medida que es una herramienta fundamental que llevará a la construcción de un programa de prevención indicado y ajustado a las necesidades de ellos y en su contexto real, para lo cual se propone un dispositivo comunitario (CBT), que involucre al joven, su familia, los docentes, amigos cercanos y vecinos dispuestos a acompañar el proceso de cambio, el cual puede presentar altibajos de acuerdo con la etapa del modelo transteórico del comportamiento (Prochaska & DiClemente, 1984) en la que se encuentre el joven y se requiere que cada uno de los miembros del dispositivo detecte las señales de alerta previamente identificadas, que puedan disparar el consumo de SPA.

Diseño metodológico

Se enmarcó en el diseño cualitativo de la investigación, toda vez que no se concibe que la realidad esté dada, sino que es una construcción social que da sentido a la existencia misma de los individuos. Se pretendía una descripción de los sentidos sobre el consumo de SPA que tienen los jóvenes, a partir de sus relatos.

La recolección de la información se realizó mediante entrevistas semiestructuradas, que permitieran la emergencia de estos sentidos y el relato de las historias de vida. Al decir de Valles (2002), estas permiten conocer la bibliografía de las personas, a partir de los relatos que hacen de los sentidos que han construido de la misma.

Resultados descriptivos

Participantes

La configuración de la muestra se realizó de manera intencional, de acuerdo con los objetivos de esta y la disponibilidad de las personas participantes. A continuación, se hace una breve caracterización de ellas:

Entrevistado 1

Joven de 25 años, quien refiere que sus padres biológicos pertenecían a la guerrilla y recién nacido lo entregaron en adopción a una familia de reinsertados; a sus doce años inició el consumo de SPA (en principio marihuana, luego continuó con la cocaína y actualmente consume bazuco). Refiere maltrato físico y verbal por parte de sus padres, influencia de los amigos del barrio, los cuales son consumidores de sustancias; situaciones que lo llevaron a habitar la calle durante 2 años. Ha intentado suicidarse en varias ocasiones. En la actualidad no tiene ningún contacto con su familia; le gusta el cine y se encuentra haciendo un curso de producción musical en una de las Unidades de Protección Integral del IDIPRON.

Entrevistado 2

Joven de 27 años, quien proviene de una familia de padres separados y de escasos recursos; en su infancia vivió en uno de los barrios más peligrosos de la ciudad de Bogotá. Su madre lo dejaba solo en una casa de inquilinato mientras trabajaba y solía recibir maltrato físico y verbal de su parte. Inició su consumo a los 9 años con inhalantes (pegante) en un parque con sus amigos, llegando a ser habitante de calle durante 7 años; tiene antecedentes penales por hurto y actualmente es consumidor de bazuco.

Entrevistado 3

Joven de 26 años, nacido en El Castillo, municipio de Meta. Por amenazas de grupos de autodefensa sus padres decidieron vivir en la ciudad de Bogotá. No tiene contacto con ningún miembro de su familia dado que su padre falleció, su madre desapareció y su hermano es habitante de calle. Inició su consumo de SPA con marihuana a los 10 años, conociendo luego las metanfetaminas, la cocaína y el bazuco -el cual aún consume (este último influenciado por su hermano mayor)-. Refiere que le pagaba a su madre para que guardara silencio frente al consumo dentro de la casa. Vivió en la calle durante 8 años hasta la intervención del Bronx llegando a la Unidad de Protección "Oasis" y luego a "La Rioja" del IDIPRON.

Entrevistado 4

Joven de 25 años, quien es el tercero de cuatro hermanos. No conoció a su padre y refiere que su madre lo dejaba solo de noche mientras ella se iba de fiesta. Conoció la droga a través de las barras bravas, iniciando con el consumo de alcohol y gradualmente la marihuana para pasar al bazuco. Lleva 8 meses internado en "La Rioja" del IDIPRON después de habitar la calle durante 3 años. Afirma tener una relación amigable con su progenitora.

Entrevistado 5

Joven de 27 años. Refiere haber iniciado su consumo en una fiesta, tentado por la curiosidad de surtir los efectos del bazuco; su condición de calle se debió al hurto de los artículos domésticos y personales de la familia, por lo cual fue expulsado de su casa por 2 años. Ha tenido un proceso intermitente, dado que se evade y vuelve constantemente; lleva 1 año sobrio y actualmente se encuentra en un convenio con una de las Instituciones Distritales a través de IDIPRON. Está terminando una carrera técnica en el SENA. Afirma tener una buena relación con su hermana y con su progenitora; además manifiesta que se siente culpable del consumo de SPA de sus dos hermanos menores porque cree que ellos tomaron su mal ejemplo, ya que la figura paterna siempre estuvo ausente en esta familia y él era lo más cercano a este rol.

Al revisar la entrevista realizada a 5 jóvenes de la Unidad de la Rioja de IDIPRON en Bogotá, con edades entre 25 y 27 años consumidores de SPA, se encontró que se presentaron respuestas recurrentes entre ellos, que al final conflúan en unos sentidos nuevos, es decir, unos sentidos emergentes que posiblemente describen la causalidad del consumo de SPA y el nivel de este en ellos.

El primer sentido emergente identificado fue la negligencia en la supervisión, el cual se infirió del relato de los jóvenes; y convergen en la categoría emergente estilos de crianza (permissiva, autoritaria, negligente y democrática) para entender la historia de aprendizaje en cada caso:

Entrevista 1. "Me daban unas pelas madre" (Estilo de crianza autoritaria).

Entrevista 2. "Mi mamá pagaba un sitio que cuidaban como niños (...) yo mantenía solo en la casa, llegaba de estudiar y mantenía solo y me iba a jugar fútbol al parque" (Estilo de crianza negligente).

Entrevista 3. "Mi mamá ya de grande no nos decía nada porque nosotros manteníamos la casa y dábamos plata" (Estilo de crianza permissiva).

Entrevista 4. "Descuido de mis padres, porque mi mamá se iba a enfiestar, yo me acuerdo que ella se iba a enfiestar y yo me iba con mis hermanas a enfiestar y mis tías y ya me empezó a gustar la calle y cogí el vicio, la calle, lo primero que me gustó fue millonarios" (Estilo de crianza negligente).

Entrevista 5. "Problemas de consumo. Cuando salía de estudiar me encontraba con mis amigos en el parque a fumar" (Estilo de crianza negligente).

El segundo sentido emergente identificado entre los jóvenes se refiere a un proyecto de vida deficiente, el cual no tiene ninguna ilusión o por el contrario tiene muchas ideas y anhelos, carente de metas claras según sus intereses y talentos. No tienen un plan de acción para cumplir lo que esperan; lo que se explica mejor desde una categoría emergente denominada estados de identidad (Papalia, Wendkos Olds y Duskin Feldman, 2012), que evidencia la relación entre crisis y compromiso en los jóvenes:

Entrevista 1. "Pues eso, digamos que el hecho de estar acá esperando por una oportunidad para trabajar. Estoy esperando que me salga la cédula, estoy haciendo un curso de producción musical (...) mis metas son no volver a probar la calle, yo no quiero esa vida para mí, no es lo mío, no es mi camino".

Entrevista 2. "Pues tener una familia, una mujer, pues si Dios me la quiere regalar, es que ya me han pasado muchas cosas y con esas cicatrices de la cara no creo que nadie se me arrime".

Entrevista 3. "Esa fue la pregunta que me hicieron hoy y ya les digo que respondí, me gusta la electrónica básica, quiero trabajar con IDIPRON, haciendo mantenimiento, arreglos y todo, terminando el bachillerato que solo me falta el 11, hacer el tecnólogo y terminar la carrera. Cuando yo me propongo algo lo logro, ya quiero salir de acá, ya me han dado muchas oportunidades acá en IDIPRON y yo sé que saliendo de acá tengo más".

Entrevista 4. "No crea profe, con el tiempo uno cambia".

Entrevista 5. "Me gustaría ser asesor bancario, buscar convenio, ahorrar, sacar los papeles, renovar el curso de vigilancia, sacar el duplicado de la libreta, quiero llevar una vida sana y entrar a la universidad".

El tercer sentido emergente encontrado evidencia vínculos afectivos débiles que relacionan la categoría de vínculos familiares y tipos de apego:

Entrevista 1. "Pues tenía contacto con ellos hasta hace unos días, pero hace poco me dijeron que no quieren saber más de mí, es que es una familia adoptiva, me adoptaron desde recién nacido y ahora ya de grande, ya pues me dijeron que cogiera mi camino".

Entrevista 2. "Con mi mamá no tengo buena relación, casi no me veo con ella, hace como un año no la veo".

Entrevista 3. "Mis papás nunca me decían nada".

Entrevista 4. "Pues yo me relacionaba más con mis primos, mis tíos, porque vivíamos en una casa grande familiar y pues yo estudiaba por la mañana. Me iba por la mañana llegaba por la tarde, si no almorzaba donde mi mamá, almorzaba donde mi abuela, o donde un tío".

Entrevista 5. "Me relaciono con una hermana que me visita de vez en cuando. Mis padres viven lejos, casi no hablamos".

El cuarto sentido emergente se refiere a los pares negativos, los cuales se explican desde la categoría emergente de los estados de desarrollo de Erikson (Bordignon, 2005), que en el caso de estos jóvenes están en una etapa de adultez inicial, con algunos asuntos pendientes de la etapa adolescente, y de allí la importancia de "pertenecer" a un grupo independiente si este es positivo o negativo:

Entrevista 1. "Yo conocí la marihuana como a los 12 años, en el barrio ese es un barrio de solo ratas, uno solo conocía mierda y ya, yo crecí en medio de todo eso, pero la que yo cogí fue la marihuana y después conocí el perico".

Entrevista 2. "Yo mantenía solo en la casa, llegaba de estudiar y mantenía solo y me iba a jugar fútbol al parque y así hasta que empecé a conseguir amigos malos y me empezaron a enviciar a la marihuana".

Entrevista 3. "Pues la infancia la vivimos allá arriba en el barrio, 'chimba' con los socios y pues habían unas máquinas, en ese tiempo habían unas máquinas que se llamaban 'donde don Vicente' y me acuerdo tanto que yo era fanático para jugar eso, y de momento llegaban los chinos, los grandes, fumando hierba y pues yo me quedaba mirándolos y el olor es muy delicioso, para que les voy a negar, es rico el olor, me fue gustando y de momento ellos botaron una pata, la pata es el restante de lo que uno se fuma, entonces yo la recogí y comencé a olerla y me pegue un "plom" y me acuerdo tanto que iqué risa tan hijue...!, todo mundo me hablaba y yo me reía, usted me hablaba y yo me seguí riendo, así 'totiado' de la risa, me dolía el estómago".

Entrevista 4. "Me empezó a gustar la calle y cogí el vicio de la calle, lo primero que me gustó fue millonarios o sea las barras".

Entrevista 5. "Cuando salía de estudiar me encontraba con mis amigos en el parque a fumar".

El quinto sentido emergente tiene que ver con el reconocimiento que cada joven tiene de su consumo de SPA. De este reconocimiento emerge la categoría de las etapas de cambio en las adicciones, del modelo transteórico del cambio de comportamiento (Prochaska y DiClemente, 1984), para entender en qué etapa se encuentra el joven:

Entrevista 1. "No, es que la marihuana no hace nada, así se fume 5 baretos al día, eso no le va a afectar en nada, el problema es cuando usted se gasta plata que no se tiene que gastar, va y farrea y no va a trabajar".

Entrevista 2. "No pues antes yo consumía cada vez que tenía plata y me ofrecían, antes yo consumía bazuco, marihuana, pepas. No pues ahorita solo consumo marihuana, pero suave".

Entrevista 3. "Controlo las ganas del bazuco con los tapazos², los famosos tapazos, lo hago en la noche por ahí escondidito".

Entrevista 4. "Sí, claro profe, cuando yo me propongo algo lo logro, ya quiero salir de acá, ya me han dado muchas oportunidades acá en IDIPRON y yo sé que saliendo de acá tengo más".

Entrevista 5. "Si tengo plata, solo pienso en consumir; si salgo a tomar una cerveza, también me dan ganas de consumir".

Discusión

Cuando se habla acerca de factores protectores y de riesgo frente al consumo de sustancias psicoactivas, es necesario recordar cuáles son los niveles de prevención que existen en torno a ellas desde una conceptualización clásica, para disminuir su consumo o retrasar el inicio del mismo en los jóvenes. I) Prevención primaria, la cual tiene como objetivo la población en general y se basa en la promoción y protección de la salud antes de que aparezca el problema. II) Prevención secundaria, va dirigida a una población de consumo ocasional; busca identificar el nivel de adicción y un posible tratamiento. III) Prevención terciaria, la cual se refiere a la rehabilitación y va dirigida a aquellas personas que han desarrollado dependencia a las drogas. A este nivel se busca evitar las recaídas (Becoña, 1999, como se citó en Becoña Iglesias, 2007).

Ahora bien, desde una mirada más actual, se habla de tipos de prevención universal, selectiva e indicada, dirigiéndose la primera a todos los jóvenes sin distinción y la cual busca realizar diferentes estrategias que fortalezcan la interacción de los jóvenes mediante la comunicación y formación en valores; la segunda va dirigida a un grupo de jóvenes con mayor riesgo al consumo que el común de la población; la tercera se direcciona a un subgrupo específico en una comunidad, el cual ya es consumidor, razón que los ubica en alto riesgo (Becoña Iglesias, 2002).

Al definir los niveles de prevención, ya sea en una comunidad, en un grupo o en un joven, se hace necesario la identificación de los factores protectores entendidos como "un atributo o característica individual, condición situacional y/o contexto ambiental que inhibe, reduce o atenúa la probabilidad del uso y/o abuso de drogas o la transición en el nivel de implicación con las mismas" (Clayton, 1992, p. 16); y de los factores de riesgo entendidos como "un atributo y/o característica individual, condición situacional y/o contexto ambiental que incrementa la probabilidad del uso y/o abuso de drogas (inicio) o una transición en el nivel de implicación con las mismas (mantenimiento)" (Clayton, 1992, p. 15). La razón es que tales factores son los que le dan la pertinencia a un programa de prevención para que este sea efectivo en una comunidad.

Millman & Botvin (1992) exponen que el comienzo del consumo de sustancias psicoactivas se presenta en la adolescencia temprana, de forma ocasional y de una sola sustancia, de tal forma que se hace totalmente valioso conocer los factores de riesgo de cada joven, para la construcción de un adecuado programa de prevención, que tenga en cuenta también la etapa evolutiva del joven, su entorno familiar y su realidad social (Becoña Iglesias, 2002).

² Tapazos: Forma en que se consume bazuco por medio de tapas de metal.

En el caso de los jóvenes del IDIPRON, por las condiciones socio económicas y culturales, resulta ser una población que puede considerarse muy vulnerable, a lo que se le suma la difícil permanencia en el sistema educativo y el complejo acceso a niveles técnicos y profesionales; otro punto a tener presente son las limitadas oportunidades laborales, lo que conlleva a que esta población termine relacionada con actividades ilícitas como fuente de sustento y, a su vez, siendo consumidores de SPA como escape a su realidad o como una forma errada de enfrentar sus problemas.

Es así, como se plantea retomar elementos del modelo de investigación en la acción, denominado Epistemología de la Complejidad Ética y Comunitaria (ECO2)² y una de sus derivaciones, el Tratamiento Basado en la Comunidad (CBT, por sus siglas en inglés), que viene siendo lo que enmarca teórica y técnicamente la propuesta del Modelo de Inclusión Social para Personas Consumidoras de SPA, que fue desarrollado en el 2007 como parte integral de la Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas y su Impacto (Ministerio de la Protección Social, 2007). El CBT es una propuesta de trabajo con comunidades locales para la inclusión social, desarrollada en América Latina por redes de organizaciones de la sociedad civil e instituciones gubernamentales de la región, que tuvo en cuenta más de veinte años de experimentación y producción de evidencia (Ministerio de Salud y Protección Social [MSPS], 2012). El CBT es:

Un conjunto de acciones, instrumentos y prácticas organizadas en un proceso, cuyo objetivo es promover la mejoría de las condiciones de vida tanto de las personas que abusan de las drogas y viven en una situación de exclusión grave, como de las comunidades locales a las cuales los consumidores de drogas pertenecen (Milanese, 2012, p. 383).

El CBT identifica como exclusión grave los siguientes puntos: a) contextos de extrema pobreza, b) bajos o inexistentes niveles de alfabetización, escolarización y en general de educación formal, c) carencia de trabajo digno o formalizado, d) formas precarias de sostenimiento como trabajo informal y participación en actividades ilícitas, e) violencias (física, psicológica, intrafamiliar, delincuencia o política), f) habitancia en calle, g) explotación sexual y comercial, i) desplazamiento y migraciones forzadas, j) imposibilidad de acceder a servicios sociales básicos (MSPS, 2012).

Consideraciones finales

Es evidente que la identificación de las categorías de análisis en las entrevistas de los cinco jóvenes facilita la construcción de un programa de prevención ajustado a esta población vulnerable, teniendo en cuenta aspectos como búsqueda de identidad, aceptación con los pares, vínculos familiares y el estilo de crianza; que se base también en los factores de riesgo y de protección de estos jóvenes con la finalidad que lo que se proponga sea ajustado a su contexto familiar y social. Es así como se propone un trabajo de dispositivo comunitario en las Unidades de Protección Integral (UPI) como comunidades locales, es decir, como grupos de personas asociados a un territorio, que identifican oportunidades y llevan a cabo acciones para atender sus problemas, necesidades e intereses desde la participación de diversos actores, apuntando a la construcción de procesos de inclusión social (MSPS, 2007). Por lo tanto, la participación de todos los actores involucrados y principalmente de los jóvenes es fundamental para identificar y gestionar su vulnerabilidad, haciéndolos protagonistas y partícipes para transformar su realidad. Aunque el CBT esté

centrado en el problema de las consecuencias dañinas del consumo de drogas, su implementación puede generar respuestas a otras situaciones problemáticas de los jóvenes, en la medida en que sean atendidas las causas que las producen.

De esta manera, se trata de realizar un proceso de prevención y organización por medio de tejido social, que articule recursos comunitarios que permitan la modificación de aspectos físicos que producen exclusión social. Por otra parte, se pretende implementar una estrategia de investigación-acción, con la participación de la juventud, para transformar y resignificar las representaciones sociales de la celebración de fechas especiales y/o eventos sociales alrededor de la droga e, incluso, del mismo consumidor de SPA. Será de vital importancia el trabajo multidisciplinario, pues de esta forma los equipos de educadores podrán apropiarse de esta iniciativa y entenderán las razones que han llevado a los jóvenes a habitar la calle peligrosamente y, de este modo, construir juntos sus posibles salidas (Pesca, 2016).

Conflicto de intereses

Las autoras declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Becoña Iglesias, E. (2002). *Bases científicas de la prevención de las drogodependencias*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Becoña Iglesias, E. (2007). Bases psicológicas de la prevención del consumo de drogas. *Papeles del Psicólogo*, 28(1), 11-20. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/778/77828103.pdf>
- Bordignon, N. A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2(2), 50-63. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/695/69520210.pdf>
- Clayton, R. R. (1992). Transitions in drug use: Risk and protective factors. In M. Glantz & R. Pickens (Eds.), *Vulnerability to drug abuse* (pp. 15-51). Washington, C.D: American Psychological Association. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/10107-001>
- Milanese, E. (2012). *Tratamento comunitário: manual de trabalho I*. São Paulo: Secretaria Nacional de Políticas de Drogas, Instituto Empodera.

- Millman, R. B., & Botvin, G. J. (1992). Substance use, abuse, and dependence. In M. Levine, N.B. Carey, A. C. Crocker y R. T. Gross (Eds.), *Developmental–Behavioral Pediatric* (pp. 451-467) (2ª. ed.). Nueva Cork: Saunders.
- Ministerio de la Protección Social, MSPS. (2007). *Política nacional para la reducción de consumo de sustancias psicoactivas y su impacto*. Bogotá: Ministerio de la Protección Social.
- Ministerio de Salud y Protección social, MSPS. (2012). *Caja de herramientas, tratamiento basado en la comunidad*. Bogotá: Peñafiel.
- Papalia, D., Wendkos Olds, S., y Duskin Feldman, R. (2012). *Desarrollo Humano*. México: Mc Graw Hill.
- Pesca, A. (2016). IDIPRON: Una experiencia pedagógica de la calle. Recuperado de <http://www.idep.edu.co/sites/default/files/libros/Una%20experiencia%20de%20convivencia%20social.pdf>
- Prochaska, J., & DiClemente, C. (1984). *The transtheoretical approach*. New York: Dow Jones.
- Valles, M. (2002). *Cuadernos metodológicos. Entrevistas cualitativas*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Forma de citar este artículo en APA:
Escobar Álvarez, K., y Álvarez Zapata, D. (enero-diciembre, 2018). Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 54-65

Recibido: 23 de febrero de 2018
Aceptado: 30 de mayo de 2018
Publicado: 03 de diciembre de 2018

Tecnologías inmersivas como estrategia de comunicación

Immersive technologies as a communication strategy

Kelly Escobar Álvarez*
Daniel Álvarez Zapata**

* Estudiante de décimo semestre de Publicidad, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: kelly.escobaral@gmail.com

** Estudiante de décimo semestre de Publicidad, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín, Colombia. Correo electrónico: danielalvarezal@gmail.com
Edwin Andrés Sepúlveda Cardona. Docente asesor-investigador, Magíster en educación virtual, Universidad Católica Luis Amigó.

Resumen

En este artículo se desarrolla el concepto de eficacia de estrategias de comunicación mediadas por la implementación de tecnologías inmersivas en campañas educativas. Al entrar en una era de convergencia mediática nacen medios de los cuales se puede valer la publicidad para llegar a los nuevos consumidores que, con esta ola tecnológica, van surgiendo. Partiendo del análisis del caso particular de la estrategia implementada por la A.I.G en Panamá, que tuvo como objetivo lograr una migración exitosa a su nuevo Sistema Penal Acusatorio mediante una plataforma de aprendizaje digital, presentaremos los resultados de la investigación y cómo el uso de tecnología inmersiva hace más eficaz y versátil la transmisión de esta información al público.

Palabras clave: Comunicación; Tecnología inmersiva; Efectividad; Interacción.

Abstract

This paper develops the efficiency concept in communication strategies using immersive technologies in education campaigns. Entering a new era of media convergence brings about new ways to reach new consumers. This paper is based on the analysis of a specific case in the strategy implemented by A.I.G in Panama, in order to make way of a successful transition to their new penal system by using a digital learning platform. There is a presentation of the study results on how the use of immersive technology makes information more efficient and versatile for the public.

Keywords: Communication, immersive technology, effectiveness, interaction.

Introducción

Dentro del ámbito de la publicidad está creciendo un fenómeno que afecta a la mayoría de estrategias que se desarrollan y es la falta de efectividad; las ideas no logran impactar al público, el medio lo expone a una cantidad incalculable de información de la cual el consumidor no sabe qué le sirve y qué no; se apunta a que el mundo sufre una intoxicación masiva. Empieza a surgir un consumidor más exigente, activo e informado que se considera nativo digital (Prensky, 2010), con características como el conocimiento de estos nuevos lenguajes digitales, el manejo natural de las nuevas tecnologías con mínimas instrucciones, procesan la información de manera más ágil, lo que les obliga a buscar una forma más eficaz de recibir el contenido (Toffler, 1980); resurge la figura del prosumidor, que ya no solo consume, sino que también produce contenido.

Este nuevo tipo de consumidor lleva a los medios a una convergencia en la que también estos pasan a ser interactivos, se empiezan a crear nuevos canales que permitan llevar la información de manera más efectiva al internauta y supone un reto para la industria; en este sentido, se crea la necesidad de medios más interactivos como estrategia para llamar la atención de este público, que sean versátiles, con la capacidad de crear toda una nueva experiencia digital, centrándonos en la inmersión como el punto cardinal. Domínguez-Martín (2015) nos dice que la inmersión se fundamenta en dos pilares: i) interfaz gráfica, la cual ofrece la sensación de presencia en el lugar de los hechos, “el estar allí”; y ii) la acción con el contenido, la cual da una facultad a la experiencia de sustitución y actuación en el relato. Descubrimos el potencial de las tecnologías inmersivas como medio de comunicación; con canales como la realidad virtual, la realidad aumentada o mixta, podemos crear estrategias que atraigan este nuevo público, le generen interés real por los productos o servicios y quiera hacer parte de esta experiencia.

Por otro lado, en un estudio publicado en Madrid por la revista científica de comunicación y tecnologías Icono 14, escrito por Piñero y Ruiz de Maya (2009), acerca de la educación inmersiva implementada en la enseñanza del derecho, podemos destacar que este tipo de estrategias aplicadas a la educación facilitan y motivan una colaboración en línea, haciendo más práctica la transmisión de información, el cual requiere de un aprendizaje práctico y empírico para lograr mejores resultados, lo que llevó a pensar a los creadores de estas estrategias, utilizar la simulación como herramienta de aprendizaje.

Finalmente, se busca demostrar mediante la investigación los niveles de efectividad de la implementación de estrategias inmersivas para la campaña educativa realizada por Satis LATAM para A.I.G.

Nuevos formatos en la publicidad

Convergencia mediática

Los medios de comunicación se han ido quedando pequeños para la demanda de información que existe actualmente, además, el público se ha vuelto más exigente en cuanto al contenido y ha evolucionado; este se preocupa más por encontrar la experiencia de entretenimiento ideal y los canales de difusión actuales no

cubren dicha necesidad. De este paradigma surge una convergencia mediática; es decir, en la necesidad de evolución interviene la confluencia de un medio antiguo con uno nuevo, surgiendo así un canal diferente que le brinda al usuario dicha experiencia; Jenkins (2008) la define como “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (p. 14). Aquí el autor pretende explicar este fenómeno como un flujo constante de contenido, el cual necesita nuevos entornos que permitan una exploración completa y por el que los usuarios están dispuestos a vivir nuevas experiencias; estos permiten una conectividad integral, más global, una mejor interacción con la información.

Dicha convergencia da luz a una interactividad en la que el receptor tiene total control sobre el flujo de información mediante una buena estructuración de la misma que depende de las marcas, dando como resultado una persuasión publicitaria. Surge entonces un nuevo mundo y nuevas formas de llegar ante un público, pero también hay pocos datos sobre la efectividad de dicha comunicación. Piñero y Ruiz de Maya (2009) sostienen: “la interactividad es el principal distintivo de los nuevos medios y, sin embargo, destaca la escasa investigación sobre los procesos y respuestas del consumidor ante la publicidad interactiva” (p. 92).

Entornos digitales

La idea de que el entorno es “lo que nos rodea” se vuelve obsoleta, debido a la ruptura de las barreras físicas que nos proporciona la red, un mundo multimedia que nos abre nuevas puertas. Se entiende como entorno digital cualquier ambiente creado dentro de un ordenador donde la información deja de ser física y se vuelve virtual; en contenidos digitales podemos encontrar películas, videojuegos, contenido web, aplicaciones móviles, entre otros.

Hoy se encuentran a disposición de los usuarios una gran cantidad de aplicaciones en Internet que le permiten, con muy poca formación tecnológica y sin coste económico alguno, ser un trabajador de la información, creador y generador de contenidos en distintos formatos (Ortega Santamaría y Gacitúa Araneda, 2008, p. 18).

Lo que nos da a entender que dentro de estos entornos se da la creación de contenido, del cual las marcas se valen para obtener información de su público y así desarrollar estrategias publicitarias.

En el hábitat digital, los usuarios participan activamente, ellos pueden comentar, enlazar, leer, compartir, opinar, valorar y muchas otras acciones que le hacen sentir el entorno como suyo; se desarrolla un sentido de pertenencia que crea vínculos emocionales, no sólo con la web, sino con otras personas que en ella participan. Ortega Santamaría y Gacitúa Araneda (2008) afirman que estos ambientes “facilitan el aprendizaje colectivo enriquecido por las aportaciones personales o individuales” (p. 20), así los entornos digitales se vuelven una herramienta para la comunicación interactiva, dándole fuerza al mensaje.

Con estos nuevos entornos digitales surge la necesidad de una alfabetización medial, tanto del usuario como de las marcas, debido a la cantidad de contenidos que ambos crean. Weiss (2013) nos da a entender la alfabetización mediática como “el empleo de las habilidades de alfabetización a los mensajes de los medios de comunicación y la tecnología” (párr. 2). Esta revolución digital nos obliga a tener un uso responsable de los contenidos que encontramos en la web, además de los contenidos que los mismos usuarios crean y divulgan.

Tecnologías inmersivas

Al hablar de una convergencia mediática, debemos también hacer referencia a una tecnología que ha dado paso a nuevos canales de difusión más útiles y razonables, dado que el proceso de la comunicación humana se hace cada vez más grande, partiendo de la idea de que cada día hay diversas maneras de crear contenido y cada segundo salen a la luz, con la necesidad de un medio más versátil con la capacidad de crear toda una nueva experiencia digital, marcando un antes y un después en la forma de comunicarnos. Este estudio se centra en uno de los muchos canales nuevos de los que se dispone para transmitir el mensaje.

Domínguez-Martín (2015) sustenta que la inmersión se fundamenta en dos pilares; uno que es la interfaz gráfica, la cual ofrece la sensación de presencia en el lugar de los hechos, “el estar allí”; y la segunda es la acción con el contenido, la cual da una facultad a la experiencia de sustitución y actuación en el relato. Junto con los avances tecnológicos surge entonces el concepto de tecnologías inmersivas; García (2018) nos ayuda a entender este concepto como:

La aplicación de la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) en prácticas industriales, educativas, de diseño, marketing y otras. Se trata de que la persona que entre en contacto con esta tecnología se sienta inmersa en este tipo de realidades para lograr objetivos determinados (párr. 2).

Entonces debemos empezar a profundizar en las diferentes realidades en las que el usuario puede sumergirse e interactuar con la información y, adicionalmente, con otros usuarios. El primer canal lo llamamos realidad virtual, Pérez Martínez (2011) la entiende como “una experiencia sintética mediante la cual se pretende que el usuario sustituya la realidad física por un entorno ficticio generado por ordenador” (p. 5); mediante este medio se busca la inmersión interactiva logrando que el espectador tenga un papel activo dentro del entorno que se creó.

El segundo canal es denominado realidad aumentada; Azuma (1997) nos ayuda a comprender este término como “un conjunto de tecnologías que combinan imágenes reales y virtuales, de forma interactiva y en tiempo real, de manera que permite añadir la información virtual a la información física que el usuario percibe del mundo real” (p. 26). En esta instancia, el usuario puede combinar su entorno real con el imaginario, logrando una mayor compenetración con la información; provee de herramientas al consumidor que le permiten aprender haciendo.

El tercer canal es denominado realidad mixta, un paso más allá para el sujeto donde, según Kunkel y Soechtig (2017): “los mundos virtual y real se unen para crear nuevos entornos en los cuales objetos tanto digitales como físicos – y sus datos – pueden coexistir e interactuar unos con otros” (p. 49); mediante este canal las experiencias se vuelven más intuitivas y empoderadas, con lo que el usuario se vuelve uno con su entorno.

El uso de simuladores para dar el poder de decisión a los usuarios nos conduce a una comunicación multisensorial, en la que prima la experiencia sobre el mismo contenido, creando espacios más complejos y versátiles para el usuario; con este nuevo medio se le da al público una experiencia inmersiva, en la que interactúa tan directamente que le permite modificarla, e incluso mejorarla, generando una realimentación. En este punto, la tecnología nos supera, nos brinda alternativas con las que lo que difundimos se vuelve parte de nuestra vida cotidiana y entonces entramos a un mundo digital con capacidad de albergar toda esta información, dejándonos explorar.

Este tipo de plataformas multimedia no se han aprovechado dentro del ámbito publicitario, no se encuentran suficientemente desarrolladas como para dar ese salto de evolución digital. Pero aun así, nos brindan posibilidades que nos llevan a implementar nuevas estrategias que, tal vez, puedan tener una mayor efectividad, lo cual es el objeto de esta investigación.

Narrativas transmedia

Imaginemos un museo de la narrativa, organizado como si fuera una narrativa. La primera sala estaría dedicada a las formas de expresión oral... la segunda sala debería estar dedicada a las formas narrativas gráficas, desde las más ancestrales (Altamira) hasta las más contemporáneas (Graphic Novels), una sala, sin duda la más grande de nuestro museo, se ocuparía de la narrativa escrita (Scolari, 2014, p. 71).

En esta descripción, el autor nos explica la narrativa como una línea de sucesos que va en evolución, donde empezamos por lo más primitivo y vamos hasta lo más actual; la narrativa transmedia se debe entender de una forma similar, ya que el mensaje se transmite a través de diferentes medios, desde el más antiguo hasta uno más moderno, como cuando empezamos a leer un cómic y años más tarde sale la película en conjunto con una serie de televisión, vemos el mismo contenido que ya conocemos, pero contado de formas diferentes, pasando por un canal como la imaginación hasta poder explorar este desde el imaginario de otras personas. El concepto de narrativa transmedia es desarrollado por el investigador estadounidense Henry Jenkins en el año 2003.

Otra característica que nos ofrece la transmedia es la interactividad que desarrolla con el usuario, ampliando esta narrativa a través de múltiples piezas textuales, en sus redes sociales crean reseñas, opiniones e incluso nuevas historias que nacen de la interacción con ese contenido.

Usuario digital

Con el aumento de la tecnología y su implementación en las estrategias de comunicación de muchas marcas, surge un nuevo tipo de consumidor, una figura más activa con su entorno, que busca estar constantemente informado y tiene claro qué espera del mundo que lo rodea, está detrás de nuevas experiencias al consumir un producto o servicio, se vuelve exigente con el contenido que recibe y no se conforma con el mínimo esfuerzo de las marcas; además, tiene una forma de comunicarse no lineal, lo que obliga al mercado a buscar nuevos formatos para llegar a él. Relaño (2011) menciona que este consumidor cuenta con innumerables puntos de contacto, que tienen una enorme capacidad de influencia, debido a su actividad constante en la red.

Una de las características de este internauta es el factor inmediatez, está atento a aquella información que se encuentra en tiempo real y que le permite un consumo ágil y fácil, también se vuelve un consumidor adaptable, versátil, a medida que se informa y experimenta nuevos canales, se adapta fácilmente a estos haciendo una apropiación de la información allí presentada. Se convierte en un usuario activo de la web 3.0, que como lo menciona Domínguez-Martín (2015): “potencia espacios virtuales para la interacción social, la participación abierta y gratuita basada en aplicaciones telemáticas intuitivas y fáciles de manejar” (p. 107), lo que hace de esta web el canal idóneo para estos internautas analíticos y escépticos que están en búsqueda de contenido para transmitir al mundo, generando un diálogo en la red.

El comportamiento del usuario depende de diferentes estímulos que logren impactar y atraer su atención. Desarrolla una personalidad dinámica que lo hace aún más atractivo para las marcas, suponiendo un reto dentro de las estrategias de comunicación que logran que surjan nuevas formas de llegar a este público.

Una característica primordial en este consumidor es que son nativos digitales, (Prensky, 2010), “puesto que todos han nacido y se han formado utilizando la particular -lengua digital- de juegos por ordenador, vídeo e Internet” (p. 5), derivando un procesamiento de datos diferente a los inmigrantes digitales que apenas se empiezan a familiarizar con este tipo de lenguajes.

Por ende, este tipo de consumidor no se puede abordar desde una estrategia tradicional; obliga a los creativos a pensar de formas alternas, frescas e interactivas que atraigan su atención y lo hagan desear ser parte de la marca, hablar de ella, promoverla y consumirla.

Metodología

El objeto de esta investigación es determinar la efectividad de una comunicación interactiva usando tecnologías inmersivas, de tal modo que se brinde otra perspectiva de los procesos comunicativos dentro de la publicidad considerando nuevos medios, con los que se da un paso de confianza hacia su público que se busca, más que persuadir, involucrar de forma directa a los consumidores con las marcas.

Para lograr la consecución de los objetivos de la investigación, desarrollamos un método de recolección de información, identificando las etapas del proceso de ejecución de las estrategias de comunicación mediante las tecnologías inmersivas. En primera instancia se realizaron entrevistas con expertos en el tema, con el objetivo de fundar los resultados con opiniones objetivas, determinando cuáles son los factores de efectividad en los procesos de comunicación. En segunda instancia se realizó un grupo focal con una muestra de estudiantes de publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana, en la ciudad de Medellín, con el propósito de obtener opiniones desde un punto de vista enfocado en la publicidad, sin dejar de lado las opiniones subjetivas de los participantes. Terminando con la aplicación de un cuestionario que permitió obtener información cuantitativa que organiza los hallazgos de la investigación.

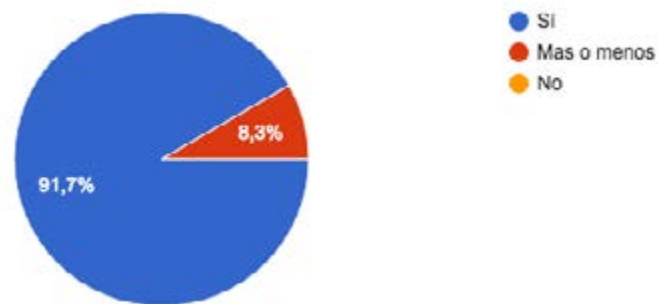
Resultados

En la investigación se les consultó a los participantes que tipo de emociones surgieron mientras se encontraban inmersos en la experiencia en realidad virtual. En la figura 1 se observa que entretenimiento fue la emoción que más experimentaron los participantes, mientras que cansancio y aburrimiento no obtuvieron ningún resultado.



A continuación, se refieren los resultados de la entrevista, la figura 2 describe los resultados que se obtuvieron al indagar a los participantes sobre la claridad del contenido y la información suministrada por el simulador; se aprecia que el 91,7% da una afirmación positiva.

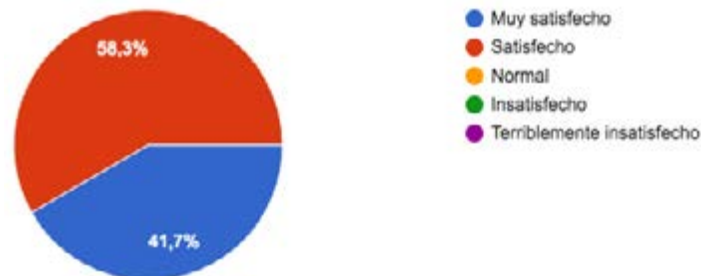
Figura 2. Contenido del simulador: claro y comprensible



Fuente: elaboración propia

Los estudiantes manifestaron su nivel de satisfacción con la realidad virtual; la figura 3 da cuenta de los siguientes resultados: el 58,3% de los participantes se encuentran satisfechos, mientras que el 41,7% se encuentra muy satisfecho.

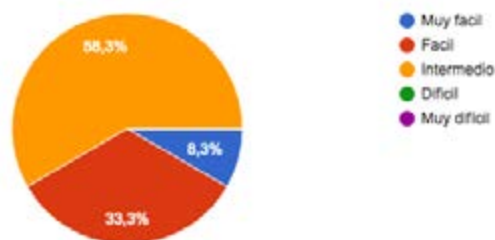
Figura 3. Satisfacción con el rendimiento del simulador.



Fuente: elaboración propia

En la figura 4 se aprecian los resultados en cuanto a la dificultad que tuvieron los estudiantes con las herramientas; el 58,3% se siente en un nivel intermedio, mientras que a 33,3% les resultó fácil. Podemos concluir que esta es una muestra de que los nativos digitales no necesitan de una gran instrucción para poder manejar y comprender nuevas tecnologías.

Figura 4. Nivel de dificultad del simulador



Fuente: elaboración propia

Después de analizar las entrevistas realizadas a los expertos, sobre la efectividad de las estrategias de comunicación mediante tecnología inmersiva, podemos puntualizar los siguientes hallazgos:

- Se resalta la importancia de los estímulos a los sentidos durante el proceso de inmersión del usuario y cómo la convergencia de medios le permite entrar en un universo de ficción. Por otro lado, descubrimos que el usuario al entrar adapta este universo a su voluntad, asimismo, la marca crea una ambientación que genera un vínculo para llegar al objetivo de la estrategia.
- Dentro de la efectividad publicitaria, una estrategia de comunicación exitosa debe tener en cuenta aspectos como el auditivo, para generar una interacción que deje una huella en el usuario, de manera que la experiencia sea de gran impacto sin opacar el producto en sí, logrando cumplir los objetivos propuestos.
- La narrativa aporta un nivel de contracción al usuario con el que las marcas pueden experimentar en pro de mejorar y disminuir los riesgos, además de darle una descripción del universo en el que se encuentra.
- Los medios inmersivos deben utilizar diferentes canales al mismo tiempo, ser interactivos, medibles, tener un buen alcance de usuarios y, adicionalmente, se debe tener en cuenta su usabilidad. Como medio, debe ser diferente.
- En los medios inmersivos es donde habitan los usuarios y donde se sienten con libertad, allí es donde la marca debe estar, para que así el usuario la conozca a profundidad. Las empresas tienen la oportunidad de crear campañas con mayor valor y generar empatía.
- El uso de las estrategias inmersivas en el ámbito publicitario, desde la perspectiva de estrategia, permite conocer a profundidad los productos, romper estas primeras barreras con el usuario y es el momento en el que más esfuerzo e inversión económica se hace. Por otra parte, este tipo de estrategias son más versátiles, su éxito depende de la creatividad.

En la segunda fase de la investigación se analizaron las opiniones recibidas de los participantes del grupo focal, de las cuales podemos puntualizar estos hallazgos:

- El simulador es interactivo, la transferencia de información se realiza de forma didáctica, lo que provocó emociones como expectativa, entretenimiento, entusiasmo, concentración, entre otras, que permitieron entender fácilmente el mensaje.
- Hacen énfasis en la transferencia de datos y cómo esta resulta más práctica y eficaz a través de medios inmersivos como el presentado en la actividad.
- Poder acceder al simulador desde múltiples plataformas resulta más práctico para captar un mayor público.

- Se resaltó lo práctico de un entrenamiento simulado, el cual permite al usuario vivir una experiencia voluntaria con una mayor disposición en comparación con entrenamientos convencionales; el elemento de poder tomar las decisiones dentro de la historia virtual que se desarrolló, le permite al usuario una mayor concentración y disposición.
- Este tipo de estrategias puede representar un ahorro en costo para el Estado, los entes gubernamentales, las empresas y las marcas.
- Los participantes hicieron referencia a aspectos raciales y de género dentro de la historia, percibiendo una inclusión social dentro de la actividad.
- Se realizaron correcciones en aspectos técnicos como tamaños de fuentes, actitud de algunos personajes frente a la situación, que se deben solucionar en la fase final del prototipo.

Conclusiones

En conclusión, partiendo de la incógnita que nos planteamos al inicio de esta investigación sobre cómo las estrategias de comunicación mediante tecnología inmersiva pueden llegar a ser más efectivas, apuntando a encontrar una solución al fenómeno que afecta el campo de la publicidad, se obtuvieron resultados positivos que nos permitieron reafirmar la opinión de algunos expertos sobre este tipo de tecnologías, quienes expresan que la interactividad es el camino al corazón de los consumidores actuales, teniendo en cuenta que son personas digitales a las cuales, no podemos incluir en un lenguaje análogo.

Estudiamos variables que nos permitieran medir dicha efectividad. Empezamos con la inmersión, un concepto malinterpretado muchas veces por algunos estudiosos de la publicidad, no porque no lo entiendan, sino porque no lo saben aprovechar; al hablar con expertos este fue un tema relevante, dentro de los resultados tenemos que un 100% de la muestra indicó una conexión con la música y la narración fueron factores que contribuyeron a esta conexión, en definitiva, se sintieron entretenidos.

La siguiente variable a estudiar fue la efectividad al transmitir el mensaje y lograr cumplir el objetivo del ejercicio de investigación alcanzar que la ciudadanía comprenda de forma simple el nuevo Sistema Penal Acusatorio de Panamá. Al cuestionar a los participantes del grupo focal nos encontramos con que el 91,7% encuentra claro y comprensible la información allí suministrada, dándonos a entender que lograron una comprensión parcial del S.P.A, ya que solo interactuaron con la primera fase del simulador. Mostraron interés por continuar con la historia y conocer el resto de las fases. El 58,3% de los participantes indicó que se encontraban satisfechos frente a la construcción del simulador en términos de imagen gráfica, sonido, historia, personajes, contexto y toma de decisiones.

Una tercera variable a considerar fue la narrativa transmedia. El paso de lo analógico a lo digital a través de técnicas como esta, que le presentan al espectador una historia donde él puede tomar la decisión de qué camino seguir, mostró un alto nivel de aceptación de parte del grupo encuestado reflejado en que un 98% manifestó estar entretenido con la historia y a raíz de esto comprender mejor el contenido; estuvieron concentrados y curiosos de conocer más acerca del producto, al tener que tomar las decisiones se enfrenta a situaciones reales que los hacen tomar conciencia de lo que hacen y generar un vínculo con la marca.

Luego de estudiar las variables que nos ayudaron a medir la efectividad de estas estrategias, podemos concluir que son una herramienta de gran poder a la hora de transmitir información muy específica o de difícil comprensión. Al idear un mundo virtual donde el usuario juega con la información, logramos que este se concentre y se divierta, se relaje y esté en mejor disposición para recibir dicho contenido, mediante la simple idea de aprender haciendo. Encontramos referentes en el mercado que nos ayudaron a reafirmar nuestra hipótesis.

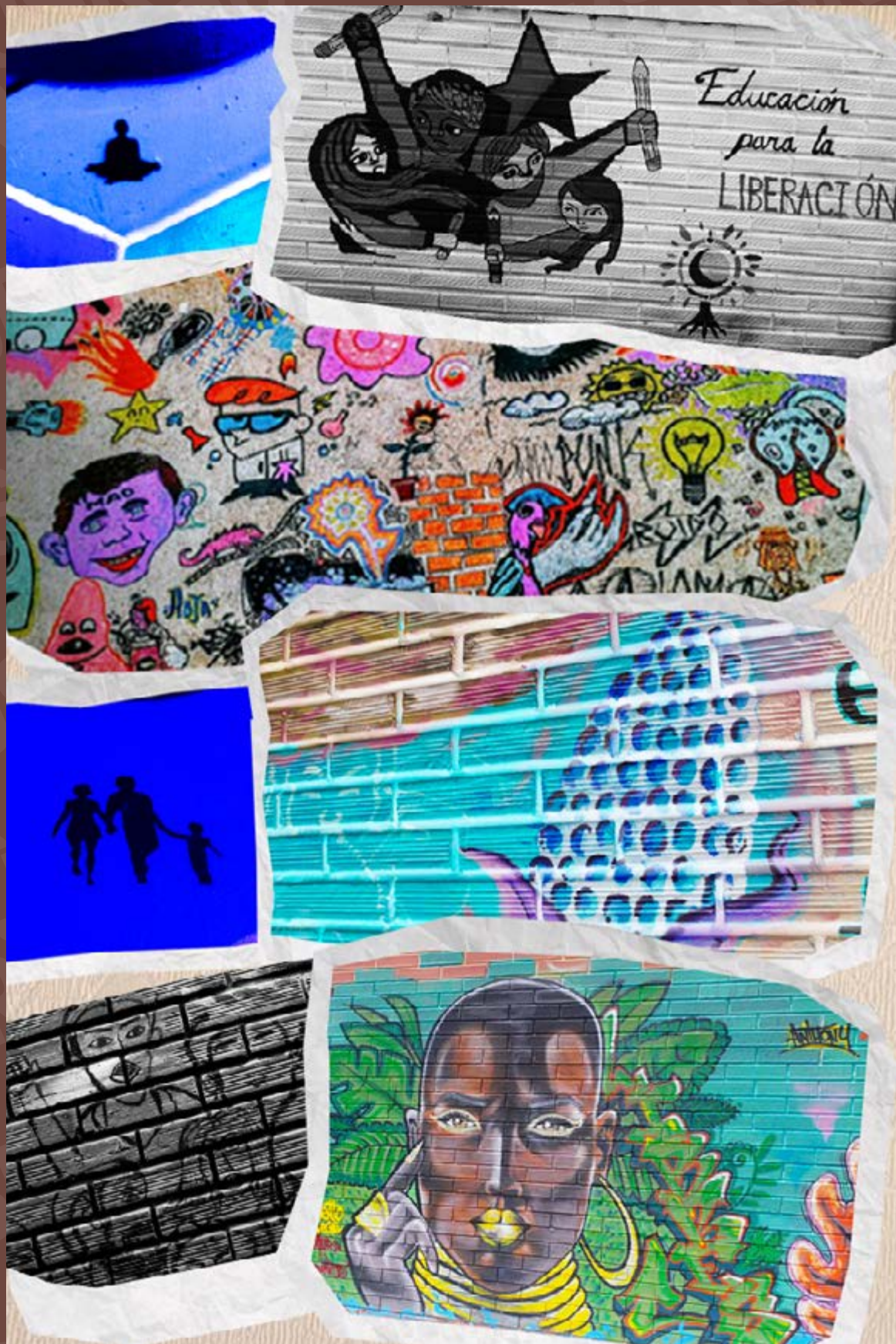
Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Azuma, R. (1997). A survey of augmented reality. *Presence*, 6(4), 355-385. DOI: 10.1162/pres.1997.6.4.355
- Domínguez-Martín, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El profesional de la información*, 24(4), 413-423. Recuperado de <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2015/jul/08.html>
- García, J. (12 de marzo de 2018). ¿Qué son las tecnologías inmersivas? [Mensaje de un blog]. *Telcel Soluciones*. Recuperado de <https://telcelsoluciones.com/que-son-las-tecnologias-inmersivas/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Kunkel, N., y Soechtig, S. (2007). *Tech Trends 2017. The kinetic enterprise [Realidad mixta. Las experiencias se vuelven más intuitivas, inmersivas, y empoderadoras]*. En S. A. Mantilla (Trad.). Colombia: Deloitte.
- Ortega Santamaría, S., y Gacitúa Araneda, J. C. (2008). Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5(2), 17-25. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/780/78011201007.pdf>

- Pérez Martínez, F. J. (2011). Presente y futuro de la tecnología de la realidad virtual. *Revista Creatividad y Sociedad*, 16, 1-39. Recuperado de <http://creatividadysociedad.com/articulos/16/4-Realidad%20Virtual.pdf>
- Piñero, M. C., y Ruiz de Maya, S. (2009). La interactividad y el flujo de la eficacia en la comunicación interactiva. *Revista española de investigación de marketing*, 13(2), 91-115. Recuperado de https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/100917_120350_E.pdf
- Prensky, M. (2010). *Nativos e inmigrantes digitales*. Distribuidora SEK, S.A. Recuperado de [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Relaño, A. (2011). Consumidores digitales, un nuevo interlocutor. *TNS España*, 21(116), 44-51.
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/D de Cultura Digital*, 71-81. Recuperado de https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf
- Toffler, A. (1980). El resurgimiento del prosumer. En *La tercera ola* (p. 176). Bogotá: Plaza & Janes.
- Weiss, J. (08 de diciembre de 2013). La alfabetización mediática en la era digital [Mensaje de un blog]. *Ijnet*. Recuperado de <https://ijnet.org/es/blog/la-alfabetizaci%C3%B3n-medi%C3%A1tica-en-la-era-digital>



Autores: Mariana Pineda Rianza, Manuela Ramírez Rodas, María Isabel Castro Barrientos, Luisa Fernanda Bolívar Ríos
Estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó

Forma de citar este artículo en APA:

Suárez Gómez, W. C. (enero-diciembre, 2018). El amor desde la perspectiva de Friedrich Nietzsche: el amor nos hace humanos, demasiado humanos. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 67-73

Recibido: 23 de marzo de 2018

Aceptado: 27 de julio de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

El amor desde la perspectiva de Friedrich Nietzsche: el amor nos hace humanos, demasiado humanos¹

Love from Friedrich Nietzsche's perspective: love makes us human, too human

William Camilo Suárez Gómez*

¹ El presente artículo es producto investigativo del semillero Insan del Programa de Filosofía, Facultad de Educación y Humanidades.

Docente: Ph. D. Fredy Fernández Márquez.

* Estudiante de la Licenciatura en Filosofía, adscrito al semillero Insan, Facultad de Educación y Humanidades, Universidad Católica Luis Amigó. Medellín-Colombia. Correo electrónico: william_csg@hotmail.com

Resumen

El presente artículo se deriva del semillero de investigación Insan adscrito a la Facultad de Educación y Humanidades, programa de Filosofía. Este ejercicio académico pretende abordar el concepto de amor y su desarrollo, tratando en principio las nociones de Eros y Agápē para posteriormente analizar el concepto en la obra del filósofo alemán Friedrich Nietzsche, dando a conocer su postura vitalista sobre algo tan humano que está más allá del bien y del mal.

Palabras clave: Amor; Vitalismo; Eros; Agápē.

Abstract

This paper is the result of the Insan student research group, which is part of the major in philosophy of the School of Education and Humanities. This academic study tries to analyze the concept of love and its development, at first dealing with concepts based on Eros and Agápē, then moving on the concept presented by the German philosopher Friedrich Nietzsche showing his vitalism position on something so human that goes beyond good and evil.

Keywords: Love, vitalism, Eros, Agápē.

Introducción

El amor es un concepto que se ha utilizado para conversar sobre un sentimiento hacia algo o alguien. Desde la antigüedad hasta nuestros días, el término ha tenido diversos cambios. Desde un amor entre amigos a un amor por uno mismo, el amor, siendo tal vez está la pasión más primordial del hombre como decía Santo Tomás, aún es un concepto complicado y que se encuentra en constante renovación. El filósofo alemán Nietzsche se ha referido al amor en sus diversos escritos y a continuación se hará un análisis de este concepto en sus obras, para ver cómo expone desde lo más fuerte del amor a lo más vitalista para demostrar que es aquello que nos hace humanos, demasiado humanos.

El amor nos hace humanos demasiado humanos

Al hablar de un tema como lo es el amor, y aún más, desde la perspectiva de un autor cuya vida amorosa no fue la más afortunada, se suele pensar siempre en el fracaso como la última instancia del amor, y esto podría no ser equívoco. Cuando Nietzsche habla en sus obras sobre el amor, ciertamente hay un vitalismo en su escritura; el amor como la única salvación del individuo, como aquel acto que, llegado a su punto más alto, es la exaltación del amor erótico entre dos personas. Pero para iniciar con este ensayo de manera correcta, es menester aclarar qué se entiende aquí por amor. Se puede encontrar en el amor una triple división desde la antigüedad.

La primera de estas, el eros como aquello divinizado; llamado el más antiguo de los dioses en el “Banquete”, ha marcado todo el pensamiento referido al ideal de pareja. Este Eros nos ha metido en tremendo lío. Se busca ese amor que cumpla con las características de un ideal, se diviniza ese amor y la sociedad, que debido a sus constantes cambios, lo ha llevado hasta el fracaso. Un amor más perteneciente al amor propio por lo que se busca. Su reflejo: el suicidio, la literatura, la poesía y la ebriedad.

El segundo de estos, la *filia* (del griego φιλος: filios), que se puede referir como un amor hacia lo humano (las artes en primera instancia) o como amistad. Un amor que no llega, tal vez, a instancias muy elevadas.

El tercero es el agápē (en griego ἀγάπη), referido a un amor hacia el otro, más que hacia uno mismo. Un amor incondicional, reflexivo, no egoísta. Olvidar este amor y poner en primer lugar al eros ha llevado consigo una pérdida en el principio mismo del accionar ético. El acto desinteresado en el amor.

Ahora sabiendo bien a que se refiere el amor, se debe tener en cuenta que el amor es una posesión, el objeto de deseo; aquello que queremos nuestro, lo queremos a toda costa (primer acto egoísta) y esto es pues lo que conlleva en sí el eros, un amor en el cual nosotros nos sintamos completos.

Lo que nos hace humanos pues, no es sino el anhelo de dicho objeto, pero a la vez el estar tan apartados de él por otros objetos de deseo. La posibilidad de sentir un deseo múltiple, alienta querer el objeto. El amor llega a una fragmentación.

Bauman (2006), en su libro "Amor líquido", habla de esta sensación de deseo con varias personas (u objetos, ya que en esto cabe reconocer que al momento de amar se objetiva al ser amado) y las implicaciones que eso tendría en la modernidad líquida, amante de las "relaciones de bolsillo" y que cambia constantemente, fluyendo como el agua en el río de Heráclito.

Pero bien, el punto aquí no será tan trabajado desde esta época posmoderna en la que se rompieron los esquemas tradicionales, haciendo una transición que ha marcado la ruta de una nueva era de consumismo y de interpretaciones que respondan a las nuevas problemáticas. El objetivo del presente artículo es poner de pie la idea dada por el filósofo alemán Friedrich Nietzsche y cómo se marcó en su pensamiento.

Ya en el año de 1878, Nietzsche entregaba su obra "Humano demasiado humano", una de las más importantes de su pensamiento. En ese entonces Nietzsche pensaba en el amor como un asunto de suma importancia. Este amor reflejaba una completa igualdad entre los amantes, sin ningún tipo de jerarquía entre ellos:

El amor desea, el temor evita. En esto consiste que no se pueda ser al mismo tiempo amado y respetado por una misma persona, por lo menos al mismo tiempo. Pues el que respeta reconoce el poder, es decir, teme; su estado es un temor respetuoso. Pero el amor no reconoce ningún poder, nada que separe, que distinga, que establezca superioridad e inferioridad de rango (Nietzsche, trad. en 1986, p. 321).

Esta distinción entre el amor y el respeto como primera consideración, pone en pie un amor sólido, regido por la mutua colaboración entre los amantes. Para el filósofo alemán era de suma importancia entender que, en el amor, aunque se sufra, se debe intentar. Este toque vitalista presente en toda su obra, hará que autores posteriores encuentren en la idea del amor una base importante para la vida del hombre.

¿Odiar y amar se parecen? En definitiva, esta pregunta enmarca parte del pensamiento de la humanidad desde hace muchos siglos. Los poetas distinguen el amor y el odio como pasiones y, sin embargo, saben que ambas miden lo mismo de profundo. Estas pasiones son, por ende, las más fuertes que puede sentir el hombre y por eso es importante resaltar que el amor también odia y que ambos sentimientos se pueden presentar juntos. Es tan ciego el que ama como el que odia, y esto lo tenía muy claro Nietzsche, por eso el amor tiene para él tanto de dulce, como de amargo: "Amargura hay en el cáliz incluso del mejor amor" (Nietzsche, 1994, p. 41). Y, aun así, el hombre busca ser amado, pretende encontrar el amor, sin importar cuan amargo sea. El amor es como una maldición, un romperse, una pérdida de la identidad, un fundirse con el otro; esto podría representar la caída del amor, pero Nietzsche se arriesgaría, al fin y al cabo, el amor es lo que nos hace humanos demasiado humanos.

¿Qué pasa entonces con el deseo y el amor? ¿Son distintos? ¿Uno lleva al otro? Estas preguntas son más comunes en nuestros tiempos. Autores como Bauman (2006), ya mencionado anteriormente, los separan por su intensidad, por la búsqueda que se hace a través de uno o del otro, por la durabilidad de estos sentimientos, entre otras cosas que entran a jugar un papel en el deseo o en el amor, como la mirada misma que se tiene hacia el otro, bien sea este un ser amado o un objeto de deseo. Como se dijo ya en este artículo, amar es poseer un objeto de deseo, por lo tanto, lo que se plantea aquí es que el deseo precede al amor. Primero se debe desear algo, se debe querer poseerlo, hacerse propio, antes de que surja el amor. Al respecto Nietzsche (trad. en 1986) dice:

La tempestad del deseo arrastra a veces al hombre a una altura en que todo deseo enmudece: es cuando ama verdaderamente y cuando vive en una existencia mejor y con una voluntad mejor. Y, por otra parte, una mujer buena desciende a veces hasta el deseo por amor verdadero, y llega hasta rebajarse ante ella misma. Este último caso, sobre todo, forma parte de las cosas más emocionales que la idea del matrimonio implica (p. 324).

En definitiva, se nota que, según el autor alemán, el deseo culmina en amor cuando esté llega a su punto más elevado. Pero aquí queda la pregunta, ¿El autor diferencia el amor en el hombre y en la mujer? ¿Da más importancia a uno que a otro?

No cabe duda de la misoginia de la época, y si bien no hay muchas alusiones respecto a un enfrentamiento directo del autor contra las mujeres, se puede inferir que hay diferencias entre la forma de amar del hombre y la de la mujer. Piénsese por ejemplo en la cita anterior. Según Nietzsche (trad. en 1986), el hombre desea antes de amar y, cuando este deseo alcanza su punto máximo, ama. La mujer, en cambio, ama desde el inicio y es el mismo amor quien la lleva a bajar hasta el deseo.

En su obra "Aurora" publicada en 1881, casi cuatro años después de "humano demasiado humano" mencionaba diferencias en el acto del amor entre el hombre y la mujer: "Hay mujeres que palidecen al pensar que su amante podría no ser digno de ellas; hay hombres que palidecen al pensar que podrían no ser dignos de la mujer a la que aman" (Nietzsche, 1994, p. 221). Ya se mencionó antes que en la época predominaba el dominio del hombre y no era de asombrarse que a este se le diera un papel más importante en todo. Hijo de su tiempo, al fin y al cabo. Para el filósofo alemán, los hombres eran seres más apacibles y encarnados con la idea de amar.

Ellos eran sensibles y buscaban a toda costa el amor de su amada, mientras que las mujeres podían con solo unas palabras destrozar todo aquello por lo que luchan. Posteriormente en el año de 1886, cuando publica "Más allá del bien y del mal", se reafirma esta idea cuando sostiene: "En la venganza, como en el amor, la mujer es más bárbara que el varón" (Nietzsche, 1886, p. 32). Lo que deja ver un dejo de odio hacia las mujeres. Odio que, sin embargo, no lograría que la gente rehúya del amor, uno de los fines del amor es que este sea vivido.

Pero, ¿qué tanto sabe de amor el hombre? Importante es plantearse esto. Se podría decir que solo sabe de amor quien ha amado y esto sería difícil de comprender. El amor, según Nietzsche (trad. en 1994), se ha planteado como una verdadera utopía, un sueño para aquellos que no han llegado a amar en total plenitud:

Si los hombres hablan del amor con tanto énfasis y con tanta adoración es porque, en última instancia, nunca han encontrado mucho y jamás han podido saciarse de semejante alimento. Esto ha hecho que acabe siendo para ellos una ambrosía, un manjar de dioses. Si un poeta tratara de describir la realización de la utopía del amor universal entre todos los hombres, tendría que pintar el estado más atroz y ridículo que jamás se haya dado en la tierra. Todo individuo se vería acosado, importunado y deseado, no por un solo amigo, como sucede ahora, sino por miles, por todo el mundo incluso, en virtud de una tendencia irresistible, que acabaría siendo tan maldecida e insultada, como se ha maldecido el egoísmo. Si a los poetas de esa nueva era les dejaran tiempo para escribir sus obras, no harían más que soñar con el pasado feliz y sin amor, con el divino egoísmo, con la soledad que en otro tiempo era posible en la tierra, con la tranquilidad que proporciona el estado de antipatía, de odio, de desprecio o del nombre que se le quiera dar a la infamia de la animalidad en que vivimos (p. 134).

Y es que el amor es complicado. En el amor juega el apego, la traición, el egoísmo, la plenitud y la calma, contrarios que se entienden. Y amar es un renunciar a algo, es ocultar defectos y muchas veces, pensar más en el otro que en uno mismo: "Cuando amamos queremos que nuestros defectos permanezcan ocul-

tos, no por vanidad, sino porque el objeto amado no sufra. Sí, el que ama querría aparecer como un dios, y esto tampoco por vanidad” (Nietzsche, trad. en 1994, p. 13). Y este acto desinteresado llega debido a la ceguera causada por el amor. Los defectos que se ocultan son tantos como los que oculta el ser amado. El otro problema es que el hombre tiende a ocultar los defectos del otro ante sus ojos:

El miedo ha hecho que progrese el conocimiento general de los hombres más que el amor, ya que el miedo nos hace intuir qué es el que tenemos delante, qué sabe, qué quiere y qué puede. Si nos equivocamos en esto, correremos un gran peligro o nos causaríamos un mal. El amor, por el contrario, nos inclina íntimamente a ver en el prójimo hermosas cualidades y a elevarle todo lo posible (Nietzsche, trad. en 1994, p. 203).

Toda esta ceguera producida por el amor induce a pensar en su fragilidad. ¿Hasta cuándo se ocultan los defectos? ¿Cuándo deja de importar más el otro que uno mismo? ¿El amor es desinteresado pero posesivo? Los interrogantes dejan un vacío dentro de cada uno. Porque todos aman y es un acto natural. La posesión hace parte del amor tanto como la libertad. La diferencia de estas consiste en que la posesión es un acto que se elige imponer y la libertad es algo ya impuesto. En Nietzsche se pronuncia: “Amor es el sentimiento de la propiedad o de aquello que nosotros queremos convertir en propiedad nuestra” (Nietzsche, trad. en 1994, p. 13).

Si bien se entiende que el amor es una elección de libertad, y que prima esa libertad para que surja el amor, la posesión es un acto que deviene del deseo. Hacia sus últimos años de vida, en consideración acerca de la posesión dice: “Creen ser desinteresados en amor, porque quieren el provecho de otra criatura, muchas veces contra su propio interés. Pero en compensación, quieren poseer a esta otra criatura” (Nietzsche, trad. en 1994, p. 15). Como si el amor fuera una pequeña maldición. Un ágape en potencia, pero con dejos de un eros egoísta que solo busca algo para sí mismo.

El amor lleva a sentirse, en algún momento, decepcionados, frustrados, traicionados. El problema en que se ha metido el hombre con el amor es su pensamiento bipartido: amor propio o amor al otro: “Un alma que se sabe amada, pero que por su parte no ama, delata lo que está en su fondo:—lo más bajo de ella sube a la superficie” (Nietzsche, 1994, p. 28). Este pensamiento conlleva a pensar si este gran filósofo se decidió por optar su amor propio, para evitar los sufrimientos del amor. Para librarse de esa amargura. Si prefirió el Eros que el ágape. Y, aun sabiendo sobre su vida, se podría decir que se decidió por el ágape. Puso en pie el amor al otro, pues esto le daría vida: “el amor perdona a su objeto el deseo mismo” (Nietzsche, trad. en 1994, p. 13). Bellas palabras que alejan, en cierto modo, el egoísmo, porque si bien se ha dicho que el egoísmo siempre hará parte del amor, como una pequeña maldición, quien elige siempre al amor, elegirá renunciar a sí mismo por el beneficio del otro, con lo que en realidad nacerá el amor desde esa elección libre y tan propia del hombre como su naturaleza lo dicta.

El amor para Nietzsche es un desprendimiento del pensamiento egoísta. Es un querer al otro, un pasar de desearlo a amarlo, un saber que se debe luchar contra el deseo de poseer para que este florezca. Si debemos leer esto en clave posmoderna, en la que la mujer ahora ha tomado un papel importante en la sociedad y un papel libre en cuanto al amor, se podría decir que la mujer también ama desde su propia naturaleza y que no es un ser destructivo, aunque sí complicado. De igual manera, el amor es esa pequeña salvación del mundo. Ese rincón donde todo nace y todo muere. Como diría Nietzsche (1994): “Lo que se hace por amor acontece siempre más allá del bien y del mal” (p. 33).

Conclusiones

A pesar de que el amor sea a veces complicado y que, como dice Bauman (2006), en estos tiempos sea cambiante, un autor como Nietzsche muestra la importancia de este para la vida, como una salvación que lleva al hombre a encontrarse a sí mismo y a encontrarse con el otro, dejando un espacio para la desilusión y uno para el triunfo en aquello que se llama amor, bien sea un amor por el otro (eros) o un amor propio (agápē), sabiendo que aquello que se hace por amor está más allá del bien y del mal.

Conflicto de intereses

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Bauman, Z. (2006) "Vivimos con el miedo de una amenaza constante sin saber de qué", *La Vanguardia*. Barcelona, entrevista, mayo 26, p. 42.
- Bauman, Z. (2006). *Amor líquido. Acerca de la Fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de cultura Económica de Argentina.
- Nietzsche, F. (1986). Menschliches, Allzumenschliches. En J. Gonzales (Trad.), *Humano demasiado humano* (5ª ed.). Editores Mexicanos Unidos. Recuperado de <https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2013/08/te1-nietzsche-humano.pdf>
- Nietzsche, F. (1994). *Aurora. Reflexiones sobre la moral como prejuicio*. En J. M. Domínguez (Dir.). España: Distribuciones Mateos. Recuperado de <https://momentumhistoricus.files.wordpress.com/2011/07/nietzsche-friedrich-aurora.pdf>

Forma de citar este artículo en APA:

Archbold Correa, G., Arias Zapata, V. M., Fernández Vélez, E. E., Flórez Gómez, A. M., González Muñoz, E. E., González Vergara, A. M., Lopera Duque, A., Marín Toledo, D., Monsalve Tamayo, M. C., Ospina Jaramillo, D. J., Pulgarín Jaramillo, A. E., Ruiz Correa, K. A., Toro Bedoya, E., Álvarez Carmín, V., y Bedoya Cardona, L. M. (enero-diciembre, 2018). La experiencia de formación en intervención terapéutica: reflexiones suscitadas durante el entrenamiento de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 74-85

Recibido: 24 de mayo de 2018
Aceptado: 03 de agosto de 2018
Publicado: 03 de diciembre de 2018

La experiencia de formación en intervención terapéutica: reflexiones suscitadas durante el entrenamiento de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó¹

The experience of therapeutic intervention education: Reflections on a training exercise of the Family Therapy specialization program at Universidad Católica Luis Amigó

Gintay Archbold Correa, Viviana Marcela Arias Zapata, Erica Evidalia Fernández Vélez, Ana María Flórez Gómez, Edwin Eliecer González Muñoz, Aura Milena González Vergara, Andrea Lopera Duque, Daniela Marín Toledo, María Camila Monsalve Tamayo, Diana Johanna Ospina Jaramillo, Astrid Elena Pulgarín Jaramillo, Kelly Alejandra Ruiz Correa, Eunice Toro Bedoya, Vidal Álvarez Carmín*. Asesora: Ledy Maryory Bedoya Cardona**

¹ Ejercicio de escritura realizado por los estudiantes de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó en el marco del curso *Formación en intervención terapéutica con familias I*, dirigido por la docente investigadora Ledy Maryory Bedoya Cardona.

* Estudiantes de la Especialización en Terapia Familiar de la cohorte 08, nivel I, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia.

** Magíster en Terapia Familiar de la Universidad Pontificia Bolivariana, docente de la Especialización en Terapia Familiar de la Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación "Familia, desarrollo y calidad de vida". Correo electrónico: ledy.bedoyaca@amigo.edu.co

Resumen

El presente artículo plantea reflexiones resultado de la experiencia de entrenamiento en intervención terapéutica con familias, llevada a cabo durante el primer semestre de formación como especialistas en terapia familiar de la Universidad Católica Luis Amigó. En el ejercicio se identifican asuntos significativos como la comprensión del sí mismo (self), la comunicación como posibilidad, el uso de técnicas y la experiencia de observación en las primeras sesiones con familias. Al plantear reflexiones suscitadas durante la práctica de entrenamiento, se retoman elementos conceptuales y vivenciales que articulados se consideran eje central del terapeuta familiar que busca conducir el ejercicio profesional bajo una epistemología sistémica con asiento conceptual y un verdadero proceso reflexivo.

Palabras clave: Entrenamiento; Terapia familiar; Comunicación; Self; Reflexión.

Abstract

This paper establishes some reflections as result of a training exercise in the family therapeutic intervention carried out with families, during the first semester of the Family Therapy specialization program at Universidad Católica Luis Amigó. This exercise brings about meaning issues such as: the understanding of one's self, communication as a possibility, the use of techniques and observation experiences in early sessions with families. The analysis of this training experience, is based on conceptual and life elements that are fundamental in family therapy that try influence the professional exercise under a systematic epistemology with a theoretical basis and a true reflective process.

Keywords: Training, family therapy, communication, self, reflection.

Introducción

Este artículo presenta el resultado de un ejercicio analítico y reflexivo en el cual se reconocen elementos conceptuales y experienciales que se convierten en un recurso útil para la comunidad académica, dado que plantean asuntos relevantes de la experiencia personal y grupal en el proceso de formación y develan la estrecha relación entre la persona del terapeuta y sus aprendizajes.

La comprensión de sí mismo

La reflexión es el mecanismo mediante el cual se desarrolla el Self. Reflexión entendida como capacidad de ponerse en el lugar de otro para auto-observarse, actuar como actuaría otro, salir “fuera de sí” para convertirse en objeto de reflexión y después volver sobre sí mismo como sujetos de la reflexión (Agudelo, 2005, p. 83).

El proceso de entrenamiento en terapia familiar es una experiencia de formación académica que permite la aprehensión de ideas, conceptos y fundamentaciones necesarias para la atención terapéutica desde el enfoque sistémico. Además, es considerado una vivencia que posibilita la transformación personal, en la medida en que aborda el self como eje transversal de los aprendizajes y las implementaciones.

A partir de los conceptos analizados en dicho proceso, se puede reconocer la importancia que cobra la observación (saber observar y observar-se) al momento de comprender al sujeto de intervención. Al respecto y en lo que concierne al sistema terapéutico (terapeuta y familia), Von Foerster (como se citó en Rodríguez, 2008) plantea que “se debe comprender lo que se ve o de lo contrario no se ve” (p. 83).

Considerando lo anterior, es preciso reflexionar la manera en que el terapeuta familiar en formación logra potencializar la observación soportado en una cibernética de segundo orden, es decir de los sistemas observantes; partiendo del reconocimiento y la comprensión de sí mismo (self) para llegar a la comprensión de otros y de su relación con ellos.

Lo anterior, desde lo planteado por Von Foerster (1998), se refiere a las observaciones de lo que se observa, al reconocimiento de un marco de referencia personal, es decir una historia de vida y la manera en que esta se configura como un entramado de vivencias y experiencias transformadoras para el terapeuta.

En esta reflexión conviene detenerse un momento para entender las diferencias entre: ver, mirar y observar. *Ver* es más que una acción, es algo pasivo, un acto de conciencia. El entorno percibido no pasa inadvertido al ojo que mira. *Mirar* es una acción genérica, un acto sensitivo: al manejar, por ejemplo, se puede mirar el paisaje, aunque sin mucho interés. Y al *observar*, el sujeto se compromete holísticamente para ordenar, dar sentido y dar significado a lo que percibe.

Aclarar lo anterior es el punto de partida para que el terapeuta en formación logre llevar a cabo observaciones de su self, con el fin de poder comprender-se y comprender las construcciones generadas en el sistema terapéutico del cual hace parte. De acuerdo con esto, y siguiendo las ideas de Foerster (1998), puede ratificarse que “la sistémica es el arte de ver, averiguar y especialmente reconocer conexiones entre las entidades observadas” (p. 10).

Es importante precisar que, en el proceso de observación y auto-observación, el marco de referencia del terapeuta guía la conformación de su estilo terapéutico. Esto se hace evidente en el lenguaje, los gestos, las actitudes, los comportamientos y el tipo de interpretaciones que lo caracterizan. Cabe señalar, además, que dicho marco no lleva al terapeuta a ser ortodoxo ni sesgar sus intervenciones; por el contrario, le sirve como recurso para intervenir sistémicamente desde diferentes técnicas y estrategias en armonía con los recursos de las familias.

Dado lo anterior, puede decirse que: creatividad, intuición, pasión, estilo, fundamentación epistemológica y marco conceptual, son las guías que llevan a la consecución del pensamiento y la actuación sistémica; todos son necesarios en la terapia familiar. De acuerdo con Ceberio y Linares (2005):

El futuro terapeuta se posicionará ante las diferentes opciones pertrechado con un importante bagaje histórico, como portavoz de un código familiar y social y como portador de normas, y estereotipos que conforman sus estructuras conceptuales y narrativas. Y solamente desde allí elige, ingresando en un modelo terapéutico que, a su vez y de forma simultánea, lo elige a él (p. 54).

Lo anterior ratifica la importancia que cobra el conocimiento de sí, en un proceso de formación en el cual es el propio terapeuta una herramienta constante de transformación, un protagonista más, que por medio de la comprensión de sí, pone en juego herramientas, conceptos, elementos que resultan útiles en determinados momentos y sujetos. Reconocer las propias limitaciones, temores, y posibilidades es una forma valiosa de estimular las capacidades y asumir los retos que cada sesión terapéutica conlleva.

Dentro de este ejercicio, para lograr la mirada de sí mismo, se requiere el reconocimiento de la propia historia de vida y de los significados que se han atribuido a las experiencias vividas. Reconocer, recrear y renombrar la historia, se considera una práctica que posibilita el fortalecimiento de la intervención terapéutica, la cual nunca se despliega sin la subjetividad del profesional; dado que sus imaginarios, creencias, patrones y mandados están presentes, y resulta más útil tener claridad sobre ellos. Como lo plantean Goldrick y Gerson (1993):

Las familias se repiten a sí mismas, lo que sucede en una generación a menudo se repetirá en la siguiente, es decir, las mismas cuestiones tienden a parecer de generación en generación, a pesar que la conducta actual pueda tomar una variedad de formas (p. 21).

Es así como la historia de vida puede verse como un maletín de posibilidades que permite generar conexión, empatía, desarrollo de habilidades y reconocimiento de patrones interaccionales, teniendo presente que las narrativas de los individuos construyen identidad personal, familiar y social, y se encuentran cargadas de guiones que influyen sentidos y significados (White, 2002). Es por esto que el terapeuta familiar debe trabajar constantemente su propio guion, sustentado en la premisa que la intervención con familias también estará mediada por su self y que de dicho reconocimiento dependerá en gran medida el enriquecimiento de las intervenciones y la identificación de resonancias e isomorfismos que puedan poner en riesgo el proceso terapéutico. Como lo plantean Ortega y Lema (2017), el terapeuta debe explorar sus

sentimientos no en relación a lo que le ocurre al paciente, sino en relación a lo que le ocurre a sí mismo, ya sea respecto a su historia o a lo que significa ser terapeuta, convertir las emociones en información, “mi estilo familiar colorea mi forma de intervenir, sea o no consciente de ello” (p. 154).

Uno de los ejercicios que durante el proceso de entrenamiento permite de manera significativa acercarse al reconocimiento de sí, es la elaboración y presentación del genograma. La herramienta de graficación familiar promueve una amplia revisión de las relaciones familiares, evolución contextual, vivencias significativas, patrones, legados, y muchos otros elementos que emergen a partir de su elaboración y reflexión (Goldrick y Gerson, 1993). Estas graficaciones llevan a identificar historias cargadas de sentido y significado, que permiten afianzar creencias, y modos de vivir, sujetos a la posibilidad de resignificación.

Para los estudiantes en formación, abrir las puertas de la privacidad al grupo de compañeros, permite vivenciar características del sistema terapéutico, cuando en el ejercicio de presentación se logran generar conexiones con las historias de vida de otros, y se mantiene la motivación, la curiosidad y se encuentra resonancia con esas otras historias en las que cada uno puede verse reflejado. Además, el clima de cercanía y la reflexión a las que propenden llevar las preguntas propias del ejercicio de formación, generalmente promueven movilizaciones en torno a los reconocimientos logrados.

A través del ejercicio reflexivo, elaboración y presentación del genograma, se descubre la importancia de hacer conscientes los temores, emociones, sentimientos, y recursos personales. Este ejercicio además permite el afianzamiento y fortalecimiento de las relaciones del grupo, desde la comprensión del otro como persona y no solo desde su rol profesional. Como lo plantea Agudelo (2005):

La práctica de la terapia sistémica tiene fundamento epistemológico en la cibernética de segundo orden, perspectiva en la que se sostiene, entre otras cuestiones, que el observador parte del sistema observado, en tanto su observación está ligada a su vida, a su manera de ver y valorar el mundo y a sus nociones sobre las relaciones ¿no son todos estos elementos atravesados por su propio self? (p. 84).

Inevitablemente, encontrarse en entrenamiento como terapeuta familiar permite afianzar el rol profesional con las movilizaciones personales y familiares propiciadas en dicho proceso. Cada participante se reconoce como parte de un sistema en el cual pone en evidencia sus habilidades para trabajar en equipo, escuchar diferentes perspectivas, reflexionar acerca de diversas situaciones y fortalecer formas de comunicación cada vez menos sesgadas por prejuicios personales. De este modo, cada uno realiza un aporte no solo al crecimiento profesional, sino al personal, familiar y grupal.

Todas las ideas antes descritas como parte del proceso de la comprensión del sí mismo durante la experiencia de entrenamiento, permiten comenzar a dimensionar la importancia que tiene para el terapeuta el cuidado del self, a partir de su reconocimiento como un sujeto que posee postura emocional activa que requiere supervisión. Así, el cuidado del cuidador y la salud emocional son considerados asuntos vitales para mantener la curiosidad y actitud necesaria durante el ejercicio como terapeuta familiar.

La comunicación como posibilidad

De acuerdo con los planteamientos de Rodríguez (2016): “la terapia familiar coincide con el enfoque comunicacional por sus alcances sistémicos” (p. 28). Siguiendo las ideas del autor, se reconoce la comunicación como experiencia básica y compleja de la vida relacional de los seres humanos, por lo cual es concebida también como un eje central en la intervención terapéutica. El diálogo que emerge en el espacio relacional es validado como promotor de experiencias y significados.

A partir de la experiencia de formación en terapia familiar, es posible afirmar que la comunicación es la base de las interacciones sociales, tal como lo plantea el construccionismo social, apoyado en la idea de que los individuos y los grupos son partícipes activos en la creación de su realidad.

Dentro de esta construcción puede advertirse que la comunicación interpersonal se configura en un ir y venir de mensajes cargados de significado, atribuidos por personas a partir de experiencias que logran transformar sus vidas. A lo que se suman los planteamientos de Pearce (1994): “entender que lo que se hace y se produce en un momento determinado debe ser visto en su contexto, ya que nada tiene significado fuera del contexto” (p. 15).

De acuerdo con estas ideas, puede identificarse la importancia que cobra el lenguaje para los terapeutas de familia como posibilitador en la construcción de mundos posibles, en los que la interpretación que puede darse a las historias de vida de las familias no debe basarse en estereotipos, criterios sociales, culturales o políticos, sino que debe corresponder a un ejercicio curioso de exploración que lleve a una construcción compartida de significado a partir del diálogo. “No es posible realizar un acto por mí mismo sino en interacción con otros” (Pearce, 1994, p. 20).

Desde su enfoque, Pearce (1994) plantea de manera implícita la importancia del proceso de co-construcción que se da entre las familias y el terapeuta, en un proceso de interacción en el cual acontece un encuentro de historias dotadas de significado, que se articulan o no, con la posibilidad que en dicho encuentro emerjan nuevas atribuciones como resultado de la experiencia misma, de la narración, de la reflexión, de la consciencia de sí y la consciencia del otro.

En esa misma experiencia de encuentro con el otro, la expresión comunicativa toma forma, cargada de sentido. En palabras de Rodríguez y Pérez (2017):

La comunicación en la vida de los hombres se ha convertido en el mejor elemento de construcción y articulación de ideas y pensamientos; de relación entre pares, amigos, cercanos; de conocimiento de sí mismo y de los otros; de vida y de muerte. Por ello, por su significado tan profundo, la comunicación no puede sólo verse o minimizarse a un proceso meramente informativo o de supervivencia, sino que debe ampliarse su mirada y entenderse como esa posibilidad, o regalo en sentido más romántico, que tiene cada ser humano para darse su lugar, para encontrarse con el otro, aquel que le complementa, para aportarse (p. 151).

Desde esta perspectiva puede decirse que el encuentro terapéutico posibilita a quienes participan de este (incluido el terapeuta), la toma decisiones y acciones diferentes a las preestablecidas como consecuencia del flujo de nueva información. Para lograrlo, la conversación terapéutica deber estar guiada por hipótesis, circularidad, neutralidad y diseño de estrategias propuestas para favorecer el cambio en el sistema. Las preguntas por el significado, orientadoras, circulares y reflexivas se convierten en sí mismas en herramientas posibilitadoras de nuevos significados y conductas.

Posibles cajas de herramientas

El terapeuta emplea diversas estrategias que le permiten el cumplimiento de los objetivos en las intervenciones; como parte de estas, las tareas surgen para ampliar la visión de los interlocutores y alcanzar lo propuesto en la terapia. Las tareas varían dependiendo de la intención del terapeuta y la postura conceptual y metodológica del mismo, también deben responder a la perspectiva de la familia y a sus características, además de la claridad requerida ante el “para qué” de su implementación.

Se valora en gran manera el conocimiento al momento de utilizar las tareas en la intervención terapéutica, dada la intencionalidad y utilidad que tienen para generar información, intensidad y transformación. El terapeuta familiar, siguiendo las directrices de hipótesis, circularidad, neutralidad y diseño de estrategias, intenta conducir la sesión con la familia que consulta, reconociendo su lugar como parte del sistema presente, y poniendo a prueba su habilidad para generar preguntas, aclaraciones o propuestas oportunas en el marco de la conversación (Selvini, 1990). De este modo, las tareas son consideradas herramientas movilizadoras, que, de la mano de prescripciones, se consolidan como recursos útiles en la búsqueda de movilización y el cambio. Una “llave maestra” (De Shazer y Berg, 1991) que abre la puerta a la resignificación y la transformación.

La implementación de herramientas como: las tareas, las preguntas, la observación y la escucha, son esenciales para facilitar el encuentro de nuevas posibilidades. Estas permiten la movilización de emociones y sentimientos que facultan la “sanación y liberación” que, a su vez, aportan a la resignificación de ideas, comportamientos y estilos de vida de la familia. Las tareas también promueven la focalización de situaciones que acontecen en la terapia, lo cual es importante para la búsqueda de soluciones, al propender porque el mismo sistema encuentre la solución al problema. Es de vital importancia que el terapeuta familiar logre hallar el trampolín para alcanzar el corazón del problema por medio de la escucha.

Los inicios del entrenamiento: el devenir de una experiencia

Participar en una sesión de terapia familiar como observador es una experiencia que posibilita un primer acercamiento al ejercicio terapéutico. Un ejercicio que conduce a la reflexión sobre la importancia de estar atento en todo momento y tener en cuenta los pequeños detalles que ocurren dentro de la sesión. Detalles que pueden aportar a la lectura de las situaciones, la identificación de conexiones y posibles rutas de cambio. Es decir, tener presente el contenido y el proceso; tomando como punto de partida los objetivos del proceso de formación planteados por De Bernart y Dobrowolski (1998), pueden considerarse como asuntos clave en la experiencia actual de entrenamiento: la adquisición de elementos teórico-conceptuales, la constitución de un grupo de trabajo y laboratorio relacional, el reconocimiento de las dinámicas familiares del terapeuta y el aprendizaje y experimentación de técnicas, recursos y estrategias en la práctica.

En la sesión resulta fundamental que el terapeuta permanezca muy atento al lenguaje verbal, gestual y corporal de cada uno de los asistentes. En palabras de Watzlawick y Jackson (1971) “es imposible no comunicar” (p. 1); en consecuencia, cada gesto, movimiento o palabra de quienes participan representa una realidad y, por lo tanto, un indicio valioso en la búsqueda de alternativas. Una buena observación durante la sesión, puede proporcionar pistas para la reelaboración de hipótesis y la construcción o el planteamiento de nuevas estrategias de intervención.

Al participar de un ejercicio de entrenamiento en terapia familiar, se hace evidente la necesidad de partir con una idea clara del rol que se desempeña dentro de la sesión y las funciones en la misma (terapeuta-co-terapeuta). Esto, con el fin de actuar de una forma coordinada y articulada, que promueva el abordaje integral y efectivo de la situación familiar y facilite las lecturas de la realidad familiar, para trazar rutas que se acerquen a la resignificación de ideas, relaciones y estilos de vida. Todo ello, desde una postura circular, holística y creativa. También es necesario identificar elementos que amplíen la comprensión y visión del terapeuta frente a la contextualización, el reconocimiento de los actores (presentes o no en la sesión) y las relaciones y recursos que puedan aportar en la generación de nuevas posibilidades de cambio.

Vale la pena destacar que hace parte fundamental del proceso formativo, el estudio y la comprensión de la historia, las escuelas y los modelos orientadores de la terapia familiar, toda vez que la adopción por parte del terapeuta de un determinado modelo, su visión frente a la configuración de los problemas y el cambio, y su postura conceptual, dará pie a las estrategias que utilice para abordar al consultante o la familia. Es decir, de la postura epistemológica del profesional dependerá, en gran medida, la lectura del juego relacional y dialógico, y el curso de la terapia.

En la línea de los aportes que el constructivismo y construccionismo han realizado a la terapia, resulta significativo de acuerdo con estas ideas, el planteamiento de Laura Fruggeri (1996) respecto al construccionismo social como una visión revolucionaria del conocimiento, en el que se evidencia que la psicoterapia se basa en un círculo hermenéutico de interpretación–acción. La autora retoma palabras de Varela (1979), quien expone que “en cada etapa el observador se relaciona con el sistema a través de una comprensión que modifica la relación con este” (p. 57), en este sentido puede decirse que los terapeutas construyen mediante su propia comprensión y sus descripciones, el proceso interactivo en que se encuentran con los consultantes.

En efecto, resulta altamente enriquecedor reconocer durante las primeras sesiones de entrenamiento, que los requerimientos en el ejercicio terapéutico van más allá de asumir una única postura teórica o adscribirse a una escuela de pensamiento determinada. Aunque es imposible que el terapeuta no tenga alguna preferencia o inclinación teórica, queda claro que debe agregar otros aspectos que den cuenta de la comprensión del contexto, la cultura y otras dimensiones, desde donde se moviliza e interactúa el sistema con el que se está dando la relación terapéutica. Lo que enmarca el ejercicio terapéutico en una construcción en donde convergen dos sistemas que interactúan de manera activa generando las posibilidades o no de transformación.

Consideraciones finales para iniciar el trabajo de entrenamiento

El proceso de entrenamiento en terapia familiar involucra diferentes asuntos que pueden ser vistos de manera simultánea e interconectada. Durante todo el proceso se asiste a sesiones de aprendizaje que parten del reconocimiento del otro y de sí mismo como elementos centrales de una formación reflexiva, exigente y consciente.

El abordaje del self (sí mismo) y el conocimiento de elementos conceptuales como corrientes epistemológicas, teorías de la comunicación, modelos, enfoques, estrategias, técnicas y demás herramientas, posibilitan el giro epistemológico a una cibernética de segundo orden en la cual el terapeuta en formación se reconoce como parte del sistema que observa y que intenta comprender. Pasar de una mirada explicativa y causal de los problemas, a una lectura diversa, responsable, respetuosa y posibilitadora, se convierte en uno de los objetivos centrales y latentes del proceso.

Dentro de los múltiples aprendizajes, el encuentro terapéutico se concibe, retomando a Pakman (1997) como un encuentro de seres encarnados, en donde el proceso reflexivo se genera por medio de conversaciones influenciadas por dimensiones estructurales que son vitales a la hora de entender los orígenes de lo que lleva a una familia a la terapia. Aparecen conversaciones reflexivas que generan potenciales procesos de cambio.

El ejercicio terapéutico es reconocido como una labor que implica una mirada holística, integral y analítica del mundo en que el otro se mueve, y del cual a la vez se es partícipe. Actualmente, surgen posturas integradoras (construccionistas y constructivistas), pero lo fundamental que debe comprender un terapeuta familiar y en lo cual convergen las diferentes posturas, es la necesidad de estar atento a los virajes, a la manera en que las personas cambian, en el marco de un contexto social y de influencias tanto internas como externas.

Un aprendizaje central del proceso de formación es que cada terapeuta puede apoyarse en los modelos, entendiendo que estos, como lo expresa Sluzki (2006), son redes para cazar y en esa medida son herramientas que se emplean en la búsqueda de soluciones para el sistema familiar. Comprender los diferentes modelos de la terapia familiar conduce el ejercicio profesional, pero la epistemología encaminada a la creación de mundos posibles, es viable cuando el terapeuta participa de un verdadero proceso reflexivo.

La Universidad Católica Luis Amigó es consciente y partícipe del reto que implica formarse como terapeuta familiar en un escenario social en el cual la familia ocupa un lugar altamente significativo e irremplazable en la vida de los seres humanos. La formación del terapeuta sistémico es un proceso que involucra la aprehensión de asuntos teóricos, giros epistemológicos, metodologías y prácticas (Ceberio, Moreno y Des Champs, 2000) y, con la misma importancia, el autodescubrimiento, como parte de un proceso en el cual el terapeuta se devela a sí mismo a través de la experiencia con otros. Como lo plantea Canevaro et al.

(2016) “en el quehacer del terapeuta familiar existen dos capacidades fundamentales y complementarias: la capacidad operativa y la capacidad relacional (...) ambas capacidades se articulan determinando una adecuada interacción entre el self profesional y el self personal del terapeuta” (p. 130).

Considerando lo anterior, la Universidad no es ajena a pensar la formación como un proceso que abarca múltiples dimensiones y que cobra sentido en la medida en que posibilita transformaciones en secuencia, incluyendo docentes, supervisores, estudiantes, familias, instituciones, sistemas sociales y culturales, entre otros. De acuerdo con Soto, Martínez, Garberi, Compañ, y Sánchez (1996), desde el punto de vista de la teoría de sistemas, redes como la de salud, seguridad y apoyo, presentan una estructura similar a la de las familias con las cuales se interviene, y la terapia familiar puede contribuir en gran medida a su comprensión y estudio como herramienta útil de tratamiento y prevención. Tanto en lo público como en lo privado, dentro del escenario social, la formación de terapeutas familiares constituye un elemento crucial para el cambio.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Agudelo, M. (2005). El self, una construcción inacabada en el proceso de entrenamiento de terapeutas familiares sistémicos. En P. Estrada Arango (Ed.), *Terapia familiar sistémica. Experiencias, saberes y conocimientos*. Medellín, Colombia: Editorial UPB.
- Canevaro, A., Abeliuk, Y., Condeza, M., Escala, M. A., García, G., y Montes, J. (2016). El nacimiento del terapeuta sistémico. El trabajo directo con las familias de origen de los terapeutas en formación. *Revista Redes*, 34, 127-144. Recuperado de <http://www.redesdigital.com.mx/index.php/redes/article/view/189>
- Ceberio, M., Moreno, J. y Des Champs, C. (2000). La formación y el estilo del terapeuta. *Revista Perspectivas Sistémicas*, (60). Recuperado de <http://www.redsistemica.com.ar/formacion3.htm>

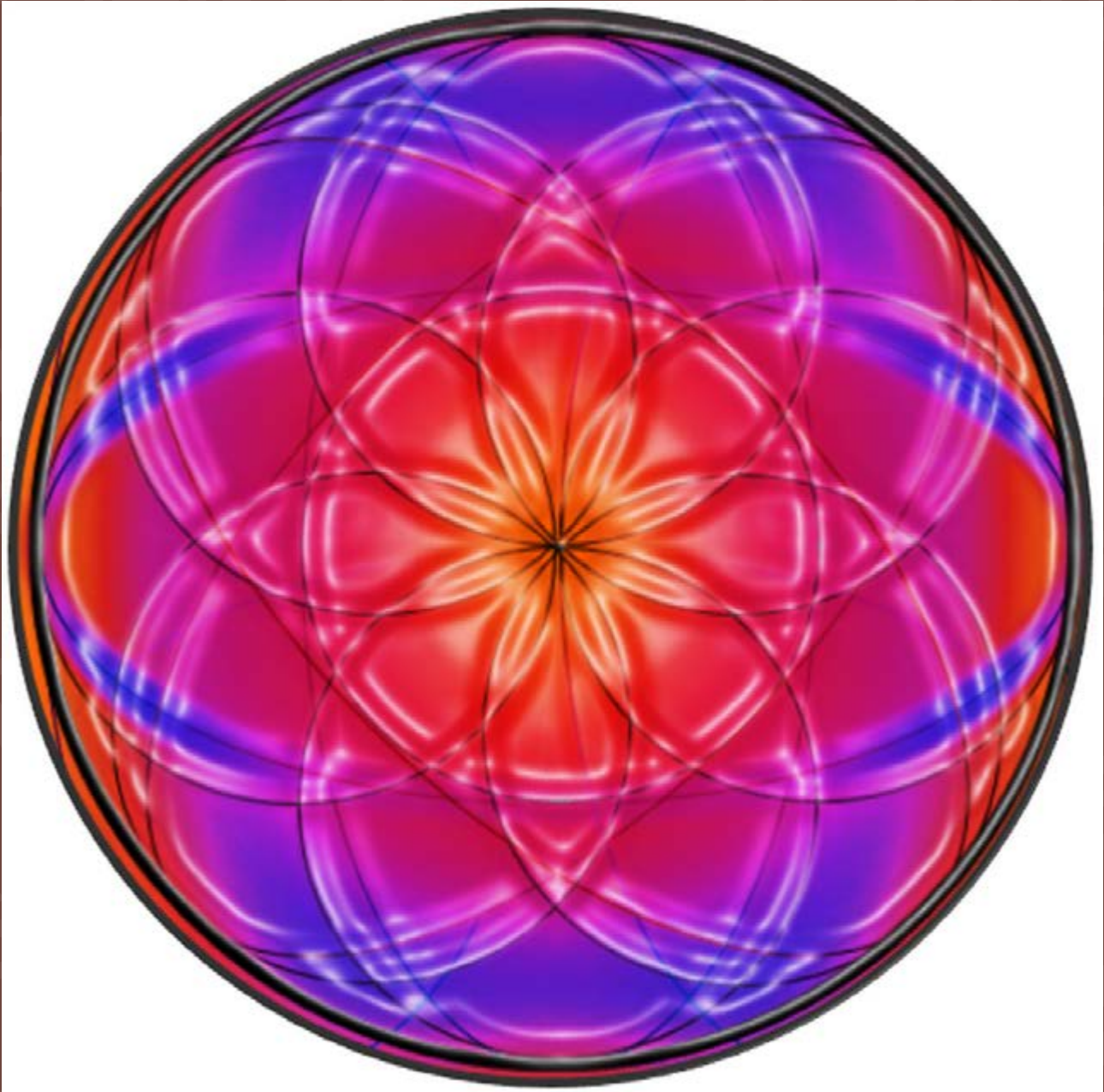
- Ceberio, M., y Linares, J. (2005). *Ser y hacer en terapia sistémica: la construcción del estilo terapéutico*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- De Bernart, R., y Dobrowolski, C. (1998). La supervisión clínica en la formación. *Revista Redes*, (4), 31-52. Recuperado de <http://www.redesdigital.com.mx/index.php/redes/article/view/117/56>
- De Shazer, S., & Berg, I. K. (1991). Haciendo terapia: una revisión post-estructural. *Cuadernos de Terapia familiar*, 18, 17-30.
- Foerster, H. (1998). *Sistémica elemental: desde un punto de vista superior*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Fruggeri, L. (1996). El proceso terapéutico como construcción social del cambio. En: Sh. McNamee y K. Gergen (Comps.), *La terapia como construcción social*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Goldrick, M., y Gerson, R. (1993). *Genogramas en la evaluación familiar*. Barcelona, España: Gedisa.
- Ortega, J., y Lema, R. (2017). Estrategias y técnicas para aumentar la intensidad terapéutica. *Revista Redes*, (36), 1514-170. Recuperado de <http://redesdigital.com.mx/index.php/redes/article/view/222>
- Pakman, M. (1997). La psicoterapia en contextos de pobreza y la disonancia étnica: el constructivismo y el construccionismo social como metodología para la acción. En M. Pakman (Comp.), *Construcciones de la experiencia humana*. Barcelona: Gedisa.
- Pearce, B. (1994). Nuevos modelos y metáforas comunicacionales. En D. Fried Schnitman (Coord.), *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad* (pp. 265-283). Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, A., y Pérez, D. (2017). Voz, palabra y escritura. *Poiésis*, (32), 149-157. Recuperado de <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/2307/1744>
- Rodríguez, A. (2016). La comunicación familiar. Una lectura desde la terapia familiar sistémica. *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia*, 8, 26-43. Recuperado de http://revlatinofamilia.ucaldas.edu.co/downloads/Rlef8_3.pdf
- Rodríguez, H. (2008). Del constructivismo al construccionismo: implicaciones educativas. *Educación y desarrollo social*, 2(1), 71-89. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2692738.pdf>
- Selvini, M. (Comp.). (1990) Elaboración de hipótesis, circularidad, neutralidad: tres directrices para la coordinación de la sesión. En: *Crónica de Una Investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Sluzki, C. (2006). Victimización, recuperación y las historias con mejor forma. *Sistemas Familiares*, 22(1-2), 5-20. Recuperado de <https://www.enp.edu.uy/images/Genero/General%20de%20Violencia/Historias%20con%20mejor%20forma%20Sluzky.pdf>

Soto, R. M., Martínez, M., Garberi, R., Compañ, E., y Sánchez, F. (1996). Derivación y terapia familiar: un análisis sistémico. *Atención Primaria*, 18(2), 70-74. Recuperado de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-derivacion-terapia-familiar-un-analisis-14302>

Varela, F. J. (1979). *Principles of biological autonomy*. Amsterdam: Elsevier.

Watzlawick, P., y Jackson, D. (1967/1971). *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

White, M. (2002). *Reescribir la vida: entrevistas y ensayos*. (V. Tirota, Trad.). España: Gedisa.



ANHELO

"Ya se ha despertado el anhelo que guía tu búsqueda... o aún permanece dormido bajo la luz del día..."

Autor: Psicólogo José Luis Alvarez Posada Ph.D

Forma de citar este artículo en APA:

Mesa Monroy, E. S. (enero-diciembre, 2018). La experiencia del dolor como generador de conocimiento y construcción del pensamiento. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 87-92

Recibido: 29 de junio de 2018

Aceptado: 24 de agosto de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

La experiencia del dolor como generador de conocimiento y construcción del pensamiento

The experience of pain as knowledge generator and thought builder

Eddie Santiago Mesa Monroy*

Querer es esencialmente sufrir, y como vivir es querer, toda vida es por esencia dolor. Cuanto más elevado es el ser, más sufre... La vida del hombre no es más que una lucha por la existencia, con la certidumbre de resultar vencido. La vida es una cacería incesante, donde los seres, unas veces cazadores y otras, cazados, se disputan las piltrafas de una horrible presa. Es una historia natural del dolor, que se resume así: querer sin motivo, sufrir siempre, luchar de continuo, y después morir... Y así sucesivamente por los siglos, de los siglos hasta que nuestro planeta se haga trizas.

Schopenhauer

* Estudiante del Programa de Licenciatura en Filosofía, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: santryx.dmc@gmail.com

Resumen

El presente artículo es derivado del semillero Insan adscrito a la Facultad de Educación y Humanidades. En este se propone la experiencia del dolor como un estado que permite la construcción del conocimiento, vínculo epistemológico entre el mundo y el pensamiento. Allí se inicia la experiencia del dolor, no solo en la vivencia del sentir, sino también como una interpretación que logra esclarecer un conocimiento ligado a la razón, desde la perspectiva formada de Schopenhauer, obteniendo una distinción y un camino de cómo funciona el dolor y cómo de este se forma el conocimiento después de sentirlo, dando la combinación de la vivencia del sentir y la edificación del conocimiento.

Palabras clave: Dolor; Experiencia; Conocimiento; Pensamiento; Sufrimiento.

Abstract

This paper comes about as the result of the Insan student research group, which is part of the School of Education and Humanities. This student research group proposes the experience of pain as a state that allows the construction of knowledge, an epistemological relation between reality and thinking. The experience of pain becomes not only a feeling but also an interpretation that is related to reason under Schopenhauer's perspective, thus establishing a dissimilarity and a path of how pains works and how after feeling it becomes a source of knowledge, opening a possibility for the combination of feelings and creation of knowledge.

Keywords: pain, experience, knowledge, thinking, suffering.

Introducción

El dolor, más allá de un sentimiento ligado a la infelicidad o sufrimiento, es un concepto que puede impulsar el conocimiento y la construcción del mismo. Debido a que este impulso de la naturaleza humana da una solución frente al espacio de la formación del conocimiento desde las vivencias de acontecimientos. Cabe aclarar que hay dos clases de dolores, el dolor físico y un dolor menos sensible, pero con una magnitud que se centra en el pensar. Los dos, a su manera, se enfocan en un camino que liga a la búsqueda dialéctica de las situaciones o hechos del mundo, generando en sí, los cimientos de un pensamiento racional, convirtiendo el dolor en un accionar interpretativo o hermenéutico que crea unas estructuras conectivas y conceptuales, y que conforma una filosofía desde la realidad hacia la construcción de una respuesta teórica-pragmática.

El dolor como posibilidad de pensamiento

Una definición del concepto de dolor que podemos tomar es la siguiente: es un sentir y una vivencia que, por lo general, el ser humano intenta evadir a toda costa, pues la sensación que este genera es desagradable y tiende a fomentar tristeza. Pero más allá del peyorativo significado construido por la experiencia meramente con el mundo empírico, este fundamenta una de las bases pragmáticas para la formulación del pensamiento, fomentando a un conocimiento trascendental a la mera costumbre del dolor.

Es importante realizar una diferencia entre dolor físico y dolor de aflicción, se podría decir que es un pensar que se genera después del sentir; el primero se puede entender como: "la definición médica, exigua, no hace referencia más que a la dimensión anatomo-fisiológica del dolor, excluye su faceta afectiva y se organiza simplemente a partir de una temporalidad inespecífica" (Pérez Marc, 2010, p. 435), es decir, como un sentir temporal y fisiológico; el segundo no se genera más allá de la simple experiencia, sino del sentir de ese sufrimiento, propulsando el pensamiento y formando un conocimiento mediante el análisis de este, mientras deja a un lado la experiencia como tal, pero sin olvidarse tampoco de ella, ya que:

El dolor es proximidad a la muerte, conciencia de fin que se nos aparece de forma violenta, imprevista, pero también es signo de humanidad: el sufrir está en el ser del hombre, así como lo está el morir (Pérez Marc, 2010, p. 434).

Lo anterior propone un conocimiento, pero no por el simple acercamiento con este va a dar la respuesta; tal sentir evocará un sinfín de posibilidades que contesten a esa experiencia, pero el sujeto quedará con un conocimiento que expandirá su pensamiento para la vida; pues esto lo fortalece y le da herramientas lógicas para futuras situaciones.

El proceso del sentir como tal, comienza como algo subjetivo, las vivencias y los grados de importancia son diferentes para cada individuo; después del análisis del sentir pasa a ser algo más objetivo, pues reviste el sentimiento de razón y aleja las pasiones para que así y, desde punto de vista socrático, genere un dolor

mayor que sea capaz de suprimir el anterior; el resultado final será un conocimiento, el cual sustituye el pasado sufrimiento, ya que el conocimiento es parir un pensamiento racional, lo que significa que se debe generar un suplicio a la hora de construirlo. Lo anterior conlleva a que:

El dolor es también una construcción social y cultural, un concepto que se sufre, pero que también se construye. Cuando sentimos dolor nos duelen siglos de sufrimiento ajeno, experiencias pasadas y dolores conocidos. Por eso la necesidad de propiciar una hermenéutica del dolor, de otorgarle un significado que nos delimite un contexto de apreciación desde el que podamos llevar a la práctica mecanismos que nos permitan tolerarlo, acompañarlo, reducirlo (Pérez Marc, 2010, p. 434).

El dolor no se queda en el presente como algo que pasó en su experiencia o como una impresión que sucede en su momento; el dolor social también ayuda a la construcción de una comunidad presentando un cambio a ese sentir. Un ejemplo es como después de un suceso desagradable (como una guerra o algo parecido) en una cultura, esta se fortalece y busca respuestas que trasciendan este dolor, alcanzando una mejoría y una superación de situaciones.

Se encuentra en Schopenhauer la importancia del dolor como una posibilitadora y engendradora del conocimiento, el hombre que contempla tal sentir será más sabio (Cabos, 2014, p. 595). Por ello, el dolor es lo que obliga al individuo a pensarse, de esta manera se encontrará más dolor: “hasta el niño más ignorante crecerá mientras aprenden cómo es el dolor real. Afecta lo que dicen, lo que piensan, de esa manera se convierten en personas de verdad” (Kishimoto, 2015)

El dolor impulsa el pensamiento del sujeto a tal punto de generar un movimiento que se transforma en ideología, un ejemplo de esto, es ver como el hombre solo es capaz de cambiar su personalidad y buscar soluciones cuando se encuentra en momentos de sufrimiento. Para Schopenhauer la felicidad es sinónimo de un estancamiento del conocimiento, ya que cuando su voluntad goza de alegrías, este no se cuestionará a sí mismo, mientras que el dolor exige al sujeto reflexionar sobre lo que hace, buscando una construcción de conocimiento que responda a ese dolor, pero al formarlo, este subyacente lo que hace es crear otro dolor superior que elimine al otro; la diferencia de este superior es que se construye de manera racional; es decir, desde el punto de vista de Sócrates, el pensar produce dolor, ejemplificándolo con la disciplina de partear:

El oficio de partear tal como yo lo desempeño, se parece en todo lo demás al de las matronas, pero difiere en que yo lo ejerzo sobre los hombres y no sobre las mujeres, y en que asisten al alumbramiento, no los cuerpos, sino las almas (Platón, trad. en 2009, p. 301).

El filósofo no crea conocimiento para la felicidad, sino para compartir el dolor y así despertar el sentimiento en la humanidad con el fin de desadormecer al sujeto y lograr la aceptación de este sentir.

La evasión del dolor se puede traducir como la voluntad de evitar el conocimiento; no es un comportamiento racional según Schopenhauer escapar del dolor, debido a que este es el que fomenta el pensamiento y posibilita la construcción del conocimiento (Cabos, 2014, p. 595); además, fortalece al hombre desde el punto de la personalidad hasta la sensibilidad de sentirse en el mundo, es decir, racionaliza el sujeto y fortalece la relación que este tiene con la naturaleza. Por dicha razón, se pretende una permanente atención a lo que el dolor nos revela, no solo dice algo que afecta al individuo como tal, sino que también da un indicio de la esencia de la vida, mostrando a su vez nuestra manera de sobreponernos a su perplejidad.

El dolor construye una apertura al pensamiento en el sujeto, pues el individuo que sufre, se cuestiona acerca de lo que hace, buscar alternativas y es propenso al cambio. Si a esto le agregamos su racionalidad, se tendrá como resultado una respuesta tanto del dolor, como una construcción de conocimiento pragmático y hermenéutico de lo que es el mundo centrado en su vivencia como doliente, formando la personalidad y conocimiento impulsado desde la razón, siendo el sentir y la vivencia el impulso de un pensamiento cuyo producto final responde a eliminar el dolor y a concebir un conocimiento racional haciéndole frente al mundo de manera intelectual y enfocada, dejando el dolor a un lado solo como una experiencia y no como un sentir perpetuo.

El dolor pierde su significado sentimental destructivo, y pasa a ser constructivo, siguiendo la línea del Schopenhauer, el dolor es únicamente positivo, lo que indica que el filósofo no reconforta, él genera dolor y en este mismo orden de ideas este genera conocimiento: "el objeto de la filosofía no es consolar" (Schopenhauer, trad. en 2010, p. 11), se podría establecer una relación con un dicho cultural que se escuchaba en la adolescencia: *la ignorancia hace la felicidad*; es decir, entre más conocimiento tenga el individuo, más dolor a cargar, y al vivenciar más dolor, más sabio se convertirá. Tal sentimiento no solo marca la existencia de la vida del sujeto, también afecta la manera de interpretar, de conceptualizar y de pensar el mundo.

Se podría decir que el dolor es una parte de las pasiones que nubla el juicio de la razón; por otro lado, obliga a la razón a trabajar en responder las cuestiones originadas de ese sentir y dar una respuesta desde el punto existencial con base en su pensamiento, y de este modo engendra conocimiento que no va a partir de un subjetivismo o una referencia cultural, sino de una respuesta a su contexto, dando un pensamiento racional nacido desde el mismo sentir, además de construir una comprensión que ayude en el papel más importante para el hombre, el conocimiento para la vida.

El dolor estremece la existencia, marca la debilidad, sacando al sujeto de su zona de confort; puesto que este, al pasar por tal sentir, irá observando su alrededor con desconfianza, tratando de evitar que vuelva a pasar por un dolor similar, analizando y cayendo a una racionalización del mundo, pensando en una resignificación del dolor y en una elaboración del pensar más adecuada, una apertura a posibilidades lógicas que den validación a tal dolor como un promotor de la investigación del pensar. De esta manera, al ser el dolor propenso al pensar, cuando se pretende seguir un camino dialéctico, es elegir un camino al dolor, ya que al querer, buscar y obtener la verdad, se está aceptando un amor por el conocimiento, características del filósofo, pues cuando llegamos a querer algo, el sufrimiento también estará implícito en ese afecto:

Si querer supone sufrir, y si nada hay que pueda aplacar el ansia de la voluntad porque nada existe fuera de ella, la consecuencia es clara: la voluntad está por naturaleza condenada al sufrimiento eterno. El dolor no es, pues, un accidente de la vida sino su elemento consustancial. Porque nuestra esencia es querer, la nuestra es una vida de dolorosa necesidad que solo encontrará algunos momentos de tregua para entregarnos en manos del aburrimiento (Schopenhauer, trad. en 2010, p. 20).

El hombre en su sufrimiento evoluciona y trasciende en sí mismo, siendo el dolor el movimiento por el cual el hombre no deja su pensamiento estático. De esta manera es propenso a traspasar los límites de su propio pensar por medio de sentimiento y logra establecer una relación objetiva entre el mundo y su mente, alcanzando un punto donde el subjetivismo del dolor se convierte en una objetividad racional que conceptualiza los problemas y da respuesta; este es el papel del filósofo, siendo el mismo dolor el combustible que fortalece su especular, analizar e interpretar toda situación que a este le afecte, creando un puente pragmático entre lo que vive y lo que piensa.

Conclusiones

El dolor es más que una sensación y un sentimiento, es una posibilidad de trascender los límites del conocimiento no solo desde el punto individual e intersubjetivo, sino también en el desarrollo intelectual, social y cultural. Es decir que este sentir es el que impulsa al pensamiento a moverse y buscar respuestas; de este modo, el individuo sale de su zona mental, introduciéndose en la vía de la indagación y en el análisis de todo lo que esté en relación con el mundo. Así, el dolor también le brindará la potencialidad de alejarse un poco del mundo como tal, obviamente sin separarse de este, para brindarle alternativas y multiplicidad de caminos que tomar a la hora de pensar en un problema y en generar una respuesta. En pocas palabras, el dolor es la apertura a pensar el mundo con una postura firme, pero con la flexibilidad de moverse en este.

Conflicto de intereses

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Cabos, J. (2014). Sufrimiento e individualidad en Schopenhauer. *Anuario Filosófico*, 47(3), 589-604. Recuperado de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/anuario-filosofico/article/view/710>
- Kishimoto, M. (Director y Creador). (2015). Desesperación, ¡Un corazón roto! [Episodio de la serie animada *Naruto Shippuden*]. Tokio: Studio Pierrot
- Pérez Marc, G. (2010). Sujeto y dolor: introducción a una filosofía de la medicina. *Arch Argent Pediatr*, 108(5), 434-437. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/aap/v108n5/v108n5a09.pdf>
- Schopenhauer, A. (2010). El mundo como voluntad y representación.

Forma de citar este artículo en APA:

Yepes Baena, N. (enero-diciembre, 2018). La internacionalización: un acercamiento empresarial. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp: 93-107

Recibido: 08 de mayo de 2018

Aceptado: 21 de septiembre de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial

Internationalization: an approach to business growth

Natally Yepes Baena*

* Estudiante de décimo semestre de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: natally.yepesba@amigo.edu.co

Asesor: Luis Fernando Quintero Arango, docente investigador, programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad Católica Luis Amigó. Grupo de investigación Goras, Medellín-Colombia. Correo electrónico: luis.quinterora@amigo.edu.co

Resumen

Actualmente, las organizaciones enfrentan una seria amenaza de sostenibilidad en un mercado local competitivo, como consecuencia de los cambios que ha presentado la economía mundial tras el paso de los años; esto ha exigido el desarrollo de estrategias innovadoras como mecanismos de crecimiento empresarial. El presente artículo de revisión teórica pretende abordar la estrategia de internacionalización por parte de las empresas como factor clave de crecimiento y, a su vez, evidenciar importantes elementos que la condicionan.

Palabras clave: Competitividad empresarial; Crecimiento empresarial; Globalización; Internacionalización.

Abstract

Currently, organizations face a serious sustainability threat because of a competitive local market as a result of the globalization of economy in the last couple of years. This situation has brought about the need to develop innovative strategies for business growth. This paper presents a theoretical revision, a way to analyze the internationalization strategy as a key factor in growth and also analyze important elements that limit it.

Keywords: Business competitiveness, business growth, globalization, internationalization.

Introducción

El presente artículo de revisión teórica se aborda desde las estrategias de expansión en las empresas como factor clave, para avanzar hacia el crecimiento empresarial en los mercados internacionales.

Con el paso de los años se han evidenciado los cambios que ha presentado la economía mundial, de ahí surge la necesidad de las empresas de establecer un vínculo con el exterior, esto con el fin de buscar su crecimiento y permanencia en el mercado.

El crecimiento empresarial ha sido objeto de innumerables estudios, pero aún no se logra establecer un concepto general y concreto que abarque todo lo que el término lleva implícito (Blázquez, Dorta y Verona, 2006).

Según Puerto (2010), el crecimiento empresarial es asociado a la adaptación que muestra la organización a los cambios que presenta la economía global, permitiéndole así mismo dar paso a una apertura de mercados internacionales y proporcionando oportunidades de crecimiento y posicionamiento. De igual forma, Porter (1990) afirma que cuando las empresas se enfrentan a un mercado internacional competitivo, su capacidad depende únicamente del uso adecuado de los factores internos de la empresa y de la creación de nuevas estrategias que le permitan moldearse a mercados cambiantes, de donde surgen oportunidades con el objetivo de alcanzar una ventaja competitiva internacional.

Las organizaciones que busquen crear impacto en un mercado internacional requieren de dinamismo e integración; a su vez, comprender y enfrentar los retos que el proceso de internacionalización implica, por lo que se deben contextualizar las condiciones que se contraponen en cada país donde se pretenden incorporar los productos, teniendo en cuenta que estas pueden variar significativamente, y es por esta razón que se debe realizar una interpretación y seguimiento de los posibles factores internos y externos (Thompson y Strickland, 2004).

Las organizaciones actualmente enfrentan una amenaza de sostenibilidad en un ambiente competitivo, ya que se exige el desarrollo de estrategias innovadoras como mecanismos de crecimiento y que le confieran valor agregado a las empresas, logrando así una condición exitosa para incursionar en el comercio exterior y al mismo tiempo garantizar sostenibilidad y permanencia en el mercado (Puerto, 2010).

Metodología

Aproximación teórica al constructo de crecimiento empresarial

Cuando se intenta identificar un concepto que abarque todo lo que el término crecimiento empresarial conlleva, existen criterios sobre su caracterización. A pesar de que este ha sido objeto de innumerables estudios, ha imposibilitado el poder precisar de una manera concreta su interpretación (Blázquez et al., 2006).

El crecimiento empresarial puede ser abordado a partir de diversas perspectivas; en este caso se exponen algunas definiciones clásicas que han sido planteadas por diversos autores.

Penrose y Varela (1962) afirman que el crecimiento empresarial se basa en la inclusión de unas condiciones en el interior de la organización, o variables intrínsecas que permitan un comportamiento positivo en los resultados, y que la modificación realizada logre una alteración notable en el sistema. El crecimiento empresarial es abordado desde una visión hacia lo organizativo y lo interno de las compañías. Por lo tanto, se plantea un cambio en los paradigmas administrativos; se pretende incrementar al máximo el nivel productivo, al punto de interiorizarse en la organización y así lograr un comportamiento diferenciador y perdurable.

Por otro lado, Menguzzato y Renau (1991) consideran que el crecimiento empresarial se mide por el proceso productivo o por su dimensión; al igual que las modificaciones realizables en su estructura organizativa y económica; es decir, cuando se evidencian cambios positivos y significativos en el tamaño inicial de la empresa.

Blázquez et al. (2006) exponen el concepto de crecimiento empresarial como las variaciones que muestra una empresa en un indicador de comportamientos a nivel de su estructura interna, que evalúan su capacidad para enfrentarse a los retos que presenta un mercado competitivo y, a su vez, permiten ampliar sus oportunidades en los diferentes sectores de la industria. Esto implica que si una empresa muestra interés en conservar su estatus, o por lo menos igualar a su competencia, debe tratar de invertir más en el desarrollo de estrategias innovadoras, para lograr una permanencia en el mercado.

Acorde con esto, Brockhoff (1974) expone el concepto de crecimiento empresarial como los cambios positivos que se pueden presentar en una empresa a largo plazo, y que están ligados básicamente al compendio de los objetivos que se establecen en las organizaciones, exceptuando aquellos objetivos que interfieran de una forma sesgada en el planteamiento y ejecución de los mismos.

Finalmente, Perroux (1964) indica que el crecimiento empresarial está dado por una expansión de un bien que se mantiene en un determinado contexto; esto implica modificar de manera consistente la estrategia inicial y los arraigos que contiene su estructura, logrando como beneficio una variabilidad de ingresos.

Las definiciones planteadas anteriormente coinciden en dos características relevantes: en primer lugar, las modificaciones estructurales que experimenta la empresa al interior; y el segundo factor, el aumento de su tamaño organizacional. Por tal motivo se podría considerar el crecimiento empresarial como un proceso dinámico que genera variaciones positivas en las instituciones.

En el estudio del crecimiento empresarial, los autores le dan especial consideración a las implicaciones que se tiene al momento de enfrentar el crecimiento como una apuesta de las organizaciones. A continuación, se detallan teorías que epistemológicamente soportan las definiciones sobre crecimiento empresarial.

La teoría del aprendizaje

La teoría del aprendizaje es presentada por Jovanovic (1982) como aquella que explica el crecimiento rápido y evidente en las pequeñas empresas con el uso de un método de aprendizaje, mostrando gradualmente diferencias en la eficiencia de la empresa cuando se presenta una evolución en la industria. Se pretende

también sustentar dicho planteamiento con una demostración experimental o empírica del crecimiento para comprender la variabilidad que posee. Según el autor, solo aquellas organizaciones eficientes pueden sobrevivir y crecer en el mercado; por lo tanto, trata de aclarar la expansión incluyendo factores como el entorno en donde compite la empresa y su antigüedad, dando preferencia al aprendizaje organizacional para que las empresas logren una obtención de mejores resultados.

La teoría de los recursos (habilidades técnicas y organizacionales)

La teoría de los recursos fue planteada por Penrose (1959); se basa en la forma de aprendizaje que emplea para transferir el conocimiento a los colaboradores y también en la capacidad para mantener la cadena productiva de suministros y equipamiento de los colaboradores. Adicionalmente propone que se debe mantener una línea de dirección que se ajuste y garantice la estrategia en todos los niveles administrativos y operativos.

Ley del efecto proporcional

En cuanto a esta ley, fue anunciada por Gibrat (1931) y no está fundamentada teóricamente; no obstante, se muestra una suposición acerca del crecimiento como fenómeno de probabilidades. Es decir, el producto de diferentes factores que intervienen de manera multiplicativa sobre el tamaño inicial de la empresa. Estos factores no solo se presentan en el entorno en el que la empresa interactúa, sino que también están presentes en el interior de la organización, por tal motivo pueden influir de forma positiva o negativa, dado el caso, en la expansión o reducción de su tamaño.

Planteamientos sobre el comportamiento en las empresas

Los planteamientos de crecimiento empresarial expuestos por Baumol (1959, 1962), Penrose (1955), Penrose y Varela (1962), y Marris (1964), parten de la necesidad de esclarecer la interpretación sobre el crecimiento continuo que presentan las empresas, y que va más allá del margen establecido por la eficiencia económica; afirman que existe una posibilidad mayor de expansión si se consigue explotar al máximo los recursos productivos.

Internacionalización empresarial u organizacional

En este punto se exponen algunas de las definiciones más generales atribuidas al término internacionalización.

Rialp (1999) planteó el concepto de internacionalización como todas aquellas ejecuciones que permiten un establecimiento de relaciones duraderas entre la empresa y mercados internacionales; tomando en cuenta que esto hace parte de un proceso progresivo de intervención y proyección internacional. Por su parte, Pla Barber y León Darder (2004), lo proponen como un ascenso a nuevos mercados en el exterior que involucra la estructura estratégica de la empresa; una evaluación en sus recursos y una exploración de las condiciones en los diferentes países; aclarando que estas pueden variar significativamente.

Según lo expresado, se puede considerar la idea de internacionalización como riesgosa debido a la aparición de diferentes agentes o factores sociales implícitos en dicho proceso; algunos de ellos son: i) el riesgo de tipo de cambio, esto debido a que se pueden presentar variaciones negativas en el valor de la divisa, afectando la manera como se perciben los ingresos frente a la moneda local, acarreando riesgos en la rentabilidad de la compañía; ii) el riesgo comercial o de crédito, este se relaciona con el incumplimiento del pago de las obligaciones adquiridas por el cliente (Brunet y Belzunegui, 2000); iii) el riesgo país, determinado por diferentes variables como la situación económica de la nación, la inestabilidad macroeconómica o política, las modificaciones en el marco jurídico y legal, los conflictos armados, catástrofes naturales, entre otros (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 1999).

Así mismo, se destacan ventajas que permiten un mayor grado de estabilidad en las empresas; un ejemplo de ello es mayor acceso a las materias primas, un incremento en los ingresos, accesibilidad en la adquisición de tecnología para lograr innovar en sus procesos productivos y por qué no, la posibilidad de encontrar mano de obra más calificada (Cuervo, 2004).

Como lo expresa Grant (2004), la internacionalización de las compañías ha logrado crear nuevas oportunidades de negocio en pequeñas, medianas y grandes empresas, y al mismo tiempo les ha permitido participar en mercados más competitivos. Es por esta razón que se considera como una de las fuerzas más importantes debido a que ha cambiado la visión en los negocios.

La internacionalización les ha permitido a las organizaciones plasmar y llevar a cabo la planeación estratégica, para lo cual se parte de un proceso táctico; y les permite alinearse con el modelo de economía global (Nariño, Peña y Nieto 2010).

Cuando una empresa decide internacionalizarse, se dice que ha empezado el proceso de crecimiento empresarial, favoreciendo tanto los ingresos como la capacidad de sostenerse en el tiempo (Leunidou, 1995; Morello, 2001).

Sobre las bases de las ideas expuestas, se puede asegurar que la internacionalización es asumida por las empresas como una forma de crecimiento para lograr la expansión y para establecer una participación en el mercado. Las organizaciones poseen una mayor oportunidad de éxito, si logran establecer una habilidad o estrategia a partir de su ingenio y recursos, características que dependen de la búsqueda de un mercado objetivo.

Agentes influyentes en el crecimiento empresarial

Según Porter (1990), cuando las organizaciones buscan su crecimiento empresarial, se enfrentan a un mercado competitivo en el que las nuevas posibilidades de negocio surgen de su capacidad para potenciar los recursos.

Atendiendo a las consideraciones de Blázquez et al. (2006), el crecimiento empresarial depende de diferentes factores que pueden ser internos o externos. Dichos agentes hacen que tal crecimiento se distinga como una estrategia para obtener una mayor competitividad y posicionamiento en el mercado global.

El estudio del crecimiento empresarial muestra que las organizaciones deben asumir el tamaño y la antigüedad organizacional como una estrategia para no caer en el fracaso empresarial, gracias a la incidencia que ha tenido la ley del efecto proporcional de Gibrat (1931). En estudios sobre el crecimiento empresarial se ha determinado que la antigüedad y el crecimiento tienen una relación negativa, al igual que el crecimiento y la dimensión. Las organizaciones que tienen un tamaño estructural más amplio, no logran expandirse de forma acelerada porque la prioridad es mantener la participación en el mercado (Correa, 1999).

Por su parte, Dunne & Hughes (1994) afirman que con el transcurso del tiempo la relación entre tamaño y crecimiento de las empresas ha cambiado. En los años sesenta, la relación se decía que era acorde con lo esperado, pues según este concepto, las grandes empresas eran las que crecían más rápido; luego, esa postura cambió a partir de los años setenta porque las pequeñas empresas consideraron la idea de crecimiento sin importar el tamaño comercial.

García (2004) afirma que las variables de tiempo y el sector económico donde se desarrolla la empresa no determinan el tamaño empresarial; más bien se da por la ganancia esperada del crecimiento empresarial, también por la capacidad que tiene para endeudarse y obtener un financiamiento, todo ello con el fin de lograr el posicionamiento de marca y empresa.

Otro agente influyente en el proceso de crecimiento empresarial es la gestión del conocimiento; según Bueno (1998), las empresas son un compuesto de activos tangibles e intangibles que definen el valor que posee la empresa. Los activos intangibles son la consecuencia de la integración del conocimiento en las diferentes áreas de la organización. A su vez, Vilaseca Requena, Torret Sellens, y Lladós Masllorens (2003) opinan que los componentes intangibles en una empresa son aquellos que presentan una mayor intervención en el crecimiento organizacional, dada su influencia para marcar diferencia en los productos y servicios a la hora de competir en un mercado internacional.

Valenzuela (2004) fija su posición en que la importancia fundamental para la obtención de una ventaja competitiva que se mantenga en el tiempo radica en el conocimiento; es decir, las empresas que logren prosperar en ese ámbito son las que están continuamente generando nuevo conocimiento y aplicándolo tanto a nuevas tecnologías, como a las diversas áreas de la organización. Según esta apreciación, las personas son el principal activo en una empresa, por tal motivo se requiere fortalecer la gestión del conocimiento organizacional.

También es importante que se mantenga una línea de motivación directiva como un factor interno, debido a que es considerado necesario para el crecimiento de la organización, con el fin de explotar todos los recursos ociosos y convertirlos en rentables (Penrose y Varela, 1962). En el mismo sentido, Petrakis (1997) sugiere, a partir de su estudio sobre las causas del crecimiento, que las habilidades y actitudes personales de los directivos son un componente interno principal para motivar a su equipo en la consecución de objetivos trazados para su crecimiento.

En consecuencia, Fernández (1993) plantea que, para la obtención de una ventaja competitiva más evidente, las empresas deben considerar los recursos humanos como un agente fundamental en dicho proceso, estos recursos deben contener no solo conocimientos, sino también experiencia y capacidad de adaptación.

En la misma línea, Feindt, Jeffcoate, & Chappell (2002) mencionan que es de suma importancia contar con elementos como el conocimiento, la experiencia, la motivación de los dirigentes de la compañía y su capacidad de transmitirla al equipo de trabajo, para consolidar vínculos mayores con los empleados y, a su vez, conseguir el logro de los objetivos de la empresa. Es importante también crear compromisos con los clientes en temas de servicio y calidad, todo esto ligado a la creencia de que dichos factores pueden contribuir al pronto crecimiento de la empresa.

Otros agentes relevantes en el proceso de crecimiento empresarial son los externos; para identificarlos es necesario realizar un análisis previo de las implicaciones que tiene el entorno sobre la empresa, qué impacto tiene la economía local, el desarrollo tecnológico, la demografía, el componente social y la política exterior, que dependiendo de las connotaciones que puedan tener sobre el crecimiento empresarial, determinan el éxito o fracaso de la estrategia (Blázquez et al., 2006).

Los factores externos que tienen mayor incidencia en el crecimiento empresarial, y que garantizan un posicionamiento, como lo menciona Porter (1994), son analizados desde las cinco fuerzas expuestas en su teoría: los competidores, los clientes, los proveedores y sustitutos. A continuación, se explican cada uno de estos factores.

Cuando se habla de los competidores, se hace referencia a que la capacidad o tamaño de la empresa determina el control que llegue a tener sobre el mercado. Es así que la implementación de estrategias agresivas de crecimiento, desanimará las intenciones de posibles nuevos competidores. Tener un amplio margen de maniobrabilidad sobre la cadena de distribución y abastecimiento, garantiza que se cumpla lo anterior (Porter, 1994).

Los clientes son fundamentales, debido a que su poder de compra puede llevar a variaciones en los precios en cuanto a la reducción, o si se mantienen, deben cumplir con niveles de calidad exigentes. En un mercado, esto obliga a que las ganancias de las empresas se disminuyan por efectos de costeo. Para contrarrestar tal situación, le conviene a la empresa realizar una investigación de mercado que le permita encontrar potenciales clientes en zonas geográficas desatendidas, o la puesta en marcha de productos innovadores (Porter, 1994).

Una alianza fuerte con proveedores, le representa a la empresa una consistencia en el precio al cliente sobre sus productos y los de la competencia. La negociación efectiva con los aliados estratégicos es una oportunidad de crecimiento empresarial que conlleva la apertura de mercados regionales e innovación de productos (Porter, 1994).

Y por último están los productos sustitutos, los cuales podrían acarrear problemas en el momento que comienzan a ser reales para los clientes; es decir, cuando en el mercado pueden encontrarse productos de menor precio y más eficaces que los que ofrece la empresa. Por ello, se hace necesaria una diferenciación en los productos ofertados con la ventaja que la organización puede aumentar el valor del bien, esto sin dejar de lado la calidad de los mismos. Cuando una empresa es capaz de innovar y crear diferenciación en sus productos y servicios es probable que logre perdurar y posicionarse en el mercado (Porter, 1994).

La internacionalización como decisión de crecimiento

La evolución de las empresas es evidente, debido a los cambios que se presentan en el mercado, es por esta razón que el crecimiento se puede dar por diferentes estrategias, la intrusión de nuevos negocios y el desarrollo geográfico que es consecuencia del proceso de internacionalización (Rodríguez, 2015).

En el crecimiento empresarial se asocian múltiples factores que se desarrollan en párrafos siguientes; no obstante, la internacionalización es uno de los más importantes. Para incursionar en el mercado internacional es prudente que las organizaciones den respuesta a varias situaciones que les permitan concretar dicho proceso: los motivos por los que se desea internacionalizarse, el proceso que se llevaría a cabo para la internacionalización y el lugar donde se desean realizar las actividades de la empresa en el exterior (Galán, Galende y González, 2000).

En la actualidad, es común encontrarse con mercados mucho más dinámicos y exigentes, esto justifica los avances que ha tenido el comercio global con el paso de los años y es la razón que obliga a la mayoría de las organizaciones a tomar la decisión de internacionalizarse (Rodríguez, 2015). Otros de los motivos son la búsqueda de bajos costos de producción, un ciclo de vida más amplio para el producto, mayor eficiencia en la distribución y producción del producto, la posibilidad de encontrar mano de obra más calificada y barata, la disposición de recursos y una disminución en la demanda local (Canals y Canals, 1994).

Sin embargo, la decisión de internacionalización de las organizaciones no suele acabar con los inconvenientes que la competencia acarrea; Fernández y Vázquez (1994) identifican algunos de ellos:

- La expansión hacia un mercado internacional, como estrategia para adquirir liderazgo en los costos de producción, ya no es suficiente teniendo en cuenta el nivel de la competencia actual, pues los compradores anteponen a las empresas que ofrecen un alto nivel en calidad y servicios antes de las empresas que ofrecen precios más bajos.
- Los costos bajos en la mano de obra no suelen perdurar en aquellos países de menor desarrollo. Si bien es cierto, es la menor productividad la que identifica a los empleados inicialmente debido a su falta de preparación o formación, luego podría aumentar tanto el nivel de formación como el de productividad, viéndose afectadas las ventajas en los costos de fabricación.
- El producir en el exterior no posibilita un mayor control en la calidad de los productos, en la innovación de la maquinaria utilizada, en la relación con los clientes y, en general, del bien que exige el comprador.
- El número de niveles jerárquicos que poseen este tipo de empresas puede influir en la reducción de la capacidad para reaccionar ante los cambios que puedan presentarse en el entorno, debido a que las decisiones podrían tornarse más lentas.

Para la mayoría de las empresas, el proceso de internacionalización puede tornarse difícil y costoso, pero es indispensable para no caer en el estancamiento empresarial. Cuando se llega a la decisión de internacionalización, se debe realizar un estudio minucioso de la organización y del mercado en que se desea incursionar, esto con el fin de predecir posibles factores que puedan intervenir en el proceso y tener conocimiento de los requerimientos del mercado (Claver y Quer, 2000).

Con relación al contexto de donde se desean realizar las actividades de la empresa en el exterior, es común que la mayoría al iniciar el proceso de internacionalización elija un mercado cercano; es decir, un país que coincida política, económica y culturalmente para luego identificar una estrategia que les permita incursionar en el mismo (Johanson & Vahlne, 1990).

En efecto, la estrategia de localización es la más complicada y requiere de un mayor nivel de compromiso; por tal motivo, las empresas que producen más allá de lo esperado, son aquellas que poseen una preferencia internacional y que cuentan con abundancia de recursos importantes, como lo son los financieros y los directivos (Correa, 1999).

Discusión

Las organizaciones atraviesan por unas condiciones no favorables en la actualidad, debido a la fuerte competencia en el mercado local; esto las ha llevado a incrementar la exploración de nuevas opciones y posibilidades de crecimiento empresarial y la consolidación en el mercado.

La mayoría de las empresas deciden ampliar su dimensión estructural, según lo expresado por Grant (2004), considerando la opción de internacionalización como su principal estrategia de cara a la globalización del mercado, como lo exige el mundo actual de los negocios y así lograr la permanencia de la empresa en el futuro. Dada esta apreciación, antes de que las empresas tomen la decisión de internacionalizarse, deberían contemplarla minuciosamente y tener como base las experiencias fallidas de otras empresas que lo intentaron y fueron absorbidas por la competencia.

Para llevar a cabo la apertura de nuevos mercados, la empresa debería implementar estrategias innovadoras que sean diferenciadoras en el naciente ámbito comercial a explorar; esta recomendación la propone Puerto (2010); se trata del desarrollo de estrategias en el interior de la organización que facilitarían el enfrentarse a un mercado cambiante y competitivo, éstas pretenden conseguir un posicionamiento y reconocimiento de marcas. Según su apreciación, es evidente que en la organización se implementaría la forma de sensibilizar tanto la estructura administrativa como la operativa, sobre la conveniencia o no, de un modelo de negocio abierto a nuevas latitudes. Por supuesto, dicho cambio en la mentalidad de los empleados podría generar sentimientos y pensamientos contrapuestos.

La implementación de la estrategia de internacionalización deberá contar con agentes internos y externos, tal como lo expresan Blázquez, Dorta y Verona (2006), que comprenden: el tamaño y la antigüedad de la empresa, la gestión del conocimiento, la motivación directiva, la demografía, el desarrollo tecnológico, el componente social del país y la política. Porter (1994) destaca otros factores no menos importantes: los competidores, los clientes, los proveedores y los productos sustitutos. Siendo consecuentes con la anterior apreciación, para las organizaciones poner en marcha la internacionalización, no solo deberían incurrir en gastos y costos adicionales; también existirán asuntos internos y externos que engloban el funcionamiento de una empresa en un país que no es el de origen, partiendo de las leyes o normas que protegen a las empresas locales, la carga impositiva, el hábito comportamental de su población, la adquisición de materias primas, el costeo, y otros.

El futuro de las organizaciones deparará que el consumidor detecte la identificación de los productos y servicios en el mercado como lenta; se incurrirá también en costos elevados de adaptación, pero no quiere decir que la expectativa de éxito disminuya. La mano de obra, dependiendo de las exigencias para la elaboración del producto, puede beneficiarse por personal calificado en la región a expandirse o verse afectada por la inversión en capacitación de los mismos (Fernández y Vázquez, 1994). Es de imperiosa necesidad mantener una formación actualizada de los empleados, para que sirva de ventaja competitiva en el mercado a explorar.

Es de anotar que, según Fernández y Vázquez (1994), siempre existirán factores al interior de la misma empresa que afectarán de forma notable su crecimiento empresarial, tales como los de nivel jerárquico, en los que la cadena de mando puede hacer lenta la transición de información que se desee bajar a las posiciones medias o inferiores. Para lograrlo, es primordial que las altas directivas establezcan un consenso en las decisiones que se tomen en la organización, para luego ser compartidas con cada empleado, pero estas podrían presentar inconvenientes en su forma de interpretación y, por ende, en la implementación de cada área comprometida con la determinación.

Es difícil precisar una estrategia general que garantice el éxito de las organizaciones o su crecimiento empresarial, principalmente por las múltiples variables a las que se encuentra expuesta; éstas pueden ser de naturaleza legal, demográfica, económica, política, social o cultural, también pueden influir factores como tamaño, producto o servicio ofertado y el mercado objetivo (Thompson y Strickland, 2004). Además, incidiría de manera importante la localización a donde se quiera o pretenda llevar el bien o servicio; es decir, si el lugar a expandir es cercano o lejano implicaría que los costos de producción tengan relevancia en la rentabilidad final esperada (Correa, 1999).

Las empresas con miras a internacionalizarse deberán afrontar un mercado exigente y dinámico, en el que se tenga como propósito la oportunidad de salir de un estancamiento o de saturación en el mercado local, y de crecimiento empresarial con las circunstancias que conlleva tomar la decisión. El análisis exhaustivo de todos los componentes de la internacionalización, pueden garantizar el éxito o no de la organización.

Conclusiones

Cuando el enfoque principal de una empresa es el crecimiento, debe existir un plan de acción que le facilite el cumplimiento de dicha meta. En este caso es necesario que en cada una de las fases del proceso de direccionamiento estratégico se determine una relación directa de la compañía con el entorno, teniendo en cuenta las diversas perspectivas del crecimiento empresarial, esto con el fin de obtener una cohesión entre las tácticas planteadas por la empresa y las exigencias del entorno o mercado.

En efecto, el estudio estratégico en las organizaciones pretende establecer los puntos claves y fundamentales a la hora de optar por una estrategia futura. Así mismo, al realizar un análisis interno de la empresa y de su entorno, se puede precisar una orientación estratégica y se logra reconocer cuál de los planos desde donde es visto el crecimiento beneficia dicha orientación. La identificación de estrategias le permite a la

empresa determinar aquellas que se desean implementar; este punto es de vital importancia si se requiere adherir una orientación hacia el crecimiento empresarial, debido a que cuenta con un abundante número de posibilidades que facilitan a la empresa puntualizar algunos de aspectos requeridos para que obtenga los resultados estratégicos esperados.

El éxito de las organizaciones frente al proceso de internacionalización va ligado al nivel de entendimiento de los factores que influyen en el mismo, aunque es de suma importancia la implementación de estrategias aprobadas que surjan de las consideraciones y el estudio de los aspectos más relevantes y que, gracias a las apreciaciones de la gerencia de la organización, logren ser los definitivos en el proceso de incursionar en mercados exteriores.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

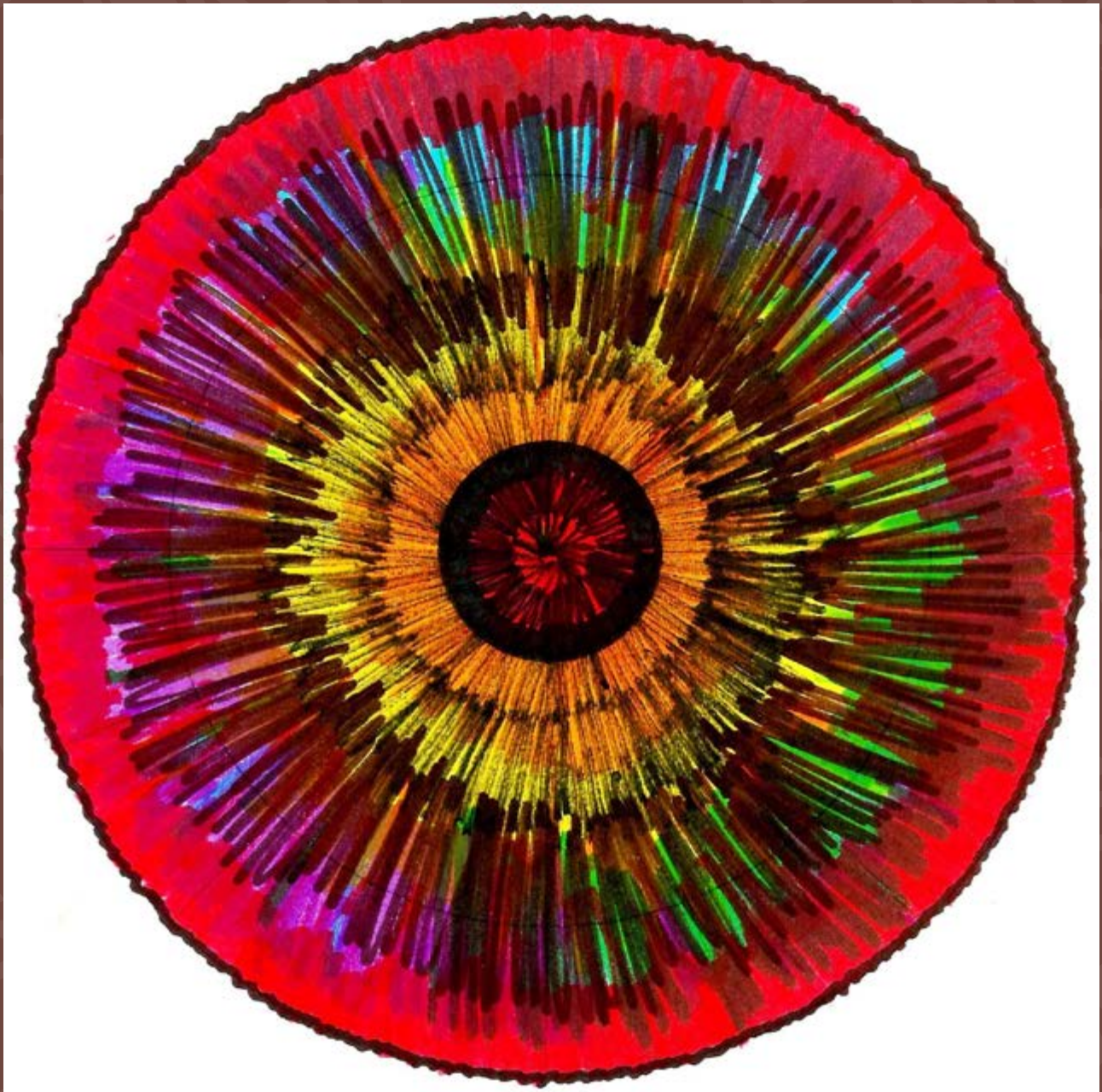
Referencias

- Baumol, W. J. (1959). *Business behavior, value and growth*. New York: Macmillan. Retrieved from <http://garfield.library.upenn.edu/classics1982/A1982NU66200001.pdf>
- Baumol, W. J. (1962). On the theory of expansion of the firm. *The American Economic Review*. 52(5), 1078-1087. Recuperado de http://www.jstor.org/stable/1812183?seq=1#page_scan_tab_contents
- Blázquez, F., Dorta, J. A., y Verona, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v19n31/v19n31a07.pdf?iframe=true&width=80%&height=80%>
- Brockhoff, K. (1974). Política de crecimiento de la empresa. En S. García Echevarría (rol), *Economía de la empresa y política económica de la empresa*. Esic-Market. Recuperado de <https://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/6363/Econom%C3%ADa%20de%20la%20empresa%20y%20pol%C3%ADtica%20econ%C3%B3mica.pdf?sequence=1>

- Brunet, I., y Belzunegui, A. (2000). *Empresa y estrategia en la perspectiva de la competencia global*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Bueno, E. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. *Boletín de Estudios Económicos*, 164, 205-229. España: Asociación de Licenciados en Ciencias Económicas por la Universidad Comercial de Deusto.
- Canals, J., y Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa: cómo evaluar la penetración en mercados exteriores*. España: McGraw-Hill.
- Claver, E., y Quer, D. (2000). *Estrategias de internacionalización de la empresa*. España: Editorial Club Universitario. Recuperado de <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/193.pdf>
- Correa, A. (1999). *Factores determinantes del crecimiento empresarial* (tesis). España: Universidad de la Laguna. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=776>
- Cuervo, A. (2004). Dificultades en la internacionalización de la empresa. *Universia Business Review*, (4), 18-29. Recuperado de <https://ubr.universia.net/article/view/506/dificultades-internacionalizacion-empresa>
- Dunne, P., & Hughes, A. (1994). Age, Size, Growth and Survival: U.K. companies in the 1980s. *The Journal of Industrial Economics*, 42(2), 115-140. DOI: 10.2307/2950485
- Feindt, S., Jeffcoate, J., & Chappell, C. (2002). Identifying success factors for rapid growth in SME e-commerce. *Small Business Economics*, 19(1), 51-62. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1016165825476>
- Fernández, E., y Vázquez, C. J. (1994). *La internacionalización de la empresa* (documento de trabajo). Oviedo: Universidad de Oviedo. Recuperado de <https://econo.uniovi.es/biblioteca/documentos-trabajo-ccee-ee/1994>
- Fernández, Z. (1993). La organización interna como ventaja competitiva para la empresa. *Papeles de Economía Española*, (56), 178-193. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=64946>
- Galán, J. I., Galende, J., y González, J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización. El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. *Economía Industrial*, (333), 33-48. Recuperado de <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/333/07.J.I.GALAN.pdf>
- García, J. (2004). *La ley del efecto proporcional: una aplicación al estudio del crecimiento empresarial asturiano*. Portugal: Estoril.
- Gibrat, R. (1931). *Les inégalités économiques*. Paris, France: Sirey.
- Grant, R. (2004). *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Thomson.

- Hitt, M. A., Ireland, R. D., y Hoskisson, R. E. (1999). Administración estratégica: competitividad y globalización, conceptos y casos. *Cengage learning* (7ª ed.). Recuperado de <http://biblioteca.utma.edu.pe/sites/default/files/Administraci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20-%20Competitividad%20y%20globalizaci%C3%B3n%20-%20Hitt%2C%20Ireland%20%26%20Hoskisson%20-%207ed.pdf>
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), DOI: <https://doi.org/10.1108/026513390101374>
- Jovanovic, B. (1982). Selection and the evolution of industry. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 50(3), 649-670. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/1912606?seq=2#page_scan_tab_contents.
- Leunidou, L. (1995). Export simulation: a non-exporter's perspective. *European Journal of Marketing*, 29(8), 17-36. DOI: <https://doi.org/10.1108/030905695100975>
- Marris, R. (1964). The economic theory of managerial capitalism. *Palgrave macmillan*. DOI: 10.1007/978-1-349-81732-0
- Menguzzato, M., y Renau, J. J. (1991). La dirección estratégica de la empresa. *Cuadernos*, (23), 127-135. Recuperado de <http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf498.pdf>
- Morello, G. (2001). *El proceso de internacionalización*. Editorial Universitaria.
- Nariño, L. M., Peña, I. D., y Nieto, L. M. (2010). *Internacionalización de las empresas colombianas, caso: Automundial*. Bogotá: Universidad del Rosario. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2010/1026258249-2010.pdf;sequence=1>
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: University Press. (4ª Ed.) Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=85FLx2NqlaoC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Penrose, E. T., y Varela, F. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa* (1ª ed.). Madrid: Aguilar.
- Penrose, E. T. (1995). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: University Press. Recuperado de <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/0198289774.001.0001/acprof-9780198289777>
- Pla Barber, J., y León Darder, F. (2004). Dirección de empresas internacionales. Pearson.
- Perroux, F. (1964). Las industrias motrices y la planificación del crecimiento de una economía nacional. *Revista de Economía y Estadística*, 8(1), 39-89. Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/viewFile/3566/5641>
- Petrakis, P. E. (1997). Entrepreneurship and growth: creative and equilibrating events. *Small Business Economics*, (9), 383-402. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1007980925402>

- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Harvard Business Review. Retrieved from https://books.google.com.co/books?id=CqZzxAxBpfEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Porter, M. (1994). *Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Continental.
- Puerto, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento y Gestión*, (28), 171-195. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/646/64615176009.pdf>
- Rialp, A. (1999). Los enfoques micro-organizacionales de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura. *Cambio Tecnológico y Competitividad*, (781). Recuperado de http://www.revisitasice.info/cache/pdf/ICE_781_117-128__5F6320F1F9F499454DA33296EB4ECF86.pdf
- Rodríguez, A. (2015). *Estrategias de crecimiento en empresas multinacionales: BuyVip y Privalia*. Universidad de León. Recuperado de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4050/71520095P_GCI_Diciembre14.pdf.pdf?sequence=1
- Thompson, A. A., y Strickland, A. J. (2004). *Administración estratégica: teoría y casos* (18ª ed.). México: McGraw-Hill. Recuperado de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20\(2012\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Peteraf,%20T%3B%20Strickland,%20G.%20(2012).pdf)
- Valenzuela, E. (2004). Consideración de los intangibles en la evaluación de acciones por los analistas financieros. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 3(2), 101-126. Recuperado de <http://www.remef.org.mx/index.php/primera/article/view/185/247>
- Vilaseca Requena, J., Torret Sellens, J., y Lladós Masllorens, J. (2003). Inversión en intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española. *Estudios de Economía Aplicada*, 21(3), 503-520. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/301/30121306.pdf>



PROFUNDIDAD

"Cuanta profundidad habita en tu interior... atrévete a adentrarte en tu propia oscuridad..."

Autor: Psicólogo José Luis Alvarez Posada Ph.D

Forma de citar este artículo en APA:

Gómez Oviedo, E. E., y Ruiz, J. (enero-diciembre, 2018). ¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital? *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 109-116

Recibido: 23 de febrero de 2018

Aceptado: 21 de septiembre de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?

How is a communicator to act as mediator through digital narrative?

Elva Emilia Gómez Oviedo*
Jesenia Ruiz**

* Integrante del semillero Mediáticos, Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: elva.gomezov@amigo.edu.co

** Integrante del semillero Mediáticos, Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: jesenia.ruizgarciaga@amigo.edu.co

Resumen

Las plataformas digitales han cambiado la forma de comunicarse, permitiendo un fácil acceso a cualquier tipo de información. Actualmente, la difusión de mensajes se da de una manera rápida e interactiva, donde miles de usuarios están conectados diariamente consumiendo nuevos contenidos acordes con sus necesidades y gustos. Por tal motivo es importante que el comunicador sea un mediador para crear contenidos digitales con una esencia cultural que permita el fomento de la misma. En consecuencia, es importante que conozca las plataformas digitales que actualmente se utilizan y las características que las componen, para que pueda transmitir mensajes efectivos con una usabilidad favorable. Otro requisito importante que debe cumplir el mediador es conocer el lenguaje utilizado en la sociedad en la cual va a comunicar, para que se dé una cercanía entre emisor y receptor, **y así se generen cambios comunicativos.**

Palabras clave: Mediación; Comunicador; Plataformas digitales; Interacción; Transmedia; Narrativa digital.

Abstract

The digital platforms have changed the way people communicate by allowing an easier access to any type of information. Nowadays, message diffusion is fast and interactive, since millions of users are daily connected and consuming new content according to their likes and needs. Therefore, it is important that communicators act as mediators to create digital content with a cultural essence that foster it. It is, thus, necessary for communicators to be familiar with the current available digital platforms and their characteristics, in order to transmit effective messages with a favorable usage. Another important requirement is for the mediator to know the language that the target society uses in order to create empathy between emissary and receptor and ensuring a communicative exchange.

Keywords: Mediation, communicator, digital platforms, interaction, transmedia, digital narrative.

Introducción

¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?

Es importante mencionar que, gracias a las plataformas digitales, las técnicas comunicativas han cambiado en cuanto a la difusión de la información y en la manera como se interrelacionan las personas. Ahora se pueden dar diferentes tipos de comunicación virtual, logrando la conexión con múltiples usuarios en un mismo tiempo y sobre un mismo tema. Por lo tanto, es una gran oportunidad para que el comunicador social pueda ser un puente para lograr dichas relaciones. Cáceres Zapatero, Brändle Señán y Ruiz San Román (2017) afirman:

La Red ha transformado los modos tradicionales de acceso y distribución de la información y frente al modelo de los medios tradicionales de uno-a-muchos, caracterizado por la interactividad en tiempo real, que permite el acceso a la información y también la conversación social simultáneamente (p. 236).

De acuerdo con esto, el comunicador en cuanto mediador, debe tener presente que cuando construye un producto comunicativo, no será consumido solo por una o por un conjunto de personas, sino por muchos.

¿Ventajas de las narrativas digitales?

Para entender un poco por qué hablamos de narración digital y no de una narración análoga, es pertinente comprender y conocer las ventajas que tienen los medios de comunicación digital frente a los medios tradicionales. Los medios digitales cuentan con ciertos tipos de ventajas que influyen al momento de comunicarse y de acceder a la información, en la que ya no solo se puede ser receptor, sino emisor y receptor al mismo tiempo. Entre estas se encuentra la interactividad, en la que los participantes y el mediador elaboran una historia, permitiendo que el receptor haga parte del proceso narrativo. Otra característica es la *actuación*, que permite que los interactores puedan cambiar varias veces y de múltiples maneras el contenido de la historia, otorgando diferentes experiencias cada que esta sea cambiada o enriquecida; en la transformación existe una *evasión*, en la que el interactor puede hacer parte o convertirse en un personaje de la historia, permitiendo la exploración de otras vidas y de otros mundos diferentes al real; y por último, la *inmersión*, que es la sensación que vive el interactor al momento de sentirse sumergido en la historia (Peinado Gil, 2004).

¿Qué debe saber el comunicador?

El primer paso para ser un mediador es conocer las plataformas digitales en las que se va a montar el producto realizado por el comunicador, así este sabrá qué características poseen y qué atributos le puede brindar para que él identifique si son propicias o no para los contenidos que pretende transmitir. Barrios Rubio y Zambrano Ayala (2014) afirman que:

El comunicador debe manejar los medios a la carta, o sea, en espacios de comunicación en los cuales el usuario casi que personaliza aquello que quiere consumir (información, música, deportes, entretenimiento, concursos, entre otros) bajo un esquema de inmediatez, flexibilidad y lealtad. Además de contar con un soporte media *mix* en el cual tenga el texto para profundizar en el análisis y el sonido para acompañar el eje narrativo y la imagen de lo que quiere contar (p. 27).

Es así como el comunicador, aparte de conocer y comprender las plataformas digitales, debe manejar un lenguaje entendible y apropiado para todo tipo de público, con el fin de crear una comunicación integral y comprensible que esté socialmente aceptada y que sea de uso común. Es importante entender que la comunicación es efectiva siempre y cuando sea entendible para la mayoría. No basta solo con conocer las plataformas y saberlas utilizar, si al momento de crear un acto comunicativo utilizamos un conjunto de palabras poco comunes, la comunicación será un fracaso. Se deben emplear signos y significantes aceptados y estandarizados por la sociedad que faciliten la comprensión e interpretación de los productos (Barrios Rubio y Zambrano Ayala, 2014).

Al transcurrir el tiempo, el mundo se acomoda a las nuevas necesidades que van surgiendo o que nos van imponiendo los nuevos medios digitales; cada vez son más los usuarios conectados a redes sociales, informándose a través de la Internet y sumergidos en la “era digital”. A medida que el mundo de la comunicación va cambiando, las nuevas profesiones tienen que adaptarse a estos cambios y resurgir con otros métodos, es ahí donde viene la pregunta: ¿Cómo el comunicador social puede integrarse en esta era digital?

¿Cómo el comunicador social puede integrarse en esta era digital?

Respondiendo a esta pregunta es necesario valorar la función del comunicador. El comunicador no debe incurrir en el abuso de estereotipos, ni en la información mediocre que muchas veces es publicada en portales web, debido a la inmediatez en la que se ve envuelto el profesional. Además de publicar la información, debe entenderla, analizarla, saber qué es falso o verdadero; entender que tiene el deber de dirigir los cambios para dárselos a la comunidad de una forma consiente. Actualmente es necesario que haya nuevos procesos de reflexión en cuanto a lo que se publica o no en la web, o a la manera de llegarle a aquellos menos beneficiados por la nueva era. A través de la tecnología, el profesional de la comunicación puede crear una cultura no solo digital, sino que aproveche el potencial que se le da a la información en los medios. Hoy en día, el desafío que el comunicador tiene con la aparición de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) es darle un valor mayor al término de inmediatez y presencialidad en el lugar de los hechos. De acuerdo con lo anterior, hoy se debe replantear la labor del comunicador en cuanto a la inmersión que

este debe hacer en el mundo digital para adquirir competencia como profesional en el futuro. Barrios Rubio y Zambrano Ayala (2014) refieren: “se hace fundamental resaltar que la investigación en comunicación en el campo de las nuevas tecnologías adquiere cada vez más relevancia en el contexto académico” (p. 66).

Por lo tanto, las facultades de comunicación deben plantear estrategias para formar comunicadores que no solo aprendan acerca de cómo comunicar en los medios tradicionales, sino que conozcan los nuevos medios y estén en la capacidad de comunicar haciendo uso de la tecnología. Ahora bien, si miramos el concepto de comunicación como disciplina, sabremos que es mediadora en la vía de la construcción y circulación de sentido y formas de representación o significación de la realidad, mediadas a su vez por diferentes dispositivos creados por la cultura.

Entonces, ¿cómo ser mediador a través de la narrativa digital?

Para comprender cómo ser mediador a través de la narrativa digital, debemos abordar el término de *narrativa transmedia*, que se refiere a esos relatos que son contados en múltiples plataformas y medios. Es esa forma de vivir, una misma narración en distintas presentaciones: del comic se pasa a la televisión, de la televisión a un libro y se termina brindándole al receptor varias opciones para vivir una experiencia de lectura. Para Scolari (2014), en su artículo *Narrativas transmedia nuevas formas de comunicar en la era digital*, la mejor forma para resumir las transmedia sería: “IM + CPU = NT. Donde IM: Industria de los medios; CPU: Cultura participativa de los usuarios; NT: Narrativas transmedia” (p. 72).

Una de las razones para considerar la transmedia como una opción para facilitar la labor del comunicador como mediador digital es que esta ha fragmentado la comunicación de forma pertinente para los usuarios, ha hecho que los receptores se sientan bien servidos, ya que el contenido que existe se ha hecho para todos los gustos; aunque esto a su vez ha traído el desinterés en otros aspectos. Años atrás, la televisión y el cine eran consumidos por millones de personas como medio masivo de la sociedad, ahora los medios digitales tienen el mismo impacto proponiendo una experiencia con la ayuda de la narrativa transmedia, abarcando diferentes dispositivos unidos por un hilo narrativo (Scolari, 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior en el ámbito del periodismo, el comunicador utilizaría esta herramienta para ser mediador en el conocimiento de la cultura y las significaciones, que a pesar que ya han sido conocidas por otros medios, se ha de rescatar la importancia de su significación y *transmediarla* hacia un formato que sea mucho más conocido por el público.

¿Cómo comunicar en la era digital?

El hombre siempre teme a lo desconocido, y el caso de la era digital no es la excepción. Desde siempre, los medios han evolucionado, pero hace unos años esto ha pasado con menor prolongación de tiempo, lo que se debe a que cada vez son más las herramientas que le permiten al hombre reinventarse y acomodar su creatividad al bienestar propio. Los medios han ido demostrando una gran evolución en la vida humana. De escribir a mano, pasamos a la imprenta, pero eso no ha hecho que la escritura a mano desaparezca totalmente. En un tiempo el miedo que vivían los medios tradicionales con el constante cambio es el de

desaparecer, pero ese temor ha pasado. Cuando se creó la televisión todo el mundo pensaba que la radio iba a desaparecer, pero no sucedió. Lo que ha pasado es que los medios tradicionales se han ido insertando también en la era digital; ahora podemos ver que todo se trabaja en conjunto con la web. En 1994 no existía la radio a través de la Internet; sin embargo, hoy es un privilegio con el que contamos, aunque este hecho le presenta al comunicador un desafío muy importante y es el de crear la confiabilidad que ya los medios tradicionales se han venido ganando a lo largo del tiempo. Franquet (1999) afirma:

Los medios de comunicación tienen una credibilidad ganada a lo largo de muchos años de actividad y cuentan con personajes visibles que respaldan un trabajo periodístico riguroso y veraz. En el momento presente la red no cuenta con su equivalente y por lo tanto se produce un vacío entre el emisor y el cibernauta (pp. 5-6).

En la era digital, el comunicador debe pensar en escribir a través de la web, no solo con un pensamiento local, sino global. La narrativa digital cuenta con varios retos y uno de ellos es llegar a todas partes y superar la brecha digital ya existente. El comunicador como mediador debe buscar que las fronteras cada vez sean menos, al igual que los distanciamientos de la información. Sin duda alguna, narrar para la web es sumergirse en un mundo de significados, apropiarse de ellos y crear algunos nuevos. La web es un mundo en el que están fusionadas las diversas culturas; el especialista en comunicación es el mediador entre estas. Las tecnologías digitales han cambiado las prácticas en cuanto a leer y a escribir, proponiendo nuevas experiencias. Victorino Ramírez (2011) señala que: “la práctica de la lectura y la escritura se transforma, alejándose del discurso de la escuela y del libro como tecnologías privilegiadas para transmitir el saber” (p. 9).

¿Existe la necesidad en las universidades de replantear la labor del periodista para esta nueva era digital?

Sin duda alguna, para que el profesional de hoy sea competente en el mercado, debe egresar de las universidades con competencias para el manejo de plataformas digitales, o al menos saber lo que es el periodismo digital y saber cómo escribir para la web. Ser un periodista del 2018 no es lo mismo que ser un periodista de 1990. Si el periodista sigue en una conducta tradicional, seguramente el futuro de la profesión será un temor que lo aceche. La tecnología, las audiencias y la propia formación del comunicador, son los factores más importantes para delimitar el perfil del periodista actual.

No es necesario “tirar a la basura” lo que ya por su formación sabe el periodista, pero sí es muy importante adaptar esos conocimientos hacia las nuevas formas de transmitirlos. La tecnología no es más que el canal para la producción de contenidos, mientras que el comunicador es ese mediador para hacerlo funcionar con la responsabilidad necesaria. Los medios tradicionales no pueden ver la tecnología como un enemigo, sino más bien como un aliado para enriquecer las fuentes de información.

No obstante, es factible analizar y medir la importancia que tienen las nuevas tecnologías y las ventajas que le brindan al comunicador social al momento de querer utilizarlas para emitir mensajes enriquecidos en sí mismos; tecnologías que permiten la conexión comunicativa entre emisor y receptor, y además facultan transformar o reutilizar los contenidos con mayor inmersión e interacción. Citando a Peinado Gil (2004):

Desde la perspectiva humanista las historias multiformes son una nueva forma de arte dotada de gran expresividad, la interacción genera un diálogo entre el narrador y el público, proporcionando una experiencia más profunda e inmersa que la narrativa secuencial (p. 24).

Por consiguiente, el comunicador debe crear contenidos digitales que estén acordes con las exigencias sociales, no dejando a un lado el objetivo principal planteado por el autor, es decir, que la historia contenga un fin comunicativo y educativo.

Sin embargo, que el producto sea efectivo o, por el contrario, no depende únicamente de lo maravilloso que sea el medio digital por el que se va a transmitir, puesto que existen otros elementos como el discurso, su línea narrativa, la importancia de la historia y la aceptación social, y demás. Debido a estas exigencias, se presenta el papel del comunicador social, ya no solo como mediador, sino como constructor del mensaje, el cual debe estar construido de la mejor forma posible para que la mediación y difusión sea exitosa.

Gracias a las narrativas transmedia se puede lograr la difusión de mensajes comunicativos, que no solo emiten algo, sino que comunican y expresan lo que puede ser o no desconocido; es decir, gracias al papel del comunicador y a las herramientas digitales se pueden crear nuevos conocimientos por medio de los nuevos tipos de narración. De acuerdo con Barrios Rubio y Zambrano Ayala (2014):

La transmedia posibilita otros mundos, otras formas de comprensión y de narración, otras posibilidades de lo público. Sectores sociales olvidados y desenganchados pueden reconocerse, establecer relaciones y hacerse visibles a través de ellas (p. 16).

Para esto es importante que el comunicador conozca y estudie los modelos comunicativos, para que pueda hacer efectiva la emisión de la información. Además, debe confrontar los medios “antiguos” con los digitales, para que se pueda dar una comparación y pueda determinarse qué cambios y propuestas nuevas se pueden admitir, con el fin de lograr una usabilidad con la que el usuario permanezca conectado con el medio.

Aunque las plataformas digitales tienen algunos años de estar circulando en el medio, aún no se han desarrollado completamente, lo que permite que el comunicador tenga grandes posibilidades de crear e innovar con propuestas que además pueden tener contenidos pedagógicos diseñados con el fin de dar a conocer y enseñar nuevos conocimientos por medio de la interactividad.

Las redes sociales también pueden ser una herramienta aliada para el comunicador, puesto que gracias a su gran consumo, permiten de forma rápida y eficaz la difusión de mensajes. En este sentido, Vélez Castillo (2013) señala que: “la comunicación digital a través de las redes sociales tiene un potencial que aún no se ha explorado completamente” (p. 53); a su vez, el comunicador debe entender que el mundo digital puede mostrarse tan inmenso e infinito, que permite la creación de múltiples productos comunicativos.

Conflicto de intereses

Las autoras declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Barrios Rubio, A., y Zambrano Ayala, W. (2014). Formación de comunicadores 'transmedia' para el público de la generación digital. *Index Comunicación*, 4(1), 13-36. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4612129>
- Cáceres Zapatero, M., Brändle Seán, G., y Ruiz San Román, J. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22(1), 233-247. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Franquet, R. (1999). Comunicar en la sociedad de la información. *Revista de Estudios de Comunicación*, 4(7). Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-02-franquet.pdf>
- Peinado Gil, F. (2004). Mediación inteligente entre autores e interactores para sistemas de narración digital interactiva (Trabajo de investigación). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://www.fdi.ucm.es/profesor/fpeinado/publications/2004-peinado-mediacion-MPhil.pdf>
- Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura digital* (Tema 6), 71-81. Recuperado de https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf
- Vélez Castillo, P. A. (2013). El activismo digital. La tecnología a favor de la transformación social. *Revista Comunicación*, (30), 45-43. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/2944/2583>
- Victorino Ramírez, B. (2011). ¿Narrativa digital o digitalización de la narrativa? (Tesis de maestría). Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5218/1/396245.2011.pdf>

Forma de citar este artículo en APA:

Castaño Molina, L. A., Godoy González, L. D., Osorio Rivera, C., Taborda Marín, A. F., y Villegas Castaño, J. (enero-diciembre, 2018). Cuidadores, función inhibidora o autodeterminada de la sexualidad en la diversidad funcional. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 117-129

Recibido: 20 de junio de 2018

Aceptado: 28 de septiembre de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

Cuidadores, función inhibidora o autodeterminada de la sexualidad en la diversidad funcional

Caretakers, suppressor function or self-determination in the sexuality of the functional diversity

Laura Alejandra Castaño Molina*
Laura Daniela Godoy González**
Carolina Osorio Rivera***
Andrés Felipe Taborda Marín****
Jhenyfer Villegas Castaño*****
Asesoría: Sandra Isabel Mejía Zapata*****

¿Se trata de un tercer sexo? Parece que sexualidad y diversidad funcional son pues, dos hechos incompatibles.

(Láñez, 2010, p. 114)

* Estudiante de noveno semestre de Psicología, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Laura.casnomo@amigo.edu.co

** Estudiante de noveno semestre de Psicología, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Laura.gogygo@amigo.edu.co

*** Estudiante de noveno semestre de Psicología, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Carolina.osoriori@amigo.edu.co

**** Estudiante de noveno semestre de Psicología, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Andres.tabordama@amigo.edu.co

***** Estudiante de noveno semestre de Psicología, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Jhenyfer.villegasca@amigo.edu.co

***** Asesora: Sandra Isabel Mejía Zapata, docente investigadora, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: Sandra.mejiazaqamigo.edu.co

Resumen

El presente artículo pretende abordar las implicaciones que tienen las familias y cuidadores en el proceso de crianza de las personas en condición de diversidad funcional y cómo estos potencian el desarrollo integral de esta población. Para ello se aborda el modelo de la diversidad funcional desde cuatro categorías emergentes en la sistematización de la información, las cuales posibilitan una amplia mirada sobre el tema, haciendo énfasis en los tipos de crianza y cómo estos promueven o inhiben la capacidad de autodeterminación de este colectivo. Lo anterior se logra a partir de entrevistas a profundidad, dando lugar a la comprensión de las realidades significativas, e interpretaciones a la luz de la teoría. En cuanto al hallazgo que arroja la investigación, se resalta que el apoyo de las familias y los cuidadores es determinante en tanto posibilitan el desarrollo o la inhibición de la autonomía.

Palabras clave: Autodeterminación; Cuidadores; Diversidad funcional; Sexualidad.

Abstract

This paper aims at analyzing the implications that families and caretakers have in the upbringing of a person with functional diversity and how they influence the integral growth of this population. The functional diversity model is analyzed from four emergent categories based on data analysis, which allow a wider overlook at this issue, emphasizing the types of upbringings and how they promote or suppress self-determination in this group. The data was gathered through in-depth interviews, looking to comprehend meaningful realities and theoretical based interpretations. The findings in this research process highlight that the support of families and caretakers is fundamental, since they can promote or hinder autonomy.

Keywords: Self-determination, caretakers, functional diversity, sexuality.

Introducción

A lo largo de la historia se pueden identificar tres modelos predominantes para abordar y comprender la discapacidad. En su orden se encuentran el modelo de prescindencia, el cual hace referencia a la discapacidad como castigo divino, además de promover aquellas situaciones de marginación y exterminio de la vida de estas personas. Posteriormente surge el modelo rehabilitador, el cual concibe la discapacidad como una anomalía física, psíquica, cognitiva, congénita y/o del desarrollo, que promueve la inferioridad de las personas en condición de discapacidad frente a la población convencional y cuya condición indefectiblemente debe ser rehabilitada. Producto de algunas reivindicaciones surge el modelo social; este plantea la discapacidad situada en la sociedad y no propiamente desde el sujeto. Sin embargo, sigue siendo concebida como una condición problemática, en vez de ser una forma igualitaria de habitar el mundo.

Debido a lo reduccionista de los anteriores modelos para definir con propiedad la discapacidad y todo lo concerniente a esta población, surge la propuesta de un modelo que permita la deconstrucción de los mitos alrededor de ellos, propiciando cambios significativos en las percepciones que socialmente se tiene de este colectivo. Como enfoque de derechos y capacidades emerge el modelo de la diversidad funcional, que para el caso particular de esta investigación formativa se entrelaza con las categorías de sexualidad y autodeterminación, haciendo hincapié en cómo las pautas de crianza promueven o inhiben la formación integral de las personas en condición de diversidad funcional.

Con base en lo anterior, este artículo tiene como finalidad esclarecer ¿cómo las pautas de crianza inciden en la formación y el desarrollo integral de las personas en condición de diversidad funcional?, ya que para el caso los cuidadores se configuran como un eje fundamental que puede llegar o no a posibilitar una diversidad funcional autodeterminada, entendida esta última como la apropiación de sus condiciones particulares, el desarrollo de cierta autonomía, el establecimiento de capacidades en contraposición al tema de la discapacidad visto como *ausencia de*, esto aunado a una posición política, que le permite hacerse cargo de sí en la mayoría de los casos.

Diseño metodológico

La investigación formativa se realizó bajo la fundamentación de un enfoque cualitativo-descriptivo, ya que, según Morales (2012), “permite conocer las situaciones, las costumbres y actitudes, mediante la descripción exacta de las actividades, objetos y/o personas que están presentes en la investigación” (pp. 1-2). Desde esta óptica, no se pretende solamente limitarse a la recolección de datos, sino que se intentan comprender e identificar las relaciones que existen entre dos o más categorías. Además, permite el establecimiento de relaciones más cercanas entre investigadores e informantes, brindando mayor solidez a los relatos ofrecidos por estos últimos.

El proceso de investigación que da lugar a este artículo comienza a partir de un rastreo bibliográfico de antecedentes, ubicados en diversas fuentes de consulta tales como artículos académicos, de punta, libros, bases de datos, entre otros. Posteriormente se utilizó el software Atlas Ti para la codificación de la infor-

mación, y cuya clasificación permite la identificación de las categorías emergentes: vida independiente, un enfoque de derechos; diversidad funcional y sexualidad, del mito al vínculo, padres democráticos, vía para la autodeterminación y autodeterminación, reflejo de la autonomía moral.

Fundamentados en lo anterior, se construye un instrumento de recolección de datos bajo el formato de entrevista semi-estructurada, a la que se le realiza un pilotaje que da cuenta de su validez y confiabilidad. Se elige este tipo de entrevista ya que concede mayor libertad tanto al entrevistado, como al entrevistador, para discutir aquellos temas que son de especial relevancia y obtener una mayor cantidad de información. A su vez, permite al entrevistador determinar el orden y tipo de preguntas que se van a realizar, como también la elección de aquellos temas en los cuales se va a profundizar según estén previstos o no en el guion establecido y que considere importantes para comprender al sujeto entrevistado (Corbetta, 2003, p. 352).

Los criterios de selección para la aplicación del instrumento delimitan a cuatro informantes en condición de diversidad funcional motora, sensorial-auditiva y déficit cognitivo moderado, una mujer y tres hombres, en edades entre 25 y 40 años, y a tres de los cuatro cuidadores, los cuales firmaron el consentimiento informado como procedimiento ético que alude a la investigación formativa.

Vida independiente, un enfoque de derechos

Una de las categorías centrales de este artículo y permitiendo el abordaje de un enfoque más contemporáneo, es el modelo de la diversidad funcional, propuesto por el Foro de Vida Independiente (2005), que se llevó a cabo en España. Este plantea una forma digna de nombrar la población en cuestión, que va más allá del simple cambio terminológico. El uso del término diversidad funcional implica modificar el valor despectivo que asignan otros términos como limitados, imposibilitados, inválidos, minusválidos y/o discapacitados, estos términos inexorablemente eliminan las capacidades de las personas en condición de diversidad funcional, trasgrediendo los derechos que les son propios.

El término pretende además instaurar un cambio en la mirada por parte de la sociedad, exponiendo la realidad de cada sujeto; en este caso, procura afirmar el hecho de que no hay una estructurada ni ritmo definido para la funcionalidad de un individuo; “no debemos olvidar que lo 'normal' es una ficción estadística de carácter meramente instrumental” (Palacios y Románach, 2006, p. 109). Visto así, lo “normal” puede incurrir en un juicio de valor, en tanto emerge como concepción excluyente, ya que pretende la unicidad en las capacidades.

Según Palacios y Románach (2006), todas las personas en algún momento de la vida se ven expuestas a estados de dependencia temporal o permanente, incluso el mismo ciclo evolutivo, desde el envejecimiento normal del ser humano, trae cambios significativos que exigen afrontar dicha realidad desde estados de dependencia; lo evidente es que existen muchos imaginarios implantados en la sociedad acerca de este colectivo, por lo que el cambio en la terminología dará lugar a resignificaciones que amplíen el marco de comprensión, además el reconocimiento de sus capacidades.

La propuesta de este modelo busca un lugar intermedio que no reste objetividad a la situación de dichas personas, porque es claro que las personas con diversidad funcional son diferentes desde un punto de vista biofísico, pero esto no implica que por estas características, no posean el derecho y la oportunidad de

realizar las mismas actividades; no se niega la existencia de una diferencia, más no es un incapacitante. La funcionalidad de las personas en condición de diversidad se encuentra en una permanente adaptación a un contexto de “normalidad”, por lo cual, el apoyo de sus familiares o cuidadores influye de manera determinante en el proceso de la persona en condición de diversidad funcional.

El modelo propuesto para esta investigación, se sitúa en una concepción digna y un enfoque de derechos para esta población, dando lugar a premisas fundamentales que le otorgan un constructo y soporte teórico al modelo de la diversidad funcional, de acuerdo con Palacios y Romañach (2006), los principios fundamentales que se plantean en el modelo de diversidad abogan por la defensa de los derechos de las personas en condición de diversidad funcional, así como la defensa de la autodeterminación, la desmedicalización y la desinstitucionalización de esta condición. En cuanto a esta investigación en particular y teniendo en cuenta la triangulación de la información, se establecen como hallazgos significativos dos asuntos: en primer lugar, se identifica la creación de la política pública en torno a este colectivo, sin embargo su cumplimiento es mínimo; en segundo lugar, específicamente con la población en cuestión, se evidencia que al abordar aspectos legales como los derechos, se halla desconocimiento y, por ende, omisión, lo que inevitablemente implica que no hagan ejercicio de los mismos. Respecto a las familias y cuidadores, la situación no es diferente, esto se hace notorio específicamente para la población en condición de diversidad cognitiva, debido a que no se tiene claridad y, además, se podría afirmar que llegan a ser los más vulnerados.

A lo largo del tiempo, distintas entidades, entre ellas el Sistema Universal de Protección de Derechos Humanos, el Consejo de la Unión Europea, la Asamblea General de las Naciones Unidas, el Foro de Vida Independiente, se centraron en la construcción de los derechos de las personas en condición de diversidad funcional, buscando la extinción de todo tipo de prejuicios hacia esta población. Para Rubio (2013), el objetivo de la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad, tal como se establece en su artículo 1º, es el de “promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad y promover el respeto de su dignidad” (p. 1).

De lo anterior, se generaron cambios fundamentales para las personas en condición de diversidad. En países como España, las organizaciones se han enfocado en el ámbito laboral, permitiendo a quienes están en dicha situación acceder a un trabajo en igualdad de condiciones, apostando por un proceso de selección y contratación en términos equitativos y seguros, que garanticen la no discriminación y ambientes adecuados de trabajo. Hay que resaltar que, desde este punto de vista, las personas en condición de diversidad funcional no solo son vistas como empleados, sino como emprendedores, que poseen las herramientas y las habilidades para fortalecer y crear empresas.

Diversidad funcional y sexualidad, del mito al vínculo

La sexualidad ha sido y sigue siendo un tema complejo, más cuando se confiere a la población en condición de diversidad funcional, en tanto se considera a este colectivo como seres asexuados, vetando el derecho a desarrollar esta dimensión de su vida, lo que implica incluso la contención del deseo; este control ejercido en la mayoría de los casos por los padres en calidad de cuidadores, inhibe el derecho al ejercicio de su sexualidad con plena libertad y autonomía. De acuerdo con Vélez Laguado (2006):

La sociedad en general, se resiste a aceptar la sexualidad en los discapacitados y por lo tanto cuando se da, suelen ser juzgados como perversos, desinhibidos, o sexualmente depravados. Este estigma puede derivar en discriminación proveniente de las instituciones, medios de comunicación y exclusión en las políticas públicas (p. 158).

No es de extrañar que en diversas familias se considere la posibilidad de la esterilización, especialmente en las mujeres, como medida preventiva frente al riesgo de embarazo al que están expuestas, o la excesiva sobreprotección por parte de los cuidadores que en muchos casos consideran la interacción y el contacto como algo que contempla un alto riesgo, negando la posibilidad de establecer relaciones afectivas, cohesionando el derecho a descubrir y practicar su sexualidad. Por otra parte, desde las instituciones sociales no se evidencia interés en la divulgación de programas de prevención ni de políticas que promuevan el derecho de las personas en condición de diversidad funcional a ejercer su sexualidad.

A pesar de los cambios de paradigma que se han experimentado en las últimas décadas, tales como la libertad de expresión y el deseo de romper con los mitos que aún atan a nuestra sociedad, parece ser que hoy en día la sexualidad en las personas con diversidad funcional está lejos de recibir la atención y dignificación que realmente merece, prolongando actitudes que justifican, ignoran, ocultan y las mantienen bajo estricta censura. En la investigación, materia de este escrito, el testimonio del informante 4, joven de 25 años, es evidencia de lo dicho: “me regañan y me dicen; oiga usted es menor de edad, todavía no puede tener hijos” (Comunicación personal, 2017). Este testimonio permite reconocer la incidencia y aunque suene un tanto fuerte, la manipulación que se ejerce sobre la población en condición de diversidad funcional, respecto al derecho del disfrute de su sexualidad.

Lo anterior, permite comprender que la familia y cuidadores juegan un papel determinante en la apertura, el conocimiento del entorno y el modo en que se relacionan las personas en condición de diversidad funcional. Al respecto, Moya Maya (2009) plantea que:

En los aspectos afectivos y sexuales, muchas veces en el interior de los hogares se asume que las mujeres con discapacidad son seres asexuados. No se entiende que tenga deseos sexuales y necesidades afectivas de pareja; las familias desconfían mucho de quienes se acercan a ellas por temor a que sean burladas y engañadas (p. 8).

Esta situación es evidenciada en la entrevista aportada por nuestro informante C-1 en calidad de cuidador: “yo nunca lo acepté, pensé que era por burlarse de ella. Me quedaba callada, no me metí en eso, el corazón es el de ella y no el mío, pero si me dolía, no me gustaba” (Comunicación personal, 2017).

Por otro lado, la maternidad y la paternidad en esta población constituye uno de los temores fundamentales que habita en las creencias de los cuidadores, en tanto consideran que una persona en esta condición no tiene las habilidades y mucho menos los recursos suficientes para cuidar y hacerse cargo de su descendencia. Las repercusiones físicas y en mayor medida el miedo a que pueda heredar la discapacidad, han sido durante años el principal foco de preocupación de familias y cuidadores de las personas con diversidad (Moya Maya, 2009). Lo anterior se constituye como el impedimento que determina el ejercicio de la sexualidad a las personas en esta condición, al interior de sus hogares; negando sus derechos fundamentales, incluido el derecho a constituir una familia.

Por último, la sexualidad se convierte en un privilegio al que pocos pueden acceder y que dependerá en gran medida de la concepción que cada familia y cuidador tenga acerca de la sexualidad, y que en la mayoría de los casos es limitada exclusivamente a la genitalidad. Razón por la cual, se sostiene dicha construcción social, que soporta el derecho a la sexualidad como algo exclusivo de los convencionales, desconociendo y eliminando la riqueza que esta, en sí misma, posee para la constitución y correcto desarrollo de la personalidad; teniendo en cuenta además que la sexualidad provee un contacto íntimo que da lugar al encuentro afectivo y el vínculo.

Padres democráticos, vía para la autodeterminación

La familia es representada desde épocas antiguas hasta hoy como un punto de apoyo para el individuo, aportando conocimiento y realizando un permanente acompañamiento en el desarrollo de las habilidades; según Hernández (como se citó en Herazo Gregory, 2015), la familia es:

Un sistema social natural (...) constituida por una red de relaciones que responden a las necesidades biológicas y psicológicas inherentes a la supervivencia humana y tiene características propias en cuanto a que no hay ninguna otra instancia social que hasta ahora haya logrado reemplazarla (p. 26)

Por lo anterior, se concibe a la familia como una estructura base, la cual se encarga de la enseñanza de los cimientos fundamentales para la sociedad, se confía a los cuidadores el bienestar y salud de sus miembros, convirtiéndose en el soporte más importante para el desarrollo emocional, físico y social del ser humano. (Ferrer-Honores, Miscán-Reyes, Pino-Jesús y Pérez-Saavedra, 2013, p. 52). De acuerdo a lo mencionado por el autor, todas las culturas tienen en común expectativas sobre las familias; en su función está el deber de educar futuros ciudadanos competentes, íntegros y capaces de establecer relaciones socioculturales con éxito. Sin embargo, no en todas las dinámicas familiares se constituye de la misma forma, puesto que estamos inmersos en una sociedad multicultural y con riesgos sociales por la existencia de distintas tradiciones, desigualdades sociales y diferentes tipos de creencias, entre otros.

En la gran mayoría de los casos, la concepción más arraigada que parte desde los núcleos familiares es que las personas en condición de diversidad funcional son dependientes, que no pueden valerse por sí mismas, por lo tanto, sus cuidadores son quienes tienen pleno derecho a decidir sobre las esferas vitales de estos y, en consecuencia, anulan su capacidad de decisión y elección. Como lo refiere López Sánchez (como se citó en Caricote, 2012):

El núcleo familiar se vuelve más complejo cuando el hijo/a adolescente tiene una discapacidad, porque los padres no toman en cuenta la opinión y el criterio del/la joven. Los padres tienen tendencia a sobreprotegerlo y manejarlo generando incapacidad y miedo en el adolescente, para enfrentarse a las diversas situaciones sociales (p. 55).

Esto puede evidenciarse a partir del testimonio del informante C #4:

Él se enoja porque no lo dejan visitar a la novia, intenta agredirnos; yo le digo no papi es que usted sabe que El Poblado es prácticamente otro municipio, nosotros ni siquiera conocemos eso, no se deje llevar por las cosas que le dicen las muchachas. Porque ella le dice, vámonos para el poblado, vamos para mi casa. Uno no va a aceptar eso, porque primero no hay plata para ir con usted hasta allá y segundo usted por allá se pierde (Comunicación personal, 2017).

Si bien lo mencionando en el párrafo anterior es importante, se hace necesario conocer más a profundidad a la población en condición de diversidad funcional; es por esto que, a través del contacto con población y sus cuidadores, se ha logrado dilucidar el vínculo que se crea entre estos agentes del núcleo familiar, esto con el fin de indagar acerca de las pautas de crianza y sus creencias frente al desarrollo de sus hijos, lo cual destaca que el apoyo brindado por los padres y/o cuidadores en ocasiones es limitante en el área de relaciones interpersonales, puesto que las familias poseen la creencia que solo ellos tienen un amor genuino y sin algún otro tipo de interés por estas personas, como se evidencia en el testimonio de la informante #1, en condición de diversidad funcional motora: “cuando tuve esa persona, para ella (...) [refiriéndose a la madre] fue muy duro porque no aceptaba, ella creía que él estaba jugando conmigo, pero no era así, él siempre fue honesto” (Comunicación personal, 2017).

Esta concepción se arraiga con mayor fuerza desde la familia y cuidadores, dado que asumen que esta población no será tomada con seriedad y respeto por parte de quien pretenda entablar una relación. Respaldo por Herazo Gregory (2015), la familia en ocasiones toma la posición de obstaculizar el desarrollo integral de este colectivo por temor al abandono, por parte de la persona convencional; por otra parte, surge el recelo de tener a cargo otra u otras personas con diversidad funcional en lugar de una, en tanto la pareja posea la misma condición o, incluso, en el caso de llegar a procrear un hijo con diversidad funcional.

Por consiguiente, la familia o quien cumple el rol de cuidador, es quien instaure las pautas de crianza, es decir, el uso de costumbres, valores, actitudes, roles y hábitos, los cuales se transmiten de una generación a otra, con el fin de educar. Esta cumple el objetivo de incorporar estrategias que permitan o no el desarrollo e inclusión en la norma. La adaptación de las pautas de crianza dependerá de lo vivido, lo aprendido y de su contexto sociocultural. Al respecto, sugiere Baumrind en 1973 (como se citó en Ramírez, 2005), pueden diferenciarse fundamentalmente cuatro estilos de crianza, utilizados por los padres para la formación de sus hijos, los cuales se clasifican en:

- I) Autoritario: caracterizado por un alto nivel de control y exigencias, como también por un bajo nivel de comunicación y afecto explícito.
- II) Permisivo: conocido por bajos niveles de control y exigencias, pero con un alto nivel de comunicación y afecto; democrático, los cuales presentan niveles altos de afecto, control, comunicación y exigencias.
- III) Negligente: diferenciado por altos niveles de apatía, rechazo, nada receptivos, ni exigentes. De acuerdo con el estilo que fomenten los padres y/o cuidadores en la crianza de personas en condición de diversidad, aportará o no de manera integral a la formación de estos.
- IV) Democrático: genera apoyo a las personas en condición de diversidad funcional, pero además promueve la configuración de la autonomía y la independencia como insumos imprescindibles para la consecución de una vida digna de ser vivida y autodeterminada. El modelo de vida independiente, teniendo en cuenta los anteriores estilos con respecto a los cuidadores, requiere la reproducción de este estilo de crianza.

Autodeterminación, reflejo de la autonomía moral

Uno de los hechos que se evidencia para esta investigación y que es fundamental mencionar, es lo determinante que es el apoyo de la familia y los cuidadores que acompañan la formación integral de las personas en condición de diversidad funcional, en tanto tienen una implicación directa en promover o inhibir la autodeterminación en ellos. El modelo de la diversidad funcional plantea la autodeterminación como un asunto fundante que da lugar a una condición participativa y digna del sujeto, es relevante dar claridad de los componentes que la caracterizan.

Según Wehmeyer en 1992 (como se citó en Ponce, 2010, p. 13), las acciones autodeterminadas se logran mediante un proceso educativo; estas tienen cuatro características fundamentales:

1. **Conducta autónoma:** no necesariamente alude a una condición de dependencia relacional, ni física, sino a la libertad de elecciones, que implica la autonomía moral, haciendo uso de una postura política (tomando la decisión sobre sí).
2. **Comportamiento autorregulado:** parte del autocontrol de las emociones y acciones, considerando las consecuencias de estas.
3. **Desarrollo o capacitación psicológica:** es la motivación que surge a partir de la búsqueda de un logro y cómo se empodera el individuo siendo consciente de sus capacidades.
4. **Autorrealización:** se da a partir del auto-reconocimiento de las habilidades y las necesidades del individuo, logrando que ambas hagan parte de la construcción de su proyecto de vida.

Lo descrito anteriormente se logra evidenciar en las entrevistas aplicadas en la investigación; en la medida que estas características van emergiendo en la cotidianidad de los informantes, tal como se evidencia en el diálogo con ellos frente a la pregunta sobre ¿se sienten autónomos y cómo la desarrollan?, el Informante #1 señala:

Sí claro, porque yo cada día quiero superarme más, no me quiero quedar como enfocada en que no puedo, yo siempre digo puedo hacer esto así sea algo difícil para mí, pero lo logro y quiero cada día dar lo mejor de mí (Comunicación personal, 2017).

Se reconoce del anterior testimonio, la motivación que se asume para afrontar sus condiciones y obtener las metas y logros que se propone; respecto a esto, el Informante #2 menciona:

En ese aspecto, considero que cada uno se pone sus límites, el hecho de que yo tenga mi pérdida auditiva no significa que no pueda por ejemplo aprender inglés. Si lo puedo perfectamente, requiere un poquito más de concentración, que sean pacientes conmigo, en este momento estoy estudiando, trato de estudiar el inglés y no hay ningún problema. Cualquier actividad que yo quiera desarrollar lo hago porque me lo propongo y lo puedo hacer, el hecho de que tenga pérdida auditiva no significa que sea un limitante, ejemplo, si quiero practicar natación, tampoco va a ser un limitante, Porque a pesar de que no tenga los audífonos, sé que la persona va hablar un poquito más durito y le puedo escuchar y puedo practicar ese deporte sin problema, no es un limitante (Comunicación personal, 2017).

Se evidencia en este testimonio la autonomía como una acción determinante en su vida, debido a la capacidad personal de organizar, dirigir y tomar conciencia de su potencial para cumplir con sus metas y responsabilizarse de las mismas.

No obstante, la familia y cuidadores también pueden inhibir la autodeterminación, dando lugar a la vulneración de los derechos, desconociendo y, en algunos casos hasta cercenando, aspectos fundamentales como la sexualidad, que también es una dimensión de lo humano; sin embargo, esta sigue siendo un punto álgido en el desarrollo de las personas que hacen parte de este colectivo, en la medida que son limitadas por su grupo cercano, lo que es paradójico, ya que sí hacen énfasis en promover áreas como la educación, lo laboral y los vínculos, en tanto no tengan un componente sexual. Este componente fundamental de los seres humanos se inhibe, producto de una sobreprotección asociada a una percepción de niños eternos o a réplicas de patologías en posibles descendientes, que a su vez se proyectarían como carga adicional, ya que rememora las dificultades a las cuales fueron expuestas en determinado momento, como lo expresa el informante C #1 en la pregunta sobre la maternidad de la informante #1: “sería muy complicado, un hijo es una responsabilidad tan grande, muy dura y más en las condiciones de ella” (Comunicación personal, 2017).

Adicional a la respuesta, se observó en la cuidadora una expresión no verbal de angustia que reflejaba más aun la dificultad que esto representa por su condición de diversidad funcional, que a la responsabilidad de la maternidad en términos generales.

No obstante, el apoyo de los cuidadores en otros aspectos se ve reflejado en el desarrollo y la capacidad resiliente de cada uno; a pesar de enfrentarse a eventos traumáticos y situaciones de rechazo, se permiten la posibilidad de crecer y adaptarse en el entorno y/o ámbito donde se desenvuelven, bien sea en términos laborales, educativos y/o personales.

Según Ponce (2010):

Las familias juegan un papel muy importante en el apoyo individual de la autodeterminación. No sólo animando a la persona con discapacidad a que tome decisiones, sino teniéndola en cuenta en la toma de decisiones conjuntas sobre cuestiones que afectan a toda la familia –en función de su edad–, entendiéndola como un miembro activo de esta (p. 14).

De esta manera, al inscribirse activamente en la familia, otorga la participación al sujeto en condición de diversidad funcional; entre tanto, la autorregulación se percibe implícitamente en la capacidad de resiliencia que construye cada sujeto a partir de sus diferentes experiencias y el estilo de crianza que sus cuidadores tuvieron, promoviendo estos comportamientos y asumiendo la carga emocional que cada etapa vital representa; por consiguiente, el autogobierno de estas emociones permite el desarrollo de una motivación permanente para el logro de sus metas, haciendo uso de los recursos y las capacidades para materializar los objetivos personales.

Conclusiones

La diversidad funcional es un tema de preocupación, dado que en la actualidad las personas con esta condición deben afrontar la vulneración de sus derechos por parte de la sociedad; se acentúa aún más cuando estas dinámicas son vividas y propiciadas desde sus propios cuidadores y núcleo familiar, frente a la negación de sus derechos fundamentales, tal es el caso de la vivencia plena de su sexualidad, arguyendo la protección de quienes viven en dicha condición.

A partir del rastreo teórico y las entrevistas realizadas a los informantes se puede reconocer que en el contexto colombiano existen múltiples políticas en pro de los derechos para esta población, pero lo escrito en ellas difiere mucho de la realidad, ya que, partiendo desde las familias, se desconocen sus derechos sexuales, menos aún del colectivo social, que todavía los asume de manera asexuada, asistencialista y rehabilitadora.

El apoyo de las familias y los cuidadores se torna fundamental; en primera instancia, son ellos quienes posibilitan la apertura y el conocimiento de las dimensiones humanas en los individuos. Sin embargo, esta problemática no es exclusiva de aquellos que padecen algún tipo de diversidad funcional y de sus cuidadores. Se requiere repensar la sexualidad no como un tema ligado exclusivamente al coito y el placer fisiológico, que además hacen parte de la experiencia, sino como una posibilidad que promueve el vínculo con el otro y las implicaciones que ello acarrea en la calidad de vida.

La diversidad funcional puede conllevar a situaciones de especial cuidado por parte del núcleo familiar de esta población. A partir de esta investigación se puede establecer que los cuidadores son garantes que inciden directamente en la capacidad de autodeterminación y los beneficios que resultan de esta, tales como la resiliencia, dando lugar a sujetos que participan en sus condiciones de vida y desarrollan una autonomía física relativa y moral plena.

La sexualidad concebida desde la formación integral, basada en el respeto, en la toma de decisiones que reconocen consecuencias, promueven el autocontrol, la autonomía y la autorrealización, se da mediante el acompañamiento y orientación realizada por los cuidadores desde el reconocimiento y respeto de los derechos para las personas en *condición* de diversidad, logrando promover la autodeterminación.

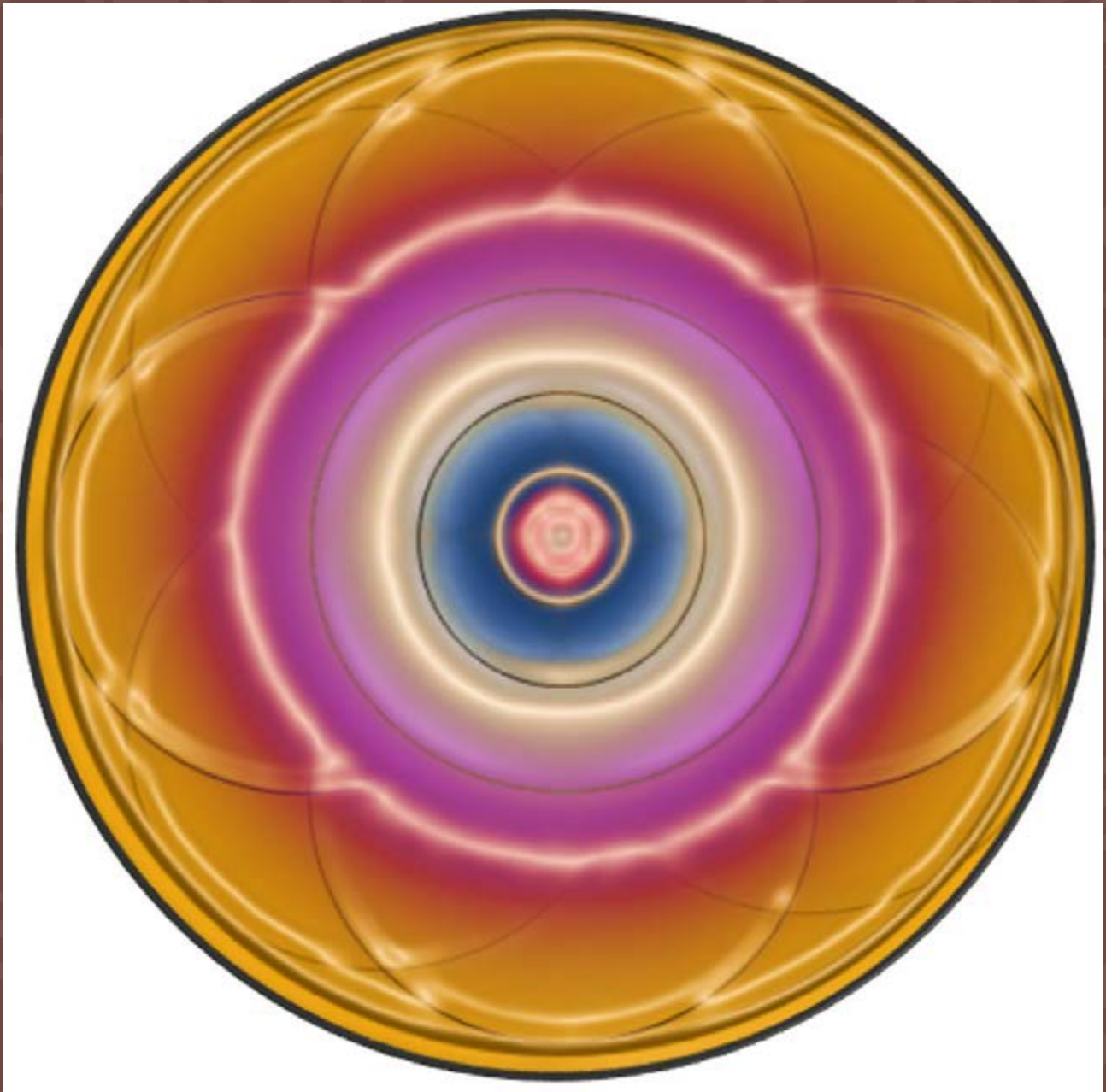
Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Caricote, E. (2012). Sexualidad en adolescentes discapacitados. *Salus*, 16(2), 53-57. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382012000200009&lng=es&tlng=es.
- Corbetta, P. (2003). Metodología y técnicas de investigación social. En J. M. Cejuado (Ed.). España: The McGraw Hill Interamericana. Recuperado de <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/metodologc3ada-y-tc3a9cnicas-de-investigacic3b3n-social-piergiorgio-corbetta.pdf>
- De Vida Independiente, F. (2005). Apuntes sobre el documento: líneas básicas para un modelo de atención a las personas dependientes.
- Ferrer-Honores, P., Miscán-Reyes, A., Pino-Jesús, M., y Pérez-Saavedra, V. (2013). Funcionamiento familiar según el modelo Circumplejo de Olson en familias con un niño que presenta retardo mental. *Revista Enfermería Herediana*, 6(2), 51-58. DOI: <https://doi.org/10.20453/renh.v6i2.1793>
- Herazo Gregory, D. R. (2015). Pautas de interacción y narrativas de las madres acerca del hijo con discapacidad cognitiva en relación con la sexualidad y proyecto de vida (Tesis de maestría). Medellín, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16600/HerazoGregoryDeliaRocio2015.pdf?sequence=1>
- láñez, A. (2010). Exclusión y diversidad funcional. Una propuesta de intervención social basada en el modelo de vida independiente. *Revista de la Facultad de Trabajo Social UPB*, 26(26), 120-141. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/trabajosocial/article/view/748>
- Morales, F. (19 de septiembre de 2012). Conozca 3 tipos de investigación: descriptiva, explicativa y exploratoria [Mensaje de un blog]. *Creadess*. Recuperado de <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>.
- Moya Maya, A. (2009). La sexualidad en mujeres con discapacidad. Perfil de su doble discriminación. *Feminismo/s*, 13(1), 133-152. DOI: 10.14198/fem.2009.13.09
- Palacios, A., y Romañach, J. (2006). *El modelo de la diversidad funcional: la bioética y los derechos humanos como herramienta para alcanzar la plena dignidad en la diversidad funcional*. Madrid, España: Ediciones Diversitas-AIES. Recuperado de <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/9899/diversidad.pdf?sequence=1>

- Ponce, Á. (2010). *Formación en autodeterminación para familias*. Madrid: FEAPS (Confederación Española de Organizaciones en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual). Recuperado de <http://riberdis.cedd.net/handle/11181/3360>
- Ramírez, M. A. (2005). Padres y desarrollo de los hijos: prácticas de crianza. *Estudios Pedagógicos*, 31(2), 167-177. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052005000200011>
- Rubio, M. (2013). Construyendo juntos un puente entre tradición e innovación en las relaciones laborales. *Revista internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derechos del Empleo*, 1(1), 1-6. Recuperado de http://adapt.it/editoriale_revista.pdf
- Vélez Laguado, P. (2006). La sexualidad en la discapacidad funcional. *Revista Ciencia y Cuidado*, 3(1), 158-162. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2533996>



NACIMIENTO

"Primero como una suave luz... luego con la fuerza de un sol"

Autor: Psicólogo José Luis Alvarez Posada Ph.D

Forma de citar este artículo en APA:

Bustamante Cadavid, J. (enero-diciembre, 2018). A la publicidad le llega la "inspiración divina". *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 131-143

Recibido: 24 de mayo de 2018

Aceptado: 02 de agosto de 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

A la publicidad le llega la "inspiración divina"

"Divine inspiration" in advertising

Julián Bustamante Cadavid*

* Estudiante del programa de publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Correo electrónico: julianbcadavid@gmail.com

Resumen

El artículo analiza la aplicación de símbolos religiosos católicos en la publicidad de vestuario, con el objeto de investigar el poder de persuasión que poseen en la construcción de mensajes publicitarios. La función de la publicidad es impactar con símbolos y no únicamente religiosos; la simbología es un recurso fuerte que utiliza la comunicación publicitaria para poder lograr esos impactos que deben estar muy referenciados en la cultura. La pregunta para enfocar la investigación es: ¿Qué motiva al publicitario usar símbolos religiosos católicos aplicados a la comunicación de campañas de marcas de vestuario de diseñador? El empleo de la metodología ha sido desde la observación del entorno como trabajo de campo y entrevistas a profundidad, teniendo como resultado que en mayor medida las marcas europeas son las que utilizan esta tendencia, lo que para muchas personas es parte del paisaje publicitario y para otras es un impacto; el uso puede atribuirse a que buscan técnicas de marketing con el fin de generar expectación, recordación y polémica mediante el rechazo de algunas sociedades. La relevancia del tema aporta a la publicidad otros campos de investigación en los que intervienen lo icónico, la semiología, la retórica y la persuasión de mensajes relacionados con la religión católica. Las marcas deben estar constantemente explorando tendencias de comunicación porque la publicidad es un oficio que ha encontrado el poder de mover pensamientos, crear conciencia y hacer llamados de atención.

Palabras clave: Semiótica; Religión; Catolicismo; Vestuario; Marcas; Publicidad; Persuasión; Sociedad.

Abstract

This paper analyzes the use of catholic symbols in fashion advertising in order to study the power of persuasion that these symbols hold in the creation of advertisements. Advertisement aims to impact with symbols, not necessarily religious ones; Symbolology is a strong resource that communication advertisement uses, but to have the expected impact it must include cultural references. The research question in this study is: what is motivates advertisers to use catholic symbols in designer fashion campaigns? The methodology used has been: fieldwork observation of the environment and in-depth interviews, the results show that mostly European brands use this tendency, for many people this is just part of the advertisement landscape while for others it is an impact, as a result of the use of marketing techniques that create expectation, memory and controversy by rejecting some societies.

The relevance of this subject brings to advertising the relation of the iconic, the semiology, the rhetorical, and the persuasion of messages in the catholic religion. Brands should explore this trends because advertising is a business that finds the power of moving toughs.

Keywords: Semiotics; Religion; Catholicism; Wardrobe; Brands; Advertising; Persuasion; Society.

Introducción

Al observar distintas piezas publicitarias de vestuario, en las cuales la estrategia de comunicación se ha basado en utilizar símbolos de la iglesia católica, ha llamado la atención un spot de Hawkers (marca de lentes de sol) que presentaba su producto ambientado en "la última cena". La investigación se enfoca en la utilización de símbolos religiosos católicos empleados en mensajes publicitarios que realizan las agencias para firmas de diseño de vestuario, con la intención de generar en su público objetivo una persuasión que lleva al consumo; un consumo que se está convirtiendo también en metafórico cuando se comienzan a ver las marcas y sus productos desde una perspectiva más retórica, lo que quiere decir que tal consumo ha cambiado puesto que se busca algo más que lo tangible.

Dicho esto, es una oportunidad para ampliar el estudio de símbolos religiosos católicos, como figuras de la retórica, aplicados en mensajes publicitarios de vestuario; en efecto, se analizarán: ¿cuáles son los símbolos más utilizados?, ¿cómo el consumidor actual percibe esta tendencia? ¿qué tan eficaz es la persuasión?

El tema, además, permite conocer al publicista otro tipo de semiología utilizada como mensaje persuasivo. En resumen, la presente investigación estudia lo iconográfico y busca un cambio, con el propósito de trascender en la comunicación a partir de la construcción de ideologías.

Ahora bien, se quiere dar a comprender la influencia simbólica y el comportamiento del consumidor, tomando la religión católica como metáfora de esta actitud y como concepto vanguardista que ha marcado tendencia en la publicidad de vestuario de lujo, ya que la imaginería religiosa no solo está aplicada a la publicidad de vestuario, sino también al diseño de moda, como metáfora del comportamiento del consumo que se vive hoy gracias a su posicionamiento (Peña Cabrera, 2002). Sin embargo, aunque estos otros elementos, además de la aplicación de símbolos religiosos en la publicidad de vestuario, pueden llegar a ser propuestas de investigación, se mencionan para comprender el problema original, como por ejemplo, que el uso de estos símbolos en la publicidad ha llegado a ser por tendencia gracias a unas marcas que se atrevieron a dar el primer paso porque han estudiado al consumidor (Sierra, 2013).

Presencia visible de símbolos religiosos católicos en el contexto publicitario

Al abordar el estudio de los símbolos religiosos en la publicidad de vestuario, se hablará de su presencia visible en Europa y América. Los símbolos religiosos católicos son elementos visuales que están muy presentes en las culturas occidentales, ya que se concentra una mayoría de población creyente. El mayor protagonismo de los símbolos religiosos en la esfera pública es dado por su capacidad de evocar esperanza, por lo que no solo se encuentran en los templos, sino también en instituciones y hogares. "La propia historia de Europa se encuentra estrechamente ligada a la evolución de las tendencias en materia de convicciones religiosas". Sin embargo, estos elementos visuales han llegado a neutralizarse y desvanecerse en algunos países europeos por respeto a las minorías religiosas o por la disminución de las creencias (Parejo, 2010).

En un principio no se estudiará más que la imagen publicitaria, porque en la publicidad la significación de la imagen es con toda seguridad intencional: determinados atributos del producto forman a priori los significados del mensaje publicitario, y esos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, se tiene la certeza de que esos signos están completos, formados de manera que favorecen su mejor lectura: la imagen publicitaria es franca o, por lo menos, enfática (Barthes, 2002).

Figura 1.



Fuente: Bustamante, 2016.

La exclusión de la religión del espacio público se debió a la neutralidad y libertad religiosa, pues los estados no pueden dictaminar qué religión es mejor; por otra parte, daba por hecho que la presencia de símbolos religiosos provocarían 'objetivamente' una 'presión emocional' sobre aquellos que no comparten las creencias de la mayoría. No obstante, la realidad es que cada persona tiene frente a los símbolos religiosos sus propios y cambiantes sentimientos y reacciones (Martínez Torrón, 2014). A diferencia de América, esa neutralidad religiosa no está tan enfatizada en la institucionalidad; se tiende a hacer énfasis en los símbolos católicos como elementos visuales en las instituciones y hogares, connotando una cultura conservadora en el sentido religioso. Tanto para América como Europa, ¿las minorías, o las personas individuales, están obligadas a respetar las decisiones de la mayoría en lo que se refiere a la presencia visible de símbolos religiosos en espacios públicos? La respuesta es sin duda afirmativa, siempre que dicha presencia visible no vaya unida a coerción o adoctrinamiento (Martínez Torrón, 2014). Nadie debe ser molestado por sus opiniones, incluidas las religiosas, de lo que se deriva el reconocimiento de una plena libertad de conciencia.

Observación en el contexto europeo

Los publicistas se aprovechan de los diferentes contextos sociales de Europa para realizar campañas publicitarias, independientemente de la marca, con uso de símbolos religiosos católicos. Por la observación como trabajo de campo, se ha llegado a descubrir dos motivos:

En primer lugar, una parte de Europa ha permitido este tipo de mensajes con contenido religioso; contenido que a pesar de que no pasa desapercibido, casi forma parte del paisaje urbano, aunque siempre genera algo de qué hablar. En segundo lugar, se benefician de algunos países en los que aún suelen ser un escándalo los contenidos religiosos, así que no dudan en recurrir a la polémica para generar un mayor impacto, expectación, viralización y hacer que la marca sea recordada.

Las técnicas y estrategias del Marketing actual se basan en multitud de elementos, factores e "ingredientes" que son utilizados para desarrollar "fórmulas" y acciones publicitarias capaces de generar expectativa y conseguir llamar la atención del consumidor. La fecha en donde se suele sacar a la luz los mensajes con motivos religiosos, es en la temporada de Semana Santa. Por ejemplo, en la Semana Santa de 2016, en la ciudad de Madrid, en las estaciones del Metro había anuncios con uso de este contenido; no precisamente de marcas de diseño de vestuario, sino de eventos culturales y de aplicaciones móviles como "Wallapop".

La religión ocupa un lugar muy importante en la sociedad, aunque eso no hace que esté exenta de convertirse en uno de los temas recurrentes de la publicidad y el marketing. Las agencias y las marcas saben perfectamente que la religión es un tema muy delicado con el que se pueden herir sensibilidades, pero precisamente por la repercusión que tiene, se ha convertido en un uno de los mejores reclamos para atraer la atención" (Marketingdirecto.com, 2015,3).

Una experiencia religiosa

Para nadie es un secreto que la moda se ha convertido en *commodities*; en la economía, se conocía como *commodities* a los productos básicos o materias primas provenientes de la naturaleza, como el agua, el arroz, el trigo o el petróleo, por citar algunos ejemplos. En su momento, las mercancías creadas por el hombre se van "comoditizando"; es decir, se convierten en elementos indispensables en la medida que se vuelven masivos y no diferenciables entre sí (Klaric, 2014). La moda se ha convertido en un elemento indispensable para algunas personas, ya que satisface varias necesidades naturales y simbólicas como la protección, expresar una personalidad, la manera en cómo se presenta ante el mundo, etc. Por la saturación en el mercado se ha perdido la diferenciación entre marcas y estilos, convirtiendo ello en *commodities*; las marcas ven la necesidad de introducir elementos diferenciadores para liderar las categorías de los mercados, uno de ellos, potente para la moda y otras categorías de mercado, es la religión y la utilización de sus importantes y llamativos símbolos.

Figura 2.



Fuente: (Marketingdirecto.com, 2015,3).

El problema recae en el uso de símbolos religiosos católicos aplicados a la comunicación de campañas publicitarias en marcas europeas y americanas de vestuario de diseñador como Victor & Rolf; los símbolos como figuras de la retórica utilizadas en el mensaje publicitario y cómo estas figuras persuaden a un consumidor de vestuario.

El ícono en la religión son imágenes que representan la tradición de la pintura cristiana representada en el Señor en la Cruz, los Ángeles, la Virgen, etc. La iconografía religiosa posee más relevancia que otro tipo de iconografías por su utilización, ya que no solo busca mostrar algo, sino que transmite mensajes (Melo Maturana, 2007). Referente al concepto de la iconografía religiosa en la moda, hay que saber que las imágenes religiosas católicas se han convertido en elementos representativos de la moda para transmitir miedo, humor, emoción y erotismo; todo ello buscado por las grandes marcas y diseñadores para persuadir. El fin que buscan en realizar arte y moda con estos elementos es crear contradicciones semánticas entre lo religioso y lo opuesto -que podría ser lo erótico- (Melo Maturana, 2007). La iconografía religiosa puede catalogarse como producto de moda y arte, ya que buscan diferentes formas de persuasión para que las personas logren su adquisición, estas figuras poseen valor monetario y son desarrolladas en diferentes estilos, formas y materiales, lo cual las hace versátiles y aptas para estar catalogadas como elementos de mercado (Melo Maturana, 2007).

La simbología es un recurso discursivo que utiliza la comunicación publicitaria para poder lograr un impacto referenciado en la cultura; esto tiene grandes matices de etnografía, antropología y de construcción de símbolos de impacto porque al final crean controversia. La expresión religiosa católica es muy rica en símbolos y sí logra impactar de manera comercial, sin embargo, no es para verse ni bueno ni malo. Las grandes marcas se comprometen con objetivos de comunicación fuertes, tienen que llegar hasta el tope de la expresión controversial, de lo contrario, no tiene ningún sentido; las marcas que ya han traspasado el umbral de simplemente ejercicios de fotografías del producto, campañas publicitarias que en síntesis suelen ser siempre la misma comunicación y estrategias, ya construyen ideologías, con ejercicios más ideológicos que solo productos y racionales.

Por otra parte, en una entrevista realizada durante el trabajo de campo a Gabriel Villa, Director Creativo de la agencia de publicidad Arcangel, el mencionada que “los mensajes con símbolos religiosos pueden llegar a ser supremamente efectivos para las marcas, por ejemplo, hace 25 años en un festival de publicidad internacional, cuando Benetton empezó a trabajar toda esta expresión religiosa: “nosotros en un país un día yo estaba recibiendo un premio y al otro día estaba recibiendo una citación de demanda del estado para que baje toda la publicidad” (Comunicación personal, 2016), entonces al final lo que se está buscando es controversia y crear conciencia. “La última cena” de Marithé Francois Girbaud, la campaña de “abuso” de Benetton, “el Papa besándose con su contraparte”, “la monja besándose con el sacerdote”, etc”.

Figura 3.



Fuente: Marcos, 2005, página 4

El consumidor se convierte en adepto de las marcas y fiel a estas, porque las marcas se convierten en dioses; tú te cuelgas una cruz en el cuello, pero también le pegas a tu laptop una calcomanía de Diesel o te tatuas *Just do it* en la muñeca. Los centros comerciales son los nuevos templos religiosos, allá vamos a limpiarnos de nuestros pecados, a reunirnos con nuestros feligreses y a orales a las vitrinas; esta expresión no es una simple especulación, va ligada a una investigación antropológica hecha por un publicista español. Nosotros vamos a orar a nuestras marcas porque las marcas son dioses, son nuestro Diesel, nuestro Chanel, Valentino, Fendi, Dior, Prada, Benetton, entre otras (Villa, comunicación personal, 2016).

El comportamiento del consumidor con las marcas al momento de visitar las tiendas, tomando la religión como una metáfora, se equipara a que los feligreses son los nuevos seguidores de las grandes marcas, las normas de comportamiento católicas son los nuevos comportamientos del consumidor y el vínculo hombre-Dios es el nuevo vínculo hombre-consumo. Las marcas deben estar constantemente explorando tendencias de comunicación.

Las personas, al tener referenciada altamente una marca, frecuentan su visita al punto de venta, quizás no para comprar en el momento, pero sí le invierte un poco de tiempo para pensar en esta; observar de los productos sus detalles, alabarlos, hablarles y orarles para algún día obtenerlos. El enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; re vincular las conexiones que ya existen (Peña Cabrera, 2002). Y esto es lo que hacen las marcas de vestuario con sus seguidores, re vincularlos haciéndoles creer que ese producto es exclusivo, generando una conexión con el consumidor para que crea que está hecho para él. Los símbolos aplicados en las estrategias de mercadeo y comunicación son elementos de poder si están bien referenciados en la cultura, esto hace que los consumidores generen creencias en un producto por la percepción que se genera. Para entrar en el juego se necesita un buen producto, una buena distribución y un buen precio, pero para ganarlo, además se necesita una buena percepción (Trout, 2015).

Las grandes firmas de diseño de vestuario caen en la tendencia de usar símbolos religiosos católicos como parte de un concepto, es porque al fin y al cabo es una tendencia; cuando es tendencia es porque llegó al *mainstream*, lo cual significa que todos lo quieren; las marcas solo tratan de subsistir. A pesar que muchas marcas han hecho uso de la misma tendencia, siempre va a haber una que ha sido la primera en aplicarla y esta ha sido Dolce & Gabbana, porque fue la primera en lograr una buena comunicación al decir lo que se debe, a la persona adecuada, en el momento más apropiado. El posicionamiento es un sistema

organizado que se basa en el concepto de que la comunicación solo puede tener lugar en el tiempo adecuado y bajo las circunstancias propicias, y que la mejor manera de penetrar en la mente de otro es ser el primero en llegar (Peña Cabrera, 2002).

Vogue España habla de la simbología de la moda como signos místicos, motivos religiosos e imágenes con significados ocultos que inspiran la moda de la temporada.

Con la estampita de un santo en la cartera; llámalo fe, fascinación o simple curiosidad. Pero nunca una temporada en la moda había dado lugar a abrazar la mística con tanta fuerza como ésta. La imaginería religiosa de Dolce & Gabbana brillando con luz propia entre una multitud de fashionistas rendidas al negro. Este otoño/invierno 2013-2014 la moda persigue la suerte. Los símbolos y todos aquellos que tengan que ver con la divinidad, lo oculto y lo misterioso como lo son triángulos, ojos, cruces, calaveras (...) Me atrae también mucho la imaginería religiosa, con su opulencia y barroquismo. Como: Dolce & Gabbana, Kenzo y Charlotte Olympia han dictado sus presagios. Y Anna dello Russo, Diane Kruger y Hailee Steinfeld lo han decidido: Ellas quieren creer (Sierra, 2013, párrs. 1-3).

La compra de bienes de lujo está creciendo día a día por los consumidores jóvenes de todo el mundo; antes de entender el comportamiento de los consumidores, es importante comprender lo que son estos productos. Las marcas de lujo tienen ciertas características que los distinguen: obviamente el lujo, la sensualidad, la estética, la exclusividad, la extraordinariedad y el simbolismo. Estos artículos no siguen la teoría de la comercialización regular, las 8 p's se miran en más detalle: rendimiento (performance), pedigrí (pedigree), escasez (paucity), persona, figuras públicas (public figures), colocación (placement), relaciones públicas (public relations) y precios (pricing). Estas características forman parte del mix del marketing que influyen en el comportamiento de compra del consumidor (Datta, 2017).

El modelo de estímulo/respuesta se utiliza como marco básico en el comportamiento de compra del consumidor y cada uno de sus elementos se discute por separado para adaptarlo al comportamiento de compra de lujo; este último muestra cómo la comercialización y los estímulos ambientales entran en la caja negra del comprador y a partir de entonces producen respuestas diferentes. Este modelo se explicará con el fin de identificar cuáles de sus elementos se aplican al comportamiento de compra de bienes de lujo, de tal manera que sirva como base para la discusión sobre el actuar de los consumidores (Datta, 2017).

Las tiendas se han convertido en los nuevos templos para reunirse con otros feligreses y orarle a las vitrinas de sus marcas favoritas, pues la utilización de símbolos religiosos no solo se refleja en la comunicación publicitaria de moda, sino también en el diseño de vestuario y en el comportamiento del consumidor. El público objetivo como tal son personas que les gusta la moda, usar estas prendas requiere de cierto nivel de conocimiento de moda, por ello las marcas de lujo que usan estos símbolos es por un tema ya de concepto de moda que realmente es dirigido y comprendido por el consumidor de lujo; la comunicación de moda que emplea mayormente Dolce & Gabbana, Victor & Rolf y Valentino con esta tendencia, sí llega a ser efectiva porque es llamativa y logra vender.

La manera de vestir transmite también un lenguaje de signos porque las personas quieren mostrar cómo está conformada su personalidad, porque la moda además de vestir, está hecha para eso. El físico es la carta de presentación, y por ende, la vestimenta, un factor muy importante. La indumentaria habla por sí sola, es como un lenguaje de signos, pues sin necesidad de hablar, se puede tener una idea sobre el sexo de una persona, su edad, su clase social, su profesión, hasta sus deseos y su estado emocional puede verse reflejado en la forma de vestir (Villa, 2016). El vocabulario de la moda está compuesto por una gran

variedad de recursos, y mientras algunos hacen uso de estos de forma ilimitada, otros prefieren mantenerse dentro de lo cotidiano (Veneziani, 2011). Así, Dolce & Gabbana no quiere estar dentro de lo cotidiano, pues desde el 2013 comenzó a adoptar el concepto religioso no solo en el diseño de vestuario, sino también en la comunicación de sus campañas, como por ejemplo se muestra en las figuras 4 y 5, que connotan elementos religiosos como la presencia de sacerdotes y la típica familia católica numerosa y conservadora.

Figura 4. Dolce & Gabbana. Campaña publicitaria otoño-invierno 2013-2014



Fuente: Herrera, 2013

Figura 5. Campaña Dolce & Gabbana. Baby SS 2014



Fuente: Rodríguez, 2014, sección 5

La fotografía nos señala hacia algún otro aspecto, aunque al principio vemos la imagen, pronto vuelve nuestra atención en otra dirección donde pensamos en lo que estamos viendo (Nichols, 2017). En la figura 5 hay un poco de sutileza con el manejo de los signos religiosos, pues el clérigo del sacerdote se camufla con las prendas de los demás hombres, pero al mismo tiempo es el foco de la fotografía por el gran distintivo que es la mujer y su prenda, la cual es la que se quiere vender. Dolce & Gabbana siempre se ha caracterizado por narrar en sus fotografías un momento de familia o amigos. Por ejemplo, en la figura 06 plasma un momento familiar, y como se mencionó anteriormente, el foco es la connotación de la familia de los años sesenta, época que se caracterizó por el crecimiento familiar, ya que la religión católica ha estado en contra de los anticonceptivos y el rol de la mujer ha sido netamente la crianza (J.A./F.D./P.S./N.Z., 2012). La semiótica da por sentado que cualquier cosa puede funcionar como un signo. Es una palabra

aislada o una novela entera; palabras e imágenes, artefactos culturales y códigos secretos, pensamientos y sentimientos, plantas y animales, líneas y colores, olores y sabores, todo es potencialmente una señal que apunta a otra cosa (Hodgson, 2007).

La semiótica reconoce que un signo tiene tres partes: el signo vehículo; el objeto; y un interpretante. El signo vehículo es la cosa o pensamiento que apunta más allá de sí mismo a algo más, a un objeto; el intérprete da sentido a la combinación del signo vehículo y el objeto (Hodgson, 2007). Para aplicar el triángulo semiótico en la figura 07, el signo vehículo es pensar que el niño está siendo crucificado en la espalda de un sacerdote y se piensa que la cruz es el objeto como combinación entre el vehículo y el objeto; sin embargo, el signo interpretante da el sentido a la combinación concluyendo que el mensaje trata de efebofilia, sacerdotes que abusan sexualmente de niños (La Nueva España, 2009).

Figura 6.



Fuente: Ravelo, 2014.

Conclusiones

La investigación ha aportado diferentes perspectivas, basadas no solo en la pregunta por qué las marcas de productos de vestuario han utilizado simbología religiosa para comunicar, persuadir e impactar; sino también desde estudios antropológicos y psicológicos del nuevo comportamiento del consumidor y nuevas miradas hacia lo que se consume, que tanta importancia se le da a eso que se compra o tanto se desea.

El lenguaje de signos abarca todo un sistema que expresa ideas, desde la construcción de una nueva colección, la manera en cómo será mercadeado y publicitado, el comportamiento del consumidor en las tiendas y, por último, lo que éste quiere expresar con relación al mundo, porque el signo es algo que está para alguien en lugar de otra cosa (Quevedo, 2009). La publicidad logra persuadir a los consumidores gracias al uso de signos y estos se vuelven más fuertes cuando están en la cultura; por ejemplo, Dolce & Gabbana es una firma de moda italiana y los símbolos religiosos están en esa cultura, sino, no funcionará. Estos lenguajes expresados mediante signos son convenciones de fenómenos históricos porque los signos son culturales (Quevedo, 2009).

La expresión religiosa y los símbolos religiosos son muy ricos en semiótica, y marcas como Benetton, Marithé Francois Girbaud y Dolce & Gabbana ya han explotado estos símbolos en la estrategia; trabajar con esto es un gran servicio de comunicación. Las marcas deben estar constantemente explorando tendencias de comunicación, porque si no se agotan; deben encontrar un camino supremamente valioso con una intención controversial desde la ideología. La publicidad es un oficio que ha encontrado el poder de mover pensamientos, crear conciencia y hacer llamados de atención.

Conflicto de intereses

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Barthes, R. (2002). *Lo obvio y lo obtuso*. España: Paidós.
- Datta, K. K. (2017). *Consumers Behavior of Luxury*. Recuperado de https://www.academia.edu/31524862/Consumers_Behavior_of_Luxury_Goods
- Herrera, C. (20 de octubre de 2013). Campaña publicitaria otoño-invierno 2013-2014 [Mensaje de un blog]. *Los tacones de Karppi*. Recuperado de <http://www.lostaconesdekarppi.com/2013/10/dolce-gabbana-campana-publicitaria.html>
- J.A./F.D./P.S./N.Z. (2012). Las madres en cinco décadas. *La Tercera*. Recuperado de <http://diario.latercera.com/2012/05/12/01/contenido/tendencias/26-108185-9-las-madres-en-cinco-decadas.shtml>
- Klaric, J. (2014). *Véndele a la mente, o a la gente*. Lima, Perú: BiiA Internacional Publishing.
- Rodríguez, E. (2014). Por qué hay un boicot contra Dolce & Gabbana [Mensaje de un blog]. *Actitud Fem*. Recuperado de <http://www.actitudfem.com/moda/tendencias/ropa-y-accesorios/boicot-de-dolce-gabbana-2015>
- Veneziani, M. (2011). *El lenguaje de la moda*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/208_299.pdf
- Hodgson, R. (2007). Semiotics and Bible Translation. *Semiotica*, 163(1-4), 163-185. Recuperado de https://www.academia.edu/10218986/Semiotics_and_bible_translation
- La Nueva España. (01 de octubre de 2009). Los curas que abusan de niños no son pedófilos sino efebófilos, según el Vaticano. *La Nueva España*. Recuperado de <http://www.lne.es/ultima/2009/10/01/curas-abusan-ninos-son-pedofilos-efebofilos-vaticano/815242.html>
- Marcos, C. (15 de marzo de 2005). La polémica 'Última cena' de Marithé se 'esconde' en España en el interior de las revistas de moda y tendencias. *Elmundo.es*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/03/15/comunicacion/1110886768.html>
- Marketingdirecto.com (03 de abril de 2005). Publicidad y religión ¿han cruzado estas 10 marcas los límites? Juzgue usted mismo. *Marketingdirecto.com* Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/publicidad-y-religion-han-cruzado-estas-10-marcas-los-limites-juzgue-usted-mismo>
- Marketingdirecto.com. (2015). Los 20 anuncios más provocadores de Oliviero Toscani para Benetton. *Marketingdirecto.com*. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/anunciantes/los-20-anuncios-mas-provocadores-de-oliviero-toscani-para-benetton>

- Martínez Torrón, J. (2014). Símbolos religiosos institucionales, neutralidad del Estado y protección de las minorías en Europa. *IUS CANONICUM*, 54, 107-144. Recuperado de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/ius-canonicum/article/view/250/63>
- Melo Maturana, N. E. (2007). *La iconografía religiosa como un elemento de moda o diseño*. Buenos aires, Argentina: Universidad de Palermo. Recuperado de http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/13%20Maturana.pdf
- Montoya Nieto, N. (2010). *Diseño de vestuarios inspirados en símbolos que identifican a las cinco religiones con más seguidores en el mundo* [Proyecto de grado]. Santiago de Cali: Universidad San Buenaventura de Cali.
- Nichols, E. (2017). *Semiotics and Roland Barthes*. Recuperado de https://www.academia.edu/7371430/Semiotics_and_Barthes
- Parejo, M. J. (2010). La controversia sobre la exposición de los símbolos religiosos en el orden público europeo: hacia soluciones de carácter inclusivo. *Persona y Derecho*, (64), 45-86. Recuperado de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/persona-y-derecho/article/view/5090/4404>
- Peña Cabrera, G. (2002). *Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout* [Resumen]. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/posicionamiento-de-al-ries-y-jack-trout-resumen/>
- Quevedo, J. (2009). Aportes a la semiótica de "Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure, Ronald Barthes, Umberto Eco, Algirdas Julius Greimas" [Mensaje de un blog]. *Wordpress*. Recuperado de <https://yuliana86.wordpress.com/2009/03/26/aportes-a-la-semiotica-de-%E2%80%9Ccharles-sanders-peirce-ferdinand-de-saussure-ronald-barthes-umberto-eco-algirdas-julius-greimas%E2%80%9D/>
- Ravelo, E. (22 de abril de 2014). *Untouchables* [Mensaje de un blog]. Unhate Foundation. Recuperado de <http://unhate.benetton.com/supported-projects/untouchables/>
- Sierra, C. (07 de noviembre de 2013). Simbología de la moda. *Vogue España*. Recuperado de <http://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/las-firmas-de-moda-y-accesorios-se-inspiran-en-simbolos-misticos-y-religiosos-esta-temporada/18473>
- Trout, J. (2015). *Thinking Heads*. Recuperado de <http://www.thinkingheads.com/es/conferencista/jack-trout/>

Forma de citar este artículo en APA:

Jaramillo Osorio, N. C., Tobón Zapata, Y. T., Múnera Pérez, L. J., Ospina Valle, E. A., Y Quintero López. (enero-diciembre, 2018). Perfil psicológico y neuropsicológico de víctimas del conflicto armado en Colombia. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 144-161.

Recibido: 23 de noviembre de 2017
Aceptado: 17 de febrero de 2018
Publicado: 03 de diciembre de 2018

Perfil psicológico y neuropsicológico de víctimas del conflicto armado en Colombia

Psychological and neuropsychological profile of victims of the armed conflict in Colombia

Naila Camila Jaramillo Osorio*
Lina Maribel Villa Carmona**
Yuly Tatiana Tobón Zapata****
Leidy Johana Múnera Pérez*****
Eduardo Andrés Ospina Villa*****
Asesora: Catalina Quintero López*****

* Estudiante del noveno semestre de Psicología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: naila.jaramilloos@amigo.edu.co

** Estudiante del noveno semestre de Psicología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: lina.villaca@amigo.edu.co

*** Estudiante del noveno semestre de Psicología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: yuly.tobonza@amigo.edu.co

**** Estudiante del noveno semestre de Psicología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: leidy.munerape@amigo.edu.co

***** Estudiante del noveno semestre de Psicología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: eduardo.ospinavi@amigo.edu.co

***** Magíster en Neuropsicología Profesional Alta Consejería para la Reintegración. Docente Psicobiología y Psicofisiología, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Correo electrónico: catalina.quintero@amigo.edu.co

Resumen

El conflicto armado en Colombia es una problemática compleja con consecuencias devastadoras de carácter social, económico y cultural. La presente investigación formativa realizada bajo la modalidad de estudio de caso, pretendió establecer si existe una relación entre el perfil psicológico y neuropsicológico de diez (10) víctimas del conflicto armado, pertenecientes a la Asociación Caminos de Paz Madres de la Candelaria, con el conocimiento y la posición que asumen frente al posconflicto. Se les aplicó la prueba psicológica 16PF, cuatro subpruebas de la escala Wechsler para Adultos (WAIS-IV) y un cuestionario de conocimiento y posición sobre temas del posconflicto. Los resultados evidenciaron que existe relación entre los rasgos de su personalidad y sus habilidades cognitivas, con respecto a la posición y el conocimiento que tienen sobre el posconflicto, por lo tanto, se proponen investigaciones a mayor escala con el fin de obtener resultados más significativos que permitan crear estrategias orientadas hacia una cátedra para la paz, según las características de la población.

Palabras clave: Perfil psicológico; Perfil neuropsicológico; Víctimas; Posconflicto; Acuerdo de paz; Conflicto armado.

Abstract

The armed conflict in Colombia is a complex problematic that has have devastating consequences of social, economic and cultural character. The present investigation is formative and is realized under the modalited of study case; it pretend to establish if exist a relation between the neuropsychological and psychological profile of 10 victims of the armed conflict, members of the Asociación Caminos de Paz Madres de La Candelaria, with the knowledge and position they assume towards the posconflict. It applied to them the psychological test (16PF), four subtest of the Wechsler scale for adults (WAIS-IV) and a questionnaire of knowledge and position about themes of the posconflict. The results show that exist a relationship between the personality traits and their cognitive skills with respect to the position and knowledge they have about the posconflict, therefore investigations of a mayor scale are propouse with the finality of having more significant results that allows to create strategies oriented to a cathedra for the peace according to the characteristics of the poblacion.

Keywords: Psychological profile; Neuropsychological profile; Victims; Postconflict; peace agreement; Armed conflict.

Introducción

Colombia es un país que ha padecido el conflicto interno armado, dejando como saldo, según la revista *Semana* (2014), 6.043.473 de víctimas. El inicio de la violencia con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia–Ejército del Pueblo (FARC–EP), se remonta a la proclamación de las Leyes del Llano que proyectaban las aspiraciones sociales del grupo insurgente y al Programa Agrario de las FARC–EP, que constituyó su proclamación fundacional en julio de 1964 (Giraldo Moreno, 2015).

Los alarmantes índices de violencia en Colombia han aumentado el número de víctimas consecuentes a este fenómeno desde su gestación; pero no todos los victimarios han formado parte de un solo ejército, tanto actores armados como entes en el poder, han favorecido el aumento de víctimas con cada día que se suma a la duración de la mencionada guerra. Hablar de víctima en Colombia atañe a una condición que se establece desde la Ley 1448 (Congreso de la República de Colombia, 2011) a aquella persona que haya sufrido daño como consecuencia de violaciones a los derechos humanos, ocurridas a partir del 1° de enero de 1985 en el marco del conflicto armado.

Desde inicios del gobierno de Santos se produjo una ruptura respecto al gobierno anterior en torno al tema de la paz, puesto que este último reconoció la existencia de un conflicto armado y tomó varias medidas decisivas para abrir un camino hacia la consecución de la misma. Así, en junio de 2011 se promulgó la Ley 1448 o Ley de Víctimas, para reparar y atender a las víctimas del conflicto armado. Instaurar las mesas de negociación significó el inicio de conversaciones con el grupo guerrillero en Cuba y en la misma dirección, el 26 de agosto de 2012 se inició con las FARC-EP el “Acuerdo general para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera” (Cruz Rodríguez, 2016). El 26 de septiembre de 2016, tras cuatro años de negociaciones, en Cuba se concretaba lo primero, el Gobierno Nacional y las FARC-EP firmaban el acuerdo de paz en Cartagena dando lugar al florecimiento de fuertes polémicas que se debatieron entre posturas incentivadas, y con mucha incertidumbre ante los parámetros para el futuro, desinformación, miedo y preferencias arraigadas a costumbres y partidos políticos que dieron como producto la polarización del país (El Tiempo, 2016), reflejada en los resultados de las urnas, pues el 2 de octubre siguiente, los acuerdos firmados fueron puestos a disposición del pueblo colombiano para ser refrendados mediante el mecanismo jurídico y de participación ciudadana del plebiscito, los resultados: 50.22% votos por el *no* y 49.77% por el *sí* (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2016), deslegitimaron este acuerdo dando apertura a una nueva agenda como comienzo a nuevas negociaciones entre la nación colombiana y el grupo armado FARC-EP, así, fueron convocados diversos sectores de la sociedad como la comunidad lésbica, gay, bisexual, transexual e intersexual, más conocida por sus siglas “LGBTI” (Semana, 2016), grupos religiosos, la oposición por el NO y, por supuesto, las víctimas del conflicto armado, para que enviaran mediante un acta oficial, sugerencias para que el acuerdo pudiera ser efectuado en pro de la paz nacional; un proceso que continuó la controversia suscitada entre líderes políticos que reverberó en las opiniones del pueblo (El Espectador, 2016).

De esta manera y escuchando especialmente a las víctimas, se realizaron modificaciones en el acuerdo logrando que este finalmente fuera aprobado el pasado 29 de noviembre de 2016 por el Senado con 75 votos por el *Sí* y 0 por el *NO*, sin que pasase nuevamente por un proceso de refrendación ciudadana, estableciendo entonces un nuevo acuerdo de paz (El País, 2016).

El acuerdo final para la paz comprende seis términos: 1. Reforma rural integral, 2. Participación política, 3. Fin del conflicto, 4. Solución al problema de las drogas ilícitas, 5. Acuerdos sobre las víctimas del conflicto armado e implementación, verificación y 6. Refrendación (Salazar, 2016), pensados éticamente con las víctimas en su centro como eje de los diálogos para establecer el acuerdo y como justificación del proceso con la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras, sobre derechos de las víctimas dentro de los procesos judiciales, medidas administrativas de asistencia, atención, ayuda humanitaria y reparación, así como un proceso con una fase administrativa y otra judicial para la restitución de tierras (Prada Prada y Poveda Rodríguez, 2012). Hablar de la categoría de víctima es relevante en tanto se vincula la emoción con la acción política desde el discurso en primera persona de los actos violentos vividos (Delgado Barón, 2015).

Cuando existen violaciones masivas de los derechos humanos, cada país adopta medidas judiciales y políticas que buscan reparar y evitar que se repita el suceso causal, formas institucionales como acciones penales, comisiones de la verdad, programas de reparación, entre otras, que están para abordar la transición desde la situación de conflicto, enfocándose en la reparación de las víctimas; a este conjunto de medidas especiales se le denomina Justicia Transicional (International Center for Transitional Justice [ICTJ], 2013).

Entre los procesos que acarrea —el desarme, desmovilización y reintegración DDR—, el desarme consiste en la recolección y eliminación de armamento, explosivos y artillería; la desmovilización implica el licenciamiento formal y controlado de miembros activos de fuerzas o grupos armados mediante ubicación y reinserción, y la reintegración incluye la búsqueda de habilidades y competencias ciudadanas y la apertura de espacios que propicien la convivencia y acciones de reconciliación (Agencia Colombiana para la Reintegración, s.f.), lo que contribuye al desarrollo del país, en pro de una interacción social generando la adaptación de los desvinculados y desmovilizados individuales y colectivos (Documento CONPES 3554, 2008).

Partiendo de los efectos que dañifican a la nación, es pertinente abordar el posconflicto en relación al acuerdo de paz pactado entre el gobierno y las FARC-EP, enfocado en la población que ha sido víctima directa de los flagelos bélicos, quienes merecen total protagonismo, ahondando en un marco descriptivo que permita una ampliación panorámica cuyos resultados se encaminen dentro de un proceso de formación y memoria histórica que posibilite su empoderamiento y el surgimiento de nuevos proyectos que velen por favorecer la calidad de vida de las víctimas del conflicto armado, con quienes se han realizado diversas investigaciones, entre ellas algunas que evaluaron los dilemas sobre la aplicación de la justicia transicional desde lo que las víctimas necesitan, por ejemplo la investigación llevada a cabo por Rettberg, Kiza y Forer (2008), recopiló mediante encuestas aquellas expectativas en términos de reparación que las víctimas tenían, tomando en cuenta sus preferencias frente a la verdad, justicia, conocimiento, evaluación de la ley y los programas de reparación de Colombia; pero, pese a diversos estudios realizados con este grupo poblacional, no se ha presentado un interés significativo que permita pensar el contenido del entendimiento socio político desde condiciones psíquicas y cognoscitivas (El País, 2015).

La presente investigación buscó establecer un perfil psicológico y neuropsicológico en un grupo de 10 víctimas en relación con sus posturas socio políticas frente a los procesos de los acuerdos para la paz y sus negociaciones.

Un perfil psicológico hace referencia al conjunto de rasgos y estructuras de personalidad, como pensamientos, conductas y sentimientos que permanecen a lo largo de la vida y los acontecimientos. La percepción y opinión de las personas sobre un fenómeno social como la guerra, está ligada a su forma de ser. Esta investigación estableció el perfil psicológico de los evaluados por medio del test 16PF, que actualmente va

en su 5ª edición, y mide rasgos de personalidad, disposiciones de comportamiento específico y particular en diferentes situaciones con la valoración de, según el Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (2012b), dieciséis rasgos de primer orden (escalas primarias de personalidad) y cinco dimensiones globales de personalidad.

El perfil neuropsicológico alude a las habilidades cognitivas del sujeto, Wechsler (como se citó en Amador Campos, 2013), las definió como facultades de un individuo que le permiten proceder con un propósito, pensar racionalmente y desenvolverse con eficacia dentro de su contexto. Diversas investigaciones han hecho uso de las escalas de Wechsler para establecer perfiles cognitivos; por ejemplo en la investigación *Habilidades cognitivas, contexto rural y urbano: comparación de perfiles WAIS-IV en jóvenes*, se hace una comparación en términos cognitivos entre los perfiles de una población de sectores urbanos y rurales, que lograron evidenciar el efecto que tiene el factor sociocultural y el lugar de residencia, especialmente en los constructos de comprensión verbal y memoria de trabajo (Fuica et al., 2014). Otras investigaciones como *Utilidad de las formas cortas de la Escala de Inteligencia de Wechsler para adultos (WAIS-IV)*, avalan la aplicabilidad del WAIS en formas cortas como alternativa para la evaluación y estimación de las capacidades cognitivas de los individuos examinados (López López, Rodríguez González y Santín Vilariño, 2003).

El establecimiento del perfil neuropsicológico se hizo con el WAIS-IV (16 a 89 años), del cual se retomó una subprueba por cada una de las cuatro áreas cognitivas que evalúa: comprensión verbal (ICV) con semejanzas (S), razonamiento perceptivo (IRP) con figuras incompletas (FI), memoria de trabajo (MT) con retención de dígitos (RD), y velocidad de procesamiento de la información (IVP) con búsqueda de símbolos (BS) (Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, 2012b).

Ambos perfiles se tomaron en consideración para un análisis en contraste con un cuestionario establecido sobre las variables referentes al conflicto armado y al proceso de negociación.

Método

En la investigación formativa. Con metodología cuantitativa, se contrastó una teoría existente, a partir de una hipótesis. Teorías existentes: perfiles psicológicos, perfiles neuropsicológicos, posconflicto y acuerdo de paz en Colombia. Hipótesis: los rasgos de personalidad y las habilidades cognitivas de las víctimas del conflicto armado tienen relación con la posición que se asume frente al posconflicto y las negociaciones de paz en Colombia (H1); los rasgos de personalidad y las habilidades cognitivas de las víctimas del conflicto armado, no tienen relación con la posición que se asume frente al posconflicto y las negociaciones de paz en Colombia (H0). Se constituye en un estudio de casos múltiples (evaluación de 10 víctimas del conflicto armado) como unidad principal de análisis.

Participantes

La población objeto de estudio estuvo conformada por diez mujeres adultas que forman parte de la Asociación Caminos de Esperanza Madres de la Candelaria, quienes son madres, esposas o familiares de personas afectadas por el conflicto armado, catalogadas desde la Ley 1448 como víctimas por secuestro, desaparición forzada, homicidio y desplazamiento. Su edad oscila entre los 55 y 72 años, con un bajo nivel socioeconómico y educativo.

Instrumentos

Para el proceso de recolección de la información fueron utilizadas diferentes herramientas: consentimiento informado con su respectiva firma, la aplicación de dos pruebas psicométricas para establecer el perfil psicológico y neuropsicológico de las participantes y un cuestionario con preguntas cerradas.

El consentimiento informado estuvo dirigido a firmar y garantizar el anonimato y la confidencialidad, este explicó todas las consideraciones referentes a la participación en el estudio; incluyó el título, la institución, introducción, objetivos, procedimientos, riesgos e incomodidades, voluntad participativa y posibles beneficios de la investigación. Fue elaborado de acuerdo con las bases ético-morales y axiológicas de la Universidad Católica Luis Amigó, considerando las nociones de la dignidad humana, autonomía, libertad y valores; así mismo, las dimensiones jurídicas y administrativas.

Para el establecimiento del perfil psicológico se hizo la aplicación del test de personalidad de los 16 factores 16PF (Cattell, Russell, Karol, Cattell y Cattell, 2011), que actualmente está en su versión 16PF-5. El test permite medir dieciséis escalas primarias de personalidad: afabilidad (A), razonamiento (B), estabilidad (C), dominancia (E), animación (F), atención a las normas (G), atrevimiento (H), sensibilidad (I), vigilancia (L), abstracción (M), privacidad (N), aprensión (O), apertura al cambio (Q1), autosuficiencia (Q2), perfeccionismo (Q3) y tensión (Q4). Estos rasgos se evalúan a través de cualidades, que son valoradas en polos o decatipos, altos (+) o bajos (-). La prueba consta de 185 ítems con tres opciones de respuesta, de las cuales se extraen las puntuaciones de las 16 escalas primarias (Russell y Karol, 2000). Las puntuaciones directas de la prueba se convierten en una escala típica de 10 ítem que son llamados decatipos, los cuales se interpretan de acuerdo con cuán alta (8, 9 o 10) o baja (1, 2 o 3) es la puntuación obtenida para cada uno de estos. De acuerdo con esto, una persona puede ser calificada como A+ o A-, dependiendo del factor de personalidad determinado; sin embargo, no todas las puntuaciones quedan ubicadas en alguno de los dos extremos, es decir, hay algunos que se encuentran dentro de la media (Núñez y Alemán, 2002).

Descripción de cada uno de los factores: el Factor A se refiere la propensión de una persona a ser social e interpersonalmente reservada o estar cálidamente implicada con los demás. Factor B: describe la capacidad del individuo para resolver problemas usando el razonamiento. Factor C: está relacionado con la capacidad de afrontar los acontecimientos y problemas cotidianos de la vida. Factor E: evalúa el grado de voluntad que tiende a poseer una persona sobre los demás. Factor F: es afín con el nivel de entusiasmo que presenta una persona en contextos sociales. Factor G: pretende determinar la medida en que las normas culturales de lo correcto o incorrecto se han interiorizado en la conducta humana. Factor H: evalúa el grado de seguridad de los individuos en las relaciones sociales. Factor I: valora el aspecto sentimental de la persona. Factor L: estima el grado de desconfianza y confianza que posee una persona. Factor M: apunta al tipo de cosas a las que un individuo dirige su atención y pensamiento. Factor N: pretende medir la tendencia a la naturalidad y apertura del sujeto frente a la privacidad. Factor O: explora la autoestima de las personas con base en la seguridad y la inseguridad. Factor Q1: investiga la capacidad de apertura al cambio. Factor Q2: se relaciona con el mantenimiento de contacto o proximidad con los demás. Factor Q3: examina el nivel de flexibilidad y tolerancia hacia el desorden. Factor Q4: está asociado con la tensión nerviosa, se evalúa la tranquilidad y la paciencia (Russell y Karol, 2000).

Seguidamente, para el establecimiento del perfil neuropsicológico se utilizó la prueba psicométrica WAIS-IV (Wechsler, 2012). La calificación de esta prueba se logra sumando las puntuaciones directas obtenidas en cada uno de los test y luego se transforman en puntuaciones escalares (media = 10 y desviación típica = 3), de acuerdo con el grupo de edad de la persona evaluada. El rango de puntuación escalar va hasta 19, siendo 19-17 una calificación muy superior, 16-14 superior, 13-11 promedio alto, 10 promedio, 9-7 promedio bajo, 6-4 limítrofe y 3-1 extremadamente bajo (Amador Campos, 2013). En la investigación se utilizaron cuatro subpruebas, una por cada índice. Para el índice ICV se empleó (S), que consiste en encontrar las semejanzas que hay entre dos palabras que representan objetos comunes. En IRP se aplicó (FI), en la que se muestran al evaluado figuras u objetos familiares en los cuales debe identificar qué elemento clave falta en el dibujo. En la evaluación de MT, se suministró la de (RD), establecida en tres ejercicios: dígitos en orden directo (consiste en escuchar una serie de dígitos, los cuales deben ser repetidos en el mismo orden); dígitos inversos (aquí debe repetir una serie de dígitos en orden inverso al enseñado) y dígitos en secuencia (luego de escuchar la secuencia de números, debe repetirlos en orden ascendente). Por último, para la evaluación de la IVP se destinó BS, en este test se presentan al evaluado un grupo de símbolos para que determine si alguno de ellos está presente dentro otro conjunto (Wechsler, 2012).

El cuestionario evaluó el conocimiento y la posición sobre el posconflicto, compuesto por 38 preguntas cerradas con única opción de respuesta "Sí" o "No", cuya interpretación partió de una valoración cuantitativa asignada según el conocimiento y la posición sociopolítica con respecto al posconflicto. Las preguntas afirmativas se calificaron con "1", mientras que las negativas con "0". El cuestionario pretendió indagar sobre cinco apartados temáticos en relación con el posconflicto, 20 preguntas se hicieron sobre el proceso de paz, 5 sobre el conocimiento de la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras, 6 acerca de Justicia Transicional, 4 sobre el proceso de reintegración de los desmovilizados y 3 más sobre reconciliación. En el análisis del cuestionario fueron descartadas 8 preguntas, cuya puntuación no fue tomada en cuenta debido a que implicaban ambigüedad y subjetividad.

Procedimiento

El procedimiento que se llevó a cabo para la recolección de información se realizó en tres encuentros. Primer encuentro: se hace un acercamiento a la población, presentando los alcances y objetivos de la investigación, aquí se procede con la recolección de datos generales y básicos de contacto de las personas interesadas en participar, antes de esto se verifica que las participantes cumplan con la connotación de víctima del conflicto armado en Colombia. Segundo encuentro: está compuesto por dos momentos: (1) lectura, socialización y firma del consentimiento informado y (2) aplicación del cuestionario sobre conocimiento y percepción del conflicto armado. Tercer encuentro: se realiza aplicación de los instrumentos psicométricos, prueba de personalidad (16PF) y la neuropsicológica WAIS-IV.

Resultados

En el siguiente apartado se enuncian los resultados del análisis de los instrumentos aplicados en esta investigación. La tabla 1 muestra lo obtenido en las pruebas aplicadas para el establecimiento del perfil psicológico (Cattell et al., 2011) y el perfil neuropsicológico (Wechsler, 2012); asimismo, en la tabla 2 se exponen los resultados del cuestionario empleado para establecer el conocimiento y la posición de las víctimas sobre posconflicto.

Tabla 1
Perfil psicológico y neuropsicológico

	Pruebas y Factores	Sujeto No.1	Sujeto No. 2	Sujeto No.3	Sujeto No.4	Sujeto No.5	Sujeto No.6	Sujeto No.7	Sujeto No.8	Sujeto No.9	Sujeto No.10	Media o promedio
WAIS-IV	Semejanzas	9	11	9	9	8	6	6	6	7	7	7,8
	Figuras incompletas	4	9	6	3	5	3	3	6	5	4	4,8
	Dígitos	7	12	8	8	7	5	5	6	5	10	7,3
	Búsqueda de símbolos	5	9	10	6	6	5	7	4	4	7	6,3
16 Factores de Personalidad, 16PF	Factor A	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1,6
	Factor B	1	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1,8
	Factor C	6	6	5	6	5	7	5	7	5	8	6
	Factor E	6	8	7	6	5	8	8	5	10	6	6,9
	Factor F	6	5	5	5	4	5	6	6	5	2	4,9
	Factor G	2	5	2	6	5	6	4	3	5	3	4,1
	Factor H	6	4	4	2	4	5	5	4	6	5	4,5
	Factor I	3	6	5	2	2	4	1	5	1	4	3,3
	Factor L	5	8	5	5	7	9	8	5	7	9	6,8
	Factor M	7	8	3	5	5	7	9	6	8	5	6,3
	Factor N	8	8	5	8	7	5	5	7	8	10	7,1
	Factor O	8	4	5	7	8	8	7	9	7	7	7
	Q1	10	9	9	7	8	6	3	5	5	7	6,9
	Q2	6	3	10	9	4	6	7	8	7	6	6,6
	Q3	4	2	2	4	2	4	3	3	4	4	3,2
	Q4	4	6	5	4	6	4	7	8	7	6	5,7

Fuente: elaboración de los autores del artículo

Los resultados más significativos de las subpruebas del WAIS-IV fueron figuras incompletas con una media de 4.8% como límite bajo, siendo el resultado más bajo y semejanzas con una media de 7.8% indicando promedio bajo. Con relación al test de personalidad, el resultado más bajo fue para el factor A (afabilidad) con una media del 1.6%, y el más alto fue para el factor O (aprensión) con una media del 7,1%.

Tabla 2
Cuestionario sobre conocimiento y percepción del posconflicto

Sujetos	Proceso de Paz		Ley de Víctimas		Justicia Transicional		Proceso de Reintegración		Reconciliación	
	Posición	Saber	Posición	Saber	Posición	Saber	Posición	Saber	Posición	Saber
1	13	2	0	5	2	0	2	2	1	0
2	13	2	0	4	3	1	2	2	1	0
3	10	2	0	4	4	0	2	2	3	0
4	9	2	0	5	4	0	2	1	3	0
5	10	2	0	4	4	0	2	1	3	0
6	8	2	0	5	2	0	2	2	2	0
7	8	2	0	5	2	0	2	2	2	0
8	17	1	0	4	4	1	2	1	3	0
9	17	1	0	4	4	1	2	1	3	0
10	17	1	0	4	4	1	2	1	3	0
Media	12,2	1,7	0	4,4	3,3	0,4	2	1,5	2,4	0

Fuente: elaboración de los autores del artículo

A partir del análisis del cuestionario, puede inferirse que el 74% de las participantes tienen una posición positiva con respecto a las negociaciones de paz, el acuerdo de paz llevado a cabo en Colombia y los puntos relacionados con este. Por otro lado, el 73% de las participantes conoce los aspectos básicos que comprende el acuerdo de paz y las negociaciones entre el Gobierno y las FARC-EP en Colombia.

Se realizó una correlación entre dos de las variables con el programa SPSS con el coeficiente de correlación Pearson que emplea una asociación lineal, donde se logró identificar, únicamente, relaciones significativas entre Ley de Víctimas y Razonamiento Perceptivo; esto teniendo en cuenta que se hizo una investigación de carácter formativa, que no hubo manejo de datos estadísticos y que la población evaluada no fue una muestra significativa.

Discusión

Esta investigación tuvo como finalidad describir el perfil psicológico y neuropsicológico asociado al posconflicto de víctimas del conflicto armado.

En primera instancia, se describe el perfil psicológico obtenido de las diez víctimas evaluadas, del que es factible mencionar que se destacaron aspectos relacionados con la sociabilidad; evidencian ser críticas con los demás, desconfiadas con quienes no conocen lo suficiente o no tienen cercanía, por lo que para socializar parten de ser personas reservadas, educadas, impersonales e incluso escépticas en cuanto a la información que se les provee. Respecto a su capacidad de abstracción, tienden a interpretar situaciones que convergen bajo ciertos aspectos, de manera literal y concreta, evidencian dificultades en la comprensión de conceptos, en el aprendizaje y en la adquisición de nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores, por lo que resulta relevante abordar esta población mediante estrategias pedagógicas y didácticas que se acomoden a sus capacidades, con la finalidad de instruir las sobre el posconflicto. Ante factores situacionales estresores manifiestan tensión, pero a su vez, tranquilidad y serenidad, lo que

denota un equilibrio emocional que posiblemente fuese alcanzado debido a la forma como han afrontado y sobrellevado su condición de víctimas del conflicto, en la que han perdido a una o más personas cercanas y, sin embargo, hoy continúan luchando por construir tejido social a través del esclarecimiento de la verdad y la construcción de memoria histórica. Esto se evidencia en los pilares que sustentan el servicio que prestan a la comunidad como Asociación Madres de La Candelaria, los cuales son: búsqueda de la verdad, visibilización de las víctimas y reconstrucción de la memoria histórica. Castrillón Baquero, Villa Gómez y Marín Cortés (2016) plantean que parte de la restauración de la dignidad de las víctimas pasa por la resignificación de las historias de violencia vividas a través de sus relatos y acciones colectivas, tal como lo hacen las Madres de la Candelaria con sus actividades de servicio y, de esta manera, como plantean los autores, pueden superar parte de las secuelas propias del conflicto y la represión de los grupos armados, que pueden causar aislamiento social y generar estados disruptivos con el sentido vital, lo que eventualmente puede llevar a pérdida de referentes identitarios, poca participación en espacios sociales y deterioro de la salud física y mental. En su accionar público y colectivo como Asociación Madres de La Candelaria, las víctimas evaluadas han podido tramitar parte de su dolor.

La población en cuestión tiende a estar entre ser personas sumisas o dominantes, lo que indica que son cuidadosas con imponer órdenes a otras personas, pero también poseen tendencia a ejercer la voluntad de sus propios deseos en su búsqueda por la verdad y el esclarecimiento, asumiendo una postura de esfuerzo y participación frente a conseguir lo que quieren, siendo más cooperativas; aun así necesitan relacionarse con otros para reforzar su toma de decisiones y su accionar, esto sugiere que por su aspecto de sumisión pueden ser sugestionables respecto a su posición ante el posconflicto. Pero esto no solo es propio de las víctimas evaluadas, en artículos de revistas de opinión como *Semana* (Gómez, 2017) y en revistas académicas como *la Libre Pensador de la Universidad Externado* (Jiménez Armenta, 2017) se han comenzado a categorizar las pasadas campañas en contra y a favor del plebiscito como la era de la posverdad en Colombia, en donde los argumentos iban más encaminados a movilizar sentimientos o creencias que fueran contrarios o de apoyo a los acuerdos de La Habana, y no tanto a plantear argumentos serios y estructurados que visibilizarán fallos y posibles soluciones sobre el acuerdo, esto funcionó por ejemplo en el hecho de que muchos Colombianos votaron por el NO solo por la teoría del castro-chavismo en donde se planteaba que las FARC-EP se iban a tomar el país a través del poder político por su posibilidad de hacer política, esta idea no se cuestionó o debatió, solo se creyó y de esta manera se polarizó la opinión pública.

Sumado a lo anterior, las víctimas evaluadas también son personas sobrias y prudentes, confiadas de su buena fe, lo que las lleva a ser precavidas y a que tomen decisiones de manera lenta, pero segura; no obstante, dada su puntuación intermedia y los resultados analizados en el perfil neuropsicológico, pueden tener dificultades de análisis y ser obstinadas respecto a sus posiciones. Esto se percibe en su propósito de búsqueda de la verdad, allí son personas atentas y cumplidoras de las normas, por lo que son formales y disciplinadas, pero en cuanto a la satisfacción de sus necesidades pueden ser libres y cuestionar los valores morales de la sociedad, pues podrían sentir que el Estado ya les ha fallado y que sus derechos como víctimas aún no han sido reparados. De acuerdo con Villa Gómez, Londoño, Gallego, Arango y Rosso Pérez (2016), la rabia, el odio y el resentimiento pueden hacer parte del repertorio emocional de las víctimas por la crueldad con que ocurrieron los hechos victimizantes, la sevicia de los victimarios, la ausencia de justicia y la impunidad. También son personas religiosas y esto les da un fuerte sentido moral que adicional les fomenta su compromiso grupal. Desde esta moral piensan cuidadosamente en lo que es correcto y justo, pero si su motivación es baja pueden ser inflexibles y rígidas con su punto de vista, en especial si sienten que no pueden confiar en el otro.

Esta población se encuentra, además, en una posición intermedia entre ser cohibidas y ser emprendedoras, lo que implica dos momentos para las víctimas, siendo el primero la experiencia emocional y el sentido que le otorgan a la pérdida de sus seres allegados a partir de las dinámicas bélicas, y el segundo, el sentido y propósito que ha encontrado cada una dentro de la Asociación Madres de La Candelaria que les ha proporcionado resiliencia para sanar parte de sus heridas emocionales. Castrillón Baquero et al. (2016) indican que en la dimensión interpersonal, el relato personal se torna en memorias colectivas y la interpretación de la experiencia como víctimas se convierte en portadora de sentidos y significados sociales, que entran a discutir la verdad con los discursos sociales que otros actores han creado, incluyendo los gubernamentales; esto se entrelaza con las ideas de Honneth (2009) de que la identidad depende en definitiva del reconocimiento, es decir, de un acontecimiento relacional de identificación y validación a partir del otro.

En términos de aceptación e identificación con el otro, su confianza es mediana en relación con los motivos e intenciones de los demás para con ellas, pues se muestran confiadas si la situación o la persona hacen méritos para ello, sin dejar de lado su reserva personal. En algunas ocasiones hay conformismo y en otras suspicacias, pero también baja tolerancia a la frustración. Sus resentimientos pueden ser catalogados como normales y esto se puede deber al proceso de empoderamiento que han llevado a cabo dentro de la Asociación Madres de La Candelaria. Adicional, por su actitud medianamente confiada, pueden ser algunas veces difíciles de engañar o manipular, aunque depende del nivel de la información que tengan para analizar. En el contacto con la realidad pueden ser prácticas o imaginativas e idealistas, son personas que buscan beneficios inmediatos y pueden actuar basadas solo en razones prácticas, es decir, si obtienen un beneficio. Pero también pueden tener un equilibrio emocional para lograr estos objetivos y propósitos de forma calmada y sosegada. Adaptan su conducta a las demandas ambientales, siendo francas, sencillas, naturales y espontáneas, además pueden ser poco hábiles socialmente ante algunas situaciones, son corteses, atentas a las convenciones sociales, se pueden esforzar por crear una buena impresión en otras personas y tienen buena empatía social. Lo anterior encuentra soporte en lo planteado por Rodríguez Giraldo (2015), al decir que la promoción de procesos grupales comunitarios activa las redes de apoyo familiares, sociales e institucionales y, a partir de esto, se genera una mejor calidad de vida, gracias a dos componentes esenciales de la cognición social, siendo el primero el procesamiento emocional en el que la víctima ha adquirido la capacidad para leer sus propias emociones gracias a la reconstrucción de sus vivencias en forma de narrativas, actos públicos y la creación de memoria histórica; todo ello genera empatía social. El segundo componente que se menciona en el artículo es la teoría de la mente, este significa que la persona alcanza equilibrio emocional y empatía, por el hecho de desear estados mentales a otros y a uno mismo, así lo expresan, citando a María Dolores Londoño vicepresidenta de la Asociación Madres de La Candelaria, en un artículo periodístico:

Si todos apoyamos un poquito algún día habrá una paz tranquilita y un mejor mañana para nuestros nietos y nuestra familia. En cuanto a la justicia, yo no estoy de acuerdo con que les den cárcel. Lo mejor es que les abran fuentes de trabajo, porque ellos también tienen su familia (Marín Álvarez, 2017, párr. 7).

Su experiencia como víctimas, les ha proporcionado diversos grados de aceptación y afrontamiento a partir del hallazgo de diferentes sensibilidades emocionales, pero desde lo esencial, su postura implica empatía, optando por el perdón y la sanación a partir de la construcción social y el avance hacia un posconflicto libre de rencores. Castrillón Baquero et al. (2016) encontraron en su investigación que las actividades colectivas que realiza la Asociación de Madres de La Candelaria son un modo de acción participativa que se constituye en un apoyo importante para la figura de la familia no solo de las víctimas evaluadas, sino de otras víctimas y familiares que asisten y participan en estos eventos. El plantón que realizan cada viernes en la plaza de La Candelaria, dicen los autores, se usa para visibilizar el sentimiento de dolor de forma pública

y, de esta manera, se fortalecen los sentimientos de apoyo, gracias a esto se reconstituye la vitalidad y se comienza la reconstrucción de sus vidas a partir del reconocimiento, además, da un nuevo sentido desde el aporte de construir un proyecto compartido y una meta común como grupo. La importancia para la sociedad como lo plantean los autores y para el posconflicto, es que estas acciones colectivas y estas narrativas de las víctimas, permiten la elaboración de duelo colectivo, gracias a la memoria que conecta el presente con una construcción continúa de posibilidad de cambio.

A partir de lo planteado, las características relevantes del perfil psicológico de las víctimas evaluadas son: su nivel educativo implica que las formas de comunicación y transmisión de la información sobre la implementación del acuerdo de paz y el posconflicto, debe adaptarse de tal forma que sea de fácil comprensión. La resiliencia que han alcanzado, por su accionar colectivo y público, es importante comprenderla y tenerla presente para los procesos de reconciliación, sus narrativas se dan entre y para todos los actores como dimensión colectiva, a partir de esta lógica se avanza en la construcción e interpretación de la verdad sobre el conflicto armado en Colombia, como una forma de tramitar el dolor.

En cuanto a los resultados de la evaluación neuropsicológica, las puntuaciones acotadas por las subpruebas evidenciaron un nivel general de funcionamiento intelectual dentro de un rango bajo; los valores percentiles que se presentaron en estas evaluaciones consideraron el nivel escolar y la edad del paciente. Según la observación cualitativa, durante la ejecución de los instrumentos no se apreció dificultad en la capacidad de utilización de recursos de la comunidad, y las limitaciones de tipo cognitivo que se encontraron en alerta, no representan una dificultad sustancial para el contexto de la muestra.

Se realiza el perfil basado en la aplicación de una subprueba específica por cada índice; ICV buscó medir el conocimiento verbal adquirido del entorno y las capacidades de formar conceptos, con base en esto, se halló una limitación generalizada en la capacidad de abstracción y la resolución de problemas de tipo lógico; este resultado es semejante con la investigación de De Brito Neves (2006), que plantea que aunque se presente una comprensión global de los acuerdos de paz, no hay una verbalización íntegra que dé cuenta del pleno conocimiento de los conceptos más profundos de dichos acuerdos. Por otro lado, para el índice de MT se encontró un resultado medio-bajo dentro de la escala, este hallazgo está en concordancia con Barreyro, Burin, y Duarte (2009), quienes revelan que el mantenimiento de la información para ejecutar las tareas cognitivas complejas limita las capacidades de razonamiento y comprensión lectora evitando el recobro de los detalles de los textos complejos como los de corte jurídico o político. La población evaluada presentó insuficiencias en cuanto al IRP, se aprecian fallas en el reconocimiento visual de los elementos esenciales de un objeto, la atención al detalle y el procesamiento espacial, este resultado es similar al de la investigación de Arnau Gras, Blanca Mena y Salvador Beltrán (1992), quienes afirman que los estilos cognitivos están directamente ligados a la capacidad de procesamiento visual de la información, apoyando la idea de que las personas con habilidades visuales son mejores para aprender material de tipo social, pero a su vez tienden a ver las cosas de forma más global. Seguidamente, en los resultados de la evaluación del IVP se evidenció presencia de inatención y dificultad para realizar las tareas con rapidez.

Correspondiente con la opinión sociopolítica de las diez víctimas evaluadas acerca del posconflicto, como resultado del cuestionario aplicado se encontró que el cien por ciento de la población en cuestión piensa que es positivo finalizar el conflicto armado por medio de negociaciones, están a favor de la implementación de un acuerdo de paz, generándoles más confianza el acompañamiento de organizaciones internacionales en dicho proceso. Es así como la mayoría coincidió en que las medidas propuestas para el proceso de paz del presidente Juan Manuel Santos son adecuadas, además, las consideran una vía para la

modernización y el desarrollo de Colombia. Sin embargo, el cincuenta por ciento de dicha muestra desconfía del logro real de la paz en nuestro país, no creen que el gobierno y las FARC-EP sean capaces de cumplir a cabalidad lo acordado en las negociaciones. Esto se puede constatar con el artículo publicado por Rugeles (2013), quien se basa en los resultados de la encuesta de la Universidad de Los Andes realizada en el 2013, de la que concluye que los colombianos abogan por la negociación, pero están en oposición a hacer concesiones económicas, de justicia o políticas. En general, las víctimas reconocen importante el acto de pedir perdón como principio restaurador; confían en la disposición de los desmovilizados para decir la verdad y reparar a las víctimas del conflicto. Asimismo, concuerdan con la identificación de falencias en cuanto a la información que el gobierno proporcionó para la comprensión de los términos del acuerdo de paz. En relación con la justicia transicional, Rugeles (2013) señala que los habitantes evaluados de 111 municipios de Colombia afectados por el conflicto, apoyan mayoritariamente el proceso de paz, pero demuestran escepticismo y desaprobación con la participación política de las FARC-EP y prevención con la noción de que las herramientas de justicia transicional contribuyan a la reconciliación entre ciudadanos y combatientes; esto se contrapone a los resultados de esta investigación, en la que se evidencia que las participantes aprueban un juicio donde la amnistía sea una de las formas de lograr la reconciliación, por esta misma línea, piensan que los ex combatientes de las FARC-EP merecen una oportunidad para comenzar una nueva vida, para reintegrarse a la sociedad y así, puedan trabajar, estudiar y compartir con los ciudadanos; no obstante, contradicen dicha concepción resaltando su temor con respecto a que los desmovilizados salgan a delinquir a las calles, debido a la falta de trabajo o sustento económico; esta postura es coherente con lo hallado por Roldán Castellanos (2013), quien menciona la probable realidad a la que se enfrentan los desmovilizados, pocas oportunidades de empleo, una mínima inclusión y protección laboral, lo que puede llevar a que se incrementen los niveles de violencia en los distintos centros urbanos.

En cuanto al conocimiento que poseen las evaluadas sobre el posconflicto, se encontró que las víctimas saben lo que es un proceso de negociación y en su mayoría coincidieron con la definición de plebiscito como mecanismo de participación civil mediante el cual el Gobierno somete a votación una determinada propuesta, asociando la votación del 01 de octubre de 2016 con la refrendación de los acuerdos firmados con las FARC-EP. En lo concerniente a la Ley de víctimas y la restitución de tierras, se indagó sobre el significado de víctima en Colombia, del que todas coincidieron; así mismo pueden enunciar los diversos mecanismos para la reparación de víctimas, pero al momento de realizar la gestión, la mayoría tiene dificultades con iniciar o finalizar adecuadamente el proceso. Un gran porcentaje desconoce las palabras justicia transicional y amnistía, no obstante, cuando se les explica el significado que tienen estos términos en el proceso de negociación, reconocen que estas condiciones estaban en el acuerdo, más no conocían el vocablo como tal. Por último, en su totalidad dominan el concepto desmovilización, pero tan solo la mitad están al tanto del proceso de reintegración de los desmovilizados.

Conclusiones

La población partícipe de esta investigación indicó tener una postura positiva frente a los procesos de negociación y al acuerdo de paz pactado en Colombia, lo cual refiere apertura hacia el cambio promovido desde los propósitos para la consecución de la paz. La predisposición de avanzar hacia la construcción de la paz y hacia la reconciliación se evidenció en lo encontrado en el perfil psicológico; esta postura se da en parte por las actividades y procesos que desarrollan como Asociación Madres de La Candelaria; la reconstrucción de sus experiencias como víctimas a través de narrativas y la exposición pública de estos relatos es un indicativo no solo de su propósito de buscar que la sociedad colombiana avance hacia dinámicas libres de violencia, sino además de su deseo de que nadie más pase por su mismo sufrimiento.

Es importante mencionar que más del 70% de las víctimas participantes comprende términos básicos y generales de los aspectos referidos en el acuerdo, esto significa que tienen un entendimiento sobre lo que se busca con este y, en tiempo de posconflicto, a lo que tienen derecho y lo que obtienen como beneficio por la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras; están de acuerdo y entienden que la Justicia Transicional es un paso necesario para poner fin al conflicto, igualmente están de acuerdo con la desmovilización y reintegración de los militantes ilegales a la sociedad, sin embargo, el detalle y minucia sobre los acuerdos, la Ley mencionada, el proceso de desmovilización y cómo funciona la Justicia Transicional es desconocido para ellas; es decir, entienden qué se pretende lograr con todo esto a nivel social, pero los procedimientos puntuales de implementación y el manejo de los conceptos técnicos es algo que no conocen. En este orden de ideas, lo anterior se sustenta con lo obtenido en el perfil neuropsicológico, que indicó que las víctimas muestran un nivel bajo en referencia a las habilidades cognitivas, pero no a niveles alarmantes que indiquen daños o deficiencias de connotación significativa ni incapacitante; no obstante, los puntajes bajos en el ICV evidencian que se les dificulta la comprensión y verbalización del lenguaje técnico referente a todos los términos del acuerdo de paz. Esta forma de percibir los hechos y comprenderlos se destaca en su tendencia por ser conservadoras, en tanto aceptan lo establecido convencional y formalmente, pero no son conformistas incondicionales, ya que evidencian capacidades críticas y autónomas para determinarse inflexibles ante hechos que choquen con sus intereses o valores.

Se pudo constatar la hipótesis principal (H1) acerca de que los rasgos de personalidad y las habilidades cognitivas de los sujetos que han sido víctimas del conflicto armado, tienen relación con la posición que se asume frente al posconflicto y las negociaciones de paz en Colombia.

Los resultados de la investigación arrojan una noción favorable de la percepción, opinión y conocimiento que tienen las víctimas sobre los procesos para el posconflicto en Colombia; sin embargo, por lo explicado en el párrafo anterior, en cuanto a su capacidad de entendimiento, las estrategias pedagógicas de las entidades públicas encargadas de difundir e instruir sobre la información que se consideró necesaria para dar a conocer los términos del acuerdo de paz, no fueron suficientes ni acertadas debido a que no se tomaron en cuenta medidas indicadas que permitieran transmitir el conocimiento de manera más clara a la población, eje de dicho proyecto estatal, puesto que no se han considerado estrategias asertivas desde sus necesidades y sus capacidades, lo cual se puede cotejar mediante la ausencia de estudios de ello. Este trabajo permite dilucidar nuevos panoramas acerca de mejorar las metodologías que operan para instruir a las víctimas y otros actores del conflicto acerca del proceso y el papel que juegan en este, como colombianos y como implicados.

Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

Referencias

- Agencia Colombiana para la Reintegración. (s.f.). ¿Qué es la *reintegración*? Colombia: Presidencia de la República. Recuperado de <http://sp.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/Paginas/quees.aspx>
- Amador Campos, J. A. (2013). *Escala de inteligencia de Wechsler para adultos (WAIS-IV)*, (4ª ed.). Barcelona: Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/33834/1/Escala%20de%20inteligencia%20de%20Wechsler%20para%20adultos-WAIS-IV.pdf>
- Arnau Gras, J., Blanca Mena, M. y Salvador Beltrán, F. (1992). Diferenciación hemisférica, estilos cognitivos y procesamiento de la información visual. *Psicothema*, 4(1), 237-252. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72704116>
- Barreyro, J. P., Burin, D. I., y Duarte, D. A. (2009). Capacidad de la memoria de trabajo verbal: validez y fiabilidad de una tarea de amplitud de lectura. *Interdisciplinaria*, 26(2), 207-228. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-70272009000200003&lng=es&tlng=es
- Cattell, R., Russell, M., Karol, D., Cattell, A., y Cattell, H. (2011). *16PF-5, Cuestionario factorial de personalidad*. Pittsburg: TEA Ediciones.
- Castrillón Baquero, J. E., Villa Gómez, J. D., y Marín Cortés, A. F. (2016). Acciones colectivas como prácticas de memoria realizadas por una organización de víctimas del conflicto armado en Medellín (Colombia). *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 7(2), 404-424. DOI: 10.21501/22161201.1779
- Cruz Rodríguez, E. (2016). El ciclo de protesta 2010-2016 en Colombia. Una explicación. *Jurídicas CUC*, 12(1), 31-66. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/312888123_EL_CICLO_DE_PROTESTA_2010-2016_EN_COLOMBIA_UNA_EXPLICACION
- ElEspectador.(02deoctubrede2016).Colombiadijo“No”alacuerdodepazconlasFarc.*ElEspectador*.Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/paz/colombia-dijo-no-al-acuerdo-de-paz-farc-articulo-658143>

- Congreso de la República de Colombia (2011). Ley 1448 de 2011. "Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones". Diario Oficial No. 48.096 del 10 de junio de 2011.
- Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (2012a). *Evaluación del test 16-PF*. Madrid, España. Recuperado de <https://www.cop.es/uploads/PDF/16PF5.pdf>
- Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. (2012b). *Evaluación del test WISC-IV*. Madrid, España. Recuperado de <https://www.cop.es/uploads/PDF/16PF5.pdf>
- De Brito Neves, D. A. (2006). La verbalización como registro para análisis en la investigación sobre lectura. *Anales de Documentación*, 9, 43-51. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/1831/1831>
- Delgado Barón, M. (2015). Las víctimas del conflicto armado colombiano en la Ley de Víctimas y Restitución de Tierras: apropiación y resignificación de una categoría jurídica. *Perfiles Latinoamericanos*, 23(46), 121-145. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v23n46/v23n46a5.pdf>
- Documento CONPES 3554. (2008). *Política nacional de reintegración social y económica para personas y grupos armados ilegales*. Recuperado de <http://www.reintegracion.gov.co/es/la-reintegracion/centro-de-documentacion/Documentos/Documento%20Conpes%203554%20I%20Pol%C3%ADtica%20nacional%20de%20reintegraci%C3%B3n%20social%20y%20econ%C3%B3mica%20para%20personas%20y%20grupos%20armados%20ilegales.pdf>
- Semana. (11 de diciembre 2016). El 'acuerdo' de la Comunidad LGBTI con las FARC. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/comunidad-lgbti-y-farc-definen-el-enfoque-de-genero-en-acuerdos/504067>
- El País. (15 de diciembre de 2015). Estos son los puntos claves del acuerdo sobre víctimas. *El País*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/proceso-paz/noticias/acuerdo-llego-gobierno-y-farc-para-reparar-victimas-conflicto>
- Fuica, P., Lira, J., Alvarado, K., Araneda, C., Lillo, G., y Miranda, R. (2014). Habilidades cognitivas, contexto rural y urbano: comparación de perfiles WAIS-IV en jóvenes. *Terapia Psicológica*, 32(2), 143-152. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v32n2/art07.pdf>
- Giraldo Moreno, S. J. (2015). *Aportes sobre el origen del conflicto armado en Colombia, su persistencia y sus impactos*. Contribución al entendimiento del conflicto armado en Colombia. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/mesadeconversaciones/PDF/Informe%20Comisi_n%20Hist_rica%20del%20Conflicto%20y%20sus%20V_ctimas.%20La%20Habana%2C%20Febrero%20de%202015.pdf

- Rugeles, G. (04 de diciembre 2013). ¿Qué piensan los colombianos del proceso de paz? ¿Tienen las Farc futuro político? *Las 2 Orillas*. Recuperado de <https://www.las2orillas.co/percepcion-del-conflicto-armado-el-proceso-de-paz-encuesta-de-la-universidad-de-los-andes/>
- Russell, M. T., y Karol, D. L. (2000). 16PF 5 Manual. Madrid: TEA.
- Salazar, J. P. (2016). Los acuerdos de La Habana: el resumen. *Foro Económico Mundial*. Bogotá: Global Shapers Community Bogotá. Recuperado de <http://bogotashapers.org/wp-content/uploads/2016/08/Resumen.pdf>
- Semana. (02 de agosto de 2014). Seis millones de víctimas deja el conflicto en Colombia. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/victimas-del-conflicto-armado-en-colombia/376494-3>
- El País. (29 de noviembre 2016). Senado refrendó el nuevo acuerdo de paz con las Farc. *El País*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/proceso-de-paz/senado-refrendo-el-nuevo-acuerdo-de-paz-con-las-farc.html>
- Villa Gómez, J. D., Londoño, N. M., Gallego, M., Arango, L. I., y Rosso Pérez, M. R. (2016). Apoyo mutuo, liderazgo afectivo y experiencia clínica comunitaria. Acompañamiento psicosocial para la “rehabilitación” de víctimas del conflicto armado. *El Ágora U.S.B.*, 16(2), 427-452. Recuperado de <http://revistas.usb.edu.co/index.php/Agora/article/view/2454/2349>
- Wechsler, D. (2012). *Escala Wechsler de Inteligencia para Adultos–IV: Manual de Aplicación*. Bogotá D.C: El Manual Moderno.



JARDÍN INTERIOR

"Cuidalo, es lo único que te pertenece... es tu propio paraíso"

Autor: Psicólogo José Luis Alvarez Posada Ph.D

Forma de citar este artículo en APA:

Garibello Liberato, B. S. (enero-diciembre, 2018). Bases para comprender la diversidad de género y la diversidad sexual. *Funlam Journal of Students' Research*, 3, pp. 163-168

Recibido: 26 de septiembre de 2018

Aceptado: 04 de octubre 2018

Publicado: 03 de diciembre de 2018

Bases para comprender la diversidad de género y la diversidad sexual

Bases to understand the diversity of kind and the sexual diversity

Brayan Steven Garibello Liberato*

* Estudiante de tercer semestre del programa de psicología, Institución universitaria Tecnológico de Antioquia, Medellín-Colombia.
Correo electrónico: bra_estiven@hotmail.com

Resumen

El género no se limita únicamente por la genitalidad del individuo, hay una gran diversidad de géneros que se salen de los dos polos opuestos categorizados como “hombre” y “mujer” (géneros binarios), adjudicándole a cada uno de estos géneros patrones comportamentales y personalidades específicas y limitantes. Se conocen las diferentes características que componen a un individuo en su aspecto sexual e identitario con el género, como la expresión y la orientación sexual, pero más allá de esto hay un sinnúmero de características que se salen de las reglas y que no por eso los diversos tipos de géneros que no encajan en las imposiciones culturales deben ser invisibilizados o estigmatizados.

Palabras clave: Género, Diversidad, Expresión, Binario, Identidad, Patrones, Cultura, Genitalidad.

Abstract

Gender is not limited by a person's genitals. There is a big gender diversity that do not fit into the two opposite poles categorized as man and woman (binary genders). Adjudicating to each binary gender, specific and limiting behaviors and personalities patterns. It is known different features that make a person in its sexual and identity gender aspects like expression and sexual orientation, but going beyond that, there are countless gender features that do not obey the rules and that is not a reason for omit or stigmatize those genders because of the cultural impositions.

Keywords: Gender, Diversity, Expression, Binary, Identity, Patterns, Culture, Genitality.

Introducción

Se cree tener una idea bien estructurada sobre lo que es el género, se cree que es básicamente la etiqueta que se le asigna a una persona dependiendo únicamente de su genitalidad (o sea de su sexo), hacemos asociaciones lingüísticas como: vagina = mujer y pene = hombre. Se tiene la idea generalizada que solo existen dos tipos de géneros posibles, a esto se le llama género binario, pero, aunque los sexos parezcan ser claramente binarios en su morfología y constitución —lo que tendrá que ponerse en duda—, no hay ningún motivo para creer que también los géneros seguirán siendo solo dos (Butler, 1990); hay mucho más que eso y debemos como sociedad informarnos al respecto para entender lo que sucede en nuestro entorno, sin querer invisibilizar a nadie que se salga de la estandarización del género binario.

Judith Butler (1990), en su libro “Género en Disputa”, refiere que: “el género no es el resultado causal del sexo ni tampoco es tan aparentemente rígido como el sexo” (p. 54), afirmación puede causar mucha confusión puesto que en nuestro entorno educativo jamás hablaron de estos temas. Para poder tener una idea de la gama tan inmensa de géneros que existen, se definirán cuatro (4) conceptos esenciales del asunto de la diversidad:

1. **Sexo biológico:** son los genitales con los que nace una persona, es decir, si nace con pene, vagina o con órganos genitales mezclados (intersexualidad).
2. **Identidad de género:** es el género con el que una persona se identifica, en el caso del género binario (hombre o mujer) existen personas que eran tratadas como hombres por ejemplo en su infancia, pero durante su crecimiento se sintieron en total incoherencia entre lo que lo identificaban (en este caso con el género masculino) y lo que sentían (género femenino).
3. **Expresión de género:** son los comportamientos de una persona para expresar un género en su sociedad, como por ejemplo: formas de vestir, de hablar, etc.
4. **Orientación sexual:** es lo que le atrae sexualmente a un individuo.

Estos temas han sido motivo de controversia en el ámbito mundial, y se han generado debates con tintes morales, religiosos y hasta científicos, basta con revisar la historia y encontrar que antes del decenio del 50 muchos psicoanalistas presionaban para que la homosexualidad no dejara de ser considerada una enfermedad mental (sin tener éxito) (Ardila, 2008).

Con el fin de dar un ejemplo para clarificar más el asunto (puesto que puede ser algo complejo de entender) pondré un caso hipotético:

Nace un intersexual, es decir, una persona con genitales mezclados, como puede ser un pene externo más o menos desarrollado y ovarios internos. Los padres de esta persona intersexual deciden definir el sexo del individuo sometiéndolo a una operación para que el sujeto solo tenga pene y sus ovarios sean removidos poco tiempo después de su nacimiento. Este individuo, al tener un género definido dentro de una sociedad -que normalmente es asociado a la genitalidad (a su pene en este caso)- durante su crecimiento y desarrollo va sintiendo que ese órgano genital que tiene (pene) no le corresponde y que no se siente cómodo con el término con el que lo categorizan (hombre), este individuo se siente mujer; esa sensación es la identidad de género, el individuo se pone faldas, tacones y otro tipo de prendas que son tomadas por su entorno como

femeninas, con el objetivo que le identifiquen con algo en particular (en este caso con ser mujer). El comportamiento de vestirse de cierta manera para ser identificado por su entorno con cierto género, es lo que denominamos expresión de género. Finalmente, el individuo en su adolescencia se enamora profundamente de una chica; esto es consecuencia de la orientación sexual.

Hay que tener en cuenta que cada uno de estos cuatro (4) elementos no necesariamente tienen que estar relacionados, son totalmente independientes.

Las "T" en el acrónimo LGBTTTI.

Se conoce el acrónimo LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans), pero propuesto así es incompleto. Estas cuatro letras no son ni un 25% de las letras que existen en el acrónimo completo (que incluye 3 "T" para el tema trans), esto nos dice que bajo ningún término se es absolutista dentro de esta comunidad tan diversa, ya que cada día se agregan más letras, con el fin de dar visibilidad a algo que no es tan conocido.

El tema trans es generalmente confuso y es conocido de manera parcial. La desinformación al respecto es desalentadora, basta con enterarse que apenas fue en junio del presente año en que la OMS decidió excluir a la transexualidad del apartado de enfermedades mentales (El Tiempo, 2018b). Es más común que la población conozca el término "travesti", pero hay tres conceptos que hacen parte del tema trans y que difieren el uno del otro, son:

- **Transgéneros:** son individuos que hacen una transición del género que se les fue asignado al nacer, al género con el que se sienten realmente identificados (identidad de género). Cabe aclarar que las personas transgéneros se centran en la expresión de género para definir lo que son ante la sociedad y con ellos mismos, es decir que el individuo le presta mayor atención a como se viste, como habla, etc.
- **Transexuales:** personas que hacen una transición del género que se les fue asignado al nacer, pero que, además, tienen deseo de hacerse una reasignación de sexo (procedimiento quirúrgico que consiste en la modificación de los genitales).
- **Travestis:** son seres humanos cuya expresión de género varía tanto dentro del género binario (hombre o mujer) como dentro del género no binario (todo aquello que no entra en categorías absolutistas de hombre y mujer), son personas que pueden tomar rasgos de un género o de otro de manera temporal, por ejemplo: un hombre que se viste como mujer para dar espectáculos.

Géneros no binarios

Para ampliar un poco más el concepto del género no binario, a continuación, se presentan algunos ejemplos de estos tipos de géneros.

Gender Queer

El concepto “Queer” en sí mismo es utilizado para quienes no quieren una etiqueta social, simplemente buscan ser visibles como personas que disfrutan su vida sin querer entrar en los esquemas preestablecidos; si le agregamos el término “Gender” (cuya traducción al español es género), estaríamos hablando de personas que no quieren ponerle una etiqueta a su género y esto se puede dar de muchas maneras, algunos ejemplos de ello:

Personas ambi-genero. Se refiere a aquellos individuos cuya expresión de género no solo se limita a una, sino que buscan expresar varios géneros al mismo tiempo.

Personas de género fluido. Personas que tienen una transición rotatoria con el género, en el caso de las personas trans, por ejemplo, puede ser una persona transgénero que a lo largo de su vida realiza varias transiciones entre géneros binarios, es decir que fue hombre y mujer varias veces en épocas distintas de su vida.

Pan género. Personas que toman rasgos y expresiones de varios géneros, con el fin de crearse una expresión única y que los identifique completamente.

Como estos hay un sinnúmero de géneros existentes en el mundo, que, si bien no son muy conocidos culturalmente, esto no significa que no existan. Algunos países empiezan a conocer muy bien la diversidad de género, tanto así que la corte suprema en Holanda falló a favor de reconocer un ‘tercer género’ en el país; una decisión histórica para las personas que no se identifican con los otros dos géneros, quienes ahora podrán adoptar el sexo ‘neutro’ en sus documentos de identificación de forma legal (El Tiempo, 2018a).

Conclusiones

Existen un sinnúmero de expresiones e identidades de género más, que hoy en día por ser categorizadas como “anormales” generan odio y discriminación en contra de los que tienen un género diverso; esto, por obvias razones, imposibilita la visibilidad de estas personas, ya sea por miedo o por querer sobrevivir en un entorno machista y retrógrado. Como sociedad deberíamos estar informados sobre estos temas para poder brindar espacios inclusivos, y a la vez generarlos. Se han tomado varias iniciativas a nivel nacional para que este tipo de informaciones lleguen a pupitres escolares, pero por movimientos sociales hechos por personas conservadoras se ha imposibilitado la repartición del material, estas no entienden que los

conceptos de normalidad y anormalidad cambian con las épocas, las culturas y con el avance de nuestros conocimientos (Ardila, 2008); sin embargo, como futuros profesionales está el deber de saber sobre estos temas y compartir este tipo de informaciones con comunidades que tienen un conocimiento mínimo del tema tratado en el presente escrito, ya que muchas veces la misma desinformación origina la intolerancia y la exclusión en nuestra sociedad.

Referencias

Ardila, R. (2008). *Homosexualidad y psicología*. Bogotá: Manual Moderno.

Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. En M.A. Muñoz (Trad.). Barcelona: Paidós.

El Tiempo. (29 de mayo de 2018a). Holanda permitirá a sus ciudadanos identificarse con un tercer género. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/mundo/europa/holanda-incluire-un-tercer-genero-en-los-documentos-de-identidad-223986>

El Tiempo. (18 de junio de 2018b). Ser transexual ya no es enfermedad mental, según la OMS. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/salud/la-transexualidad-ya-no-es-una-enfermedad-mental-para-la-oms-232090>

**ESPACIO
LITERARIO**

En la actualidad, la ciudad cuenta con 4.200 indígenas y más de la mitad de esta población son jóvenes que llegan a Medellín con el fin de estudiar y formarse para llevar nuevos conocimientos a sus comunidades; pero enfrentarse al cambio no es tarea fácil para ellos.

Fruto del trabajo de grado “Procesos comunicativos al interior del Cabildo Indígena Chibcariwak que dan cuenta del fenómeno de interacción social desde la interculturalidad indígena”, surgen reflexiones de la dura situación que viven en la ciudad de Medellín los jóvenes indígenas durante su proceso de adaptación.

Este poema evoca el proceso de adaptación que enfrenta el indígena en la ciudad y la lucha por conservar su esencia.

Rocío del lejano recuerdo

Camino en un mundo desconocido,
donde las personas me ignoran
y por ello me siento
un poco afligido.

Veo de cerca y de lejos mi destino,
no entiendo lo que siento por lo que antes soñaba
y por lo que ahora he perdido.

Recuerdo mi casa
donde se comparten historias,
se canta y baila para conservar
la esencia legada.

Aquí soy un vecino ignorado,
que busca ser aceptado
así sea en una ciudad fría,
pero con alma.

Ahora, como viajero
traigo conmigo
experiencias para dejar y luego pasar
a una vida lejana.

Ilustración y texto: Yulieth Milena Herrera Uribe—Diseño: Johnny León Madrid

Avance de investigación

La narración El Pescador es uno de los avances del proyecto que lleva como título “El comunicador social en formación como mediador para integrar narraciones en formatos digitales”, que actualmente ejecuta el semillero de investigación Mediáticos de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó. Este proyecto pretende explorar las bases narrativas y las plataformas tecnológicas que pueden ser empleadas por el comunicador social cuando se propone mediar en el paso de los formatos análogos a los digitales. El proyecto ha optado por narraciones ligadas a contextos culturales de regiones poco conocidas de Colombia.

En el desarrollo de la investigación también se seleccionan y analizan textos narrativos que han sido llevados a formatos digitales, para conocer qué características adquieren al momento de pasar al nuevo medio. Además, se busca establecer las características de los formatos digitales, para conocer más sobre su uso y lograr enriquecer las narraciones mediante las mediaciones digitales. Igualmente, en el proyecto se escriben narraciones en la línea mencionada, para ser integradas luego en un formato digital hipermedia.

El siguiente relato, ambientado en el río Cauca, a la altura de la Mojana sucreña, en Guaranda, hace parte de los escritos elaborados para el proyecto.

El pescador

DOI: <https://doi.org/10.21501/25007858.3146>

Elva Emilia Gómez Oviedo

El hombre robusto, de piel escamosa y bronceada pone sobre la mesa un pocillo de café de donde sale humo como el de los carros viejos que deambulan por la ciudad. Impaciente espera que se enfríe un poco, y con la lengua húmeda como un perro, toma un sorbo caliente que le quema hasta lo más profundo de sus huesos, muerde un pedazo de pan seco que no tiene más que levadura y anís en su superficie; sorbe el último trago de café y pone el vaso boca abajo para ver qué le promete la suerte el día de hoy.

- “Ojalá muestre abundancia”, dice con un poco de esperanza, pero a la vez con desagrado por creer en esos mitos de su madre, que no son más que tonterías.

Se retira de la mesa y frunce el ceño como si algo no le agradara, odia estar en casa; su único momento feliz es en la playa, junto al río y bajo la luna, donde puede ser libre y hacer lo que más le gusta: pescar.

Pasó toda la mañana leyendo revistas viejas que ya se sabe de memoria, hablan sobre los niveles del río y los tipos de peces. Cuando llegaron las doce del día, tomó un pedazo de salmón rojo, le untó sal y lo cocinó, mientras iba preparando sus herramientas de trabajo que no eran más que un trasmallo estropeado y ama-

rillo, al que se le había caído parte del plomo que tenía en las puntas por causa de la vejez, y además tenía enormes huecos que no eran más que un estorbo para su trabajo; una mochila en la que cargaba un rancio machete destartado y oxidado que no cortaba ni la hoja más delgada; y, por último, una nevera de icopor un poco mugrienta y remendada.

Comió hasta saciarse y decidió tomar la siesta acostumbrada. “Así se pasa el tiempo más rápido”, decía. Se despertó a las 5 de la tarde, un poco apresurado, pues le gustaba llegar rápido al río. Se puso pantalón corto, desflecado en las botas, trazó debajo de las clinejas una cabuya para sostenerlo, tomó una camisa descosida y se la colocó sin abotonarla. Por último, cogió su sombrero, lo puso en su cabeza y salió de prisa.

Mientras caminaba hacia el río pensaba en cómo estaría su nivel, si la lluvia de ayer lo habría aumentado o si el sol de la tarde lo habría secado un poco. Finalmente, llegó a la playa y con sus pies descalzos sintió la arena un poco fría y tensa, miró hacia abajo y exclamó: “¡ya me extrañaba!”. Tomó su trasmallo y lo puso en su hombro, se quitó el sombrero y la camisa, y quedando semidesnudo se acercó al agua hundiendo un poco sus piernas hasta mojar su pantalón; cerró los ojos para sentir el ruido de la brisa y lo que el río le susurraba. Sonrió con agrado, arrugándosele sus mejillas y queriendo quedarse ahí eternamente.

- Algún día lo haré, dijo con seguridad.

Cuando abrió los ojos vio que la luna ya se había asomado y pensó que ya era hora de tirar la red al agua, empezó a balbucear cantos y poesías para el río, pues decía que si lo trataba bien, este le daría muchos peces. Abrió el chinchorro y con fuerza lo tiró hasta dejarlo hundir en lo profundo de las aguas monas y pasivas. Siguió cantando hasta terminar hablando con la luna, a la que le preguntaba cosas sobre pesca, sobre la vida, sobre el amor. Esperó por media hora para sacar la red del agua, lentamente lo fue haciendo. No pescó nada, los peces salieron por los enormes huecos de la red.

- “Quizás es más fácil vivir en el río, ¿por qué no hacerlo? ¡Qué alegría sería ser pez!”, pensó.

Pronto llegó la oscuridad, el frío, los grillos que cantaban. Era solo un humilde pescador junto al río, las piedras, su sombrero, su cuerpo consumido, cansado en busca de paz; la paz de las aguas, del viento, de las piedras. En la arena y recostando su cabeza en su brazo murmuró:

- Si tan solo fuera un pez, también escaparía por los huecos de un viejo trasmallo y sería libre entre las espesas aguas. Cerró sus ojos con agobio y quedó en su sueño y viviendo junto al río, como siempre lo había anhelado.

Cuento

DOI: <https://doi.org/10.21501/25007858.3147>

Añoranzas

Juan Diego Betancur Arias

Había una vez una raza humana que siempre soñó con la emancipación del pensamiento, la liberación de paradigmas rígidos en sus vidas y, a partir de estos ideales, representó la construcción de sus mentes basada en el concepto de admiración profunda por la sensibilidad del ser que podía portar esta raza; sin embargo, este linaje se extinguió dejando una deuda irreparable, nunca logró representar sus cogniciones a partir de la bondad, la humildad, la admiración y la sensibilidad; se configuró, por el contrario, desde la decidía, desconexión y rechazo a la posibilidad de redimensionar y edificar con la alteridad.

**CÓDIGO DE
CONDUCTA
Y GUÍA PARA
AUTORES**

CÓDIGO DE CONDUCTA

FUNLAM Journal of Students' Research es una publicación anual de acceso abierto financiada por la Universidad Católica Luis Amigó quien se ocupada de los costos del proceso editorial, publicación y divulgación. Por lo anterior la Revista no cobra a los autores por ninguna actividad del proceso de edición ni por la publicación; no genera retribuciones económicas a los autores ni a los miembros de los comités que contribuyen al desarrollo de la publicación.

Enfoque

Esta es una publicación de carácter académico, anual, de divulgación de artículos de calidad escritos por la comunidad académica amigoniana. Los textos son resultado de la participación en semilleros de investigación o producto de una reflexión atinada y de relevancia teórica, en los campos de las Ciencias Administrativas, Económicas y Contables; las Ciencias Sociales y Humanas; Ciencias Políticas; Educación; Filosofía y Teología; Ingenierías y áreas afines. De este modo, espera contribuir para el desarrollo de habilidades, competencias investigativas, reflexivas, analíticas, críticas y de transferencia del conocimiento.

Público objetivo y alcance

Esta publicación seriada es de libre acceso y se dirige a estudiantes universitarios y profesionales que estén en relación con los campos de conocimiento anteriormente descritos, y al público en general interesado en las temáticas que presenta.

Recepción de los artículos

- Todos los proponentes deberán remitir sus escritos mediante el Open Journal System o al correo electrónico journalfs@amigo.edu.co no se recibirán artículos impresos.
- No se recibirán versiones parciales del texto, es decir, aquellas que el autor considere modificar y que no estén estructuralmente ajustadas a uno de los tipos de artículo descritos o documentos.
- El editor de FUNLAM Journal of Students' Research confirmará al autor, de manera inmediata y automática su recepción. Este mensaje no se entiende como la aprobación del artículo o publicación del mismo en la edición.
- La recepción de artículos no implica obligación de publicarlos.

Compromiso de los autores y cesión de derechos. Una vez el Editor verifique el cumplimiento de los requisitos mínimos, solicitará a los autores que: i) declaren que el trabajo es original, inédito, no está siendo evaluado simultáneamente en otra revista; ii) se comprometan a no retirar el artículo luego de la evaluación de pares, si esta determina la viabilidad de la publicación, bien sea en el estado actual o con modificaciones; iii) declaren la inexistencia de conflictos de intereses y manifiesten la cesión de derechos patrimoniales a favor de la Universidad Católica Luis Amigó. iv) autoricen el tratamiento de sus datos personales.

Publicación de datos de autor. Una vez enviado el artículo, se entiende que el autor autoriza la publicación de los datos personales relacionados en la nota de autor.

Autorización para tratamiento de datos. La Universidad Católica Luis Amigó como responsable del tratamiento de los datos y dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y al Decreto 1377 de 2013, manifiesta que los datos personales de los integrantes de los comités, evaluadores y autores, se encuentran incluidos en las bases de datos institucionales y son de uso exclusivo de la Universidad. Según la política de privacidad, la cual puede consultar en nuestro sitio web www.ucatolicaluissamigo.edu.co, los datos no son compartidos o suministrados a terceros sin la autorización previa del titular. Además, la Institución cuenta con los medios tecnológicos idóneos para asegurar que sean almacenados de manera segura y confiable.

De acuerdo con lo anterior, es obligación durante el proceso de edición de la revista FUNLAM Journal of Students' Research, autorizar a la Universidad Católica Luis Amigó para el tratamiento de los datos personales, para las finalidades propias de la Institución.

Declaración de privacidad. Todos los datos de autores, comités, evaluadores y demás colaboradores de FUNLAM Journal of Students' Research introducidos en la plataforma OJS y/o en los artículos se usarán exclusivamente para la inclusión de la revista en Sistemas de Indexación y Resumen y los fines declarados por esta revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

Aval del Comité de Ética. Con el fin de evidenciar que se cuenta con los permisos necesarios de las personas naturales y jurídicas implicadas en la investigación de la que es producto el documento, cada artículo que a dichos actores se refiera debe enviar a la revista una copia del aval del Comité de Ética del consentimiento y asentimiento informado de la investigación.

Evaluación de artículos

- Los comités académico y editorial analizan la pertinencia del material y el cumplimiento de las pautas de presentación ya descritas. Así mismo, comprueba la originalidad del texto mediante un software que rastreando distintos medios digitales, incluso, las publicaciones académicas participantes de Crossref, permite la identificación de citas incorrectas y posibles plagios. El sistema tecnológico genera un reporte e índice de similitud; si este último es superior al 25%, el artículo es descartado.
- Una vez se comience la evaluación del artículo, los autores se comprometen a no retirarlo de la revista (Desde el mismo envío). Para tal efecto, envían la manifestación de cesión de derechos patrimoniales a favor de FUNLAM Journal of Students' Research, la autorización de tratamiento de datos y la declaración de conflictos de intereses. Este documento será suministrado por el Editor y diligenciado por los autores.
- Para la evaluación, los comités (académico y editorial) deberán tener en cuenta:
 - La pertinencia del artículo a la actualidad temática.
 - La actualidad y riqueza de las fuentes.
 - La solidez de la información contenida.
 - La coherencia conceptual y textual.
 - Los aportes que el texto pueda realizar a la formación de los estudiantes y al currículo.

Causales de rechazo:

- El plagio y el autoplagio, la adulteración, invento o falsificación de datos del contenido y del autor.
- Que el artículo haya sido publicado total o parcialmente, perdiendo el carácter de inédito.
- Que el contenido no tenga un nivel de originalidad igual o superior al 75%. Se entiende por originalidad de una obra aquello que resulta de la capacidad del autor de crear, hallar, analizar, imaginar.
- La existencia de conflictos de interés. Es deber de los autores notificar a la revista cualquier situación que pueda influir en los resultados o interpretación de su escrito.
- El incumplimiento de las directrices de la revista: código de conducta y guía para autores.
- La escritura en términos obscenos, abusivos, difamatorios, injuriosos o que de cualquier modo vayan en contravía de la dignidad humana o del buen nombre de una persona natural o jurídica.
- La detección tanto de datos recogidos sin los permisos necesarios de las personas naturales o jurídicas en estos implicadas, como de hallazgos falsos o convenidos.
- Toda información o acto que vaya en contravía de las leyes nacionales e internacionales de Derechos de Autor y de Protección a menores.

GUÍA PARA AUTORES

Autoría

- Los textos de FUNLAM Journal of Students' Research son escritos realizados por estudiantes de la educación superior, especialmente amigonianos; es decir, son ellos los responsables de la creación intelectual del contenido que se publica en este espacio de visibilidad, integración y difusión de las actividades académicas e investigativas que se desarrollan en los escenarios de aprendizaje.

Características de forma

- Los artículos se reciben digitados en Word a espacio y medio, con fuente Arial de 12 puntos y márgenes de tres centímetros en todos los lados.
- Las citas, referencias y tablas deberán presentarse de acuerdo con las recomendaciones formales de la última edición de APA (secuencia, manejo de líneas, sangrado, interlineado y demás).
- En caso de tener fotos, estas deben estar en resolución de 300 pixeles. Si son tomadas de otros libros o de internet deben tener y presentar los permisos de publicación. Si son de propiedad del autor, deben tener los permisos de quienes aparecen en ellas, si son personas.

Características de contenido

- Los artículos deben ser inéditos y no estar postulados conjuntamente en otra(s) revista(s) o publicaciones; por tanto, los derechos sobre ellos no han sido cedidos con antelación y no pesa ningún gravamen ni limitación en su uso o utilización.

- Cada artículo debe incluir el nombre del autor(es) y una nota a pie de página con los siguientes datos en estricto orden: último nivel de formación, programa al que pertenece + Universidad Católica Luis Amigó, grupo de investigación en caso de que pertenezca a uno, ciudad, correo electrónico.
- Si en el proceso de investigación conto con un docente asesor, a pie de página se incluirá el nombre, programa al que pertenece + Universidad Católica Luis Amigó y grupo de investigación, en caso de que pertenezca a uno.
- Debe incluir el título, resumen y palabras clave en español e inglés.
- La extensión máxima de los títulos debe ser de 12 palabras, que describan la idea principal del artículo. Se evitará el uso de números, símbolos y abreviaturas, puesto que dificultan la posterior búsqueda en bases de datos, catálogos y sistemas de indexación.
- Si el artículo está escrito en un idioma extranjero diferente al inglés, tanto el título como el resumen y las palabras clave deberán ser traducidas a este idioma y al español; el resto del contenido permanecerá en el idioma original.
- El resumen debe ser de máximo 250 palabras. Expresa clara y sucintamente el objetivo del artículo, los principales supuestos de los que parte, los argumentos y la(s) tesis que lo estructuran. En ningún caso se trata de un fragmento de la introducción o resto del contenido.
- Las palabras clave deben ser de cinco a siete y provenientes de un tesoro de la disciplina.
- Los artículos se recibirán con un máximo de cuatro tablas y/o figuras; estas últimas son una ayuda visual y complementaria presentada a manera de fotografías, gráficas, esquemas o dibujos.
- Los datos de las referencias y las citas deberán estar acordes con los lineamientos de APA, sexta edición.

Tipos de artículos

Los artículos pueden ser escritos en cualquier idioma, su extensión debe ser mínimo de 10 páginas y máximo de 15 páginas, exceptuando las cartas al editor y sección de entrevistas, y podrán corresponder en su estructura con los siguientes tipos de texto:

- **Artículo derivado de una investigación.** El texto presenta los avances o resultados de una investigación, desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, pero recurriendo a fuentes originales. Su estructura es: introducción, metodología, desarrollo, discusión, conclusiones y referencias.
- **Artículo de revisión o estado del arte.** De manera sistematizada, muestra la organización, la integración y los resultados de varias investigaciones realizadas en torno a un área o problema específico, con el objetivo de exponer su estado actual. Para cumplir con este propósito la revisión bibliográfica será de por lo menos 30 títulos o referencias, lo más actuales posible. Su estructura es: introducción, metodología, resultados, discusión, conclusiones y referencias.
- **Artículo teórico.** Es el análisis minucioso de una teoría o de varios de sus conceptos, a partir de una revisión crítica de la literatura. Se elabora con el propósito de ampliar o precisar constructos teóricos, de presentar uno nuevo, o de demostrar inconsistencias en la teoría (crítica reflexiva o analítica). Su estructura es: Introducción, desarrollo exponencial de la temática, o características de la misma, discusión, conclusiones y referencias.

- **Reporte de caso.** Presenta los resultados de un trabajo realizado con una comunidad o institución, con el fin de dar a conocer las experiencias técnicas y metodológicas consideradas para el caso específico. Su estructura incluye: Introducción, planteamiento del problema o caso, metodología, análisis del caso, discusión, resultados y referencias.
- **Cartas al Editor.** Es un documento de no más de dos hojas, que expresa el pensamiento, reflexión, críticas, análisis situados acerca de una realidad o de diferentes realidades e intersubjetividades, en este espacio los estudiantes podrán plasmar su percepción, juicio y demás elementos que expongan el procesamiento de la información social, cultural, académica entre otros.
- **Editorial.** Documento escrito por un miembro del comité editorial o un investigador invitado sobre orientaciones en el dominio temático de la revista.
- **Ensayo.** Es un tipo de composición escrita en prosa que de forma breve, analiza, interpreta o evalúa un tema en particular, la estructura es la siguiente: Introducción, planteamiento de una tesis, desarrollo; el autor expone y analiza en profundidad el tema que ha escogido. Plantea sus ideas, argumentaciones, críticas o análisis basándose en otras fuentes, referencias.
- **Sección de Entrevistas.** Es una entrevista que se realiza a expertos en una temática, la estructura incluye: Introducción, desarrollo de la entrevista, conclusiones y referencias.

Nota: todos los manuscritos enviados a la revista deben poseer la misma estructura (título español e inglés, resumen español e inglés, palabras clave español e inglés, introducción, desarrollo temático o investigativo, conclusiones y referencias bibliográficas).

Sin excepción, de ninguno de estos tipos de artículos se admiten traducciones; es decir, versiones de textos ya publicados en otros idiomas. Esto será considerado plagio o autoplagio, de ser el caso.

Estructura de las citas y referencias

Cita textual (o literal) corta. Es cuando se reproduce con exactitud una idea de un autor compuesta por hasta 39 palabras. No se debe alterar ningún término del texto y en caso de precisar o introducir algo, se debe poner entre corchetes. La cita corta va entre comillas y luego de ellas se abren paréntesis para incluir el o los apellidos de los autores, el año y el número de la(s) página(s) de donde se tomó la idea textual. Este tipo de citas nunca van en cursiva y todo énfasis debe indicarse a quién pertenece (si se encuentra en el original o es un énfasis que se quiere hacer). Ejemplo: “Es infinitamente más cómodo, para cada uno de nosotros, pensar que el mal es exterior a nosotros [cursivas añadidas], que no tenemos nada en común con los monstruos que lo han cometido” (Todorov, 1993/2004, pp. 163-164).

Referencia:

Todorov, T. (1993/2004). Gente común. En Frente al límite (2ª ed., pp. 129-167). México: Siglo XXI.

Citas literales o textuales de más de 40 palabras. Las citas literales que tienen más de cuarenta palabras se escriben en párrafo aparte y sin comillas ni cursiva. Para efectos de su clara identificación para la diagramación, en la Revista Colombiana de Ciencias Sociales se escriben en un tamaño de 10 puntos, con sangría a 2,54 cm. y sin comillas. Concluida la cita, se escribe punto antes de la referencia del paréntesis y posterior a este.

Referencia:

La enfermedad mental tiene implicaciones tanto personales como familiares. Tanto los estilos de afrontamiento como la conducta de enfermedad varían en función de los recursos que el sujeto pone en juego, entre los recursos ambientales el principal es la familia, de aquí la especial importancia que cobra el grupo familiar en el tratamiento de la persona con enfermedad mental (García Laborda y Rodríguez Rodríguez, 2005, p. 45).

Referencia:

García Laborda, A. y Rodríguez Rodríguez, J. C. (julio-diciembre, 2012). Afrontamiento familiar ante la enfermedad mental. *Cultura de los cuidados*, (18), 45-51. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/cuid.2005.18.08>

Paráfrasis o cita no literal. Este tipo de cita toma las ideas de una fuente original y las reproduce, pero no con los términos originales, sino con las propias palabras del autor. Se utiliza para exponer ideas generales. Ejemplo: los trabajos de Matthew Benwell (2015) intentan potenciar una mirada renovada en el campo de la geografía social.

Referencia:

Benwell, M. (December, 2015). Reframing Memory in the School Classroom: Remembering the Malvinas War. *Journal of Latin American Studies*, 48(2), 273-300. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0022216X15001248>

Trabajos de múltiples autores. Cuando se cite un trabajo de dos autores, siempre deben ponerse los apellidos de ambos. Ejemplo: (García Laborda y Rodríguez Rodríguez, 2005). Cuando el trabajo comprenda de tres a cinco autores, se citan todos los autores en la primera aparición. En las demás citas del mismo texto, se escriben los apellidos del primer autor y se termina con et al., indicando el año y la página. Ejemplo: 1ª cita: (García del Castillo, López-Sánchez, Tur-Viñes, García del Castillo-López y Ramos, 2014). 2ª y demás citas: (García del Castillo et al., 2014). Si el texto tiene de seis autores en adelante solo se ponen los apellidos del primer autor seguido de et al. (sin cursiva) desde la primera aparición de la cita. Ejemplo: (Torres Pachón et al., 2015).

Las referencias correspondientes a los tres trabajos citados en estos ejemplos y organizadas alfabéticamente son:

García del Castillo, J. A., López-Sánchez, C., Tur-Viñes, V., García del Castillo-López, A. y Ramos, I. (2014). Las redes sociales: ¿adicción o progreso tecnológico? En A. Fernández (coord.), *Interactividad y redes sociales* (pp. 261-279). Madrid: Visión.

García Laborda, A. y Rodríguez Rodríguez, J. C. (julio-diciembre, 2012). Afrontamiento familiar ante la enfermedad mental. *Cultura de los cuidados*, (18), 45-51. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/cuid.2005.18.08>

Torres Pachón, A., Jiménez Urrego, Á. M., Wilchez Bolaños, N., Holguín Ocampo, J., Rodríguez Ovalle, D. M., Rojas Velasco, M. A.,... Cárdenas Posada, D. F. (enero-junio, 2015). *Psicología social y posconflicto: ¿reformamos o revolucionamos?* *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(1), 176-193. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.1432>

Autor corporativo. Cuando el autor es una entidad con sigla muy conocida, en la primera cita se escribe el nombre completo y en las siguientes se abrevia a la sigla conocida. Ejemplo: (American Psychological Association [APA], 2010). Sigüientes citas: (APA, 2010).

Citas secundarias: corresponde a las citas de citas, es decir, cuando un texto fue leído por un autor diferente a quien redacta el artículo. En este caso, debe indicarse claramente el autor que citó directamente la fuente. No es recomendable hacer uso de este tipo de citas. Únicamente es aceptable emplearlas cuando el trabajo original ya no se imprime, no se encuentra a través de bases de datos y demás fuentes de internet o no está disponible en español. Es aconsejable consultar directamente la fuente primaria. Ejemplo: "la mayoría de los sandieguinos se oponía a fortalecer los vínculos entre San Diego y Tijuana, y el 54% de los entrevistados declaró nunca haber visitado esta ciudad" (Nevins, 2002, p. 82, como se citó en Muriá y Chávez, 2006, p. 39). En ese caso, en las referencias irán Muriá y Chávez (2006).

Citas en otro idioma. Las citas en otro idioma deben traducirse, generalmente en una nota al pie de página. Puede citarse la traducción en el cuerpo del texto, o dejar la cita en el idioma original. En este caso, deberá escribirse en cursiva.

Citas de entrevistas. El material original, producto de entrevistas, grupos focales o conversatorios, no se incluye en la lista de referencias. Al citar en el cuerpo del texto, se procede así: (Codificación del informante. Comunicación personal, fecha exacta de la comunicación). Ejemplo: "Nuestras historias son parecidas, aunque no iguales" (P5, 3:3. Comunicación personal, 25 de septiembre, 2015).

Autocitas. No son recomendables las citas que aluden a trabajos previos del autor o autores de un artículo, pues "La autocita es equivalente a autopremiarse por reconocimientos que otros debieran hacer, si un autor es merecedor de tal distinción" (Valderrama Méndez, 2008, p. 1).

Referencia:

Valderrama Méndez, J. O. (2008). Las autocitas en artículos de revistas de corriente principal. *Información tecnológica*, 19(5), 1. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642008000500001>

LISTA DE REFERENCIAS

- » El listado de referencias se escribe al final del texto en orden alfabético, sin viñetas, y con sangría francesa. A continuación, se detalla cómo se referencian las principales fuentes que se utilizan en un artículo.
- » Libros. Consta de: Apellidos del autor, iniciales del nombre del autor. (Año). Título del libro. Ciudad: Editorial. Nótese cómo se omiten las palabras: editorial, fondo editorial o librería.

Ejemplos:

- Cisneros Estupiñán, M. y Olave Arias, G. (2012). Redacción y publicación de artículos científicos: enfoque discursivo. Bogotá: Ecoe.
- Todorov, T. (1993/2004). Frente al límite. 2ª ed. México: Siglo XXI.
- » Libro con editor, compilador, director u organizador. Luego del nombre del responsable se consigna su grado de responsabilidad: si es un editor, se escribe (ed.); si es compilador (comp.), director (dir.), organizador (org.).

Ejemplo:

- Díaz, F., Bordas, M., Galvão, N., e Miranda, T. (orgs.). (2009). Educação inclusiva, deficiência e contexto social: questões contemporâneas. Salvador: Universidade Federal da Bahia.
- Número de edición. En los casos en que entre la primera publicación del libro y la que leyeron los autores del texto, haya transcurrido un tiempo importante, se indica la primera fecha de publicación y de la versión consultada, así: (1993/2004). Si el material no tiene fecha de publicación, se escribirá la abreviatura (s.f.). Si está a punto de publicarse, se escribe (en prensa).
- Trabajos con ocho autores o más. Incluya los nombres de los seis primeros, luego se escriben puntos suspensivos y el último autor.

Ejemplo:

- Torres Pachón, A., Jiménez Urrego, Á. M., Wilchez Bolaños, N., Holguín Ocampo, J., Rodríguez Ovalle, D. M., Rojas Velasco, M. A.,... Cárdenas Posada, D. F. (enero-junio, 2015). *Psicología social y posconflicto: ¿reformamos o revolucionamos?* *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(1), 176-193. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.1432>
- » Capítulos de libro. Se cita al autor de la parte o el capítulo, procediendo del mismo modo que en autores de libros completos, seguido de la palabra En y a continuación las iniciales de los nombres y los apellidos completos de los autores o compiladores y el título del libro, luego del cual van las páginas que comprende el capítulo consultado.

Ejemplo:

- Sánchez Upegui, A. A. (2012). Revisión sobre el análisis lingüístico de artículos científicos: una estrategia de alfabetización académica de orden superior. En A. A. Sánchez Upegui, C. A. Puerta Gil, L. M. Sánchez Ceballos y J. C. Méndez Rendón, *El análisis lingüístico como estrategia de alfabetización académica* (pp. 15-50). Medellín: Católica del Norte Fundación Universitaria. Recuperado de <http://www.ucn.edu.co/institucion/sala-prensa/Documents/el-analisis-linguistico-estrategia-alfabetizacion.pdf>
- » Artículos de revista. No se escribe la fecha de recuperación, pero sí es importante que se agregue la página de recuperación si tiene disponibilidad en línea.

Ejemplo:

- Baeza Duffy, P. (2011). La reconstrucción de la memoria en *La Hija del General*. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (21), 41-68. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45924228003>
- » Artículo de revista con DOI. Si un artículo o capítulo tiene DOI no se requiere página de recuperación, en cambio se debe agregar el enlace completo del DOI.

Ejemplo:

- Strait, D. L., Kraus, N., Parbery-Clark, A., & Ashley, R. (March, 2010). Musical experience shapes top-down auditory mechanisms: Evidence from masking and auditory attention performance. *Hearing Research*, 261(1-2), 22-29. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.heares.2009.12.021>
- » Artículos de periódicos. Si especifica el autor, la referencia va de la siguiente manera:
 - Castrillón, G. (9 de septiembre de 2012). *Farc quieren a un militar activo en la mesa de negociaciones*. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/paz/articulo-373674-farc-quieren-un-militar-activo-mesa-de-negociaciones>

- » En caso de que no especifique el autor, en el listado de referencias anote el título del artículo empezando por la primera palabra importante (excluir los artículos definidos e indefinidos).

Ejemplo:

- Revive temor por “casas de pique” en Buenaventura. (19 de enero de 2015). El País. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/elpais/judicial/noticias/revive-temor-por-casas-pique-buenaventura>
- » Tesis. Se deben referenciar así: Apellidos, A. A. (año). Título (Tesis de maestría o doctorado). Nombre de la institución, Lugar.

Ejemplo:

- De la Cruz Lichet, V. (2010). Retratos fotográficos post-mortem en Galicia (siglos XIX y XX) (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/11072/1/T32199.pdf>
- » Ponencias o conferencias.

Ejemplo:

- Lanero, A., Sánchez, J. C., Villanueva, J. J. y D’Almeida, O. (septiembre, 2007). La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor. En X Congreso Nacional de Psicología Social: un encuentro de perspectivas. Universidad de Cádiz, Cádiz. Recuperado de <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Lanero07.pdf>
- » Películas y medios audiovisuales. Director, B. B. (Director) y Productor, A. A. (Productor). (Año). Título de la película [Película]. País de origen: Estudio.

Ejemplos:

- Amenábar, A. (director), Cuerda, J. L. y Otegui, E. (productores). (1996). Tesis [Película]. España: Las producciones del Escorpión.
- Centro de Memoria Histórica (productor). Rubio, T. (director). (2010). Mampuján. Crónica de un desplazamiento. [Documental]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=9v_rsVojQt8#t=1145.398308
- » Fotografías y obras de arte.

Ejemplos:

- Arango, D. (1948). Masacre del 9 de abril. Acuarela.
- Brodsky, M. (1996). Buena memoria. [Serie fotográfica]. Recuperado de <http://www.marcelobrodsky.com/intro.html>
- Para los demás tipos de referencias recomendamos la serie denominada Cápsulas APA realizada por el Fondo Editorial Luis Amigó.

Ética de la publicación

- » Los autores son los responsables directos de las ideas, juicios y opiniones expuestos en los artículos; de tal manera que el contenido no compromete el pensamiento del Comité Editorial, ni el de la Institución.
- » El Comité Editorial en virtud de la transparencia en los procesos, velará por la calidad académica de la revista.
- » Se consideran causales de rechazo: el plagio y el autoplagio; la adulteración, invento o falsificación de datos del contenido y del autor; y que el artículo no sea inédito.
- » En ningún caso, la dirección de la revista exigirá al autor la citación de la misma ni publicará artículos con conflicto de intereses.
- » Si una vez publicado el artículo: 1) el editor descubre plagio, adulteración, invento o falsificación de datos del contenido y del autor o errores que atenten contra la calidad o científicidad, podrá solicitar su retiro o corrección. 2) un tercero detecta el error, es obligación del autor retractarse de inmediato y se procederá al retiro o corrección pública.

Derechos de autor

Los autores son moral y legalmente responsables del contenido de sus artículos, así como del respeto a los derechos de autor. Por lo tanto, estos no comprometen en ningún sentido a la Universidad Católica Luis Amigó ni a su Fondo Editorial.

Licencia

La revista y los textos individuales que en esta se divulgan están protegidos por las leyes de copyright y por los términos y condiciones de la Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivar 4.0 Internacional. © 2018 Universidad Católica Luis Amigó. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <http://www.funlam.edu.co/modules/fondoeditorial/>

La contribución debe enviarse únicamente mediante el OJS:
<http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/JSR>

Universidad Católica Luis Amigó

Publicación adscrita a la Vicerrectoría de Investigaciones

Transversal 51A N° 67B - 90. Medellín, Antioquia, Colombia

Tel: (574) 448 76 66

www.ucatolicaluisamigo.edu.co