

LOS MEDIOS MASIVOS Y EL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA

FRANCISCO JOSE MONCAYO OJEDA

**FACULTAD DE DERECHO – ESPECIALIZACION EN DERECHOS HUMANOS Y
DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
BOGOTA D.C. (COLOMBIA), FEBRERO 2007**

INTRODUCCIÓN

Desde hace ya unos años, la creciente absorción de nuevas corrientes tecnológicas por parte de un público receptor de carácter mundial, ha hecho que el estilo de vida de cada cultura, en particular, se modifique desde que se levanta hasta el momento de finalizar sus tareas diarias.

Modificaciones culturales que repentinamente han trastocado la semiósis de la matriz que reúne: formas de pensamiento, interrelaciones entre las distintas subculturas, agrupadas dentro de una misma nación, una misma ciudad e inclusive dentro de los propios marcos y contextos de las diferentes microcomunidades.

Aunque estas transformaciones de improviso han asistido a la evolución de la humanidad, su interacción con esta ha creado tal cantidad de cambios que el efecto producido es la aparición de nuevos colectivos y mecanismos de entendimiento, neosensaciones y efectos para las cuales la población en general no se encontraba preparada.

Para tales efectos, es necesario trabajar desde los estudios académicos, el entender el por qué de las nacientes situaciones, y a un nivel extenso, macro, es vital la participación de todas las disciplinas para poder encarrilar a las sociedades que se generan día tras día. De tal manera, hay dos canales que empiezan a sobresalir para comprender dicha relación, la comunicación y la cultura.

En la primera parte de este trabajo, en un breve ensayo, se lleva a cabo un somero análisis sobre el uso de la Comunicación como disciplina, la cual permite ser herramienta de gran importancia en el manejo de las nuevas culturas. Actividad que solicita la participación de distintas áreas en un trabajo interdisciplinario, ofreciendo así una base teórica resistente, sobre la cual, la consecuente construcción de teorías darán como resultado adecuadas vías de estudio sobre las nacientes situaciones.

Elemento este - *comunicación y cultura* -, que al ser utilizado al interior de los marcos de políticas educativas, modelos económicos, de participación social, podrá generar una evolución a revoluciones más productivas.

Es así como, en la segunda fase se explora el marco de la comunicación y la cultura en materia exclusiva de los *mass-media*. Punto neural de este proyecto, el efecto de los medios masivos de comunicación sobre el estilo de vida de la población en general. Para envolver esta temática, se trabajará desde las distintas

teorías y escuelas comunicativas, estudios realizados y estadísticas que soportarán la propia teoría planteada y que compone la tercera parte de este proyecto: *La ausencia de un adecuado manejo y la deficiente lecturabilidad de los nuevos medios como elemento cíclico en el escalonamiento del conflicto armado colombiano.*

Con este trabajo se pretende incluir dentro de los indicadores de gestión del conflicto armado este punto axial, elemento reciente pero que acrecienta su influencia a pasos gigantescos día tras día.

De esta manera, es considerada la prevención como la columna vertebral del presente esquema. Articulación que da vida al Derecho Internacional Humanitario en la formación y multiplicación de saberes. Está en función de los estados y a solicitud de éstos el trabajo informativo que realice el Comité Internacional de la Cruz Roja, con el fin de disminuir los efectos de la guerra y limitar los métodos y medios para la disminución de los efectos *`ius ad bellum`*. Con base en esta disposición, el presente trabajo pretende formalizar una política pública, que desde la educación en los primeros años de escolaridad se implemente una cátedra de *Análisis de Contenidos*, y así, construir el valor atribuido de la crítica en las mentes de quienes hoy, son considerados convivientes de lo gráfico a mayor escala que de lo textual.

Se muestra así, un nuevo esquema para la ´regularización` del conflicto armado y cortar una de las raíces que hacen que la cultura sea proclive a la violencia en todas sus manifestaciones, entregando nuevos mecanismos y vías de solución a mediano plazo.

1. JUSTIFICACION

Desde hace ya un par de décadas la sociedad vive sin lugar a dudas en un mundo netamente gráfico. Los símbolos se observan en cualquier esquina, y los medios masivos de comunicación, por supuesto, no han sido la excepción.

Los *massmedia* proponen día a día un nuevo lenguaje, la publicidad ha remitido sus grandes marcas a meros símbolos, dejando de lado el *copy* que antiguamente hizo famosos a muchos profesionales en esta disciplina.

Las nacientes lecturas han modificado los estilos de vida a millares de personas alrededor del mundo, desde escribir un mensaje instantáneo en el chat, hasta permitir comunicarse con una persona en el Japón y poder observar lo que está haciendo al mismo tiempo.

Son muy pocas las personas que hoy en día no tienen contacto con los medios. ¿Quién no llega a su casa y prende el televisor, o se conecta a la red, o enciende la radio, o lee una revista?

La televisión ofrece una nueva compañía, información, entretenimiento y tiempo para ocupar el ocio. La radio asiste al individuo en la intimidad, en el carro, en las discotecas y bares, en el cine, y ahora más comúnmente en los *ipods*.

Sin embargo, ¿se reconocen e identifican todos los mensajes que se perciben a cada momento? ¿la sociedad en general sabe leer los grafismos?

Determinando este análisis, y reconociendo (como se demostrará en este documento), que las respuestas son negativas a los anteriores cuestionamientos, el presente proyecto pretende ir más allá de las imágenes que pasan velozmente en la televisión, en la construcción gráfica de las páginas en internet, y en los mensajes absorbidos a través de la radio, identificando su semiosis y el efecto que se quiere producir en el lector.

Nuevas sociedades han nacido, con nuevas formas de comunicarse, nuevos lenguajes, y nuevas formas de pensar se están desarrollando como sociedades paralelas frente a las que habitualmente convivíamos.

Los efectos no rinden discriminación. Su alcance es reciente, infinito e incalculable. Y de cierta manera han afectado la forma en que las sociedades se relacionan; crean seguridad, inseguridad ó pánico, *ethos* creados, en los cuales las distintas disciplinas sociales se juntan para estudiar tales situaciones.

Si no tienen distinción, ¿habrían de afectar a los actores del conflicto armado? Si los combatientes tienen contacto con los medios, ¿no estarían ellos influenciados por las películas de acción, de guerra y de artes marciales? Si la teoría propuesta aquí reduce la violencia entre los combatientes, y además, colabora con el factor prevención, elemento fundamental del D.I.H. ¿podría ser aplicable en los talleres informativos? Y más aún, desde la publicidad, ¿no se puede ver la paz como un producto y venderla?

Aunque parecerían cuestionamientos risibles e irrelevantes, el desarrollo de este documento, coloca sobre el tablero nuevas estrategias de solución de uno de los tantos elementos que hacen que el conflicto armado en Colombia sea cíclico.

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Valorar como afectan los medios de comunicación en el escalonamiento del conflicto armado colombiano.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Analizar las diferentes escuelas comunicativas y sus aportes en la construcción de la nueva teoría propuesta en este trabajo.

Extractar la posición de los estudios revisados sobre la acción de los medios de comunicación de masas en la sociedad en general.

Describir los efectos fisiológicos causados por la acción de los medios masivos de comunicación en el público receptor

Proponer unas recomendaciones con el fin de eliminar un elemento del conflicto armado colombiano que hace que este sea cíclico.

3. METODOLOGIA PARA LA REVISION BIBLIOGRAFICA

En principio se revisó la tesis elaborada por el autor de este documento en el pregrado, de la facultad de Comunicación Social – Periodismo, presentada en el año 2005. La cual versa sobre el papel de quienes redactan noticias ´on line`, siendo estudiado el caso de la página digital de El Tiempo, eltiempo.com

En segunda instancia se revisaron las distintas teorías y escuelas de la comunicación, las cuales de la mano de las estadísticas y estudios recientes sobre efectos de los medios de comunicación de masas, ofrecen el sustento teórico. Base que permitirá la construcción de la nueva propuesta.

Teniendo en cuenta que el tema toca la cotidianeidad, se escogió a la Revista SEMANA como fuente de información casuística. Teniendo en cuenta la gran cantidad de sucesos violentos y de índole político, se hace consecuente la revisión dentro de la siguiente temporalidad, 1994 – 2007. Material que se encuentra en las 578 revistas, en 12 años y 2 meses de historia. En donde se analizan y se citan

columnas de opinión, procesos de negociación, estudios en general, ya que reflejan la realidad del país del momento.

Estudio de casos sumado a los realizados sobre los efectos de los medios en Latinoamérica, proporcionará un marco contextual definido que brinda una clara visión sobre el tema trabajado.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 COMUNICACIÓN Y CULTURA: NUEVOS FUNDAMENTOS DEL DESARROLLO

“El campo navega en un conjunto de disciplinas caótico, inabarcable, sin un horizonte transdisciplinario claro. Su “semiosis” es infinita.”

Aníbal Ford¹

Desde hace ya mucho tiempo, se ha dificultado la clasificación de las ciencias sociales que no han encuadrado desde un principio como ciencias básicas, ya que a primera vista no aportan significativamente con sus investigaciones a otros campos. La comunicación infortunadamente y de manera errónea, ha sido puntualizada como una de ellas, sin tener en cuenta que aparece mucho antes que la huella del primer hombre que pisó el planeta.

¹ FORD, Aníbal. *Navegaciones*. Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

Lo que se pretende con el presente trabajo es ofrecer los lineamientos de una parte fundamental del desarrollo: Entendimiento e interpretación de la cultura como fuentes de su propio crecimiento, para obtener una estabilidad social perdurable e inquebrantable, frente a cualquier encuentro no militar posible².

Dentro del conjunto de las actuales Ciencias Sociales, el problema es situar el estatus teórico y práctico de los análisis llevados a cabo sobre Comunicación de Masas. Existe en este sentido una sensación de crisis profunda, y se percibe una cierta desestructuración teórica motivada por la aparente novedad de los problemas. Novedad aparente, ya que podríamos remontarnos a Platón y Aristóteles, e incluso a Parménides, como iniciadores de la investigación sobre el lenguaje del acto comunicativo.

La dificultad, pues, de orientarse en el camino de la comunicación y de sus sistemas proviene de la multiplicidad de sus áreas de estudio. La interdisciplinariedad particulariza las perspectivas y las estrategias metacomunicativas. De este modo, en la producción de saberes relacionados con lo tecnológico, se configuran unos principios metodológicos y teóricos que intentan analizar desde una posición instrumental las regularidades empíricas de los tres contextos: descubrimiento, justificación y aplicación. Se ha colocado en el olvido que la fusión entre los distintos saberes nos da una aproximación al conocimiento y a la verdad. La ciencia y la tecnología, hoy en día, solicitan a gritos su mutuo entendimiento para poder llevar a la praxis resultados idóneos; al no concatenar las distintas disciplinas y sus diferentes y explayadas áreas, los estudios, investigaciones y proyectos se quedarán ensimismados al interior de la utopía,

² En VELA O., Bernardo. El Declive de los fundamentos económicos de la paz. De la Conferencia de Bretton Woods al Consenso de Washington. Universidad Externado de Colombia. 2005. p. 117 #29 “ En efecto, el Consejo de Seguridad reconoció en 1992 que hay ‘causas no militares de inestabilidad en las esferas económica, social, humanitaria y ecológica que se han convertido en amenazas a la paz y a la seguridad’. Citando a Naciones Unidas, Secretaría general. Doc. S / 23500.

permitiendo así un bloqueo en todas las áreas del desarrollo y del crecimiento de cualquier glocalidad³ ya institucionalizada como tal.

Sin embargo, debido a que los científicos han comenzado a dirigir sus observaciones hacia la interpretación social, las ciencias sociales empiezan a sufrir una metamorfosis que se puede enmarcar dentro de tres características:

1. En los últimos años se observa la mezcla de una amplia gama de géneros en el área intelectual.
2. Muchos científicos sociales han renunciado a un ideal de explicación basado en leyes y ejemplos, para asumir otro basado en casos e interpretaciones.
3. Las analogías extraídas de las humanidades están empezando a desempeñar el mismo papel que las extraídas de las profesiones y la tecnología, las cuales a su vez han desempeñado ya desde hace tiempo en la comprensión física.⁴

“La cultura de los medios nace, en los géneros, los saberes y las necesidades cognitivas existentes en las clases populares”⁵

Efectivamente, la explicación interpretativa centra su atención en el significado de todos aquellos objetos que por lo común son del interés de la ciencia social, que tienen para quienes la poseen.

“Lo que la palanca hizo por los físicos, los movimientos de ajedrez prometen hacerlo por la sociología”⁶

³ GEERTZ, Clifford. *Conocimiento local*. Paidós. Barcelona. 1994. *Primera parte: Géneros confusos: La reconfiguración del pensamiento social*.

⁴ Idem

⁵ Ibídem 1.

⁶ Ib. 3.

Las ciencias de la comunicación se expanden transversalmente y nos dicen más hoy sobre la reformulación de los estudios sobre la sociedad, la cultura, el conocimiento: sobre la teoría de los medios.

Hoy en día no se puede separar el concepto *comunicación* de la matriz cultural que nos mece, el *feedback* se alimenta cada día más y más, y es la interpretación de la recepción ofrece muchas señas para el entendimiento de muchas falencias sociales.

El ejemplo del debate por señas (indicado por Ford), es una puesta en escena de toda la complejísima trama de recepción, tanto en sus instancias comunicacionales y semióticas duras en su articulación cultural, como la antropológica y la social.

Para llegar al núcleo de esta gran matriz cultural, existe sólo un medio, un camino que ayuda a desarrollar más allá las ciencias sociales, la interpretación.

Geertz⁷ lo reafirma con su definición sobre cultura: Asunto de construcciones semióticas, en donde la ciencia social que la estudie debe estar en la búsqueda de nuevos significados.

“A medida que la teoría social abandona las metáforas propulsivas para asumir las metáforas lúdicas, las humanidades se vinculan a sus argumentos, no al modo de espectadores escépticos, sino, como fuente de su imaginario, al modo de cómplices imputables”⁸

Brunner⁹ crea una reflexión ya desde un punto de vista poco menos que mecánico, donde la imagen observada se realiza desde una mirada distorsionada. Define la cultura como un espejo en donde los pueblos se reconocen así mismos. Imagen que se encuentra modificada por los mismos imaginarios culturales, que exigen de la interpretación por parte de las humanidades; marcas inefablemente

⁷ Ib. 3.

⁸ Ib. 3.

⁹ BRUNNER, José Joaquín. *América Latina: Cultura y modernidad*. Grijalbo, México, 1992.

irreales, correspondiendo de trazado ulterior a construcciones sociales. Este proceso en el cual la sociedad siempre termina construyendo o reconstruyendo macrorrelatos, produce al mismo tiempo movimientos en el interior de los medios, en la reformulación de las zonas tradicionales duras, y en la profundización de la información general que sí comienza a necesitar, cada vez más, el aporte de las disciplinas sociales y humanas.

La cultura aunque contiene ideas, no existe en la cabeza de alguien; aunque no es física, no es una entidad oculta.

Una vez que la conducta humana es vista como una acción simbólica, pierde sentido la cuestión de saber si la conducta es estructurada o una estructura de la mente o las dos cosas juntas.

“La cultura es pública porque la significación lo es.”¹⁰

El análisis cultural en vez de ser global se particulariza en grupos cada vez más reducidos; se pone de manifiesto una cierta ansiedad por generar soluciones totalizadoras, las cuales a veces anulan niveles de análisis que son fundamentales para nuestra existencia. Las teorías comunicacionales han generado soluciones para el desarrollo en general del entendimiento de la matriz cultural, ***pero han entrado en crisis y tienen que reestructurar nuevos modelos y marcos institucionales.***¹¹

Las ciencias sociales se encuentran desestabilizadas ya que han necesitado el aporte de las humanidades, éstas que han aportado estilos, el desarrollo de la ciencia crítica, metáforas, métodos y teorías.

Se denota la necesidad de expropiar conceptos y resultados que nos brindan las ciencias sociales y humanas, teniendo en cuenta que toda disciplina cuando nace es o parece un *bricolage* de disciplinas.

Muchas disciplinas con mayor historia académica están sufriendo hoy procesos de recomposición transdisciplinaria. Lo cierto es que en el campo de la comunicación

¹⁰ Ib. 3.

¹¹ Ib. 1.

y cultura, dentro del cual se ubican los estudios de medios, implica diversos medios de análisis simultáneos, en donde se busca un mínimo orden.

El lenguaje no es un mero reflejo metafórico de la realidad social ni un ingrediente “expresivo” de ésta: es el vínculo semiótico que sin cesar produce y renueva los significados culturales, los mensajes complejos de un aquí y un ahora históricos, los variados recursos por medio de los cuales la sociedad se entiende a sí misma y se reproduce.¹²

4.2. LOS MASSMEDIA BREVE RESEÑA, HISTORIA Y LECTURABILIDAD

Después de identificar las dos vías principales para ingresar al estudio, a continuación se compila de manera breve la historia y el crecimiento de los *massmedia*, haciendo énfasis en el de más rápido crecimiento, la Internet, su usabilidad y lecturabilidad.

Además se presentan distintos indicadores que demuestran el defectuoso manejo de este medio, de quienes emiten los mensajes teniendo en cuenta, entre otros, estudios como el del *Eyetrack*; hechos que remarcan que por el rápido y desbordado crecimiento, la sociedad no se encontraba preparada (y aún sigue sin estarlo), para decodificar los mensajes de manera pertinente; luego de una manera muy sucinta se exponen los distintos factores de interacción con este medio, y de esta manera se perfilan los distintos elementos constitutivos del proyecto.

¹² HALLIDAY, M.A.K., El Lenguaje Como Semiótica Social, *La Interpretación Social del Lenguaje y del Significado*. Fondo de Cultura Económica, 1994.

4.2.1 INTRODUCCIÓN

Internet se ha convertido en la tecnología con la difusión más rápida en la historia de la humanidad. Para citar un ejemplo, en los Estados Unidos se requirieron de 46 años para que la electricidad se encontrara al alcance del 30% de la población, 38 años para que el teléfono tuviera el mismo nivel de alcance, y 17 años en el caso de la televisión. Internet sólo requirió de 7 años para encontrarse en el 30% de los hogares estadounidenses (según www.statds.org.us).

Gracias a la web, el número de usuarios se duplica cada año, mientras que el número de servidores lo hace cada tres meses. Se calcula que los servicios más utilizados son: el correo electrónico, foros de discusión y consulta de archivos.

4.2.2 NACIMIENTO DE INTERNET

Existen varias versiones del nacimiento de Internet, entre ellas se recogen las de mayor relevancia.

Ramonet¹³ comenta que el origen de Internet fue concebido durante la Guerra Fría para resistir a un ataque nuclear. Se dice que es tan difícil de destruir, como una telaraña con una bala de fusil, esto gracias a que, su protocolo es de dominio público, y no pertenece a ninguna empresa comercial.

En 1974 Vincent Cerf elaboró una norma común que permitía conectar a todos los ordenadores y a este tipo de red se le denominó *INTERNET*.

El desarrollo real viene en 1989 cuando investigadores del CERN en Ginebra, la amplían con base en el concepto del hipertexto.

¹³ RAMONET, Ignacio. "Internet el mundo que llega". Alianza Ed. Madrid 1998.

Para Castells¹⁴, los orígenes de Internet hay que situarlos en ARPANET (*Advanced Research Projects Agency*), una red de ordenadores establecidos por ARPA en septiembre de 1969. Pequeña división del Pentágono creada en 1958 para movilizar recursos procedentes del mundo universitario principalmente, a fin de alcanzar la superioridad tecnológica militar sobre la Unión Soviética, que acababa de lanzar su primer *Sputnik* en 1957. La versión de Castells converge con Ramonet en un mismo hombre: Cerf, quien conjuntamente con Robert Kahn de ARPA, elaboraron un trabajo en el que esbozaban la arquitectura básica de Internet.

La creación de Internet reflejaba la necesidad de la aplicación de una nueva estrategia militar, directriz que se desvió y tomó otro camino cosa que sus inventores no tenían en mente. ¿Cómo evoluciona? Se masifica un producto sin tener en cuenta sus consecuencias, su lecturabilidad y usabilidad. ¿Se encontraba el mundo preparado para un nuevo medio que congruiría a todo el resto?

Cuando un nuevo medio aparece, atrae consigo todo un conjunto de elementos en el panorama, conceptos, herramientas metalingüísticas, construcciones varias realizadas por los teóricos recientes. Entre estos se encuentra Castells, quien define al medio como una red, conjunto de nodos interconectados, en donde tiene que poseer dos características fundamentales: adaptabilidad y flexibilidad. Evolución de un medio dentro de las nuevas exigencias tecnológicas, representadas dentro de un marco histórico, político y social.

En el último cuarto de siglo, coinciden tres procesos independientes que han derivado en una nueva estructura social basada predominantemente en las redes:

¹⁴ CASTELLS, Manuel. "La Galaxia Internet". Plaza y Janés. Barcelona (España) 2001.

- 1) Las necesidades de la economía de flexibilidad en la gestión y de globalización del capital.
- 2) La producción y
- 3) El comercio

En otras palabras, Internet se considera como una palanca de transformación en la historia de la sociedad, de tal fuerza, que ha generado una nueva sociedad y con esto se ha inventado una nueva economía.

“Del mismo modo que la difusión de la imprenta en Occidente dio lugar a lo que McLuhan denominó la Galaxia Gutenberg, hemos entrado ahora en un nuevo mundo de la comunicación: La Galaxia Internet.”¹⁵

A finales de 1995, el primer año de uso generalizado de Internet, había aproximadamente unos 16 millones de usuarios de las redes de comunicación informática en todo el mundo. Se esperaba que a principios del 2001 la cantidad ascendiera a 400 millones, para el 2005 llegaría el número de usuarios a 1000 millones, y para el 2010, 2000 millones. Cálculos que enmarcan la difusión de Internet.

Si la revolución tecnológica ha dejado de ser una cuestión de medios para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, es porque el mundo se encuentra ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas, sino por nuevos saberes, lenguajes, escrituras y sensibilidades. El actor protagonista es quien construye en línea, quien expresa a través de su trabajo al nuevo emisor de la información, el cual, en la actualidad posee en sus manos el arduo oficio de la convergencia de texto, imagen, audio y video, todo a través, de un solo medio.

¹⁵ Ib. 5.

La comunicación interpersonal pasa a un segundo plano, es decir, la interacción comienza al encender un computador, la relación está entre quienes leen lo que ha sido conformado por el nuevo redactor, el *ethos* cambia por completo en una sociedad, la *quinesis* de la comunicación comienza a tomar un nuevo aspecto, condiciones estas que generan el nacimiento de una nueva sociedad.

En el encuentro 2001 Efectos, Jesús Martín Barbero comenta que, “...lo que necesitamos pensar hoy es la hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad: la comunicación convertida en el más eficaz motor del desencanche e inserción de las culturas étnicas, nacionales, locales, en el espacio-tiempo del mercado y las tecnologías globales.”¹⁶

Sin embargo, y es lo que está totalmente claro, que Internet es una tecnología particularmente maleable, y que estas modificaciones son las que la tallan desde su uso social y generan cambios creando toda una gama de consecuencias sociales.

4.2.3 RESEÑA Y PROYECCIONES

Los cambios y las transformaciones en los nuevos estilos de vida, debido a la convergencia de los medios, hacen que los medios impresos se reduzcan en cuanto a lectores y consumidores, mientras que los medios digitales absorben todos los días más ‘clientes’. Para observar estos silenciosos cambios, a continuación se hace (a escala y a manera de ejemplificación), un breve recuento de lo que ha sido la inserción de la prensa en Internet. De esta manera se ‘tantea’ el terreno desconocido para los nuevos lectores.

Desde hace más de una década, se han suscitado cuestionamientos, análisis y

¹⁶ BARBERO, Jesús Martín. La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. Ensayo expuesto en Congreso 2001 Efectos, Globalismo y Pluralismo. Montreal del 24 al 27 de abril del 2002. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO. Guadalajara, México.

críticas sobre la aparición de la prensa en Internet, su sistema de uso y criterios con base a los nuevos estilos de redacción.

La Internet que ha ingresado como una herramienta masmediática, ha adaptado a su estructura la prensa impresa. Pero más allá de apropiarla, la ha acomodado de manera inercial al impacto de su aparición a su estructura, sin tener en cuenta que una y otra juegan un papel primordial: **Hacer agradable la experiencia al usuario.**

Según un estudio realizado por la Universidad de Standford y el Instituto Poynter¹⁷, denominado *EYETRACK (seguimiento del ojo)*, los contenidos que se observan por Internet están basados en impresos y no relacionados específicamente en línea; pues en este medio, los usuarios, pasan por alto fotos e imágenes en la búsqueda de la información textual significativa. Esto implica que el tornarse demasiado estético puede ahuyentar a los usuarios en línea.

Al escribir para la web no sólo se está afectando al contenido, ya que los usuarios miran primero al texto y a los titulares¹⁸; si no también se está afectando la agilidad que el medio como herramienta ofrece.

Nielsen¹⁹ ofrece la solución al proponer la existencia de tres directrices para escribir en la web:

1. Ser sucinto. No escribir más del 50% que se hubiera rescatado en un impreso.
2. Escribir para poder encontrar cosas.
3. Utilizar hipertextos para dividir la información en múltiples páginas.

¹⁷ www.poynter.org/eyetrack2000/

¹⁸ NIELSEN Jakob, USABILIDAD. DISEÑO DE SITIOS WEB. Editorial Pearson. Educación S.A. Madrid, España. 2000. Capítulo 3.

¹⁹ Ib. 10

Lo anterior teniendo en cuenta que:

- La lectura en Internet es 25% más lenta que en impresos, debido a la resolución existente en las pantallas de computador.
- El 79% de los usuarios **escanea** un pequeño porcentaje del contenido, apropiando para sí las palabras y frases claves, mientras que el resto lee palabra por palabra.

Ya se ha observado las distintas facetas que el 'redactor' cumple, no sólo desde el diseño y su trabajo como documentalista, ya que no solo es importante este trabajo sino también lo es no dejar al margen la participación de este como 'capturador del lector'. ¿Dónde queda el lector como papel de consumidor? ¿Qué papel juega el redactor como gancho de anclaje del lector? A continuación un análisis para tener en cuenta sobre la perspectiva del lector o del consumidor internauta.

Internet es una herramienta de empoderamiento para los consumidores internautas. Pone al alcance de sus manos un sinnúmero de nuevas posibilidades (mayores opciones en términos de marcas y productos, poderosos motores de búsqueda, mercadeo masivo y personalizado, subastas y portales de contenido, entre muchos otros). Los e-consumer tienen a su disposición una mayor cantidad de información en el momento de realizar los procesos de compra. El control de la transacción ha migrado del oferente al consumidor.

A continuación se presentan ejemplos de tareas que dirigen al consumidor neonato a la red mundial: comunicarnos con un amigo, elegir un portafolio de inversión, elegir un regalo, leer las últimas noticias, encontrar trabajo, leer un libro, leer noticias, redactarlas, leer pronósticos del tiempo, entre muchos otros. En

síntesis, el consumidor o lector internauta, tiene a su disposición una gran cantidad de información, pero igualmente se le impone un nuevo reto, ser efectivo en la realización de la tarea sin “ahogarse” en el nuevo mar de información. Gastar el menor tiempo posible, acceder a la información que se está necesitando, mantener la confidencialidad de la información personal y protegerse de la llegada de cascadas de correos electrónicos con “basura” son algunos de los nuevos retos que impone Internet.

A pesar que los retos fundamentales del mercado siguen siendo los mismos (atraer clientes, cerrar ventas y lograr la recompra) los consumidores llegan a la red con diferentes expectativas, temores y actitudes. Estas particularidades, imponen a los e-business un reto en particular: la necesidad de consolidar la confianza de los navegantes, los e-learners y los e-consumers.

La brecha existente entre la experiencia del consumidor y la página que visita, presenta un indicador de gestión valioso para la organización emisora de la información, factores de peso que no se deben olvidar en la formación de quien emite el contenido.

Estadísticas estiman que un nuevo usuario se conecta a la red cada 1.6 segundos.²⁰

Esto exige estudios a mayor profundidad sobre lo que el cliente necesita y lo que la red le ofrece. Las diferencias entre exigencias y oferta se encuentran así:

- Los consumidores quieren simplicidad y servicio, mientras que la red les ofrece complejidad y tecnología:

Esta es la brecha de la experiencia del consumidor.

²⁰ www.estats.com/estas/order.html

El anterior paso indica una primera instancia en el proceso de análisis de la retroalimentación de la información, a seguir, la empresa comienza a basarse en un pilar fundamental y es cuando se empieza a valorar la experiencia del consumidor.

Uno de los puntos críticos en la interacción entre las empresas que ofrecen sus servicios y el usuario, es lo que se podría denominar como la atención al cliente.

Es muy difícil que un usuario vuelva a un sitio después de una experiencia negativa.²¹

Las experiencias positivas de la interacción del usuario con la red se ha demostrado, que el 53% del total de ingresos en línea provienen de clientes repetitivos²². Esto quiere decir, que desde una mejor redacción más aceptación del sitio por parte de quien lo consulta.

Ahora bien, es de considerable importancia tener en cuenta como se retroalimenta el mensaje, desde una experiencia positiva del usuario el medio podrá medir su efectividad frente a los elementos utilizados en la página. A continuación unos puntos que permitirán aclarar un poco el panorama.

El estudio también demuestra, como la navegabilidad y la seguridad van de la mano para que el usuario se vuelva repetitivo con la página que visita.

El lector requiere:

1. Seguridad.

²¹ Forrester Research Inc., The Forrester Report: Why Websites Fall, September 13, 1998. P.10

²² estats. www.emarketer.com/estats/091398_repeat.html

2. Navegabilidad.
3. Selección.
4. Economía.

Con respecto a la navegabilidad, el usuario exige:

- a. Rapidez en el acceso de la página (como mínimo diez segundos).
- b. Facilidad en el manejo de herramientas colocadas a su disposición.

Nielsen propone desde su teoría de la Pirámide Invertida como debe ser la escritura en la red: **Comenzar la página con las conclusiones**. Es decir, el lead, debe convertirse en el gancho para iniciar la lectura, en otras palabras siguiendo la estructura que muestra a continuación:

1. Lead
2. Material que explica y amplifica el lead.
3. Párrafos de contexto.
4. Material secundario o menos importante.

Por otro lado, Mencher²³ opina que, **“la gente está muy ocupada para detenerse sin ninguna recompensa”**. Recompensa ésta, encontrada en investigaciones hechas por Nielsen, en donde los usuarios en Internet buscan y encuentran palabras de interés, al igual que oraciones y párrafos.

Ya se han observado los distintos marcos de referencia, como lo es la historia y los orígenes de Internet, el manejo de factores determinantes y la brecha ente entre el cibernauta con Internet; uno de los pilares de este trabajo se concentra en lo que modernamente se ha denominado la convergencia de los medios. Punto de

²³ MENCHER Melvin, “News, Reporting and Writing” Oxford University Press 1995.

análisis crítico ya que nos refiere a como la aparición de un medio concentra en sí mismo la participación de todos, o casi todos los medios de comunicación que existían hasta el momento. Internet ofrece audio, video, manejo de imágenes tanto estáticas como en movimiento, impresión y multiplicación de estas por cualquier vía, ya sea en tinta o de manera simultánea a cualquier parte del mundo.

Algo vital de entendimiento para los nuevos constructores de texto en línea es la fusión que han tenido distintos medios y su focalización en Internet. Es el caso de la alianza entre Microsoft y NBC, como resultado el nacimiento de un gigante de las telecomunicaciones como lo es la MSNBCS. Comienza a emitir su programación tanto por televisión, cable e Internet el 15 de julio de 1996. En el mismo año Bill Gates anuncia el nuevo periódico online: **Cityscape**.

De aquí en adelante, se empiezan a generar alianzas estratégicas entre los grandes monopolios de las comunicaciones. A menor escala, en nuestro país la franquicia canadiense Citytv se alía con El Tiempo, lo que permite por primera vez en la historia del país la actualización minuto a minuto de las noticias, y en segundo lugar que un periódico pueda ser 'leído' por televisión (haciendo referencia de lectura, como el análisis realizado a través de las noticias habladas). Luego, el efecto que ofrece esta mareada llega de manera tardía a Colombia, aunque su crecimiento es proporcional al que existió en los Estados Unidos; lo que se puede observar es una reacción tardía frente a la globalización tecnológica que se estaba sucediendo en su momento.

4.3 CONVERGENCIA TECNOLÓGICA DE LOS MEDIOS

Al respecto Flores²⁴ coincide con la opinión de Castells cuando se refiere a:

“Los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque

²⁴ FLORES, Jesús. CIBERPERIODISMO. Ed. 2010, S.L. 2001 Madrid (Esp.)

masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a su simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe. Los nuevos medios de comunicación ya no son de masas en cuanto al sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la misma audiencia se ha vuelto más selectiva. La audiencia seleccionada tiende a elegir sus mensajes, con lo cual profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.”

El sociólogo Youichi Ito, en un análisis sobre la evolución de los medios en Japón indica también que existe una “sociedad segmentada”²⁵ como resultado de las nuevas tecnologías de la comunicación, cuyo eje central se basa en una información diversificada y especializada.

La convergencia de los medios implica unas transformaciones y cambios permanentes para su sostenibilidad, el manejo de nuevas tecnologías, actualización permanente frente a las herramientas utilizadas por la competencia, recoge una infinidad de elementos que además de las ventajas que ofrece, desfila por un abismo entre quedarse y seguir en el mercado, o por el contrario desfallecer ante la inverosímil velocidad que maneja el mundo moderno. El ejemplo más reciente se concentró en una de las empresas de mayor crecimiento económico en los últimos años, Google, el cual en octubre del año pasado pagó 1650 millones de dólares por You Tube, un sitio de apenas 29 meses de vida que registra mensualmente la visita de 30 millones de internautas en promedio y que difunde alrededor de 100 millones de videos diarios de todos los estilos. Algo similar había ocurrido ya en 2005 con MySpace.com News Corp., del magnate Rupert Murdoch, compró 570 millones de dólares, *muy popular entre los jóvenes, que les permite intercambiar videos e interactuar socialmente.*²⁶

²⁵ www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap5.html

²⁶ Revista SEMANA. Vida Moderna – Ciber universo en expansion. Por Silvia Camargo. Editora de Vida Moderna de SEMANA. Edición Especial. Diciembre 18 a 25 de 2006. Bogotá D.C. (Col.) Pág.92

Un nuevo entorno de trabajo, una nueva forma empresarial que se visualiza en el campo de la comunicación global y debido a las exigencias del mercado, las empresas que convergen tienen que adaptar transformaciones que permitan el acoplamiento de los ofrecimientos al trabajo de oficina. Roger Fielder²⁷ lo ha denominado como: "*Mediamorfosis: Proceso de cambio en el que se encuentran imbuidos los medios de comunicación en todas las áreas, direcciones y departamentos*".

El mundo del siglo XXI ha sido uno de los primeros medios de soporte para la prensa en incorporar elementos tecnológicos. Por esto es preciso mejorar la calidad de los servicios: idea principal con el proceso de conversión tecnológica (tanto para el público interno, como para el público externo)

Con la calidad de los servicios se trata de fidelizar al público usuario y sobre todo, de ganar nueva audiencia. Para ello se vienen empleando una serie de estrategias, que parten desde sus soluciones tecnológicas, pasa por el personal cualificado y llega hasta la *customización*²⁸ de un determinado servicio que se pretende dar al público. Contexto para la nueva estructuración y codificación.

4.4 FINALIDAD

El acople de la prensa escrita en Internet posee varios parámetros y características, todo un contexto que enmarca marketing, redacción, diseño, documentalización del contenido y el feedback del usuario o público receptor, temas que se revisaron desde su contacto con la prensa en el transcurso de este capítulo.

²⁷ www.agapea.com/MEDIAMORFOSIS-n27447i.htm

²⁸ Concepto aplicado al medio. Anglicismo adaptado al español haciendo referencia al *customer* (consumidor) internauta.

De esta manera, se presenta el debate teórico entorno al emisor y al receptor. Se ha ejemplificado lo complejo que es un medio, y las modificaciones que ha adquirido en tan corto tiempo. Se han indicado todas las posibles relaciones que un lector puede tener con el medio, las posibles costumbres que se modifican debido al tiempo que dedica al uso de este elemento masmediático. La inserción de la prensa en Internet, es sólo un paneo de lo que está sucediendo con la televisión y la radio.

El anterior marco contextualiza la época que la humanidad está viviendo, momentos de transformaciones, para las cuales, como se indica al principio del presente texto, queda el interrogante de si la sociedad se encuentra preparada o no.

5. APLICACIÓN

***“El arte del preneolítico
de hacer herramientas de piedra,
llevó al hombre del proceso de evolución
a un mundo hecho por sí mismo”
Marshall McLuhan²⁹***

Desde el principio de los tiempos, el lenguaje considerado herramienta indispensable del ser humano, la cual lo ha acompañado durante siglos y que surge desde la necesidad de una comunicación entre individuos, se convierte hoy más que nunca en un protagonista vivo y real del diario vivir.

²⁹ MCLUHAN Marshall, La Aldea Global. Editorial Gedisa. 1989. Barcelona, España. Capítulos 7 y 9.

Las transformaciones de esta indispensable herramienta se dan de la mano con las necesidades que cada época plantea. Hoy en día la globalización coloca sobre el tablero a ritmos inverosímiles los requerimientos para su crecimiento, y la comunicación aparece como *locus* de dos oportunidades estratégicas: Primero, se abre a la digitalización, es decir, entra la participación del lenguaje común de datos, imágenes, audio, video y textos; y segundo, como configuración de un nuevo espacio público y de ciudadanía en y desde las redes de movimiento sociales.³⁰ Globalización que se enmarca dentro de una época en donde comienzan a gestarse embriones de una nueva ciudadanía en la estructuración de estos nacientes espacios públicos; que como mencionaba Michel Serres, embriones que comienzan a vivir con mutaciones en las condiciones que vive el mundo actual.³¹

Esta creciente revolución tecnológica ha dejado de ser una *cuestión de medios* para convertirse en una *cuestión de fines*. El hecho de comunicar o de contar algo se refleja en las figuras de convivir y en el sentido del lazo social. Globalización significa depender unos de otros, las distancias cada vez significan menos, las relaciones socialmente hablando, se convierten día a día en lazos estrechamente más interdependientes. Las raíces poco importan que se encuentren en su lugar de origen, ya que se trasladan permanentemente de un lado para otro. La globalización conecta lo que Zigmund Bauman³² ha denominado como 'moving roots'. Pero así como conecta lo útil de estas raíces en movimiento, también desenlaza lo que *industrialmente* no sirve o no cabe dentro de este nuevo imaginario.

Aparecen nuevos canales de transmisión de datos, nuevas tecnologías, nuevos medios, que por la misma velocidad con que aparecen en el mapa de las

³⁰ Página del Foro Social Mundial, www.forumsocialmundial.org.br; página de la Comunidad Web de Movimientos Sociales: www.movimientos.org

³¹ SERRES, Michel. Hominiscence. Le pommier, París. 2001.

³² BAUMAN, Zigmund. Globalización: consecuencias humanas. P. 94. F.C.E. México. 1999

comunicaciones encuentran desprevenido al cibertranseúnte, lejos de conocer una lectura real de lo que observa. Son muy pocos los que comienzan a investigar sobre estos extraños movimientos para esta postmoderna humanidad, y aportan desde sus ahondamientos, basados en la experiencia, análisis críticos sobre el verdadero manejo que se debería implantar a los nuevos estilos de lectura.

En Latinoamérica, más que en otra región del mundo, se habla mucho del analfabetismo, olvidando el anagrafismo, la lectura del mismo mensaje, (canalizado a través, de nuevos códigos) que se permiten a los públicos casi de manera impositiva, a toda hora y en todo lugar. Ahora bien, caminando en este transcurso de aceleraciones en la transformación permanente de la emisión de cualquier clase de datos, en cualquier clase de modelo, el líder de opinión se detiene y reflexiona sobre la educación necesaria para saber observar los nuevos cambios contenidos en la matriz del mensaje, enmarcados por los elementos ya conocidos como el código, el canal, su contexto histórico, político, social y cultural, modelo comunicativo de Laswell que pasa desapercibido ante los ojos de quien emite y lee la información.

Se permite por esto, a manera de salida de emergencia, realizar una crítica estructurada en estas necesidades, desde los considerados pormenores hasta lo macro, recordando el papel fundamental que hoy en día juegan los medios de comunicación.

Se intenta digerir cada uno de los elementos necesarios para la construcción del mensaje, su envío, su recepción y por ende, su retroalimentación. Nuevos medios implican nuevas lecturas, participaciones nacientes, investigaciones basadas, como ya se ha dicho con anterioridad, en el ensayo y en el error. Para estas excavaciones, se requieren nuevos elementos tecnológicos para la presentación clara, eficaz y eficiente de los resultados. Análisis sencillos distanciados de la simplicidad, que ofrecen las herramientas necesarias para que el lector se arme

desde la argumentación e interactúe con el nuevo hilo que se enlaza desde cualquier lugar del mundo, en cualquier idioma y desde cualquier momento, hasta la pantalla de su casa o de un café internet cercano.

Aunque se excluye de manera directa una parte de la población, por no ser considerada útil industrialmente – como menciona Bauman -, y a pesar de esto el formato del nuevo medio se encuentra abierto a la participación de infinidad y variedad de públicos, quienes desconocen el hecho de poder ser hiladores de la mutación de la matriz tecnológica. Este es el punto donde el comunicador participa, siendo puente constante en la construcción de esta tan anhelada interacción, necesaria para la evolución de las culturas excluidas y olvidadas por el permanente movimiento del mundo actual.

Seguimiento constante que realza los elementos básicos, y además olvidados de los modelos comunicativos planteados por Lazarsfeld y Laswell, botados debajo de un pilar de notas estudiadas por los mismos líderes de opinión que transitan al margen de sus ofrecimientos y requerimientos, dejando atrás sus ventajas vitales para el entendimiento de las actualizadas informaciones, las cuales se encuentran en permanente transformación.

5.1. DE LA TEORIA A LA PRACTICA

La mayoría de los adolescentes se sienten muy inseguros cuando tienen que explicar algo e incluso aceptan su incapacidad. Esto no es bueno. Hay que darse cuenta de que redactar correctamente – lo cual no es un indicio de sensibilidad literaria – es ante todo un problema “técnico” y que debe resolverse a tiempo para que no se convierta en un problema psicológico.

JOSEP ESPINAS³³

³³CASSANY, Daniel. La cocina de la escritura. Duodécima edición, 2004. Editorial Anagrama. Barcelona, España.

En una época en donde la humanidad es bombardeada constantemente por mensajes, a través de cualquier forma del lenguaje, y de infinidad de emisores desconocidos, es necesario utilizar como herramientas las disciplinas sociales que puedan brindar directrices apropiadas para la interpretación de los mismos.

Uno de los primeros puntos de este estudio es la observancia sobre el lenguaje. El lenguaje se aprende a través de la imitación, Firth, lingüista inglés quien conformó una escuela – la cual denominó precisamente los Firthianos -, sostiene que la lengua es un sistema de hábitos, el cual, se aprende por los sentidos, **en donde, las partes espiritual y mental significativas, no tienen mucha importancia.**³⁴

Saussure desde la semiótica³⁵, quien considera a la lingüística como parte de esta disciplina, reconoce que, *El lenguaje es un hecho social.*³⁶

En 1888, Sweet, comenta, *El lenguaje se origina espontáneamente en el individuo, pues el instinto de imitación y de simbolismo es inherente a todos los seres inteligentes, hombres o animales; empero, como el de la poesía y las artes, su desarrollo es social.*³⁷

¿En qué consiste el lenguaje como semiótica social? Es una interpretación particular del lenguaje al interior de ese marco. Como lo menciona **Firth**, *el lenguaje de la comunidad, una función de la masse parlante, guardada y afincada en la conscience collective.*³⁸

³⁴ Op cit. 12

³⁵ La **semiótica** es la disciplina científica que se ocupa de la forma en que se genera, intercambia e interpreta la comunicación en la sociedad humana. Aunque, existen ciertos debates académicos sobre quien es su fundador, la teoría más aceptada hace referencia a Ferdinand De Saussure como el padre de esta disciplina, quien considera que la Lingüística hace parte de esta.

³⁶ DE SAUSSURE, Ferdinand. Curso de Linguística General. Buenos Aires. Losada, S.A. Quinta Edición. 1965

³⁷ DUCROT, Oswald y otros. Que es el estructuralismo. Buenos Aires, Losada, S.A. 1971.

³⁸ Op cit., 12

En el caso de las nuevas socializaciones, el punto de encuentro al regresar a los hogares es la televisión. El niño encuentra que la única manera de reunirse con sus padres, es en sus espacios, y es la televisión el epicentro de reunión familiar. *los niños no ven noticieros porque les guste sino porque les toca*, dice Clara Gómez de Melo psicoanalista de niños.³⁹

Así, el lenguaje es un producto del proceso social. Resultado de un intercambio colectivo entre significados y significantes:

El NIÑO primero crea su LENGUA INFANTIL luego su LENGUA MATERNA.

Al crear su lenguaje propio, el niño adapta para sí la información que constantemente recibe. Uno de los conceptos que recién nacen es el de *Televisión Nodriz*; es decir, la televisión en reemplazo de los padres en el proceso de formación del individuo. 'Los niños como audiencia', estudio realizado en 1998, donde se revela que el 84 por ciento de los infantes dicen que la televisión es su fuente fundamental de información, seguida muy de lejos por sus padres (7,6 por ciento).⁴⁰

Los efectos de los telenoticieros se balancean entre el pánico y la inseguridad. Estas sensaciones se empiezan a crear con la televisión como fuente primaria de información y de credibilidad por parte de los menores; *desde que Nicolás, de 7 años escuchó en un noticiero sobre el aumento de robos en apartamentos vive intranquilo en su propia casa. No se va a la cama antes de cerciorarse de que las puertas y ventanas estén cerradas con seguro. Un temor similar, es el que agobia a Jaime Andrés de 10 años, quien casi todas las noches tiene pesadillas con una silueta fantasmagórica que el cree lo va a raptar y alejar de su familia*, comenta la crónica de una revista

³⁹ Revista SEMANA. Septiembre 11-18 de 2000. Informe Especial – Pantalla Caliente. Edición N° 958. Pág. 70. Bogotá D.C., Col.

⁴⁰ Op. Cit. 39

colombiana, sobre la representación del día a día de muchos infantes, cifras que van en aumento.⁴¹

Un reciente estudio del Centro para los Medios y los Asuntos Públicos de Washington tabuló toda la violencia contenida durante las 18 horas de programación de un martes cualquiera, y encontró que se mostraban 100 actos de violencia por hora para un total de 2.000 hechos violentos. Gran parte de esa violencia fue presentada sin ningún contexto ni sentido ético. Por otro lado, en Estados Unidos la Asociación Norteamericana de Psicología halló que a la edad de 12 años un niño ha sido testigo de más de 8.000 asesinatos y 10.000 actos de violencia en televisión⁴².

Y esa es, a grosso modo, la misma programación que consumen los niños colombianos, con el agravante de que éstos tienen que presenciar la dosis de muerte y sadismo que cubren los medios de este país, como lo menciona la revista en el mismo artículo.

Así lo comprueba una encuesta realizada por Napoleón Franco en 1996: *El 65 por ciento de los colombianitos respondieron que ven noticieros y cuando se les preguntó si sabían sobre hechos ocurridos en Colombia hablaron de secuestro, violencia y masacres. El 84 por ciento de ellos se enteraron de estos hechos a través de la televisión.*⁴³

Al versar sobre los trabajos realizados por Rey (1998), Barón, García y Romero y Estrada, infieren:

“...la fascinación que producen “hechos de guerra” en las agendas mediáticas obedece a que estos acontecimientos están asociados a valores-noticia que privilegian el drama, la tragedia, la novedad, la espectacularidad, el antagonismo y el heroísmo. Narrativas frente a

⁴¹ Op. Cit. 39

⁴² Op. Cit. 39

⁴³ Op. Cit. 39

las cuales los “hechos de paz” viven en un constante opacamiento debido a que no están relacionados con lo insólito, dramático e impactante”.⁴⁴

De esta manera, no sólo se mediatizan como los miedos-crimen, sino también se plantean a las audiencias llenar las necesidades del delito y del castigo, como se lee a continuación.

En los 70 y en los 80 en Gran Bretaña, Stuart Hall y el Grupo de Medios de la Universidad de Glasgow realizaron estudios, en donde en contraron que, *...a medida que los medios reproducen las relaciones institucionales dominantes, refuerzan y movilizan un pánico de la moral en los miembros de la sociedad contra aquellos asuntos e individuos que amenazan los valores y estilos de vida aceptados.*⁴⁵ Mientras tanto Geroge Gebner, introduce el concepto “indicadores culturales”, el cual hace referencia a los sentimientos que tienden a cultivar los medios de comunicación en los públicos receptores, como el temor, la vulnerabilidad y desconfianza.⁴⁶

Recientemente, Dastres⁴⁷ y Rey (2005)⁴⁸, corroboran que los medios comunicativos como constructores de realidad, se convierten en gestores de “sensaciones” de seguridad o inseguridad en la conciencia colectiva de la sociedad. Y Sodré⁴⁹ comenta sobre las reacciones que tocan a la sociedad al observar el delito, en cuanto que, *“...la exhibición mediática del crimen, el horror y el sufrimiento le siguen los llamados a gestionar policialmente los conflictos sociales mediante el disciplinamiento de la sociedad”.*⁵⁰

⁴⁴ BONILLA Vélez, Jorge Iván y Tamayo Gómez, Camilo Andrés. Las violencias en los medios, los medios en las violencias. Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular – Cinep, 2007.

⁴⁵ Op. Cit. 44

⁴⁶ Op. Cit. 44

⁴⁷ DASTRES, Cecilia. ¿Visiones personales, ideología o mercado en el momento de informar?. Un análisis de las noticias sobre inseguridad ciudadana desde el emisor. Centro de Estudios en Seguridad Ciudadana (Cesc), Chile. Disponible en: www.cesc.uchile.cl/publicaciones

⁴⁸ REY, Germán. El cuerpo del delito, representación y narrativas mediáticas de la seguridad ciudadana.

Bogotá D.C., Centro de Competencias en Comunicación para América Latina (C3) – Fescol. 2005.

⁴⁹ SODRE, Muñiz. Sociedad, cultura y violencia, Bogotá D.C., Editorial Norma. 2001.

⁵⁰ Op. Cit. 43

Ya mencionados los pequeños telespectadores, la observancia ahora se dirige a quienes participan en la pantalla, periodistas, actores políticos, combatientes y población civil en general, los que participan en la construcción y codificación del mensaje.

Estos espacios –los telenoticieros- se ha convertido en las nuevas arenas de guerra, en el caso del Ezln en México, la guerra se ha mecanizado en los medios, la resignificación de los símbolos. Las “teleguerras”, uso del lenguaje cotidiano con el experto, confundir la drama con la técnica. (Rey, 1998).⁵¹

Los telenoticieros son los nuevos espacios para la controversia, defenición de ataques políticos, y luchas permanentes, versiones de las partes en conflicto, esto a escala nacional. A nivel internacional, el papel que han jugado los medios en la guerra de Irak. El bombardeo de correos electrónicos que se hizo previo al ataque a Irak por parte de la Otán, en donde se informaba los “horrores” cometidos por Saddam Hussein,⁵² pretendió en su momento querer desposicionar una imagen del líder iraquí. Haciendo referencia a lo dicho en algún foro: Si Dios no aparece en la televisión, no existe; *“...los medios de comunicación son arenas centrales de competencia y poder simbólico donde los antagonistas políticos y sociales llevan a cabo disputas por acceder a la esfera pública y nombrar hegémonicamente la realidad”*.⁵³

Para Bonilla⁵⁴ y García⁵⁵, los medios son un espacio en tensión y permanente disputa. Estrategias que hacen parte de una gestión político militar y la fijación simbólica de los medios.

⁵¹ REY, Germán. Silencios prudentes, protagonismos activos. Narración y medios de comunicación en el conflicto bélico. El caso de Las Delicias, en Rey, Germán. Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas, Bogotá D.C. Fescol, Cerec, Fundación Social, págs. 221-242. Opt .cit. 43

⁵² Revista SEMANA. TECNOLOGIA - ‘Mailbomb’ estalla en el Golfo Pérsico. Marzo 3 AL 10 del 2003. Edición Nº 1.087. Bogotá D.C., Col. Pág. 94

⁵³ Op. Cit. 44

⁵⁴ BONILLA Vélez, Jorge Iván. Campo intelectual y estudios de comunicación. Notas sobre comunicación política y violencia, en Angarita Pablo (editor académico). Balance de los estudios sobre violencia en Antioquia, Medellín, Universidad de Antioquia, págs. 361-375.

De esta manera, en esta encrucijada por parte de las actuaciones de los distintos estamentos de la sociedad, como menciona Sarah García, “*convierten a esta [la sociedad] en víctima pasiva, según el encrudecimiento del conflicto o su envilecimiento*”. Y en otro aparte añade: “*A tal punto, que se confunde el periodismo con el drama, y la realidad con el simulacro*”.⁵⁶

Dastres y Muzzopappa recopilan experiencias internacionales sobre el empleo de estrategias comunicativas para disminuir el temor o la violencia, de forma tal que las audiencias puedan disminuir los niveles de temor, o modificar actitudes de violencia y criminalidad, a partir de un **análisis medurado de los mensajes**.⁵⁷ Primer paso para la generación de una cultura crítica es el entendimiento de los mensajes que expresan los imaginarios que suceden en el propio territorio.

5.2 VARIACIONES EN EL LENGUAJE

Ya se han visto algunos sentimientos y sensaciones que genera la ausencia de lectura sobre los mensajes que se emiten a través de los telenoticiarios; en segunda instancia se observa como el lenguaje se va modificando. El lenguaje que se ha presentado desde tiempos inmemorables, se va transformando, y esto sucede con la aparición de las nuevas culturas, de tribus urbanas, de nuevas comunidades; siendo estas modificaciones el primer indicador de las directrices que la sociedad está tomando en nuestros días.

⁵⁵ GARCIA, María Eugenia y Romero, Edgard. Las trampas de la aprición. Información y conflicto armado en Colombia, en Bonilla, Jorge y Patiño, Gustavo (editores académicos). Comunicación y política. Viejos conflictos, nuevos desafíos, Bogotá D.C., Pontificia Universidad Javeriana págs. 365-391

⁵⁶ GARCIA, Sarah y Ramos P., Luciana. Medios de Comunicación y Violencia, México D.F., Fondo de Cultura Económica – Instituto Mexicano de Psiquiatría. 2000.

⁵⁷ Op. Cit. 43

5.1.1 ¿Qué significa la variación en el lenguaje?

Es una expresión de los atributos fundamentales del sistema social.⁵⁸ Las variaciones se empiezan a presentar con las nuevas culturas, las cuales se crean alrededor de los espacios que proporcionan los medios.

Es el caso de nacientes estilos de vida, como toda la trama que se plantea alrededor de una nueva tribu urbana que rompió fronteras como lo es el hip-hop. Estos imaginarios se concretan cuando los columnistas reflejan las situaciones en sus columnas de opinión, es ahí, donde las culturas nacen o se empiezan a modificar, es el primer indicador. Santos Rubino en una columna de opinión en la revista SEMANA, hace textualmente la siguiente alusión:

*"...es la cultura hip-hop que está revolucionando a la juventud en Colombia y en el mundo". Y añade "...no sabemos cuáles son los valores e intereses que mueven a las nuevas generaciones. Tenemos un ojo clínico para diferenciar entre un Galil y un AK 47 pero ignoramos el significado histórico de la cultura hip hop."*⁵⁹

Las variaciones del lenguaje, descritas claramente por M.A.K. (Op. Cit 12), se diferencian en dos: variaciones dialectales o de registro.

Las primeras son las que expresan la diversidad de estructuras sociales o jerarquías sociales.⁶⁰ Dependiendo de cómo se relacionen los distintos elementos de una sociedad, así serán las posiciones que ocupen dentro de la misma.

Mientras que las segundas, expresan la diversidad de los procesos sociales.

⁵⁸ Op. Cit. 12

⁵⁹ Revista SEMANA. OPINION. Fiebre `hip hop`. Por Alejandro Santos Rubino. Agosto 9-16, 1999, edición 901.

⁶⁰ Op. Cit. 12

De esta manera, se identifican a las distintas generaciones por su manera de hablar, se reconoce quien es de los setenta o de los ochenta sólo con oír los modismos que fueron utilizados en las respectivas etapas.

Así que al entremezclarse estas dos variaciones, se concluye que:

**LO QUE HACE UNA CULTURA SE VE AFECTADO POR LO QUE ES.
EL LENGUAJE SIMBOLIZA ACTIVAMENTE EL SISTEMA SOCIAL.⁶¹**

De esta manera, el lenguaje se transmite a través de:

- *La maledicencia de traspatio*
- *Ficción literaria*
- *Poesía épica*

Este es el diálogo que se presenta sobre lo que los medios ofrecen; es la noticia del momento la que empieza a dirigir las vidas de la comunidad en general, sólo los denominados líderes de opinión representan una diferencia en cuanto a este nuevo estilo de vida. Es la literatura urbana la que ofrece nuevas lecturas de lo cotidiano, son los comerciales de empresas como Mc Donald's y Coca Cola, que hacen referencia a lo consuetudinario de cada sector cultural y apela a sus emociones e imaginarios. Son los 'realities' los que ofrecen un reflejo de la cultura predominante del momento e implementan nuevas formas de pensamiento.

Es por esto que hay que ir más allá de lo que decía Saussure y Firth, acoplando lo interpuesto por M.A.K.:

La propia teoría dice: NO tomar PARTIDO -de Saussure y su escuela, en este sentido- en el sentido estricto del lenguaje como un simple objeto de estudio, (aquí es donde entra el aporte de M. A. K. Halliday), también debe servir como INTERPRETACION, es decir, aclarar cuestiones entorno a algo mas.

⁶¹ Op. Cit. 12

5.3 MEDIOS Y CONFLICTO

El trabajo del semiólogo participa, entre otras cosas, en la interpretación de los procesos lingüísticos desde el punto de vista de orden social.

Durante gran parte de los últimos 20 años, la lingüística se ha visto dominada por una ideología individualista, liderada por Katz y Fodor, en donde:

**CASI TODA ORACION PRODUCIDA,
SE PRODUCE POR PRIMERA VEZ⁶²**

La gramática del día a día se convierte en una gramática mas de opciones que de reglas. Las tribus urbanas modernas (*Ska, Neofunk, Fachos, Emmos, etc.*), por ejemplo, se distinguen por los lugares en donde se concentran, los horarios, los imaginarios que manejan y por sobretodo los lenguajes construidos por ellas mismas; cuando se modifica el lenguaje, las interacciones con el resto de la sociedad también se transforman.

Al introducir esa nueva frase en el complejo mundo de los significados se forma una nueva cultura. Nuevas sociedades que suelen interpelar una provocación a quienes los observan, se da sensación de felicidad y de una vida llena de tranquilidad, y en este marcado arquetipo de seres existen grupos de fieles seguidores que pretenden imitarlos, tal cual lo teorizaba De Saussure y Firth; y estos grupos no están delimitados por raza, ni por sexo, ni por edad.

Es el caso de, *Angela quien ingresó a las Farc porque pensó que con la plata que ganaría iba a poder ser independiente.*⁶³ “Otros ansían el poder que dan un arma y un

⁶² Op. Cit. 12

celular", comenta otro niño excombatiente, quien ahora se encuentra bajo la custodia del ICBF.⁶⁴

Pero, ¿cuál es la razón, para quienes no son forzados a ingresar a las filas de los grupos al margen de la ley, para sentir ese deseo de poseer un arma y un celular? Desde luego las respuestas pueden ofrecerse en infinidad desde los medios. La mayoría de las películas donde el bueno asesina al malo en venganza de alguna situación al inicio de la cinta, ofrece una legitimidad, más que sobre la venganza, sobre el acto en sí mismo, el crimen.

Jiovani Arias director de la Fundación Dos Mundos: *...no hay que concentrarse tanto en el análisis individual de un niño que comete actos horribles en un momento dado sino en el entorno que lo lleva actuar así.*⁶⁵

5.4 INTERPRETACION DE LOS MENSAJES MASMEDIATICOS

Excluyendo por un momento el conflicto, los mensajes tocan a todas las instancias de la sociedad. El incremento en los suicidios, la drogadicción y el alcoholismo, son consecuentes de los altos índices de depresión que se está viviendo en el mundo entero.

Aunque en algunas regiones son más propensas a ciertas situaciones que otras,⁶⁶ el hecho es que se están presentando a escala mundial. Una enfermedad silenciosa que ya alcanzó el nivel de epidemia. La pregunta que queda sobre el

⁶³ Revista SEMANA, Nación – Los niños de la guerra. Septiembre 29 a octubre 6 de 2003. Edición N° 1.117 Bogotá D.C. (Col.) Uno de cada cuatro guerrilleros y paramilitares es un menor de 18 años.

⁶⁴ Ibídem.

⁶⁵ Ib. 63

⁶⁶ www.oms.com. En el caso del suicidio, según la Organización Mundial de la Salud, Japón es el país industrializado con más casos. Holanda, Suiza y ahora Canadá, son los que presentan mayores índices. Aunque Colombia y Ecuador son de los últimos en la lista, no deja de preocupar ya que el incremento es monumental.

tintero es, ¿no podrá ser que existe un elemento en común que afecte a todas las poblaciones?, en este caso, se hacen visibles los medios.

Según el EGM⁶⁷ del 2006, dentro del presupuesto de los colombianos el primer artículo de mayor consumo de los colombianos es el televisor. De lejos le sigue el equipo de sonido y no muy lejos el ordenador. Así, teniendo en cuenta que la mayoría de los colombianos poseen un televisor en su casa, es prioritario poder conocer la interpretación de los mensajes que son recibidos a través de la pantalla.

Los canales colombianos invierten grandes cantidades de dinero en su programas de mayor audiencia. Las audiencias son tan altas, que en el caso de los *realities*, por ejemplo, durante los tres meses que duró Gran Hermano - Colombia se registraron 6`400.000 votos a través de llamadas telefónicas o Internet, mientras que *Protagonistas de Novela* comprada por RCN a Promofilm fue el más visto en Colombia en 2002, con un promedio de 6,4 millones de televidentes cada domingo.⁶⁸

Desde *Betty la fea*, los canales ofrecen el *product placement*⁶⁹, en el que el producto de los anunciantes se convierte en un actor más, y en donde, los televidentes, dicen los expertos⁷⁰, *recuerdan más las marcas que ven utilizar espontáneamente, como lo haría cualquier persona, dentro de la trama de un programa.*

⁶⁷ El Estudio General de Medios es una encuesta masiva, realizada por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, y que es el principal elemento de medición de audiencias en canales de distribución tan importantes como la radio o la prensa.

⁶⁸ Revista SEMANA. ECONOMIA – Medios de Comunicación ¿El ‘Gran Negocio’? Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111 p.50

⁶⁹ Es la publicidad de algún patrocinante al interior del programa y no como comúnmente se ha observado hasta ahora, en espacios de temporalidad publicitaria.

⁷⁰ Op. Cit. 68

Si bien algunas personas odian este tipo de formatos, muchas se han vuelto adictas a ellos y, lo más importante, la mayoría los ve. Y por eso desde hace cuatro años son el negocio de moda en la televisión mundial, en donde el más visto de RCN fue *Protagonistas de novella II, la amenaza* (45,4 por ciento de *share* y 2'073.000 espectadores) en junio y julio de 2003. En los otros casos, el *raiting* no disminuyó considerablemente.⁷¹

En el caso de el Desafío 2004 de Caracol con *share* de estreno de 46,1 por ciento y 2'173.000 televidentes, y el de RCN con un *share* de 38,1 por ciento 1'821.000 espectadores en promedio⁷², al hacer *zapping* a las nueve de la noche se pudo certificar sus coincidencias: islas, pruebas de supervivencia, premios de comida, famosos, hambre, futbolistas, modelos y reinas, bichos comestibles, dificultades, un consejo o una reunión para decidir quien será eliminado, un guía del concurso, con lenguajes y discursos similares.

Ambos programas son más vistos por mujeres. En los dos hay más concentración de público mayor de 25 años. Sin embargo *La isla de los famosos* demuestra más fuerza en las personas de 18 a 24 años. También se ve claramente una gran audiencia infantil en ambos. La mayor fuerza de audiencia está en la clase baja, con un mayor apoyo de la clase media a *La isla de los famosos* y un apoyo de la clase alta proporcionalmente igual a ambos.⁷³

Ahora bien, llevados de la mano por las estadísticas los públicos receptores han asimilado unos estereotipos de vida ficticios, ya que son creados por cámaras, actores, luces y técnicos, quienes sencillamente quieren vender un producto: un estilo de vida inexistente para la mayoría, es decir, las denominadas poblaciones vulnerables a este tipo de lecturas.

⁷¹ Revista SEMANA. Cultura. Dos caras de la misma moneda. Junio 28 a Julio 5 de 2004 Edición N° 1.156 P.94

⁷² *Ibidem*.

⁷³ *Ib.*

El siquiatra Germán Aguirre⁷⁴ comenta que, *quienes ostentan dinero, poder, éxito y belleza supuestamente tienen la felicidad. Habrá algunos a quienes no les interesa cumplir esas expectativas, pero los que las desean y no cuentan con las herramientas para lograrlas sienten una gran frustración. Esa noción de felicidad que obsesiona a la gran mayoría nos está llevando al infarto, a la tumba, al divorcio, al suicidio.*⁷⁵

Agrega que los estímulos se buscan por fuera y no por dentro de cada individuo, y eso explica porqué la gente se vuelca hacia actividades como los deportes extremos, el consumo de drogas y el sexo adictivo. *“Hay que generar sensaciones que estimulen la producción de serotonina y noradrenalina, sustancias que dan la sensación de bienestar y placer en el organismo”*⁷⁶. Por eso todo lo que no es placer es infelicidad y se confunde el dolor con lo desagradable.

Para el siquiatra Javier León, el problema no radica tanto en una sociedad que le ordena a la gente a ser feliz a toda costa, *sino que le dice que la tristeza es mala.*⁷⁷ En el libro *la euforia perpetua*, un ensayo sobre el deber ser feliz, el filósofo francés Pascal Bruckner afirma que en el siglo XX se dio el hacia la negación de la infelicidad. *“Hay que fingir dinamismo y buen humor con la esperanza de que al abrir ese grifo la ficción termine desapareciendo por sí sola”*.⁷⁸ La intolerancia a la tristeza puede ser cruel. Al viudo, a la madre que pierde un hijo o a quien acaba de romper una relación amorosa se le ayuda, pero si en un tiempo no ha salido de su melancolía se le rechaza y se le discrimina.

Los hombres mueren y no son felices, decía el escritor Albert Camus. Y los hace todavía más infelices no alcanzar la dicha que tanto promueven los medios de

⁷⁴ Revista SEMANA. Vida moderna - No todo es color de rosa. Mayo 2 – 13 de 2002. Edición N° 1.044. Pág.100

⁷⁵ En el 2002 hubo en el país 2.045 suicidios. Los especialistas estiman que en el 70 por ciento de los casos se deben a la depresión. El suicidio se incrementó entre 1998 y 1999 lo que coincidió con la crisis del Upac y el aumento del desempleo. A pesar de la simultaneidad no se ha establecido si estos hechos fueron los detonantes. En Revista SEMANA. Informe Especial – Depresión Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111

⁷⁶ Op. Cit. 74

⁷⁷ Op. Cit. 74

⁷⁸ Ib.

comunicación. *"Probablemente somos las primeras sociedades de la historia que han hecho a la gente infeliz por no ser feliz"*⁷⁹, dice Bruckner.

Ahora, ¿qué sucede con aquellos que han querido ser felices, pero se encuentran al interior de los campamentos y han sido forzados a realizar actos en contra de sus principios y valores? Son recicladores de la violencia que se observa en los canales nacionales, uno de ellos comenta al respecto, *La compensación a todos estos sufrimientos es el tiempo asignado al recreo en los campamentos que se dedica a nadar en el río, los deportes, los juegos y ver televisión y videos. Las películas preferidas son las de acción, de artes marciales y de guerra.*⁸⁰

Según una reconocida sicóloga infantil en Colombia, Patricia Castaño, un enlatado de 'Rambo' provoca efectos muy diferentes en niños de Suecia y el noreste antioqueño. *Para los suecos de pronto es una catarsis de su violencia innata. Para el niño del nororiente antioqueño es su propia realidad. La televisión reafirma y legítima la violencia que padece en su casa (si hay maltrato familiar) o la violencia que la rodea (guerrilla, militares, paras).*⁸¹ Al hacer una aproximación sobre los autores de las masacres de gran violencia en Colombia, como la Rochela, 19 comerciantes, entre otras, todo apunta hacia un hombre, alias Vladimir, quien actualmente purga condena por estos delitos, los cuales cometió a la edad de 26 años.⁸² El Negro VLADIMIR con nombre de pila Alonso de Jesús Baquero, también conocido como "Rambo" y "Lenin". De las guerrillas de las FARC pasó a paramilitar y de ahí a ser el brazo derecho de Gacha y después uno de los alumnos más aventajados de Yair Klein dentro de su selecto grupo de mercenarios; capturado siendo el brazo armado del cartel de Medellín, asesinó a más de 100 personas entre 1987 y 1989.⁸³

⁷⁹ Ib.

⁸⁰ Op. Cit. 63

⁸¹ Revista SEMANA. Informe Especial – Pantalla Caliente. Septiembre 11-18 de 2000. Edición N° 958. P.70

⁸² Ibídem.

⁸³ Ib. Masacre de Segovia, 41 personas asesinadas, viernes 11 de noviembre de 1988, La Rochela, 19 comerciantes en Antioquía, entre otros. En revista SEMANA. Julio 14-21 de 1997, Edición N° 793. Además de Vladimir, se reconoce al Monstruo de los Andes "Me enorgullezco de haber matado a 164 sapos". "Si hubieran sido 200, habríamos fusilado a 200. Estoy cansado de matar tanto H.P.- En Revista SEMANA Febrero 14-21

Aunque García⁸⁴, reconoce en su libro, *La violencia como fenómeno mediático*, que ninguna investigación demuestra que los medios de comunicación provocan violencia, sin embargo, si desempeñan un papel instrumental clave en la reproducción de los valores que propician la injusticia social y la inseguridad. Para este autor, los medios podrían favorecer culturas de confianza.

En una reflexión sobre el contenido violento en la televisión uruguaya, Rebollo⁸⁵ denota que *la violencia que transmite la televisión está originando un tipo de espectadores que, además de ser **incapaces de diferenciar entre la realidad y la ficción, se están socializando en diversas conductas delictivas aprendidas en la televisión.***

Los estudios del Consejo Nacional de Televisión de Chile⁸⁶, Herrera⁸⁷, López y Cerda⁸⁸, concuerdan en que la violencia está presente en la mayoría de los programas, en la mayor parte de los horarios y hasta en los dibujos animados.

de 1995. Edición N° 667. P.32 **El monstruo de los Andes, Pedro Alonso López**, estranguló por lo menos 300 niñas de entre 8 y 13 años de edad en Col, Per y Ecu. Desde 1988 es uno de los criminales más buscados del mundo por nuevos delitos. ¿Cómo un ser humano logra cometer esas atrocidades? Garavito dijo en su indagatoria que una fuerza superior a él lo impulsaba a asesinar a los menores. Con lágrimas les dijo a los fiscales: "Pido perdón a Dios, a mucha gente, a la ciudad y a la justicia pido perdón porque yo, sin querer, algo me empujaba dentro de mi ser a cometer esos delitos..."p.54 Luis Alfredo Garavito Cubillos, el mayor asesino en serie de la historia, Colombia: "...pensaba en conseguir una ametralladora y matar a toda mi familia y luego matarme a mí, pero al primero que iba a matar era a mi papá." Robert Ressler agente especial del FBI que en los 70 acuñó "serial killer", después de conocer el caso de "el hijo de sam", un sujeto que asesinó a seis personas entre 1976 y 1977. Ressler, un reputado psicólogo y criminólogo, definió a los asesinos en serie como individuos que matan de forma metódica a víctimas con las que no tienen ninguna relación, por medio de una violencia devastadora y en un tiempo específico. En Revista SEMANA. Nación. – Crimen. - Retrato de un asesino en serie. Mayo 2 – 13 de 2002. Edición N° 1.044 P. 52

⁸⁴ Op. Cit. 56

⁸⁵ REBOLLO, Eduardo. Violencia y televisión, en Diálogos de la Comunicación. Lima, N° 53 (diciembre), págs. 83-87

⁸⁶ Cinco estudios sobre violencia y televisión en Chile. Santiago, Consejo nacional de Televisión de Chile. 1998. Y, Barómetro de violencia N° 1: películas y dibujos animados. Santiago, consejo Nacional de Televisión de Chile. Disponible en: www.cntv.cl/ink.cgi/Publicaciones/2002

⁸⁷ HERRERA, Antonio. Influencia de la guerra civil en El Salvador en el desarrollo de la prensa nacional (1980-1992), en Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna, N°1, Disponible en: www.ull.es/publicaciones/

⁸⁸ LOPEZ, Rafael y Cerda, Aída. Violencia en la televisión mexicana: un análisis del contenido de los treinta programas de mayor audiencia, en Hiper-textos, Monterrey, N°2 (enero-junio). Disponible en: www.mty.itesm.mx/dcic/hiper-textos

Casas⁸⁹ reflexiona sobre si la representación mediática del crimen y el delito está "educando" a los receptores en conductas criminales y suscitando más violencia de la que actualmente existe en la sociedad. Mientras, Hernández⁹⁰, posee una hipótesis de que la publicidad televisiva articula un imaginario basado en el consumo de mercancías, nunca satisfecho, que es la causa de la frustración de amplias mayorías nacionales que encuentran refugio en la violencia social.

Y es que como lo comenta el director de Canal Capital, Fernando Ramírez, los contenidos llegan a las poblaciones más vulnerables, *por otro lado, no se puede desconocer que en nuestro país, por lo general, el nivel de instrucción y recepción de contenidos audiovisuales es bajo y por lo tanto el público es más vulnerable, más susceptible. La mayoría de la gente no tiene una formación que le permita asimilar determinadas formas visuales y claramente puede salir herida.*⁹¹

5.5 EFECTOS FISIOLÓGICOS

El deficiente manejo de la lectura de los nuevos textos ha traído consigo nuevas formas de percepción del mundo, y con esto los científicos han comprobado las posibles somatizaciones que se suceden en el organismo.

De acuerdo con el neuropediatra Manuel Benitez del Hierro⁹², el espasmo de sollozo es la retención de la respiración durante el llanto por un corto periodo, que

⁸⁹ CASAS, Ma. De la Luz. Medios de Comunicación y Violencia en México, en Diálogos de la Comunicación, Lima, N° 53 (diciembre), págs. 51-65.

⁹⁰ HERNANDEZ, Daniel. Racionalidad neoliberal y publicidad televisiva: las caras ocultas de la violencia, en Anuario Inc.. Investigaciones de la Comunicación, Caracas, N°9, págs. 85-110

⁹¹ Separata. Gran Hermano – Semana. Las dos caras del *reality*. Por Fernando Ramírez. Edición N° 6 – Septiembre 5 a 11 de 2003. Pág. 11.

⁹² Revista SEMANA. Salud – El arte del berrinche. Febrero 8 – 15 de 1999. Edición N° 875 Pág.91 Según Benitez del Hierro, lo común es que aparezca hacia el séptimo mes de vida y se prologue hasta los cinco años. Gracias a los estudios se ha podido determinar que hay dos tipos de espasmo: el cianótico y el pálido. El primero es el más común y es el caso del niño que ante una contrariedad anza un llanto, se pone morado y rígido, blanquea los ojos, se estira hacia atrás y cae desmayado. En el pálido, por el contrario, no hay llanto y puede confundirse con una crisis compulsiva.

se acompaña de una pérdida de conciencia con o sin movimientos compulsivos de corta duración. Desde el punto de vista psicológico este problema es el resultado de la intolerancia que tiene el menor ante la frustración, o a un estímulo emocional negativo o a un simple dolor. Algo descrito por Bruckner anteriormente, *probablemente somos las primeras sociedades de la historia que han hecho a la gente infeliz por no ser feliz*⁹³.

Los efectos no se limitan a las respuestas del organismo en cuanto al sistema fisiológico infiere, de acuerdo con los científicos del Children's Hospital and Regional Medical Center⁹⁴, en Seattle (Estados Unidos) encontraron que por cada hora que los niños en edad preescolar ven televisión se aumentan sus probabilidades de desarrollar un déficit de atención en el futuro. Resultados que concuerdan con la Academia Americana de Pediatría⁹⁵, que recomienda que los pequeños menores de 2 años no vean televisión pues afecta el crecimiento del cerebro y las habilidades cognitivas como sociales.

El déficit de atención incluye problemas como dificultad para concentrarse, confusión, comportamientos impulsivos e hiperactividad. No se incluyen otras enfermedades como el llamado "estrés tecnológico", o varios tipos de cáncer que se le han atribuido al efecto de permanecer muchas horas frente al televisor o al computador, debido a la falta de pruebas que comprueben tales hechos.

⁹³ Op. Cit. 79

⁹⁴ Según Dimitri Christakis, investigador que dirigió el estudio, la proyección de imágenes rápidas, que caracterizan este medio, podrían causar la alteración de la concentración en el cerebro. Los investigadores encontraron que cerca de 36 por ciento de los niños de un año no miraban televisión, mientras que 37 por ciento lo hacían por más de dos horas al día. Este porcentaje tuvo entre 10 y 20 por ciento más riesgo de desarrollar problemas de atención. Los que miraban más de tres horas al día tuvieron un riesgo mucho más alto -30 a 40 por ciento – comparados con los que no veían televisión. "El cerebro de los recién nacidos se desarrolla muy rápido en los primeros años de vida. Sabemos por estudios en ratas que si se expone a diferentes niveles de estímulos visuales la arquitectura de ese órgano cambia." En Revista SEMANA. SALUD – Psicología. Problemas en pantalla Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111

⁹⁵ Ib. El estudio, que aparece en la más reciente edición de la revista *Pediatrics*, reunió a 1.345 niños entre 1 y 3 años.

6. RECOMENDACIONES

Desde que apareció la imprenta de Gutemberg, las vidas de cientos de millones de personas comenzaron a cambiar, el ritual de leer el diario por las mañanas se convirtió en una necesidad, como desayunar o cumplir los ritos religiosos.

Hoy en día a la sociedad en general le sucedió lo mismo, la tecnología se ha adelantado a su entendimiento. Se cree que se conoce la manera de manejar muchos equipos que nos rodean, pero en realidad, ¿se conoce a quien se tiene al frente?

En primera instancia, es necesaria la creación de una política pública que plantee la enseñanza de una cátedra especializada en el análisis de contenidos de medios, desde los primeros años de escolaridad, permitiendo que se empiece a desarrollar en el niño la capacidad de ser crítico frente a lo que está observando todos los días.

En el conflicto armado interno colombiano, existen muchos indicadores que hacen que este sea cíclico y permanente e intemporal. Sin embargo, dentro de estos marcadores nunca se incluyen a los medios como un factor decisivo.

A lo largo del documento se demostró una directa proporcionalidad entre las imágenes que se observan, el grado de escolaridad y las reacciones que se pueden tomar frente a una situación real. Las poblaciones más vulnerables son las que están en riesgo de ser atrapadas por reacciones de violencia.

En la educación está el papel de la prevención. Los gobiernos de hoy en día reconocen que gastan menos dinero previniendo que curando. En las tareas realizadas por el Comité Internacional de la Cruz Roja se encuentran los talleres preventivos e informativos sobre el Derecho Internacional Humanitario. Con el presente trabajo, los talleristas no se encontrarán en desventaja frente al mundo paralelo del universo de símbolos que existen hoy. Luego, es necesaria la formación de quienes trabajan en el CICR en materias de análisis de contenidos. Sin esto, la contextualización de los derechos humanos pierden importancia frente a un imaginario de la población reflejado en los medios.

No conviene mantener a la población no combatiente de un país en conflicto armado interno, y en constante contacto con medios que ofrecen violencia de manera permanente. La autoregulación por parte de los canales privados no ha funcionado, a pesar de las recomendaciones de los teóricos que han demostrado con sus estudios, la relevancia de evitar emitir un alto índice de imágenes violentas a los ciudadanos, sobretodo en países, como en latinoamérica, donde la violencia se ha disparado proporcionalmente al aumento de esta en latelevisión.

Es por esto que la regulación de lo emitido debe darse desde una agrupación ciudadana, donde expertos en contenidos de medios puedan medir y graduar la violencia en los canales privados y públicos, tanto en espacios de entretenimiento como en los telenoticieros.

Ya que el momento actual es una época donde los contenidos no pueden ser regulados constantemente, y donde quienes los ´regulan´ desconocen como hacerlo, es urgente crear un adecuado centro de altos estudios y análisis de contenidos de medios, de esta manera, se intenta reducir gradualmente los mensajes violentos; violencia que no nace en el conflicto sino en alimentadores externos como los medios masivos de comunicación.

Con este documento no se pretende en ningún momento ´satanizar` a los medios, sino por lo contrario, lo que hace es crear crítica desde los estudios realizados en el tema, y trabajar desde la educación como herramienta esencial.

7. BIBLIOGRAFIA

BARBERO, Jesús Martín. La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. Ensayo expuesto en Congreso 2001 Efectos, Globalismo y Pluralismo. Montreal, del 24 al 27 de abril del 2002. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO. Guadalajara, México

BAUMAN, Zigmun. Globalización: consecuencias humanas. P. 94. F.C.E. México. 1999

BONILLA Vélez, Jorge Iván. Campo intelectual y estudios de comunicación. Notas sobre comunicación política y violencia, en Angarita Pablo (editor académico). Balance de los estudios sobre violencia en Antioquia, Medellín, Universidad de Antioquia, págs. 361-375.

-----, Jorge Iván y Tamayo Gómez, Camilo Andrés. Las violencias en los medios, los medios en las violencias. Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular – Cinep, 2007.

BOK, S. "Lying: Moral choice in public and private life." The Harvester Press. 1979

BRUNNER, José Joaquín. *América Latina: Cultura y modernidad*. Grijalbo, México, 1992.

CARNEVALE, D.G. y WECHSLER, B. "Trust in the public sector. Individual and organizational determinants." *Administration and Society*. 1992.

CASAS, Ma. De la Luz. Medios de Comunicación y Violencia en México, en *Diálogos de la Comunicación*, Lima, N° 53 (diciembre), págs. 51-65.

CASTELLS, Manuel. "La Galaxia Internet". Plaza y Janés. Barcelona (España) 2001.

CASSANY, Daniel. *La cocina de la escritura*. Duodécima edición, 2004. Editorial Anagrama. Barcelona, España.

Consejo Nacional de Televisión de Chile. *Cinco estudios sobre violencia y televisión en Chile*. Santiago,. 1998.

----- Barómetro de violencia N° 1:
películas y dibujos animados. Santiago, Disponible en:
www.cntv.link.cgi/Publicaciones/2002

DASTRES, Cecilia. ¿Visiones personales, ideología o mercado en el momento de informar?. Un análisis de las noticias sobre inseguridad ciudadana desde el emisor. Centro de Estudios en Seguridad Ciudadana (Cesc), Chile. Disponible en: www.cesc.uchile.cl/publicaciones

DE SAUSSURE, Ferdinand. Curso de Linguística General. Buenos Aires. Losada, S.A. Quinta Edición. 1965

DUCROT, Oswald y otros. Que es el estructuralismo. Buenos Aires, Losada, S.A.1971.

ECO, Umberto. "Apocalípticos e Integrados." Editorial Lumen S.A. Duodécima Edición. 1999.

FLORES, Jesús. CIBERPERIODISMO. Ed. 2010, S.L. 2001 Madrid (Esp.)

FORD, Aníbal. *Navegaciones*. Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

Forrester Research Inc., "The Forrester Report: Why Websites Fall", September 13, 1998.

FRANCO, Guillermo. eltiempo.com Cómo escribir para Internet (II). eltiempo.com. Bogotá D.C. 5 de marzo de 2001.

----- EL TIEMPO. Bogotá D.C., 26 de febrero de 2001. Sección Computadores

-----,----- Bogotá D.C., 5 de marzo de 2001. Sección Computadores

FUENTES, José M. "Se acabaron las ratas de biblioteca", en Abc. Suplemento 'Nuevo Trabajo' (1995) Pág. 8, 19 de Noviembre.

GARCIA, María Eugenia y Romero, Edgard. Las trampas de la aprición. Información y conflicto armado en Colombia, en Bonilla, Jorge y Patiño, Gustavo (editores académicos). Comunicación y política. Viejos conflictos, nuevos desafíos, Bogotá D.C., Pontificia Universidad Javeriana págs. 365-391

GARCIA, Sarah y Ramos P., Luciana. Medios de Comunicación y Violencia, México D.F., Fondo de Cultura Económica – Instituto Mexicano de Psiquiatría. 2000.

GEERTZ, Clifford. *Conocimiento local*. Paidós. Barcelona. 1994. *Primera parte: Géneros confusos: La reconfiguración del pensamiento social*.

HALLIDAY, M.A.K., El Lenguaje Como Semiótica Social, *La Interpretación Social del Lenguaje y del Significado*. Fondo de Cultura Económica, 1994.

HERNANDEZ, Daniel. Racionalidad neoliberal y publicidad televisiva: las caras ocultas de la violencia, en Anuario Inc.. Investigaciones de la Comunicación, Caracas, N°9, págs. 85-110

HERRERA, Antonio. Influencia de la guerra civil en El Salvador en el desarrollo de la prensa nacional (1980-1992), en Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna, N°1, Disponible en: www.ull.es/publicaciones/

KILIAN, Crawford. Writing for the web. Self-Counsel Writing Series. 1997.

LOPEZ, Rafael y Cerda, Aída. Violencia en la televisión mexicana: un análisis del contenido de los treinta programas de mayor audiencia, en Hiper-textos,

Monterrey, N°2 (enero-junio). Disponible en: www.mty.itesm.mx/dcic/hipertextos

MALBERG, Bertil. Los Nuevos Caminos de la Linguística. Buenos Aires. Siglo veintiuno editores S.A. 1967.

MCLUHAN Marshall, "La Aldea Global". Editorial Gedisa. 1989. Barcelona, España.

MENCHER Melvin, "News, Reporting and Writing". Oxford University Press. 1995.

NIELSEN Jakob, "Usabilidad. Diseño De Sitios Web." Editorial Pearson. Educación S.A. Madrid, España. 2000.

Página del Foro Social Mundial, www.forumsocialmundial.org.br; página de la Comunidad Web de Movimientos Sociales: www.movimientos.org

RAMONET, Ignacio. "Internet el mundo que llega". Alianza Ed. Madrid 1998.

REBOLLO, Eduardo. Violencia y televisión, en Diálogos de la Comunicación. Lima, N° 53 (diciembre), págs. 83-87

Revista SEMANA. Febrero 14-21 de 1995. Edición N° 667. Bogotá D.C., Colombia.

Revista SEMANA. Salud – El arte del berrinche. Febrero 8 – 15 de 1999. Edición N° 875. Bogotá D.C., Colombia.

-----, Nación. – Crimen. - Retrato de un asesino en serie. Mayo 2 – 13 de 2002. Edición N° 1.044. Bogotá D.C., Colombia.

-----, Vida moderna - No todo es color de rosa. Mayo 2 – 13 de 2002. Edición N° 1.044. Bogotá D.C., Colombia.

-----, OPINION. Fiebre `hip hop`. Por Alejandro Santos Rubino. Agosto 9-16, 1999, edición 901. Bogotá D.C., Colombia.

-----, Septiembre 11-18 de 2000. Informe Especial – Pantalla Caliente. Edición N° 958. Pág. 70. Bogotá D.C., Colombia.

-----, TECNOLOGIA - `Mailbomb` estalla en el Golfo Pérsico. Marzo 3 AL 10 del 2003. Edición N° 1.087. Bogotá D.C., Colombia.

-----, SALUD – Psicología. Problemas en pantalla Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111. Bogotá D.C., Colombia.

-----, ECONOMIA – Medios de Comunicación ¿El `Gran Negocio`? Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111. Bogotá D.C., Colombia.

-----, Informe Especial – Depresión Agosto 18 a 25 de 2003, Edición 1.111. Bogotá D.C., Colombia.

-----Separata. Gran Hermano – Semana. Las dos caras del *reality*. Por Fernando Ramírez. Edición N° 6 – Septiembre 5 a 11 de 2003. Bogotá D.C., Colombia.

-----Nación – Los niños de la guerra. Septiembre 29 a octubre 6 de 2003. Edición N° 1.117. Bogotá D.C., Colombia.

-----Cultura. Dos caras de la misma moneda. Junio 28 a Julio 5 de 2004 Edición N° 1.156. Bogotá D.C., Colombia.

-----Vida Moderna – Ciber universo en expansion. Por Silvia Camargo. Editora de Vida Moderna de SEMANA. Edición Especial. Diciembre 18 a 25 de 2006. Bogotá D.C., Colombia.

REY, Germán. El cuerpo del delito, representación y narrativas mediáticas de la seguridad ciudadana. Bogotá D.C., Centro de Competencias en Comunicación para América Latina (C3) – Fescol. 2005.

-----Silecios prudentes, protagonismos activos. Narración y medios de comunicación en el conflicto bélico. El caso de Las Delicias, en Rey, Germán. Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas, Bogotá D.C. Fescol, Cerec, Fundación Social, págs. 221-242.

REYES, Lola y Pardo Neyla. Un Modelo Linguistico para el análisis integral de discursos. Bogotá, Instituto Caro y Cuervo, 1991.

RODRIGUEZ Adrados, Francisco. Linguistica Estructural. Madrid, Gredos, 1969.

SERRES, Michel. Hominiscence. Le pommier, París. 2001.

SODRE, Muñiz. Sociedad, cultura y violencia, Bogotá D.C., Editorial Norma. 2001.

SPAIN, S. "A Social History of Truth." Chicago: University of Chicago Press. 1994

University of California at Los Angeles. The UCLA Internet Report: Surveying de Digital Future; www.ccp.ucla.edu

UNIVERSIDAD del Valle- compilador- Lenguaje y Sociedad. Centro de traducciones Univalle, cali, 1983

VELA O., Bernardo. El Declive de los fundamentos económicos de la paz. De la Conferencia de Bretton Woods al Consenso de Washington. Universidad Externado de Colombia. 2005.

WINDHAM AND ORTON. "The Soul of the New Consumer". Allworth Press. Canada 2000.

www.creativegood.com "página principal"

www.emarketer.com/estats/091398_repeat.html

www.estats.com/estas/order.html

www.agapea.com/MEDIAMORFOSIS-n27447i.htm

www.poynter.org/eyetrack2000/

www.useit.com “página principal”