

**El Lugar de la televisión en la
construcción de Identidad
de los Adolescentes Escolarizados de
estrato cuatro en Manizales**

PAULA ANDREA PORTELA GARCÍA

**Tesis para optar al título de
Comunicadora Social y Periodista**

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Manizales, 2008**

**El Lugar de la televisión en la construcción de
Identidad de los Adolescentes Escolarizados
de estrato cuatro en Manizales**

PAULA ANDREA PORTELA GARCÍA

**Tesis para optar al título de
Comunicadora Social y Periodista**

JULIÁN BURGOS SUÁREZ

Tutor de la tesis

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
Facultad de Comunicación Social y Periodismo
Manizales, 2008**

CONTENIDO

I. RESUMEN ABSTRACT	4
II. MARCO CONCEPTUAL	5
1. LUGAR DE LA TELEVISION	5
2. ENCUENTROS	5
1.1 Apropiación	5
1.2 Resignificación	6
3. DEENCUENTROS	6
2.1 Rechazo	6
4. RECURSOS SIMBÓLICOS	6
5. RELATOS DE IDENTIDAD	7
6. IDENTIDAD	7
7. PARASER	7
III. ANTECEDENTES	8
IV. OBJETIVO GENERAL	16
V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
VI. JUSTIFICACIÓN	17
VII. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21

VIII. HIPÓTESIS	26
IX. MARCO TEÓRICO	28
1. IDENTIDAD	28
2. IDENTIDAD JUVENIL	33
3. QUIENES SON LOS ADOLESCENTES	34
3.1. Escolarizados	37
3.2. Estatus social	40
4. LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD	42
4.1. Los referentes y experiencias	44
4.1.1. Los adultos: la familia y el colegio	46
4.1.2. Amigos	48
4.1.3. El pasado	49
4.1.4. Los medios	52
4.1.4.1. Recursos simbólicos	54
4.2. Las perspectivas plurales en los modos de pensar	57
5. LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN	58
5.1. Textos	61
5.2. Oportunidades	64
5.3. Géneros y Formatos	66
6. PROYECTAR IDENTIDAD	72
6.1. Lenguajes	74
6.2. Medios de narración	77
6.3. Símbolos	80
7. EL ADOLESCENTE, LA IDENTIDAD Y LA TELEVISIÓN	81

7.1. Lo vivido y lo que refleja la televisión	85
7.2. Uso de los contenidos	86
7.3. Proceso de negociación: encuentros y desencuentros	89
X. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	92
XI. ESTRATEGIA METODOLOGÍA	95
1. Fuentes de Información	96
2. Técnicas e Instrumentos para la recolección de información.	98
3. Procedimiento del estudio	100
4. Validación de la Investigación - Análisis de Resultados	101
XII. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	103
1. Muestra en profundidad	103
2. Proceso de interpretación	105
3. Reflexiones desde las preguntas	119
XIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
XIV. FIGURAS	125
XV. BIBLIOGRAFÍA	129
XVI. ANEXOS	134

I. ABSTRACT

La investigación se enmarca en un paradigma comprensivo interpretativo, con el propósito de “Comprender el lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescentes escolarizados de estrato 4, entre los 13 y 16 años de edad de la ciudad de Manizales”. La investigación indaga por las distintas expresiones de identidad y los recursos simbólicos de la televisión inmersos en ellas, por el reconocimiento de los encuentros y desencuentros en el proceso de construcción de identidad mediante el referente de la televisión; además de comprender los procesos de construcción y transformación de la identidad de los adolescentes escolarizados en torno a la televisión.

Dado el marco de la investigación cualitativa en la que se desenvuelve, las preguntas ahondan en lo subjetivo, lo cultural, los procesos sociales y los significados individuales y colectivos de realidades de diferente naturaleza; es decir, preguntas esenciales por una lógica interna de los fenómenos y realidades en las que se adopta un pensamiento orientado más hacia el descubrimiento que a la comprobación.

Se plantean como categoría de análisis, *los encuentros* como la experiencia positiva y recíproca entre los procesos de resignificación y apropiación de los adolescentes y la televisión a través de múltiples recursos simbólicos que lo llevan a crear sus propios sentidos y modos de existir en la sociedad; y *los desencuentros*, referidos a la vivencia que no genera la posibilidad de cambio y por el contrario, es rechazada por los adolescentes luego de no adaptarse a sus modos de relato y resignificación, además de tornarse indiferente dentro del proceso de elaboración de parecer.

Para la recolección de la información se acudió a las historias de vida, dado que a través de las narraciones, se ausculta en gran parte del grupo general de adolescentes de Manizales, a través de patrones generales o abiertos que dan cuenta del proceso de construcción de identidad desde sus relatos de vida. El procesamiento de información se da desde el software o programa Atlas ti.

II. MARCO CONCEPTUAL

Lugar de la televisión

No se reduce a configurar el lugar como un espacio físico, delimitado y cuadrulado en el cual se desenvuelven las acciones humanas; por el contrario y desde una concepción eminentemente simbólica, se concibe como esa apropiación que el adolescente asume sobre la mediación de la televisión en su proceso de formación humana. Allí se tejen sus procesos de construcción de identidad en tanto mediación y agente socializador; todo un referente de resignificación y trasmisión de recursos simbólicos en su tarea de construcción de sentido.

Encuentros

Se trata de un proceso de negociación entre el adolescente, su relatos y los recursos simbólicos ofrecidos por la televisión, es decir, la aceptación y apropiación de lo transmitido por el medio audiovisual, o lo que es aún más productivo, la resignificación a través de la discusión entre lo que se presenta ante sus ojos y lo que quiere para sí. En dichos encuentros hay apropiación y resignificación

Apropiación

Es aquí donde el adolescente adopta, adapta o relaciona los diferentes significados presentados por la televisión para adherirlos a su propia identidad, ya sea porque está de acuerdo con lo que se muestra, le gusta o simplemente lo ha vivido.

Resignificación

Es el proceso de construcción, de codificación y reconstrucción de identidad, en el que las diferentes experiencias de la realidad son modificadas y reevaluadas por las observadas en la televisión. Aquí el sujeto reestructura los significados que le ofrece la televisión con los adquiridos en sus experiencias, es decir, con los diferentes referentes para crear sus propios relatos.

Desencuentros

Es la experiencia negativa con la televisión, en la que el adolescente refuta o crítica los diferentes recursos simbólicos y resiste a negociar sus posturas, narrativas, o el mismo proceso de construcción con lo transmitido por el medio audiovisual. Sin embargo, no se niega o descarta que parte de ese desacuerdo haga parte del análisis de lo que el adolescente quiere para su 'paraser'.

Rechazo

Se comprende como el desencanto y negativa a los diversos recursos simbólicos transmitidos por la televisión; son momentos en los que los adolescentes desaprueban las experiencias y sentidos que se le presentan, por tanto prestan poca atención o sólo los ignoran.

Recursos simbólicos

Se habla de nuevas señales, sentidos y códigos de interacción; diferentes lenguajes y significados que propician la elaboración de nuevas expresiones, de nuevos gestos, de nuevas formas de vestir y por ende, nuevos pensamientos. Se infieren otras formas de representación y de lenguajes que les permite ser y proyectarse como sujetos, de igual manera, nuevas construcciones de relatos que emergen desde los mensajes de la televisión como propia postura personal.

Relatos de identidad

Exteriorización de la identidad de un individuo, narraciones, representaciones y repertorios simbólicos que aluden a un ser único que se identifica ante una sociedad. Mecanismos mediante los cuales pueden proyectar su ser y parecer como su propia elaboración mental: modelos, palabras, estilos, criterios, ideas, símbolos, escritos, valores, saberes, sensibilidades, espacios, gestos, formas de vestir.

Identidad

Denota la definición que se tiene de sí mismo; identidad que se construye a través de experiencias y referentes, pero que no solo se interioriza, sino que se expresa y aparece. Incluye sentidos, valores, deseos, pensamientos y todo lo que un individuo representa, con lo que se identifica y aparece como si mismo dentro de una sociedad y sus contextos.

Paraser

Creado en esta tesis como el *paraser*, se trata de la combinación entre el ser y el parecer, en donde se cruza el primero con el segundo y viceversa para expresar la misma identidad, aunque dentro del proceso de construcción de identidad el parecer no siempre termina reflejando el ser, sino el querer ser para la aceptación mediante las apariencias. Sin embargo se habla del parecer como la expresión y exteriorización del ser, ya que se necesita tanto del uno como del otro para la proyección de la identidad.

III. ANTECEDENTES

En las investigaciones consultadas para la realización de este proyecto se encuentran textos y artículos con distintas exploraciones que esclarecen dudas en relación a la actitud y cambio de los jóvenes con respecto a sus prácticas culturales, además de los discursos sobre la propia identidad. Pero la preocupación de este proyecto de investigación es por la manera como forjan una identidad y por la injerencia de la televisión en esta construcción.

Las investigaciones analizadas infieren que la escuela podría estar siendo reemplazada por la televisión y los demás medios de comunicación, pero no dicen de qué manera éstos influyen para acoplar sus estrategias de cambio en la identidad adolescente y sus formas de narrar la vida. Dichas exploraciones indagaron sobre los cambios que ejercen los medios sin estudiar la influencia que puedan generar, como una de las posibles determinantes de esa transformación de la identidad, además de la relación casi impositiva en la que se ha convertido la televisión.

Ángela Garcés Montoya¹, comunicadora social y periodista, lideró *Nos-otros los jóvenes*, como parte de la investigación “Culturas Juveniles Contemporáneas, una Aproximación Antropológica”, la cual fue desarrollada en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín con el apoyo de la Dirección de investigación. Este trabajo, publicado en la revista *Escribanía, comunicación cultura región*, deja ver las identidades de los jóvenes adscritas a redes, además concibe a los medios masivos de comunicación como medio de difusión y no como factor transformador de identidad.

¹ GARCÉS MONTOYA, Ángela. *Nos-otros los jóvenes*. En: *Escribanía, comunicación cultura región*. No. 13. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. Colombia. 2004.

“Las culturas juveniles urbanas ofrecen un campo de investigación que supone el surgimiento de nuevos procesos de socialización e identificación social. Se revisará el proceso de visibilización del joven durante el siglo XX y se hará necesario reconocer la evolución cultural que inauguran los jóvenes y las mujeres en los procesos de modernización y globalización, ya que en ese contexto socio-cultural la identidad sufre serias transformaciones. Esto, para entender que la identidad no está determinada por la naturaleza (orgánica y genética) y que hay que avanzar en la desmitificación de la identidad concebida como unidad, y así dejar emerger las identidades juveniles adscritas a redes, flujos, moviidades, instantaneidad, desanclajes”²

Como se lee en esta cita, los investigadores observaron la vida institucionalizada o las culturas juveniles basados en dos categorías: el hombre y la mujer como actores que han revolucionado las concepciones “connaturales” y los imaginarios simbólicos. En lo presentado por la autora, la identidad se forma a través de la experiencia de grupo y no individual; allí es posible considerar que los medios de comunicación juegan un papel importante porque emiten mensajes e ideologías en forma general, masiva e incluso diversa y multifacética, más no personalizada, lo que le permite al individuo escoger, socializar y explorar.

Aunque en esta investigación no se aclara la diferencia entre cultura juvenil e institucionalizada, sí se hace una distinción entre el mundo adulto y el mundo joven, en tanto comparación importante para la investigación: *“El lugar que ocupa la televisión en la construcción de identidad del adolescente”* dado que el joven puede ser más vulnerable que el adulto por su inmadurez.

Dentro de otros estudios relacionados con el tema de investigación, se encontró “Intelectuales, televisión y cultura”, estudio desarrollado por Diego Portales Cifuentes³, profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile y director de regiones de la Televisión Nacional de Chile.

² *Ibidem*.p. 25

³ PORTALES CIFUENTES, Diego. *Intelectuales, televisión y cultura. Escribanía, comunicación cultura región*. N° 4. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. Colombia. 2000.

Investigación en la que Portales Cifuentes plantea que la televisión es el medio para el proceso de enculturación en detrimento del libro y la academia, pero enfocado en una mejora del modo de transmisión de intelecto. El autor agrega un valor cultural más amplio y efectivo, mientras que, *el lugar que ocupa la televisión en la construcción de identidad del adolescente* buscó encontrar el papel de la televisión como un referente para que el adolescente se defina así mismo. A propósito:

“La relación entre intelectuales, cultura y televisión es una de las polémicas más agudas en la actualidad, no sólo por la separación tajante entre los dos mundos, sino por sobre todo, por el papel preponderante que ha venido asumiendo la televisión en el proceso de enculturación, en detrimento del universo del libro y la academia que sigue siendo el reducto de la intelectualidad tradicional. Aquí no se propone profundizar en la separación sino buscar caminos de colaboración que le puedan agregar valor cultural a los productos televisivos.”⁴

Portales propone una adaptación al mestizaje cultural, mezcla de cultura culta y popular, pero al mismo tiempo cita autores que hablan de la cultura popular como proceso decadente de la cultura culta; presenta una propuesta que elimina la cultura tradicional poniéndola en manos de la nueva cultura de masas. Concientiza sobre el televisor como apropiador de lo intelectual e induce a un carácter de mestizaje que sólo quiere acabar con la academia y sus textos; plantea así, la ampliación de calidad y el poder de la televisión al igual que el incremento de contenidos.

Siguiendo con los antecedentes, aparece “Entre la homogeneidad y la resistencia: apuntes sobre las identidades juveniles urbanas” investigación realizada por Juan Manuel Castellanos Obregón y Gloria Isabel Puerta Escobar (2004), él como profesor del Departamento de Antropología de la Universidad de Caldas y ella como estudiante del mismo departamento.

⁴ *Ibidem.* p.3

Los autores de esta investigación aseguran que la identidad como tal se perdió, sólo que se transforma día a día y depende de la forma en que sea percibida, experimentada, creada y adaptada, es decir, se da a medida de que es vivida y adoptada por cada individuo dentro de una sociedad...

“¿Se han diluido las ideas fijas de identidad: territorio, lengua, raza, religión y nacionalidad? Hoy coexisten múltiples y diversas formas y maneras, estilos de construir y comprender la realidad. ¿Qué cambió? ¿La forma en que la experimentamos? ¿La forma en que soñamos? ¿La forma en que la concebimos? Las dinámicas del reconocimiento, visibilidad y ocultamiento son expresiones simbólicas del ser. Las identidades son narraciones, maneras de presentarnos, escenarios y escenificaciones del símbolo, del simbolismo, cristalizaciones del self que conjugan: dinámicas modernas, dinámicas urbanas, la propia historicidad gruesa (social) y delgada (personal) y los escenarios: la ciudad, la calle, lo público y lo privado.”⁵

A la pregunta: ¿Qué papel juega la televisión en esta transformación de la identidad? No hay respuesta, porque sólo estudiaron el comportamiento y acción social de los jóvenes ante la identidad, no qué la cambia, qué la elimina o qué la revoluciona.

Contrario a ellos, Sandra Milena López Arias⁶, hizo su tesis para optar al título de profesional en Desarrollo Familiar en la Universidad de Caldas, “El significado que la familia le atribuye a la televisión como un medio de comunicación y su incidencia en los procesos de interacción familiar”.

Es claro que aunque la investigación no iba dirigida a un campo de estudio juvenil, sí vincula la televisión con la interacción familiar como un medio de comunicación multidisciplinar y cultural que está fortaleciéndose cada vez más. A diferencia de

⁵ CASTELLANOS OBREGÓN, Juan Manuel y PUERTA ESCOBAR, Gloria Isabel. *Entre la homogeneidad y la resistencia: apuntes sobre las identidades juveniles urbanas*. Escribanía, comunicación cultura región. N° 12. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. Colombia. 2004.p.15

⁶ LÓPEZ ARIAS, Sandra Milena. *El significado que la familia le atribuye a la televisión como un medio de comunicación y su incidencia en los procesos de interacción familiar*. Tesis para alcanzar el título de profesional en Desarrollo Familiar. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de Caldas. Manizales. 2004.

la investigación que aquí se quiso trabajar, la autora de dicho trabajo de grado pretende conocer el significado que tienen los integrantes de una familia acerca de la televisión como un medio de comunicación y la incidencia que ésta tiene en los procesos de interacción familiar.

Investigación basada en el control de los medios de comunicación, en donde su autora los firme de recíprocos e interactivos y han logrado transmitir mensajes que no sólo captan la atención, sino que permiten “crear y recrear una visión de mundo y de la realidad, a partir de las interpretaciones que presenta este medio de la realidad”⁷.

De allí que, aludiendo al lugar que ocupa la televisión en la sociedad, en este caso en la construcción de identidad, se encuentra un punto en donde es innegable asegurar que “la televisión ha dejado de ser un objeto ‘insignificante’ en la familia para convertirse en un ‘miembro’ más de la misma”⁸.

Como lo afirma la autora del proyecto realizado:

“La televisión disminuye la comunicación familiar, moldea las conversaciones, transforma aspectos como horarios, comidas, lenguajes, distribución de tiempo y otras muchas formas de relación interpersonal tanto en el espacio doméstico como social, posibilitando o inhibiendo los procesos de interacción familiar, los cuales son considerados como las relaciones que se establecen entre los seres humanos, donde comunican o intercambian todo un conjunto de símbolos y significados que dan cuenta de la percepción que tienen tanto de la realidad familiar como social”⁹.

Sin embargo, la tesis que aquí se menciona no se preocupa por una construcción de identidad, sino por una interacción que da pie a la unidad familiar en donde la televisión independientemente de su función, está dejando de ser un instrumento para convertirse en un todo para ello.

⁷ *Ibidem.* p.3

⁸ LÓPEZ ARIAS, Sandra Milena. *Ibid.* p.3

⁹ *Ibid.* p.3

Otra investigación destacada es la desarrollada por Claudia Patricia Pinilla Amador¹⁰ quien para optar al título de magíster en Pedagogía activa y desarrollo humano, presentó la tesis "Proceso de construcción de la identidad del adolescente que consulta en la comisaría segunda de familia de la ciudad de Manizales".

Esta investigación "surgió de la inquietud que genera el alto número de casos relacionados con la problemática del adolescente, recibidos a diario en la comisaría segunda de familia, allí tanto el joven como sus padres solicitan la intervención psicológica"¹¹. La diversidad de conflictos y vivencias presentados provocaron, en la autora, una preocupación por los procesos de construcción de identidad de estos jóvenes, en donde fue necesario intervenir la atención que brinda la comisaría y los adolescentes consultantes, asimismo estudió las dinámicas internas de la familia y los demás espacios de socialización que contribuyen a la construcción de la identidad.

Y aunque el objeto principal a estudiar es el proceso de construcción de identidad de los jóvenes, esta investigación no se preocupa por el lugar de la televisión sino por unas relaciones e intervenciones que, luego de generar diversos conflictos y distorsiones tanto familiares como sociales, los lleva a presentarse a la comisaría de familia.

Como puede observarse, tanto para el proyecto como para el estudio antes realizado, es clave que la construcción de identidad está mediada por procesos de configuración, ligados a la relación con su familia, con el entorno escolar y su grupo de pares como miembro de un contexto social. Pero ¿qué lugar ocupa la televisión, en dónde se ubica y qué produce en el adolescente?, es algo que no se trabajó en esta investigación.

¹⁰ PINILLA AMADOR, Claudia Patricia. *Proceso de construcción de la identidad del adolescente que consulta en la comisaría segunda de la ciudad de Manizales*. Tesis para optar al título de magíster en Pedagogías activas y desarrollo humano. Centro de educación y desarrollo humano CINDE. Universidad de Manizales. 2000.

¹¹ *Ibidem*. p.1

De igual manera, ésta no es su preocupación, pero luego de analizarla detalladamente se podría decir que cabe dentro de las causantes de múltiples conflictos y situaciones, debido a la proyección de la identidad de estos jóvenes que aprenden a través de la televisión.

Por último, se recopiló la tesis de Doctorado realizada por Germán Muñoz González¹², “La comunicación en los mundos de vida juveniles hacia una ciudadanía comunicativa”, investigación que nace de pensar en las políticas de juventudes desde la vida, experiencias y relaciones entre sí y cuyo resultado afirma que la comunicación es un asunto básico en la vida de los jóvenes, en tanto la comunicación se maneja como el medio, la tecnología, el tiempo libre o el tiempo de ocio.

El autor de este estudio asegura que la comunicación es importante en la vida social de los adultos, porque se trata de tocar al otro, moverlo y afectarlo, porque según él: “somos seres emocionales”. Es de esta manera como Muñoz plantea que el vínculo social es la capacidad de poder encontrarnos y constituir otro; y aunque no se plantea el concepto de identidad, esa relación comunicación y los mundos de vida juveniles, sean políticos o no, hacen parte de una construcción de identidad que asegura entre sus frases, sin abordar la identidad con mayor profundidad.

La comunicación o la televisión como medio de comunicación hace parte tajante de la cultura o viceversa, es una de las rupturas mencionadas por Muñoz¹³ en su tesis, *De los medios y las tecnologías a la comunicación en la cultura*, allí donde alude a los escenarios como relación de la otredad. Y es este punto en especial, el que nos compete, la identificación del lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescentes.

¹² MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *La comunicación en los medios de vida juveniles hacia una ciudadanía comunicativa*. Tesis para optar al título de doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Centro de estudios avanzados en niñez y juventud. CINDE. Universidad de Manizales. Colombia. 2006.

¹³ *Ibidem*.

Hay que dejar muy presente que el mayor inspirador y guía en el proceso de actual proyecto fue el autor de esta tesis y gran base del estudio se centró en esta investigación, porque contiene los referentes pertinentes para un proceso de construcción de identidad, en donde no sólo está la tecnología, sino la relación con el otro, consigo mismo y con la ciudad, escenarios que se ven muy claros en esta investigación.

Sin dejar de lado dos investigaciones publicadas en el Proyecto Atlántida, adolescentes y escuela que fueron referidas dentro del marco teórico: “Soledad e ilusiones, la construcción de la identidad” de María Luisa García Martínez y “Ser o parecer: crecer en la incertidumbre” de Marta Luz Parodi Zuluaga, en las cuales se refleja todo el proceso de construcción de identidad de un adolescente y las diversas experiencias que vive dentro de cada uno de los referentes para el fortalecimiento de su yo interior.

Es pertinente aclarar que dichas investigaciones tiene un carácter más psicológico y de comportamiento, aunque involucraron a la televisión como un referentes más dentro del proceso de construcción de identidad. García intentó comprender al adolescente en ese proceso de reelaboración de sí mismo y Parodi, dentro del mismo proyecto y con los mismos adolescentes, quiso comprender el parecer y ser de estos sujetos que buscan su construcción de identidad y de la misma manera entender sus entornos y experiencias de vida.

De esta manera, se pueden reconocer un sin número de investigaciones, estudios e indagaciones sobre el matiz que puede generar la televisión en el hogar, en la escuela, en identidad cultural y sobre todo en la construcción de identidad del adolescente; sin embargo, faltó comprender cuál es el lugar, función o papel que puede tomar este medio audiovisual en el sujeto, en ese proceso de búsqueda y resignificación de ser y además qué tan relevante o ecuánime puede llegar a ser en los adolescentes de estrato cuatro en la ciudad de Manizales.

IV. OBJETIVO GENERAL

Comprender el lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescentes escolarizados de estrato 4, entre 13 y 16 años de edad de la ciudad de Manizales.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las distintas expresiones de identidad y los recursos simbólicos de la televisión inmersos en ellas.
- Reconocer los encuentros y desencuentros en el proceso de construcción de identidad mediante el referente de la televisión.
- Comprender los procesos de construcción y transformación de la identidad de los adolescentes escolarizados en torno a la televisión.

VI. JUSTIFICACIÓN

La televisión como medio de comunicación fundamental en nuestra sociedad es uno de los referentes para la construcción de identidad de los jóvenes, sus diversos modos de asumirla la han convertido en esencia de sus vivencias y en componente sustancial de sus quehaceres cotidianos.

Son muchos los estudios que se han desarrollado sobre la televisión, su lenguaje y su influencia en la sociedad, de igual manera dentro de la construcción de identidad; pero qué magnitud, lugar, papel o función, no se ha dilucidado hasta el momento y mucho menos en los adolescentes, etapa ecuánime y fundamental para la vida del ser humano dentro de un grupo social en donde el medio audiovisual ha tomado un estatus preponderante y común, nada extraño en la actualidad.

Comprender el lugar que ocupa la televisión en la construcción de la identidad de los adolescentes escolarizados de estrato cuatro (4) en Manizales fue el objetivo de esta investigación, con base en las proyecciones de identidad que se ven en los adolescentes y que se reflejan en la apropiación de los contenidos de la televisión en su vida cotidiana.

Sobre todo, en un día a día que trasciende entre las nuevas tecnologías y su evolución, las cuales llegan a los adolescentes ávidos de lo novedoso e interactivo, inmersos en una sociedad que aún no educa para comprender los contenidos de la televisión y a duras penas empieza a comprender los alcances de la internet y los celulares, en tanto escenarios y herramientas al alcance de todos y para todos sin excepción.

Mientras los adultos podrán adecuar los contenidos de la televisión, los jóvenes apenas están formando criterio de lo que ven allí, por eso están abiertos a todo lo que este medio les muestra. La televisión es uno de los referentes más fuertes para una construcción de identidad entre los 12 y 17 años de edad y más aún cuando se tiene la herramienta audiovisual a la mano. Por ello:

“Cuando se tienen 15, 16, 17 o inclusive 18 años es difícil saber qué se quiere en la vida, qué se es, cuáles son los valores que delinean un proyecto de vida. En esta edad apenas se tienen unas bases, buenas o débiles, construidas en la infancia y muchos deseos de probar su firmeza y eficacia. En este momento cuando nuestros adolescentes deben definir un futuro profesional con el mínimo índice de error, porque inmediatamente será catalogado como inestable y por lo tanto fracasado”¹⁴.

Con la aparición de la tecnología y el auge de la información no hay una sociedad homogénea sino una sociedad multicultural que se revierte en expresiones heterogéneas, en donde los medios de comunicación alcanzan un papel importante.

“La Televisión es un medio de comunicación de masas que penetra en la mayoría de los hogares colombianos. No existe distinción, llega a ricos y pobres, es considerado un fuerte medio porque integra imágenes y voz. Sin embargo, por poseer esas características y por tener la facilidad de llegar a la mayoría de la población se ha transformado en un arma de doble filo dada la calidad de programación que transmite sin considerar que, en la mayoría de los casos, sus espectadores son niños y jóvenes que no tienen un adulto que los oriente en relación a los temas que allí se desarrollan”¹⁵.

Se cree que la televisión incide en los jóvenes, no sólo en su formación sino en sus prácticas culturales, mediante las propuestas audiovisuales, la trasmisión de ideologías y conocimientos, además de la apropiación de sus mensajes. La

¹⁴ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. Soledad e ilusiones: la construcción de la identidad. Proyecto Atlántida, adolescentes y escuela I. Colombia. Tercer mundo editores. 1995.p. 325

¹⁵ BARRIOS, Gerardo; MONZÓN, Edgar; ROJAS, Robert; VILLACRESES, Carlos y VILLASMIL Jonathan. *Influencia de los programas de televisión en niños y adolescentes*. Instituto Universitario de profesionales gerenciales. Caracas. 1999.

televisión posee la peculiaridad de plasmar representaciones de la realidad y experiencias visuales y auditivas, las cuales son más efectivas que las visuales o auditivas por separado, dado que narran con mayor claridad y verosimilitud; por ello, es un medio sumamente eficaz para transmitir estilos de vida en comparación con los demás medios de comunicación social.

Teniendo en cuenta la aparición de este medio audiovisual con su papel importante en la interlocución, entre información y cultura, en su primordial trasegar en la sociedad y en su ascendencia en los hogares colombianos, en los que se encuentran algunos con más de un televisor, se percibió que es fundamental ubicar a los adolescentes en un punto promedio de consumidores mayoritarios; por lo cual fueron ellos los sujetos de estudio en esta investigación.

Hay que comprender que aquellos que tienen acceso a estos aparatos mediáticos son grupos sociales con valorativos recursos económicos o que en la medida de sus posibilidades se han esforzado por tener más de un televisor en su hogar e incluso con acceso a múltiples canales, por medio de una señal adicional, fuera de los canales nacionales o locales con los que normalmente se tiene cercanía.

“... en las familias más favorecidas económicamente, el televisor ocupa un lugar más discreto, en el dormitorio, o bien dentro de un mueble, disimulado entre libros y discos. La ubicación del aparato de televisión dice mucho sobre su lugar en el universo de placeres de la familia y sobre el vínculo de mayor o menor culpabilidad que sienten sus espectadores”¹⁶.

De la misma manera, se trató de adolescentes con una educación básica asegurada o por lo menos con un bagaje cultural que les permite tener niveles de instrucción, por los que en el estudio se tipificó como escolarizados. Muy claro lo deja entrever Roxana Morduchowicz (2.001) cuando afirma:

¹⁶ MORDUCHOWICZ, Roxana. *A mi la tele mi enseña muchas cosas: la educación en medios para alumnos de sectores populares*. Argentina. Paidós. 2001. p. 37

“La diversidad de expectativas familiares, la desigual legitimidad cultural y el acceso inequitativo a las alternativas lúdicas, generan una relación particular entre los chicos y los medios. Los consumos mediáticos están fuertemente marcados por las diferencias socioculturales. La recepción de estos mensajes será ciertamente vivida de manera distinta por niños de contexto social diferente. Las prácticas mediáticas de los sectores populares traducen también las limitaciones y desigualdades sociales”¹⁷.

En general, la construcción de identidad de los adolescentes puede pasar por la tradición, la cultura y la familia, desde la propia aceptación y adaptación de lo que los rodea en su mundo exterior, que, aunque alude a relaciones múltiples, los ubica dentro de una cultura que, en ocasiones, los confunde o los dualiza. Es el mismo joven, quien luego del encuentro con diversos referentes como la televisión, adquiere la capacidad de aceptación o decisión para forjar sus identidades y lograr una definición de sí.

Ver la construcción de identidad como un proceso que define a un ser humano que lo caracteriza y lo liga a tener diversas formas de ser y proyectarse a sí mismo, nos lleva a comprender a los adolescentes como parte de una cultura en que los cambios y evoluciones son cada vez mayores y permiten acrecentar la construcción no sólo de identidades sino de la misma sociedad, en simultaneidad con la reestructuración de leyes y costumbres de las que hacen parte.

En ese sentido, comprender el lugar de la televisión dentro de la construcción de identidad de los adolescentes, permitió no sólo inferir el medio como agente socializador, sino también magnificarlo dentro de la vida cotidiana de los jóvenes, a los cuales hay que orientar adecuadamente en su constitución como ser.

Es necesario concienciar a la sociedad de los diversos cambios que se vienen para que estén atentos a las diversas posibilidades y formas de entender, experimentar y descodificar lo transmitido en la televisión.

¹⁷ *Ibidem*, p. 35

VII. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según los pensamientos, comportamientos e ideologías de los jóvenes de Manizales, ellos están acogiendo, experimentando y adaptando diversos significados, símbolos y formas de vida de los medios masivos de comunicación, específicamente la televisión, dentro de la construcción de su identidad. Los jóvenes se han convertido en los multiplicadores de modelos que implementan en la vida cotidiana mediante la televisión.

“Esto significa partir de otro modelo para comprender las dinámicas de la vida social: uno que ese interesa por el movimiento, plantea nuevos espacios y relaciones y se dirige hacia la descripción de un nuevo régimen de reconocimiento e imaginación”¹⁸.

Al observar la pertinente función de la televisión como medio de comunicación, dentro de la formación del adolescente en tanto integrante de una sociedad y sujeto partícipe del desarrollo de la misma, se deduce su pertinencia y valor como un referente preponderante dentro de la elaboración del ‘*paraser*’ de cada ser humano.

Un ser que se construye en valores, derechos y deberes, es en esencia: ser y *parecer*¹⁹ dentro de una comunidad, porque de alguna manera es *ser él* como actor productivo que evoluciona recíprocamente junto a la televisión, como medio que deviene cambios propios de la nueva industria cultural de la pos-modernidad, dentro un proceso de encuentros y desencuentros en modo de negociación, aprobación y resignificación de sentidos, saberes y experiencias.

¹⁸ RINCÓN, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá. Editorial Norma. 2006. p. 11

¹⁹ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Ser o parecer: crecer en la incertidumbre*. Proyecto Atlántida, adolescentes y escuela I. Colombia. Tercer mundo editores. 1995.p. 328

Por eso, en estas nuevas transformaciones tecnológicas de la industrialización, en las que la televisión como agente socializador se adhiere a los diferentes referentes para la construcción de identidad, como la escuela, la familia y los amigos, fue menester profundizar en su lugar o función dentro de este proceso, teniendo en cuenta que de acuerdo a los diferentes estudios: "... la investigación sobre todo académica, desligada de la obligación de responder a las exigencias de la maquina televisiva, siempre ha dedicado mucha atención a las relaciones entre la televisión y la sociedad, a su recíproca influencia y a sus posibles elementos de conflicto"²⁰.

En conjunto con la televisión se ha dado la diversidad de una sociedad con sus significaciones y cambios devenidos de la post modernidad, los cuales empiezan a generar actitudes y modos de vida que rompen con la homogeneidad y lo público para preocuparse más por la individualidad y la divergencia, en que los múltiples significados y experiencias originan una heterogeneidad llena de propuestas, argumentos y narraciones que, como lo mencionan Casetti y Di Chion²¹, pueden generar en los adolescentes lecturas dominantes, negociadas y de oposición, frente a lo que se les trasmite.

Es aquí donde se observa un adolescente que busca diferenciarse ante los demás, intentando llamar la atención, realzando su importancia ante los adultos y elaborando nuevos métodos de distinción. Sujeto que, en una búsqueda de identidad, se deja permear por los diferentes referentes que lo rodean para experimentar y elaborarse a sí mismo, dentro de una etapa fundamental, que como tal, necesita ser orientada eficazmente para la construcción de su propia identidad.

Hay que tener en cuenta que la adolescencia es la etapa de crecimiento para llegar a la adultez y ésta comprende cambios, en tanto crisis que lo guían hacia

²⁰ CASETTI, Francesco y DI CHIO, Federico. *Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. España. Paidós. 1999. P. 293

²¹ *Ibidem*. p. 300

una autonomía no sólo mental sino social, en donde el sujeto busca una seguridad personal, una identidad; allí es donde se hace más evidente el papel de la televisión como medio interactivo y herramienta útil de debate, consciencia e información. Se le atribuye entonces, la función social como medio que integra la vida cotidiana y la pone a disposición de las personas en tanto mediador de la cultura, o como lo explica mejor Buonanno:

“En el ámbito del impacto cultural, porque los espectadores no son consumidores pasivos sino que reelaboran activamente los materiales que tienen a su disposición y se los apropian de manera consonante con la cultura o la subcultura y los contextos de vida cotidiana a los cuales pertenecen, y que, más de lo que se cree, siguen constituyendo para muchos, como afirmaba Alfred Schutz (1974), la *paramount reality*”²²

Incluso, es en esa reelaboración, cuando los medios de comunicación y en este caso, la televisión, juega un papel tan importante dentro de este proceso de información y entretenimiento como recurso²³ que presenta imágenes de la realidad; contiene además, esquemas que la explican, es decir, presenta repertorios e incluye sugerencias para la acción.

Cabe decir, que el medio audiovisual es considerado como uno de los referentes más significativos de los adolescentes para el proceso de construcción de identidad, porque es a través de la televisión, otra realidad fuera del ámbito familiar, escolar, cultural y social, que ellos conocen y experimentan gran parte del mundo y su entorno, mediante las noticias, películas, documentales y demás programas: “En mayor medida de lo que se reconoce, la ficción es real, en términos de aquel realismo emocional y simbólico que no restituye una imagen especuladora y fiel de la realidad factible, sino que abre el horizonte de las experiencias a esferas de elaboración, identificación y proyección fantástica, que

²² BUONANNO, Milly, *El drama televisivo, identidad y contenidos sociales*. Editorial Gedisa, España. 1999. Pag. 46

²³ CASETTI, Francesco y DI CHIO, Federico. *Ibidem*. p. 296

ya forman parte de la vida cotidiana y que, por eso mismo, son trozos significativos y actividades de efectos de la realidad”²⁴.

Desde el mismo instante en que el adolescente llega a hacer parte de una sociedad, empieza a vivir por ella y para ella, tanto en su experiencia como en su acción; también la televisión penetra los diferentes referentes que le ofrece la sociedad para construir su yo y desarrollarse dentro de la misma como ser participante y pensante que hace parte de una comunidad: “Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política”²⁵

De ahí que ante la pregunta ¿Qué lugar está ocupando la televisión dentro del proceso de construcción de identidad de los adolescentes de Manizales? El panorama es incierto, provocador; por eso esta investigación sobre el rol de la televisión dentro de la construcción de identidad, en tanto se dan diferentes referentes para el proceso de búsqueda del ser y parecer del adolescente, tanto por las vivencias como por las experiencias y en sí, por los relatos televisivos que juegan un papel crucial y primordial, tanto en el desarrollo como en la integración de referentes de identidad.

Y dado el marco de la investigación cualitativa en la que se desarrolló la investigación, fueron pertinentes las preguntas por lo subjetivo, lo cultural, el proceso social o el significado individual y colectivo de realidades de diferente naturaleza. Es decir, preguntas que tuvieron como eje de indagación la lógica interna de los fenómenos y realidades analizadas en la que se requirieron adoptar un pensamiento orientado más hacia el descubrimiento que hacia la comprobación.

Se llegó entonces a la necesidad de preguntar *¿Cuál es el lugar de la televisión en*

²⁴ BUONANNO, Milly, *Op.cit.* p. 60

²⁵ BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*. Barcelona. Editorial Anagrama. 2003. p. 28

la construcción de identidad de los adolescentes escolarizados de estrato 4 en Manizales? Ellos son seres partícipes, evolutivos física y mentalmente, re-estructuradores de valores y vivencias en su proceso de construcción de cultura y construcción de futuro. Se cuestionó también ¿Cuáles son sus distintas expresiones de la identidad y qué recursos simbólicos de la televisión están inmersos en ella? además, ¿Cómo comprender los procesos de construcción y transformación de la identidad de los adolescentes escolarizados en torno a la televisión? Y por último, pero muy importante ¿Cuáles son los encuentros y desencuentros dentro del proceso de construcción de identidad de los adolescentes escolarizados?

VIII. HIPÓTESIS

Como proceso de investigación cualitativa²⁶ es necesario aclarar que la hipótesis dada dentro de este proyecto tiene un carácter emergente y por lo tanto sensible a los cambios y descubrimientos que se desarrollaron mediante el proceso de indagación.

Teniendo en cuenta esta connotación cualitativa de naturaleza multicíclica y en espiral de acuerdo con Sandoval²⁷, estos procesos se inclinan por una modalidad de diseño semi-estructurado y flexible, lo que implica hipótesis de carácter emergente y no preestablecida, dado que las mismas evolucionarán dentro de una dinámica heurística o generativa y no lineal verificativa, lo que significa que de cada hallazgo o descubrimiento, en relación con ellas, se convierten en el punto de partida de un nuevo ciclo investigativo dentro de un mismo proceso de investigación.

Tomando la televisión como un referente de construcción de identidad, es preciso encontrar e inferir que el medio audiovisual, no sólo se ha convertido en un agente socializador y de interacción, sino que se ha convertido en un mediador para la negociación, en un lugar de encuentros y desencuentros que facilitan la resignificación de recursos simbólicos y relatos de vida.

Es en ella, donde los adolescentes, dentro de ese proceso de construcción de identidad, no sólo experimentan su desarrollo con la familia, la escuela y los amigos, sino que interactúan con imágenes, informaciones y representaciones de la realidad; se convierte en el vehículo para la imaginación y disolución del ser,

²⁶ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos. *Investigación cualitativa, modulo 4*. Bogotá. ICFES. 1996

²⁷ *Ibidem*. p.41

entendida como el proceso de transformación y experimentación del yo. Así, los diferentes recursos simbólicos transmitidos son descodificados, interpretados y llevados a la balanza de lo que puede ser aprobado, re-significado o simplemente rechazado por estos jóvenes que buscan elaborar su propio 'paraser' en lo que propiamente podríamos llamar una negociación entre lo mediado, las cimentaciones atribuidas por la tradición y las diversas orientaciones que se pueden adquirir en la familia y en la escuela.

Frente a este planteamiento se pone en evidencia no sólo el papel que ocupa la televisión dentro del proceso de construcción de identidad de los adolescentes, sino la mutua contribución que se hacen dentro de la resignificación, en la que es claro ver como la televisión busca una cercanía con este individuo que empieza a transformar también lo audiovisual con realidades e historias que reelaboran los productos audiovisuales.

Se podría presumir que el lugar de la identidad en la construcción de identidad, se ve manifiesto como recurso simbólico y toma la función de socialización para una negociación que busca definir un yo en cada uno de los adolescentes.

Ante lo anterior, se infiere como supuesto de la investigación que la televisión se ha convertido en el instrumento más relevante dentro de los distintos referentes que tienen los adolescentes para la construcción de identidad. De tal manera que ocupa un lugar fundamental en las identidades de los adolescentes a nivel de sus creencias, sus modos de actuar, de comportarse y proyectarse hacia la sociedad que integran.

La televisión se 'camufla' luego de ser apropiada y re-significada por los adolescentes para convertirse en recursos simbólicos de los mismos en pensamientos, lenguajes, gestos y formas de vestir, que en su momento fueron transmitidos por el medio audiovisual pero fueron codificados y transformados de acuerdo a cada una de las identidades construidas.

IX. MARCO TEÓRICO

1. LA IDENTIDAD

Son muchos los estudios que han hecho sobre la identidad, más aún cuando interesa conocer el estado juvenil y sus formas de existir; pero luego de leer varias investigaciones y estudios sobre ella, se llega a un punto central para la investigación.

La identidad es un concepto amplio referente al yo y al ser de cada individuo, es la capacidad de definirse a sí mismo, una identidad que se constituye a través del tiempo y la evolución, en búsqueda de una consciencia única que lleva al sujeto a distinguirse de los demás. Es decir, a forjar un ser que va en pro de un futuro, unos sueños de vida y unas narrativas o expresiones de la subjetividad que cambian de acuerdo a las experiencias personales e individuales.

Es en la identidad, en donde cada individuo relata su historia y se forja un futuro orientado por distintos referentes, los cuales serán mencionados más adelante, que perfilan o perfeccionan los diferentes ideales, culturas, lenguajes y metas con las cuales, en este caso, los adolescentes pueden crear su identidad. Dado que, "Todos tenemos una historia conformada por un sinnúmero de experiencias, cada experiencia nueva reedita las anteriores, cada sueño o fantasía que nos surge en un momento de soledad, compañía o desconcierto, proporciona un nuevo vértice para narrar la vida"²⁸

Se viven muchas experiencias en búsqueda de una identidad, de allí que se reemplaza una por otra, sin dejar de un lado la primera, pues puede ser útil en su

²⁸ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 290

momento para fortalecer un yo único irreplicable y destacado entre las demás. Identidades efímeras y pasajeras que van en búsqueda de una identidad propia; se establecen entonces, infinidad de versiones de sí mismo y de mundos que suponen un escenario distinto.

La variedad de identidades en los adolescentes alude a la dicotomía del ser y parecer, donde el individuo crece y evoluciona para destacarse ante los demás, aprende y experimenta lo necesario para forjar su futuro y ser alguien. La identidad como el ser y el parecer, según Parodi²⁹, "lo que el individuo parece (apariencia externa) es un reflejo de lo que es... lo que es se proyecta en lo que parece". Es decir, el ser, el yo de cada individuo se ve reflejado en el parecer y será reconocido como la identidad misma, aunque dentro de una identidad débil puede no aparentar la misma esencial del ser, sino la del querer ser.

Parodi, también explica que el logro de una identidad es una tendencia de acercarse lo más posible a la coherencia entre el ser (ese que se siente como propio y auténtico) y las múltiples expresiones del ser: lo que hace, tiene, piensa, aparenta, desea, crea y construye como proyecto de vida. Así "... la identidad se establecería cuando el individuo tiene la sensación de que ese que expresa, comunica, y aparece, es él mismo"³⁰.

Es aquí donde se comprende esta dicotomía que revela la ruptura del ser humano, ese aspecto que se desarrolla con la experiencia y que evoluciona, se transforma o se debilita de acuerdo a las diferentes interacciones de mundo; se habla entonces, del carácter y la capacidad de tomar decisiones, de opinar, elegir y apropiarse para definirse a sí mismo como ser racional capaz de descubrirse e identificarse.

Porque cuando se habla de ser, se llega al punto esencial de la identidad, dado que el sujeto tiene la capacidad de definirse, es lo que siente como propio y único,

²⁹ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op.cit* .p. 328

³⁰ *Ibid*

es lo que lo caracteriza de los demás y lo hace diferente. Mientras que cuando se habla de el parecer se llega a dos hipótesis que sólo el individuo puede afirmar. Se refiere a si aquello que refleja y aparenta es su ser o contrario a ello, no es nada, es simplemente una 'máscara teatral' que le sirve de identidad para cierto público.

Y cuando se habla de escenarios se habla de los diferentes espacios que habita el hombre en los cuales tiene la posibilidad de compartir, de experimentar y al mismo tiempo de construirse, de ser y parecer, porque "No sólo hay que ser sino parecer"³¹.

"Si bien es cierto que el individuo actual de la cultura occidental está expuesto a más referentes y a una multiplicidad de relaciones que le exigen desempeñar más roles, obtener más información y tener una mayor amplitud de repertorios para comportarse, no significa que tenga que desarrollar varias identidades: la identidad es una. Tal vez ésta tenga que ser más fuerte para elegir y aprovechar la multiplicidad de oportunidades que le ofrece el mundo y desarrollar así sus múltiples dimensiones como ser humano"³².

Se llega a entender que dentro de esta dicotomía el ser y el parecer pueden relacionarse uno con el otro, pero del mismo modo pueden hallarse y llevar al sujeto a encontrarse con sus deseos e incluso trasladarlo a un desencuentro, tema del que se hablará más adelante.

"... la identidad es una, aunque con múltiples posibilidades de expresión, que ella se construye a lo largo de la vida a través de procesos de identificación con referentes del afuera, de los que el individuo interioriza elementos para integrarlos a su yo individual, el cual en la medida en que pasan los años se convierte en un nuevo espejo o referente que regula su vida cada vez con mayor independencia de los referentes externos"³³.

Se trata de una determinación personal, en donde van consignados no sólo

³¹ *Ibidem* .p. 327

³² *Ibidem* .p. 332

³³ *Ibidem* .p. 332-333

deseos, sueños, proyectos y pensamientos, sino criterios, valores, sentimientos, cualidades, defectos y sensaciones que de acuerdo a cada experiencia y situaciones vividas, van tomando un perfil más profundo y van aumentando el carácter único y toque personal de un ser único, entre muchos, que puede ser transformado y proyectado mediante diversos lenguajes, símbolos o gestos.

Un ser humano que actúa de acuerdo a los distintos escenarios en los que interactúa para sentirse bien consigo mismo, se diría que maneja cambios de proyección de identidad dependiendo del lugar donde esté y las personas con las que se encuentre. Y en muchos de esos contextos lo que aparenta, es decir el parecer, no es el ser sino que actúa de acuerdo a ese escenario. Por eso:

“Una conclusión general que se deriva de lo que Atlántida arrojó sobre los adolescentes colombianos es que muchos de los modelos y referentes hacia quienes miran, desean imitar o de los que sustraen características para incorporar, son aquellos cuya superioridad está estrechamente vinculada con el tener riqueza, lo cual representa en última instancia el beneficio de ser respetados, valorados y reconocidos ente los demás”³⁴.

Se comprende, que tanto los procesos de evolución del mundo, no sólo generan cambios dentro de las culturas y sociedades, sino que llegan hasta los individuos, dado que el contexto que los rodea hace parte de su formación personal, en su aprender del mundo y en su experimentación de sí, puesto que se trata del escenario principal del ser humano como ser pensante, dinámico, físico y emocional que actúa dentro de él.

De esta manera se considera la influencia de la globalización en donde tanto las tecnologías y medios de interacción han originado una gran cantidad de escenarios y estilos de vida que han llevado a los adolescentes a construir, no una sino varias identidades efímeras y pasajeras, dentro del proceso de búsqueda de una identidad propia y definida. Como lo menciona Jesús Martín Barbero(2.002):

³⁴ *Ibidem* .p. 336

“...las culturas más fuertemente locales atraviesan cambios que afectan a los modos de experimentar la pertenencia al territorio y las formas de vivir la identidad”³⁵.

Explicar esta situación es algo complejo, pero se puede decir que por la misma necesidad y naturaleza del hombre de ser sociable, en donde no sólo está rodeado por su familia, sino por sus compañeros de estudio, su grupo de amigos, docentes y demás, va tomando maneras distintas de ser en función de una aceptación dentro de cada uno de sus experiencias. Entonces camufla su ser con distintas formas de parecer, aunque en ocasiones aflora su ser sin temor alguno.

Es precisamente en la etapa de aceptación o integración a diversos grupos, en donde el individuo, aun no seguro de su ser o tal vez inseguro de manifestarlo, prefiere aparentar lo que no es ante diversos grupos sociales o personajes. Pero también en el mismo proceso de construcción, tratando de imitar o apropiarse de identidades ya creadas, vistas y aceptadas para encontrar la suya.

Sin embargo, es preciso entender que cuando se trata de una identidad definida, apropiada y aceptada, segura de proyectar y sin miedo a ser rechazada, el ser humano parece tanto es y viceversa, es tanto aparece en el mundo. Porque, “el logro de una identidad es una tendencia de acercarse lo más posible a la coherencia entre el ser (eso que se siente como propio y auténtico) y las múltiples expresiones del ser; lo que hace, tiene, piensa, aparenta, desea, crea y constituye como proyecto de vida”³⁶.

Orientados en el mismo sentido y entendiendo la identidad como componente inseparable y particular del ser humano, se tiene claro que la problemática de la presente investigación son los adolescentes y su construcción de identidad en torno a la televisión. Por tanto, sin desconocer su importancia, no se manejan

³⁵ BARBERO, Jesús Martín. *Desencuentros de la sociedad y reencantamientos de la identidad*. México. ITESO. 2002 p. 48

³⁶ *Ibidem* .p. 329

teóricamente aspectos como el desarrollo sexual, cultural, participativo y político, en tanto la alusión central es a la identidad juvenil, dado que son los adolescentes el cuerpo de la investigación.

2. IDENTIDAD JUVENIL

El joven está trasegando por la vida construyéndose a sí mismo, en un proceso permanente donde apenas está edificando cimientos y estructuras en las cuales el individuo se encuentra en una etapa de inicio. Periodo en el que todas las formas de ser cambian de acuerdo a las múltiples experiencias que se van viviendo, aún más cuando se siente nuevo y con la necesidad de conocer y aprender.

“El reconocimiento de estos cambios, que a su vez inciden en transformaciones de su entorno y en las instituciones con las que interactúa, implica hacer otra lectura de su evolución histórica reciente, de las formas de relación con ellos y de los abordajes conceptuales para comprenderlos en diversos ámbitos. La reflexión más avanzada la plantean las miradas transdisciplinarias, dinámicas, capaces de acercarse a su cotidianidad y de dar cuenta de los nuevos sentidos que están creando para proponer ‘nuevos modos de existencia’ acordes con el espíritu del tiempo”³⁷.

El adolescente transforma experiencias y vivencias para crear estilos de vida que los haga sentir únicos e irrepetibles y al mismo tiempo empiezan una etapa en la cual las tradiciones y la historia tan sólo son un complemento. Ellos necesitan sentirse identificados y para ello empiezan a crearse retos y formas de ser.

Es así como la identidad juvenil recoge tanto la experiencia de la escuela como las relaciones sociales que se manejen, allí el sujeto empieza a ser más racional y tiene la capacidad de aceptación y retroalimentación de lo que vive y experimenta, de lo que escucha y lo que quiere decir, de lo que le ofrecen y lo que quiere, es decir, aquí es él ante el mundo y su capacidad de ser.

³⁷ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* Cap. 2.1

“Los jóvenes articulan hoy las sensibilidades modernas a las posmodernas en efímeras tribus que se mueven por la ciudad estallada o en las comunidades virtuales, cibernéticas. Y frente a las culturas letradas – ligadas estructuralmente al territorio y a la lengua – las culturas audiovisuales y musicales rebasan ese tipo de adscripción congregándose en comunas hermenéuticas que responden a nuevas maneras de sentir y expresar la identidad, incluida la nacional. Estamos ante identidades más que precarias y flexibles, de temporalidades menos largas y dotadas de una flexibilidad que les permite amalgamar ingredientes provenientes de mundos culturales distantes y heterogéneos, y por lo tanto atravesados por dis-continuidades en las que conviven gestos atávicos con reflejos modernos, secretas complicidades con rupturas radicales”³⁸.

Es por esto que ésta es una de las etapas más vulnerables y delicadas del crecimiento del hombre, porque aunque el sujeto nace dentro de una cultura y crece con unas tradiciones, él empieza desde ceros a construirse. Desde el momento que nació hasta hoy, empieza a reevaluar todas aquellas concepciones de mundo antes vividos, pues corresponden a tradiciones existentes y una historia que no tiene marcha atrás.

Los adolescentes se enfrentan entonces a nuevos esquemas, nuevas historias y costumbres, muy distintas a las que había en el momento de su nacimiento; por eso empieza en su búsqueda de su identidad, sintiéndose sin cimientos o bases sólidas para llegar a ella. El joven construye sobre una andamiaje lleno de identidades efímeras, en donde una va transformando a la otra y poco a poco va evolucionando para ser cada vez más firme.

3. QUIÉNES SON LOS ADOLESCENTES

Los adolescentes se encuentran en una etapa de formación todavía muy incipiente y necesitan de la orientación para planificar su vida y forjar sus proyectos hacia el futuro; son aquellos dependientes de sus congéneres que apenas están

³⁸ BARBERO, Jesús Martín. *Jóvenes: comunicación e identidad*. México. ITESO. 2002 p. 48

conociendo su cultura y se encuentran en vísperas de construir la suya. En palabras de Muñoz³⁹ "carentes de madurez".

La adolescencia es el gran intervalo entre la infancia y la adultez, allí el sujeto revalúa lo vivido en la infancia o niñez y se enfrenta nuevas ideas de la vida en donde empieza a sentirse más libre e independiente; etapa en la cual lo diferente lo es todo. Muñoz explica más sencillamente en su tesis doctoral, que se trata de un proceso psico-biológico:

“Entre las edades existen fronteras y rituales que establecen de cada una a la siguiente. En el paso de la infancia y niñez a la adultez, las fronteras se hacen cada vez más difusas y elásticas. Dependiendo de épocas y culturas, e incluso de clases sociales y grupos étnicos, el inicio del ‘tránsito’ es cada vez más pronto y/o el paso a la adultez cada vez más tarde. La juventud sería una de esas fronteras – tal vez una etapa- muy dinámica, que se encuentra hoy en proceso de reconfiguración, como efecto de las profundas transformaciones ocurridas en los últimos cincuenta años. Incluso, en el discurso sociológico se llega a pensar que ya no existe, al menos en el sentido tradicional, como se verá más adelante”⁴⁰.

Si de definir la adolescencia se trata, muchos autores lo harían desde varias ramas derivadas como lo son la biología, la pedagogía, la sociología, los estudios culturales, el mercado o consumo y desde la política. Pero como el tema que compete es la identidad mirada desde la comunicación como campo de las ciencias sociales, sólo se tomarán unas pocas, entre ellas la sociología, los estudios culturales y un poco, dentro de la televisión, el mercado y el consumo.

Muñoz cita en su tesis, *La comunicación en los medios de vida juveniles hacia una ciudadanía comunicativa*, fuente de Musgrove, quien afirma que el concepto ‘juventud’ fue inventado por Rousseau en 1762, al ver como los sastres, los impresores y los maestros, emplearon un grupo de edad específico: el joven (ni adultos, ni niños).

³⁹ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* Cap. 2.1

⁴⁰ *Ibidem.* Cap. 2.2 a

“La juventud comienza a concebirse pues, en los sucesos que implican integración con la sociedad. Así, va surgiendo una legislación y unas convenciones sociales que perfilan lo que vino a entenderse como ‘juventud’⁴¹ .

Pero dentro de la sociología el adolescente es un sujeto en proceso de racionalización e interacción con el otro, puesto que apenas comienza a desarrollar su capacidad de relacionarse, su visión del otro y a forjar un criterio de selección y diferenciación.

Dentro de la misma tesis, Muñoz analizó al ser joven en la ‘sociedad del bienestar’ como un sujeto en formación durante la inserción en la escuela, la cual le capacitaría para el primer trabajo y el proceso de creación de su propia familia. Se trataría de una dialéctica que se establece entre la prescripción social relacionada con su ingreso a la institucionalización y la anticipación moral que implican las pautas de comportamiento en la vida adulta.

De acuerdo a lo dicho por Carretón(2000), los adolescentes viven en una etapa de maduración, son la obra en bruto de las transformaciones que presenta cualquier cultura, pero más que eso, las múltiples opciones que tiene la sociedad actual, en donde no sólo las tradiciones, la familia, el grupo social al que integran y los nuevos medios tecnológicos y de comunicaciones ofrecen formas y estilos de vida sino que propician el desarrollo y formación de estos seres que apenas empiezan su rumbo hacia la vida adulta.

“Parsons concibe la ‘cultura juvenil’ como una cohorte generacional distinta, sujeta a los procesos comunes de la socialización; es una experiencia transicional que establece una función positiva para el conjunto social al ‘facilitar el difícil proceso de ajuste de la niñez emocional dependiente a la plena ‘madurez’. Y en esa misma línea Ericsson plantea la adolescencia como una fase confusa en la formación de la identidad”⁴² .

⁴¹ *Ibidem. Cap. 2.2 b*

⁴² *Ibidem. Cap. 2.2 c*

Se habla entonces de una nueva generación, en donde la evolución del hombre y de su espacio va construyendo nuevas formas de pensamiento, nuevas lenguas y nuevos estilos de vida. Es decir, de la nueva generación nacen nuevas ideologías y nuevas identidades, que aunque guiados por los adultos y por instituciones dedicadas a brindar una orientación para ellos, dedican su tiempo a crear nuevas experiencias.

3.1. Escolarizados

En la edad media o en lo que es llamado más comúnmente como la adolescencia e incluso desde la niñez, el individuo empieza a descubrir su sociabilidad por medio de espacios que propician la interacción con el otro, con el que no sólo se siente relacionado sino que empieza a sentir la necesidad de compartir momentos, juegos, experiencias, opiniones y culturas como un medios de aprendizaje y formación como sujeto.

Los jóvenes no sólo se forman en su hogar sino que tienen la oportunidad de interactuar dentro de una institución educativa, en la cual adquieren aprendizajes orientados por personas con avances sustanciales en el conocimiento del mundo que los rodea y en la organización social, y que son especialmente asignados para asumir la responsabilidad de educar a los jóvenes.

“La escuela secundaria se encargará de dotar de conocimiento útiles para la producción a los futuros trabajadores. El individuo debe adquirir las habilidades para realizar sus funciones sociales y de este modo poder entrar a la vida adulta”⁴³.

Es claro ver cómo la institución educativa empieza a ser un factor importante en la etapa de socialización del individuo, pero más que eso, empieza a convertirse al mismo tiempo, en un espacio de relación con un igual que está en un mismo proceso de crecimiento y aprendizaje, aunque vive en una cultura y dentro de unas tradiciones diferentes.

⁴³ *Ibidem. Cap. 2.2 b*

“Al igual que la familia el mundo de los jóvenes estaba separado de la sociedad circundante, del ámbito de lo público, acrecentando la dependencia creciente respecto de los padres. La formación de un sujeto independiente requirió de un marco de referencia, un sistema educativo donde se formularon, como requisito previo, demandas sociales de capacitación para entrar a la vida social adulta”⁴⁴.

Facilitar a los jóvenes desenvolverse en un escenario como la escuela, propicia la compenetración con un igual, relaciones en donde van desarrollando cualidades inherentes del ser en que la razón empieza desarrollarse más fuertemente, gracias a las opiniones, debates, discursos y interacciones que tienen correlación con pares que comparten un común y que además empiezan a generar la necesidad de agruparse.

Los adolescentes por la misma necesidad que tiene él otro igual de conocer, de experimentar y de ir en una búsqueda de lo inexplorado, quieren permanecer unidos y empiezan a crear espacios de socialización para desenvolverse e interactuar, labor que al mismo tiempo es, en muchos casos, influenciada por los mismos padres, quienes buscan enseñarles formas de hacer sociedad y propiciar encuentros con iguales. “Iguales que forman una unidad social al generar valores y criterios únicos para el comportamiento, y una estructura social de líderes y seguidores”⁴⁵.

Es aquí donde juega un papel importante la escolarización del individuo de edad media para la investigación presente, porque abre la posibilidad de crear grupos de iguales y propiciar momentos de interacción y reconocimiento del otro, posibilitando un desarrollo educativo integral en donde no sólo debaten lo que viven sino lo que ven, tanto en la televisión como en la escuela.

“Para cuando los estudiantes llegan a enseñanza secundaria, ya no pasan la mayoría de su tiempo en una sola clase, independiente. Por el contrario, se mueven de una

⁴⁴ *Ibid. Cap. 2.2 b*

⁴⁵ Tr. Mercedes Pascual del Río. BERK, Laura E., *Desarrollo del niño y del adolescente*. Madrid. Cuarta Edición. Prentice Hall Iberia.1999. p. 805

clase a otra y tienen acceso a muchas actividades fuera de la regular enseñanza académica. Como resultado el relevante contexto físico convierte al colegio en un conjunto, la gente joven entra en un mayor número y variedad de actividades y mantiene más posiciones de responsabilidad y liderazgo. Por el contrario, multitud de estudiantes están disponibles para llenar actividades que encajan en grandes institutos, por tanto sólo una pequeña élite puede estar auténticamente activa⁴⁶.

Son un sinfín de experiencias ideológicas e intelectuales que le muestran distintos procesos mentales y temáticos, materias o áreas que lo llevan a comprender la historia de su mundo y a interactuar con ella, pero que también le dan bases para comprender diferentes modos y formas de percepción, expresión e interacción. Es dentro de la institución educativa, aparte de la formación familiar, en que el adolescente refuerza sus conocimientos y perfecciona el nivel crítico, racional, además cognitivo para experimentar mejor la televisión.

De igual modo es el centro educativo uno de los escenarios de debate o práctica de los diferentes temas, inquietudes que le deja su experiencia con la televisión, incluso puede llegar a ser el objeto de comparación o resignificación de los conceptos y opiniones creados frente a alguna especificidad. Sin dejar desmitificar la televisión como otra herramienta educativa de los profesores para una mejor lúdica en el aprendizaje, por el papel preponderante y eficaz que ha llegado a tomar.

Es gracias a estas posibilidades que el sujeto socializa y luego, sea durante su descanso, fuera del aula o dentro del barrio que habita, debate opiniones, comparte experiencias y demás formas de narrar su ser con sus iguales.

En este sentido, cuando se enfrenta a un adolescente instruido, se llega un sujeto que ha desarrollado un grado de socialización y de racionalización alto y relevante con relación a un individuo analfabeta, es decir, que puede tomar una posición más crítica y racional de cierto tipo de eventos e imágenes vistas en televisión, al

⁴⁶ BERK, Laura E. *Ibidem*. p. 832-833

mismo tiempo que tiene mayor capacidad de elección, puesto que se le ha sido inculcado con mayor profundidad.

3.2. Estatus social

Así como la escuela es una fase importante para la construcción de identidad, el estatus social también lo es, o por lo menos hace una diferencia en ese proceso de construcción de identidad. Cada ser humano tiene unos medios de vida y a la medida de sus posibilidades construye su vida, su calidad de vida.

Dentro de esas posibilidades esta la alternativa de estudiar, de trabajar y de experimentar dentro de un círculo social acorde a ese estatus que lo cubre: “Los consumos culturales de los niños adquieren significaciones muy diversas según el medio social al que pertenecen”⁴⁷.

Adentrando más en el tema de la televisión, cabe decir que en un estatus de clase media o estrato cuatro es posible encontrar un acercamiento más amplio en el adolescente que además de tener acceso al estudio, en su mayoría, realiza otro tipo de actividades extra clase y generalmente tiene televisor en su habitación o por lo menos, cuenta con más de un televisor en su hogar.

Mientras un adolescente de sector popular o con menores recursos económicos, escasamente tiene acceso a un televisor y en su hogar es posible que todos duerman en un mismo cuarto, se puede presentar una mayor unión familiar, desde los programas vistos por televisión en compañía y su interacción con los medios es aún más constante, pero no tan independiente, dado que no ve a su elección y por las circunstancias tiene que compartir. Es por eso que, “el entorno social no modela ni determina directamente a la persona, pero constituye el universo de significación a partir del cual el sujeto construirá su mundo y su percepción del universo”⁴⁸

⁴⁷ MORDUCHOWICZ, Roxana. *Op cit.* p. 33

⁴⁸ *Ibidem.* p. 34

Por lo anterior se analiza que lejano al adolescente de sector popular, los de mayores recursos económicos o estrato cuatro, además de elegir con mayor libertad y privacidad el consumo televisivo, también manejan sus tiempos sin excluir la posibilidad de socializar en ocasiones y ver televisión en familia.

Es viable decir también, que mientras más tiempo pase un adolescente frente al televisor y pueda pasar los canales a su gusto, podrá tener una libre asimilación de experiencias. Es decir, si el adolescente tiene la posibilidad de tener un televisor en su cuarto, tiene mayor libertad de escoger sus propios programas, a diferencia de un adolescente que ve en compañía de los padres todos los programas y por lo regular son programas que gustan a todos o termina siendo implantados no habiendo otra posibilidad. Precisamente por la necesidad de controlar lo visto por sus hijos, los adultos acaban, incluso, determinando los consumos. Contrario a ello:

“La fuerte reticencia de las familias de sectores medios respecto de la televisión se explica por el hecho de que, para ellas, el éxito del proyecto educativo pasa por la letra escrita y no por la imagen. En estas familias, en que el diploma de escolaridad está tan presente en las relaciones interpersonales, el control de la televisión forma parte esencial de las normas educativas, igual que los son las reglas de comportamiento en la mesa para las clases superiores, y ciertas prácticas de vestimenta para las clases populares”.⁴⁹

Es decir, hay consumo televisivo propio, pero aún con el control y regularización de horarios por la educación y la academia, hay mayor socialización de contenidos y experiencias de la televisión, al tiempo que se manifiesta una mayor importancia de la mediación y función de la televisión en la construcción de la identidad en articulación con los distintos entornos de desarrollo y comprensión de sí mismo.

Así como son muchos los aspectos culturales y morales que puede presentar un sujeto de estrato cuatro, similar actitud pueden tener los jóvenes que después de

⁴⁹ *Ibidem.* p. 40

tener un aprendizaje en la escuela, pueden tomar con mayor actitud individual las experiencias vividas. Porque no sólo la escuela y la televisión son lugares de saber sino que son mediadores que también posibilitan la reconstrucción de sus propios saberes; se habla de un alto bagaje cognitivo, por las amplias orientaciones tanto familiares, pedagógicas, televisivas y demás experiencias a las que tiene acceso, fuera de las distintas actividades lúdicas o extra clase que puede manejar gracias a los diferentes recursos económicos con los que puede contar.

4. LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD

La construcción de identidad puede pasar por la tradición, la cultura, la familia y la escuela, pero desde la propia aceptación y adaptación de lo que rodea al sujeto del mundo exterior, que aunque alude a relaciones múltiples, lo ubica dentro de una cultura y hasta lo confunde o lo dualiza. Porque es él únicamente, quien tiene la capacidad de aceptación o decisión para forjar sus identidades y lograr una definición de si.

Por más que se eduque, el ser humano busca la experimentación de su vida, él crea su identidad de acuerdo a lo que él mismo selecciona y considera puede ser la razón de existir, aun con la adquisición natural de identidades básicas de tipo religioso, étnico, territorial y nacional.

El ser humano habita un mundo globalizado pleno de transformaciones, un entorno no lejano a su accesibilidad y apropiación, es decir, a su formación y configuración. Es una realidad que trae la industria y la revolución, en que la televisión es mediación y socialización, por tener un lugar único en los hogares de cada uno de los adolescentes, diferente de las otras tecnologías como la internet, los celulares y demás, de oferta cada vez mayor, incluso transmitida por la misma televisión creando nuevas necesidades que el comercio y la industria empieza a

modelar en el individuo. El ser humano va en búsqueda de su existencia, de un reconocimiento y aceptación a ese mundo, dentro del cual se representa.

“Un signo innegable de la sociedad contemporánea es la irrupción en el ámbito público (nacional e internacional) de múltiples y diversas identidades o grupales que plantean nuevas reivindicaciones, que poseen otras lógicas, saberes y formas de conocer el mundo, de pensarlo y de actuar sobre él”⁵⁰

Dentro de un proceso del querer ser y reconocerse a sí mismo, está el acercamiento al saber, aquel que circula por una cantidad de redes, por las cuales el sujeto interactúa con el mundo, con su entorno y con sus componentes: “Los jóvenes por su parte requieren experimentar todo tipo de situaciones, algunas motivadas por el deseo de aprender el mundo adulto, pero la mayoría por el sólo hecho de vivirlas”⁵¹.

Barbero⁵² asegura que los jóvenes no añoran, los jóvenes experimentan lo que es una vida sin sentido. Es decir, en una búsqueda de sentido de los jóvenes, lo que hay son búsquedas de identidad: “Evidentemente como la clase media, el joven no existe, no puede tener identidad, es simplemente un lugar de paso, una transición. Pero cuando esa transición se espesa y grita y patalea, vamos empezando a pensar que allí hay una identidad”⁵³.

Y es precisamente en esa experimentación que se va madurando esa identidad, prácticas que no pasan porque sí, sino que hacen parte de una variedad de referentes y por diversas formas que aluden a momentos, espacios, instituciones y culturas. El adolescente empieza a definir nuevas formas de ser y existir, de identidad, hace parte de un nuevo ecosistema comunicativo y una revolución entre un mundo híbrido que lo cubre por medio de referentes.

⁵⁰ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* 4.4

⁵¹ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 318

⁵² BARBERO, Jesús Martín. *Cambios culturales, desafíos y juventud. Umbrales; cambios culturales, desafíos nacionales y juventud.* Colombia. Corporación región. 2000. p. 38

⁵³ *Ibid.* p. 38

4.1. Los referentes y experiencias

Hay que destacar que la identidad, como lo menciona Muñoz⁵⁴, no puede ser posible sin el otro: “Los pares”. El adolescente se enfrenta a múltiples escenarios de vida, en los cuales es inevitable que se relacione con el otro, tanto su familia como sus amigos, docentes y demás seres que lo rodean, juegan un importante papel dentro de su construcción de identidad.

Cada momento de la vida juega un papel importante en el proceso de adaptación y reconocimiento, porque es de acuerdo a cada uno de los referentes que los jóvenes pueden seleccionar ciertos componentes que consideran significativos, los transforman y los adaptan para luego apropiarlos.

“... la mera existencia objetivamente observable de una determinada configuración cultural no genera automáticamente una identidad. Se requiere de parte de los actores sociales la voluntad de distinguirse socialmente a través de una reelaboración subjetiva y selectiva de algunos de sus elementos”⁵⁵.

La conformación de la identidad pasa por el ámbito de las relaciones sociales, y es precisamente en este escenario donde se desarrollan las identidades, se realizan en un contexto social determinado y es a partir de él que el adolescente constituye sus acciones.

En nuestro caso, la adolescencia está en una etapa de búsqueda, porque no se ha definido el modelo o ideal que se desea como sujeto. Es un proceso que se logra a través de fases de identificación, en donde por lo regular el adolescente tiende a asemejarse a un ideal imitable en particular, ya sea por cosas en común o porque le gusta. Es por esta razón que la televisión puede llegar a convertirse un referente realmente preponderante ante los demás, no sólo por las múltiples identificaciones que ofrece, sino también por tratarse de un medio o escenario que no tiene límite alguno para transmitir infinidad de ideales, saberes y experiencias del mundo real

⁵⁴ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.*

⁵⁵ GIMÉNEZ MONTIEL, Gilberto. *Paradigmas de identidad. Sociología de la identidad.* Universidad Autónoma Metropolitana. México. Ediciones Porrúa. 2002. p. 38

por medio de variados personajes y narraciones a las que estos sujetos no son ajenos.

Se plantea entonces un amplio bagaje dentro del proceso de construcción de sí mismo, en que el sujeto tiende a aplicar diversas formas de ser y de vivencia de distintas apreciaciones y connotaciones de acuerdo a lo que vive, para replantear, negociar, rechazar o apropiarse significados o formas de ser a su identidad.

“Cada identidad creada exige una representación y un público que le corresponda a la función del momento. Son personas y auditorios que se crean y se desechan al terminar las representaciones. Cada creación es diferente a la anterior, lo que le exige crear nuevas historias de sí mismo. Es uno con sus amigos, otro con sus padres, otro con su novia o novio, otro consigo mismo. Ese ser otro no es cuestión de cambio ante la presencia de las personas, sino una cuestión de existencia, realmente es otro”⁵⁶.

El joven construye entonces ante una gran cantidad de públicos una versión de sí, que supone dar respuesta a las expectativas de los otros. Espectadores que hacen parte de los diferentes escenarios en los que participa: padres, hermanos, amigos, compañeros, profesores, etc., todos estos provistos de características y cualidades de acuerdo con los temores y deseos que está viviendo.

Una conclusión general que se deriva de lo que el Proyecto Atlántida⁵⁷ arrojó sobre los adolescentes colombianos, es que muchos de los modelos y referentes hacia quienes miran, desean imitar o de los que sustraen características para incorporar, son aquellos cuya superioridad está estrechamente vinculada con el ‘tener’ riqueza, lo cual representa en última instancia el beneficio de ser respetados, valorados y reconocidos ante los demás: “El tener ayuda al parecer... y al ser”⁵⁸.

Para ir más allá de los distintos espacios que permiten la construcción de

⁵⁶ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 292

⁵⁷ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit.* p. 328

⁵⁸ *Ibidem.* p. 337

identidad, es preciso aclarar que aunque la identidad es una, ésta tiene múltiples formas de expresarse y esa diversidad de narrar la propia existencia hace parte de los diferentes actos y escenarios que lo componen durante toda su vida. Por ello se mencionarán los más influyentes en el perfeccionamiento del ser del adolescente:

4.1.1. Los adultos: la familia y el colegio

Es la interacción con la adultez el referente primordial del adolescente, allí se construye como ser perteneciente a una comunidad, con unas tradiciones y unos genes que lo hacen partícipe de un grupo que lo ve nacer, crecer y desarrollarse a través del tiempo. La familia es la unidad principal de las sociedades, porque allí es donde se forjan los primeros valores y se dan las incipientes experiencias del joven.

“Buscan figuras de identificación reales o idealizadas para ayudarse a definir como personas. La relación con los padres les recuerda lo niños que fueron y siguen siendo. Al ampliarse la mirada del mundo, los personajes externos a su casa son los indicados: la profesora joven, el artista de cine, el amigo de la hermana mayor les proporcionan un horizonte para saber cómo quieren ser”⁵⁹.

La familia proporciona a los jóvenes las primeras experiencias como miembros de un grupo particular y con el sentido de pertenencia. Los padres que tienen dificultades con su propia identidad podrían generar conflictos en ellos.

Este es el escenario base de socialización de las personas, donde se empieza a desarrollar la identidad del sujeto. Aquí se construye la historia de vida de cada persona, aquí radica la importancia de la presencia de los padres como conducto que cubre las necesidades de protección y afecto, así como la formación de costumbres, criterios y actuaciones que darán paso a la estructuración y conformación de conductas maduras y estables para el desarrollo de una identidad firme y estable.

⁵⁹ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 308

“Esta instancia de la diferencia individual se construye desde la infancia con grandes dosis de estima y de sensibilidad por parte del adulto, de su espejo más importante para poder visualizar y amar ese yo individual que se desarrolla”⁶⁰.

Asimismo, la escuela amplía la socialización del adolescente, más allá de su familia, hacia una interacción con sus profesores y compañeros de aula. Es decir, la información recibida y las habilidades que desarrollan, se complementan en términos formativos con una retroalimentación con base en de normas y pautas para un proceso más loable y seguro de una identidad.

Los adolescentes escolarizados están constantemente dependientes de sus congéneres, porque ellos apenas están conociendo su cultura y se encuentran en vísperas de construir la suya.

“El ser humano tiende a desarrollarse, a evolucionar, a crecer, a ser cada día más o mejor de lo que es. Ya que no lo puede hacer en el vacío y solo, necesita otros que le digan hacia dónde y cómo lograrlo. El modelo se constituye en un jalonador que impulsa y orienta al individuo hacia adelante, hacia arriba o hacia cualquier lugar que permita decir que evoluciona”⁶¹.

El individuo que tiene ese modelo y es consciente de las posibilidades que tiene de llegar a ser como él, es decir, a llegar a cierta madurez y lograr aspectos que ve y considera importantes para su vida, tiene más herramientas para empezar el camino hacia su nueva existencia.

Los adultos pasaron por la misma etapa, sea de sus hijos o de sus alumnos, por ello tienen experiencias que contar y muchas cosas que mostrar a los jóvenes, aunque en muchas situaciones las misma necesidad de lo desconocido y por la ansias que tienen los adolescentes de ser adulto, de crecer y ser libre, hacen que en ocasiones se explore en ese proceso de resignificación de conceptos, valores y experiencias.

⁶⁰ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit.* p. 355

⁶¹ *Ibidem* .p. 334

4.1.2. Amigos

El par, aquel sujeto cómplice y referente más cercano; el otro con quien se identifica en gustos y actitudes, con quien comparte la academia y el espacio que lo rodea, después de la familia, o primero, es uno más en la construcción de identidad. Según Laura E. Berk:

“Los grupos de iguales se forman cuando los individuos perciben que otros comparten metas similares. Las normas y estructuras sociales aparecen y cambian en servicio de las motivaciones comunes. Aunque las diferencias raciales y étnicas a menudo promueven prejuicios y estereotipos”⁶².

El amigo acapara todo el interés no sólo en la adolescencia sino también en la adultez, viven con el afán de agruparse y hacer nuevas relaciones, de estar cerca del otro y compartir todas sus vivencias. Es aquí donde empiezan las transformaciones más fuertes, la sensación de soledad genera ansias de aceptación, distintividad, demarcación, autonomía y reconocimiento: “Sin la aprobación externa no tiene sentido construir una identidad específica”⁶³.

De ahí que nazcan múltiples identidades efímeras, apariencias y formas de aparecer no acordes con el ser, ni con el querer, sino con el objetivo de hacer parte de un grupo de amigos, con el fin de no estar aislados. Una jugada de doble filo que concibe nuevas alternativas de expansión y forja un ser más consecuente.

Es precisamente en este punto, donde la televisión se suma a la construcción de identidad: “la televisión ocupa un lugar estratégico en la cultura cotidiana de las mayorías, en las transformaciones de las sensibilidades, en los modos de percibir el espacio y el tiempo y de construir imaginarios e identidades...”⁶⁴ Un espacio en donde el adolescente tiene la oportunidad de empezar a crear juicios de valor y desarrollar su capacidad de apropiación, decisión, de resignificación, pero también

⁶² BERK, Laura E. *Op cit.* p. 807

⁶³ GIMÉNEZ MONTIEL, Gilberto. *Op cit.* p. 38

⁶⁴ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 30

de imitación... es por ello que empieza a probar estilos de vida, siempre en búsqueda de una para sí, una en la que sienta cómodo, ante los demás y ante si mismo.

“El mundo, inclusive sus amigos, son el público ante el cual debe representar algún papel. La presión grupal es el motor principal por el cual se buscan innumerables experiencias. Si se es aceptado por el grupo se obtiene la ilusión de la identidad, pero si por el contrario se es rechazado, se cae en el vacío”⁶⁵.

Emerge la dicotomía del *'Paraser'*⁶⁶, en donde el adolescente empieza a buscar maneras de aparecer ante los distintos escenarios, parecer para ser alguien que puede ser identificado y aceptado por los demás. Para encontrar su propio yo interior y construir su propia identidad: “El grupo se convierte en el espejo de su propio ser: *'soy si ellos saben'*. La individualidad se pierde y se busca uniformidad, el mando grupal prima sobre el deseo personal, lo que origina el conflicto entre querer ser parte activa y ser el diferente”⁶⁷.

Los amigos se convierten en una *'hermandad'*, en donde, tanto expresiones, estilos de vida, costumbres y lenguajes hacen de este movimiento una cultura aparte que empieza a sufrir cambios y transformaciones, que no sólo los categoriza, sino lo los cambia y los multiplica.

4.1.3. El pasado

Para construir un ahora se tiene que conocer la tradición, la historia, las costumbres de una comunidad que se habita y hace parte de su ser, aunque sin decir que va a ser la base primordial para crear nuevas formas de vida, será útil para conocer el pasado y así distinguirlo.

⁶⁵ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 299

⁶⁶ *Paraser* es un término que resultó de la interpretación del ser y parecer de Marta Luz Parodi, en donde para construir una identidad se necesita ser, todo un proceso de parecer o aparentar para ser, allí donde está la verdadera identidad, porque lo que es parece ante los demás como su propia proyección.

⁶⁷ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Ibidem.* p. 305

A través del reconocimiento del pasado, el adolescente trabaja su yo individual y abstrae su historia personal, re-evaluación que lo lleva a descubrir cómo llegó a ser lo que es hoy, para crear su nueva existencia, la del presente, pues necesita saber quién es, para empezar a renovarse y forjar nuevos significados para su vida, que no pueden ser posibles sin recordar uno que otro aspecto de su infancia.

“... se vislumbra como un micro grupo enquistado en un contexto socio-económico y cultural que reproduce para su beneficio y subsistencia una determinada ideología construida a partir de la ponderación de elementos propios de la religión, una escala de valores sustentada en la visión del bien y del mal y unas costumbres, que al igual que las anteriores categorías sociales ha sido fuertemente permeada por la cultura teológica”⁶⁸.

El origen, la infancia y los antecesores igual que la familia, hacen parte de una historia que, aunque no tiene su fin, es la fase más vaga que tiene el adolescente para la construcción de identidad. El reconocimiento del pasado o de lo antiguo, como es denominado por esta generación hoy en día, es subvalorado hasta el punto de no ser retomado sino analizado y mejorado.

“El proceso de identificación de nuestros adolescentes entonces no cuenta con el referente del pasado cuyas consecuencias entre otras son sentimientos de desarraigo, un no quererse ni valorar lo que se es, una ausencia de puntos de partida para ser y para proyectarse, una imposibilidad de proyectarse, de responderse preguntas, un espejo hueco que no le devuelve un reflejo de lo que es parte de su mismo y de su entorno”⁶⁹.

En su mayor interpretación se habla de un pasado que ya está prescrito y construido, al que pertenece y con el que nació, independiente de su crecimiento y construcción de identidad, por lo cual es evidente que no es ajeno a él y mucho menos diferente de él, hace parte de su entorno y de su tradición, se trata de algo

⁶⁸ APARICIO, José Alfredo; BARAKAT, Sandra; DE LUQUE, Frank; RAMÍREZ, Martha; RAMÍREZ, Andrés y ZUÑIGA, María del Pilar. *Archipiélagos de desencanto. Adolescente y escuela, Proyecto Atlántida IV*. Colombia. Tercer mundo editores.1995. p. 294

⁶⁹ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit* .p. 348

totalmente congénito que más adelante, con el pasar de los años, también transmitirá a sus primogénitos.

“La identidad, el saber quién soy, de donde provengo, porque estoy rodeado de una sociedad así, porque actúo así, cuyas claves están en el pasado remoto e inmediato, no son accesibles a este adulto in ciernes del cual dependerá la próxima historia”⁷⁰.

Sin embargo se menciona como un referente, porque se menciona como una herencia que debe observarse y entenderse para empezar una construcción de identidad propia, en donde al igual que en los demás referentes puede servir o no, para la apropiación o resignificación de su ser. Porque además de la consanguineidad que se tiene en este pasaje, también se domina la historia, la evolución y el devenir de su vida antes de su nacimiento e incluso antes de tomar consciencia de sus propios actos y del mundo que lo rodea.

“Es este esquema de autoridad que rige las relaciones especialmente en lo que tiene que ver con las formas de comunicación instituidas, las cuales subsisten en medio de un torrente de situaciones propias de la modernidad, como el desarrollo de la ciencia y la tecnología, las crisis del discurso religioso como paradigma moral, en el ensanchamiento de las posibilidades de comunicación, mediadas por artefactos tecnológicos y un acelerado proceso de industrialización que exige que las figuras de autoridad se vinculen a la actividad productiva, sin que exista un reemplazo que sustituya esa relación interpersonal de afectividad cotidiana tan necesaria para el desarrollo moral, ético, cultural y psicológico de los individuos”⁷¹.

Visitar el San Alejo es una oportunidad para considerar y ver con nuevo matices la historia, así el joven creará cimientos que le ayuden a bordar nuevos hilos que lo lleven a su nuevo rumbo. En donde la retroalimentación, el rechazo o la apropiación de los elementos que se encuentren en este cuarto, dependen sólo de la misma capacidad de criterio y desarrollo que vaya tomando el adolescente en ese camino por buscarse a sí mismo.

⁷⁰ *Ibidem.* p. 347

⁷¹ APARICIO, José Alfredo. *Op cit.* p. 293

4.1.4. Los medios

La nueva sociedad intervenida por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías generó unas rupturas en los diferentes procesos de construcción que tiene el individuo. Se encuentran atravesando los diferentes referentes que tiene el hombre para la cimentación de identidad y al mismo tiempo ha tomado parte de su transformación hasta el punto de dejarles acceder a un sin fin de visiones y perspectivas de ser que pueden parecer híbridas, pero sólo son un vector de ese tránsito de vida:

“Como advierten pensadores posmodernistas como Baudrillard, nadie puede contra la circularidad de las masas y de la información. Pareciera que ambos fenómenos estuvieran hechos a la misma medida: ni la masa tiene opinión, ni la información la informa. Los massmedia instalan la agenda política de la cotidianidad individual. Ambos fenómenos se retroalimentan: la velocidad reproductiva de la información aumenta el peso de las masas, y no en absoluto su toma de consciencia. Hoy es la propia información, su exceso, lo que nos lleva por el camino de la involución general. Por lo tanto el informante, “el conocer” el hecho, no es más que un conocimiento degradado del mismo”⁷².

La información y la comunicación se fusionan en un veloz día a día que irradia hacia la ciudadanía una visión cultural, política y económica particular, favorecida y potenciada por la tecnología, de allí que la industrialización dentro la posmodernidad traiga consigo transformaciones para la radio, la prensa y la televisión como medios de comunicación: “los medios de producción y, especialmente de transmisión del saber, están sufriendo una profunda revolución... lo que encontramos ahora son un multiplicidad de redes por las cuales circulan los saberes más valiosos hoy”⁷³.

De allí que los medios se han convertido en intermediarios entre el mundo y los jóvenes, han transformado los distintos métodos de comunicación e incluso

⁷² FERRÁS, Graciela. *Radiografía Mediática del fin de siglo*. En: Nueva Sociedad. Nro. 147 (Enero-Febrero). 1997. p. 4

⁷³ BARBERO, Jesús Martín. *Umbrales. Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín. Corporación Región. 2000. *Op cit.* p. 24-25

replanteado y representado el papel de los padres y la escuela, es decir, se han convertido en uno de los referentes más fuertes para la construcción de identidad.

Dado que al tener acceso a todo tipo de información, experiencias y situaciones de la realidad que en su momento hacían parte de lo privado, de lo oculto y de lo nuevo, no sólo ha dado pie a la formación de nuevas culturas, sino a la creación de nuevos lenguajes y formas de ver la realidad, rompiendo con las barreras del espacio y del tiempo para transformar al hombre y convertirlo en un ser multicultural y camaleónico, que arma escenarios y construye sus propios mundos gracias a la apropiación de conceptos e ideales: “Esta revolución tecnológica contribuyó al establecimiento – todavía en curso-, de una nueva sociedad (la ‘sociedad informacional’), un nuevo modo de producción (el informacionalismo) y el surgimiento de una nueva cultura a nivel global”⁷⁴.

Se ha llegado al punto de considerar que los jóvenes listos y dinámicos ya no preguntan por su propia existencia, la aplican a temprana edad, incluso desde su niñez. Ya no es raro que entre adultos se hable de sexualidad, drogadicción o alcoholismo en frente de un menor de edad, la novedad es que estos pequeños expliquen a los mayores qué consecuencias trae o cómo se realiza, conocimiento adquirido por horas enteras frente a la televisión que les revela una realidad que en el pasado era tabú para ellos.

Porque la evolución que vino con la posmodernidad y las nuevas tecnologías trajo consigo un sinnúmero de posibilidades educativas más amplias, eficaces, que no sustituyen, pero si profundizan conocimientos en los adolescentes mediante sus nuevos métodos y dinámicas de narrar el mundo, de adentrarse en el universo de las variabilidades, de la velocidad y de la representaciones.

“Algunas dinámicas de los medios masivos son particularmente importantes: la reorganización de identidades colectivas producto de las hibridaciones que generan

⁷⁴ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* 4.2 b

las industrias culturales; las exclusiones y divisiones sociales que simultáneamente legitiman: la co-creación de comunidades sub-culturas (específicamente las juveniles) en las que mezclan temporalidades, memorias, sensibilidades, estilos de vida, tradiciones y rupturas...⁷⁵.

Se vislumbra como los adolescentes amplían visiones, pero también sus posibilidades de conceptualización, de retroalimentación, los medios empiezan a multiplicar sus referentes ante sus ojos que pueden no sólo generar necesidades por la incertidumbre sino que lo llevan a probar nuevas formas, nuevos artefactos y distintos pensamientos, por la gran magnitud de información que lo deja en la tarea de evaluar cada uno de los referentes a los que puede adherirse y tomar parte: Los adultos, la familia y el colegio; los amigos, el pasado y los medios.

“...adolescentes inmersos en una sociedad heterogénea que a diferencia de otras épocas aparecían fuertemente multifuenciados ya no sólo por los referentes tradicionales como la familia, la escuela y la religión, sino por otros que antes no existían o no tenían un peso significativo. Algunos de los nuevos referentes son aquellos que muestran medios de comunicación y las grandes ciudades”⁷⁶.

Los medios propician en el adolescente distintas maneras de ser y proponen múltiples estilos de vida, una carga de sensibilidades que ponen al sujeto en una balanza de distintas identidades, de la cuales, en ocasiones, no sabe cuál abordar o imitar, por tratarse de algo único y personal, interno de cada adolescente, en sí, un proceso de asimilación, apropiación, elección, negociación y resignificación de múltiples argumentos, experiencias y vivencias.

4.1.4.1. Recursos simbólicos

Los medios de comunicación constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de la propia identidad: “El joven construye su propia subjetividad en un proceso dialéctico entre la experiencia directa y la experiencia mediada. Y los medios de comunicación son

⁷⁵ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Ibidem.* 4.4

⁷⁶ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit.* p. 337

parte de esa experiencia mediada”⁷⁷.

Los medios proponen nuevas señales, proponen diferentes lenguajes y significados que propician la elaboración de nuevos idiomas, de nuevos gestos, de nuevas formas de vestir y por ende, nuevos pensamientos. Especialmente la televisión y la radio, saturan al adolescente con gran diversidad de identidades, lenguajes, culturas e información durante todo el día: “Ellos les hablan a sus oídos y a su cerebro no sólo a través del lenguaje verbal, sino de otros lenguajes de fuerte impacto emocional que se codifican a través de la imagen”⁷⁸.

En una primera instancia la radio se piensa como la manera de imprimir imágenes mentales, por lo mismo el proceso de la comunicación se ve como la manera de relacionar signos y símbolos, que nacen de la interacción entre el receptor y el emisor, un intercambio de sentidos que generan la opinión del adolescente, para armar un paralelo entre los diferentes significados que se proyectan en él, como la ganancia de una comunicación humana en pos de un mensaje radiofónico.

“Además de idiomas, palabras y entonaciones, la comprensión de un mensaje está dada por algo previo, aún más fundamental: las experiencias vividas, la situación concreta de esta persona, mi yo y sus circunstancias.”⁷⁹

Ya en una segunda instancia, la televisión se apropia del sonido más la imagen y se posesiona para utilizar dos lenguajes específicos: el de los sentimientos y el de la compañía personal. Es decir, un lenguaje que brinda emoción, rabia, ternura, angustia, que refleja una inmensidad de sentidos. Y sin abordar tan profundamente los demás medios, se ilustra una televisión llena de escenarios y significados, de modismos y estéticas que configuran en la pantalla los imaginarios producidos antes por la radio. Porque la televisión es una representación de la

⁷⁷ PINDADO, Julián. *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. En: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, ISSN 1137-1102, Nº. 21, 2006, p. 19

⁷⁸ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit* .p. 338

⁷⁹ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual Urgente, Radialistas Apasionados*. Ed. Artes Gráficas Silva. Ecuador, 1997.p. 54

realidad, relación como hecho ineludible entre la imagen y la realidad.

“Definitivamente estamos viviendo a finales del siglo la cultura de la imagen, a través de la cual se establecen relaciones que aunque no son cara a cara ni recíprocas, llegan a general sentimientos de cercanía y familiaridad, hasta el punto de provocar emociones de oído y simpatía hacia las personas que incluso están en ultramar o son ficticios. Los nuevos interlocutores, además de mostrar su personalidad, traen mundos nuevos. Estas formas de ser y vivir la vida proveniente de afuera, arraiga en las mentes y luego se expresan a través de los comportamientos, pensamientos y sentimientos cuando el individuo se relaciona con lo que sí está en el propio entorno”⁸⁰.

De allí que gran cantidad de las vivencias del adolescente surjan de ver estilos de vida y de experimentar distintos escenarios. De la misma manera que cada grupo de pares empieza a acoger distintas formas de identificación, los medios intentan homogeneizar a los adolescentes, de la misma manera que intentan incorporar diversos modos de vida de los mismos, reflejando modelos que por la alta competencia y las múltiples propuestas hacen que sea heterogénea, de tal manera que la demanda de información y experiencias de vida rompe con el equilibrio de la igualdad, para duplicarse y salirse de lo común y cotidiano para seguir el proceso de la evolución y la retroalimentación, entre lo real y la narración o representación de mundo.

Los medios proporcionan a los adolescentes recursos simbólicos, es decir, propone nuevas señales, diferentes lenguajes y significados que propician la elaboración de nuevos idiomas, de nuevos gestos, de nuevas formas de vestir y por ende nuevos pensamientos. “Los medios de comunicación constituyen un conjunto de herramientas de las que se sirve los receptores en tanto que espacios simbólicos de gran riqueza, y los adolescentes se vinculan con ellos construyendo significados diversos que después utilizan en sus experiencias y en la elaboración de su identidad”. Es decir, empiezan a formar parte de las nuevas formas de representación y de lenguaje que les permite ser ellos.

⁸⁰ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit* .p. 339

4.2. Las perspectivas plurales en los modos de pensar

El adolescente hace parte de una sociedad posmoderna⁸¹, vista como el proceso de resignificación de una época envuelta por una cultura de cambio originado por el nuevo capitalismo y sus nuevas alternativas, cambios que han generado medios y formas de vida muy diferentes a los obtenidos en la modernidad.

Las instituciones del saber, es decir, los regímenes culturales, educativos y los medios de comunicación, hacen parte de una industrialización que cambió y pluralizó los estilos de vida y los pensamientos en la actualidad.

“De ahí que los adolescentes hoy entran en contacto con una multiplicidad de saberes de los cuales ni se ha enterado que existen, saberes que en gran medida, son los que le permiten adecuarse a la nueva sociedad atravesada por una multiplicidad de cambios”⁸².

Razón tuvo Barbero cuando habló del ecosistema comunicativo y expresó que está compuesta de dos órdenes de realidad: el orden de tecnologías de producción, de difusión de los saberes; y las nuevas sensibilidades que originan en los adolescentes la necesidad de explorar y proyectarse, pero antes de definirse:

“En la búsqueda de una identidad la situación se hace más compleja al contactar la necesidad de lo jóvenes de vivir muchas experiencias, porque cada vez que ocupan una identidad, ésta pasa a un segundo plano, aunque no se desecha, ya que en cualquier ocasión se puede necesitar”⁸³.

Perspectivas plurales, modos de existir, formas de representarse y tipos de visión,

⁸¹ GABRIELA FERRÁS: “Este fenómeno cultural, que se denomina posmodernidad, y Jameson ha definido como la lógica cultural del capitalismo tardío, es el reflejo de una época que borra el pasado y, en consecuencia, la distancia histórico temporal que daba relieve al horizonte moderno. Se abren las puertas «a un milenarismo de signo inverso» (Jameson), en el que las visiones apocalípticas o utópicas del futuro han sido reemplazadas por el fin de los grandes relatos legitimadores de la modernidad, dando paso a la textualidad.” Ferrás, Graciela. *Op cit.* p. 2.

⁸² BARBERO, Jesús Martín. *Umbrales. Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud.* Medellín. Corporación Región. *Op cit.* p. 25

⁸³ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 296

tal vez todo un sin número de relaciones efímeras que van trasluciendo una sobre la otra, tomando posición para hacer parte de un ser evolutivo que va encontrando su existir, luego de vivir y experimentar en múltiples escenarios.

El adolescente se encuentra inmerso en un contexto de multiculturalidad, de auge de las tecnologías y el avance de la información lo satura de información que le permite acrecentar sus percepciones de mundo, sus ideologías, sus lenguajes y su forma de vivir. La globalización llega con disyuntivas que lo llevan a ser un consumidor acérrimo de intereses tangibles e intangibles a los que tiene acceso.

Infiriendo, es claro que, llevados por el entorno que los rodea, por el sin número de experiencias que ofrece los diferentes referentes y por aquellos símbolos, ofertas y diferentes significados que trae consigo la exploración y vivencias de los adolescentes, se llega a la construcción de identidad, resignificación, adaptación u adopción de ciertos elementos, estilos y/o formas de vida para encontrar y desarrollar un '*Paraser*' que llevará a cada joven a ser identificado dentro de una sociedad.

5. LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La televisión es una red, que con su velocidad interactiva, empieza su incidencia en los adolescentes. La velocidad con que se presentan los hechos esconde tras de sí una realidad artificial, creada, que parece ser tan cierta que produce la sensación de verdad, de incuestionabilidad, de irreversibilidad: "Se ha hablado de formas de realización televisiva que comunican a la audiencia emociones negativas y positivas. Con lo cual se hace más evidente que el lenguaje televisivo es un lenguaje lúdico-afectivo"⁸⁴.

⁸⁴ FUENZALIDA, Valerio. *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Chile. Fondo de cultura económico S.A.2000.p. 77

El mundo de lo audiovisual que entre la imagen y el sonido se ha convertido en el mecanismo de comunicación más polémico y el más utilizado por la sociedad. “La televisión que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad. Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el arbitro del acceso a la existencia social y política”⁸⁵.

De esta manera el conjunto audiovisual, aparte de la radio y la prensa, por la misma manera de reflejar con tanta facilidad expresiones, gestos, formas, sentimientos e ideologías que dejen ver espejo de la sociedad. Tal vez se trate de un medio, pero a diferencia de la prensa y la radio, la televisión hace parte de lo que Rincón llama una “cultura audiovisual”⁸⁶, en donde no sólo se ve reflejada la sociedad sino que genera sensibilidades, emociones y estilos de vida.

“La imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra. Este poder de evocación es capaz de provocar fenómenos de movilización social. Puede dar vida a ideas o representaciones, así como a grupos”⁸⁷.

Se trata de un medio audiovisual fuente de relatos y dramaturgos que se identifican con los adolescentes, dado que trabaja como socializador y espejo de situaciones que son representadas o modificadas en la narración televisiva, pero que vienen de la realidad y se presentan ante los jóvenes con la misma verosimilitud en sonido, imagen y claridad.

“En ese proceso interactivo ocurre la función comunicativa del arte: entrega ideas y patrones de conducta a través de personajes y situaciones, rompe con los horizontes habituales de expectativa y con las prácticas establecidas. El proceso de relación es positivo o negativo – como se verá”⁸⁸.

⁸⁵ BOURDIEU, Pierre. *Op cit.* p. 28

⁸⁶ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 30

⁸⁷ BOURDIEU, Pierre. *Ibidem.* p. 27

⁸⁸ FUENZALIDA, Valerio. *Op cit.* p. 124

Muchos autores suelen mencionar la televisión como una cultura aparte, pero más que una cultura, la televisión es el relato de la realidad. Y para ir más al punto, la televisión es interlocutor que hace parte de la sociedad, es un ente socializador que toma lugar en la política y en la educación.

“La televisión es una mediación donde cultura, sociedad y subjetividades se encuentran; una sensibilidad para expresar las nuevas maneras y experiencias de generar sentido; una subjetividad que se hace en múltiples y diversas maneras de habitar la existencia; y un ritual que marca los espacios y determina las temporalidades de la vida”⁸⁹.

La televisión tiene la peculiaridad de hacer sentir y de ser un sujeto más en el mundo de las comunicaciones, puede representar tantas historias como identificar a miles de espectadores. Por la misma manera de reflejar con tanta facilidad expresiones, gestos, formas, sentimientos e ideologías que dejen ver el espejo de la sociedad, porque “... la televisión se relaciona con la audiencia a través del tono emocional del programa y el tono emocional es el que permanece en la memoria emocional de la audiencia”⁹⁰.

Se trata de transmitir mediante historias reales sentimientos en representaciones, géneros y relatos, diferentes emociones que gracias al sonido y la imagen, su interacción llega directamente y lo cautiva con valoraciones de la vida real, pensamientos, sensaciones negativas y positivas.

“... formas de realización que comunican emociones negativas, ahuyentadoras de la audiencia, que comunican desesperanza, depresión y pasividad, en lugar de comunicar las actitudes y emociones positivas que tenían en mente los realizadores. A través de sus formas otros programas comunican, en cambio, interés, admiración, identificación, energía. Se han ejemplificado emociones positivas y negativas en géneros diversos”⁹¹.

⁸⁹ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 32

⁹⁰ FUENZALIDA, Valerio. *Op cit.* p. 77

⁹¹ *Ibid.*

Se trata de la imagen misma como industria de estilos de vida, de experimentación y como socializadora de la propia existencia del hombre. La televisión tiene la gran ventaja de mostrar al televidente lo que es. Tal vez por eso se afirma que la televisión es lo que el receptor crea y el receptor lo que la televisión le brinda. Se trata de una resignificación, porque:

“Las imágenes se insertan entre lo real y lo verdadero, y constituyen un mundo falso lleno de sombras en el cual nos toca vivir como sujetos sujetados. Por lo tanto hemos perdido el control sobre quienes somos o queremos ser, ya que todo es mediado por los lentes y las imágenes producidas por los medios masivos, y esto se convierten en la única fuente para evaluar y comprender nuestras experiencias”⁹².

En el universo de información que ofrece la televisión hay de todo, por eso aquellos que están empezando a interactuar con la realidad, no pierden la opción que está inmersa como un ser viviente dentro de los hogares y en toda institución, de divertirse observando los distintos programas que presenta la televisión.

Las tecnologías han ido avanzando hasta el punto de potencializar su lenguaje y al mismo tiempo transformar el de los adolescentes, aquí la construcción y manejo televisivo se presenta mediante relatos que dan vuelo a la imaginación y la representa. Es así como la televisión no sólo reflejan un colectivo social que lleva a los adolescentes a conocer innumerables modos de vida y de igual manera los une en su función de querer representar la realidad, sino que los lleva a entrar en la heterogeneidad, en donde cada uno encuentra su escenario y empieza construir su propia identidad; aún sin dejar de ser parte de un grupo cultural lleno de tradiciones y de historia.

5.1. Textos

La televisión y sus mensajes son el resultado de una combinación interrelacional entre el sonido y la imagen, en donde cada uno toma un papel importante a la hora de expresar o transmitir información y realidades para que se refleje con

⁹² *Ibidem.* p. 17

realismo y credibilidad. Porque las imágenes por sí solas y los sonidos por aparte no tienen valor alguno por separado cuando se habla de texto en la audiovisión. Se comprende el texto como un valor añadido que moldea la imagen y se relaciona con el sonido; las intensiones en expresiones, emociones, significados y sentimientos de la realidad deben ser comunicadas por el valor añadido que los textos le dan a la imagen. Para entender mejor...

“Por valor añadido designamos al valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que de ella se tiene o el recuerdo que de ella se conserva, que esta información o esta impresión se desprende de modo ‘natural’ de lo que se ve, y está ya contenida en la sola imagen. Y hasta procurar la impresión, inmediatamente injusta, de que el sonido es inútil, y que reduplica la función de un sentido que en realidad aporta y crea, sea íntegramente, sea por su diferencia misma con respecto a lo que se ve”⁹³.

Se trata de conjugar estratégicamente los elementos del lenguaje: imagen, escritura y sonido tanto verbal como musical, para lograr la reacción perfecta, para evocar una situación de la realidad y hacerla sentir en minutos, tal vez segundos, como verdadera, como única. Se trata de que el televidente la sienta como si estuviera viviéndola o tal vez sintiéndola: “El valor añadido del texto sobre la imagen va mucho más allá de una opinión incrustada en una visión (sería fácil contradecirlo), y a lo que se refiere es a la estructuración misma de la visión enmarcándola rigurosamente”⁹⁴.

Cuando la imagen que se observa es la de una persona con una mirada triste, decaída y ojos encharcados, casi llenos de lágrimas, pero no logramos saber más que esa imagen, es posible que surjan diversas interpretaciones: alguien murió, una desilusión, hay rabia de por medio. No se logra saber nada más que suposiciones. Contrario a ella está la música romántica, unas risas y al mismo tiempo el llanto suave de un ser que respira agitado y entre tantos sonidos uno

⁹³ CHION, Michel. *La audiovisión, introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. España. Paidós Comunicación. 1993. p. 16

⁹⁴ *Ibidem*.p.19

muy leve que expresa un clic de un televisor; obviamente el sentido será confuso. Tanto la imagen y el sonido juntos podrán mostrar que se trataba de un hombre que observaba un video casero y lloraba de alegría al recordar su niñez, pues hoy ya es un pobre viejo que disfruta de la pureza de sus hijos. Se trata entonces de: “La ilusión audiovisual es una ilusión que se encuentra, para empezar, en el corazón de la más importante de las relaciones entre sonido e imagen: la del valor añadido”⁹⁵.

El valor añadido de los textos es al mismo tiempo la intención del realizador, pero se trata de una ilusión audiovisual que provoca escenarios y ambientes naturales, que sólo existen en una unión que concibe muchos significados, al igual que identidades, porque se trata del reflejo de la realidad en la pantalla, de la representación de la misma.

Porque para lograr una representatividad y que ésta sea captada como tal, no puede estar distante el sonido de la imagen y viceversa, el uno es un complemento del otro y cada uno tiene una funcionalidad que no puede ser reemplazada por el otro: “Si el sonido hace ver la imagen de modo diferente a lo que esta imagen muestra sin él, la imagen por su parte, hace oír el sonido de modo distinto a como este resonaría en la oscuridad.”⁹⁶.

Seguramente el sonido puede darle a la imagen la emoción y sensibilidad que ella misma no puede manifestar por si sola, porque éste le brinda emoción a la escena, sus tonalidades y ritmos contextualizan el acto y realzan ciertos códigos culturales que la imagen por si sola no puede representar.

“El sonido es, más que la imagen, un medio insidioso de manipulación afectiva y semántica. Sea que el sonido actué en nosotros filosóficamente (ruidos de respiración); o sea que, por el valor añadido, interprete el sentido de la imagen, y nos

⁹⁵ *Ibid.* p. 16

⁹⁶ *Ibidem.* p. 31

haga ver en ella lo que sin él no veríamos de otro modo⁹⁷.

La imagen tiene la ventaja de plasmar algo real, porque el sonido puede engañar o confundir, aunque cada uno es independiente en su papel audiovisual, los dos hacen de la televisión un relato de sentido sobre la realidad a veces completamente irreal, pero también del ideal, de la experiencia y lo oculto. Tangible o no, sitúa al televidente frente a la pantalla y lo evoca con diversa información y sensaciones.

Lo audiovisual requiere ser manejado de distintas formas para poder ser leído claramente, se trata de la materialización de conceptos, pensamientos, ideologías y acciones que no pueden ser transformadas de cualquiera manera. Otro elemento trascendental para resaltar es el control de la imagen, el directo contacto con el televidente. Los primeros planos, los acercamientos, los destellos, el manejo de luces y todo, hace que lo audiovisual sea más ágil y persuasivo.

Un texto que forja sentidos y persuasiones sobre la imagen y que toma el sonido como parte de su lenguaje, para transformar en lo que verdaderamente es la audiovisión. Un incesante reproductor de sentidos y representación de realidades. Se trata de conjugar estratégicamente los elementos para lograr la reacción perfecta, para evocar una situación de la realidad y que el televidente la sienta como si estuviera viviéndola o tal vez sintiéndola. El valor añadido de los textos es al mismo tiempo la intensidad del realizador, pero se trata de una ilusión audiovisual que provoca escenarios y ambientes naturales, que sólo existen en una unión que provoca muchos significados, al igual que identidades, porque se trata del reflejo de lo real en la pantalla.

5.2. Oportunidades

La televisión ofrece una serie de ilusiones, emociones e imágenes de ficción con las que el joven edifica la comprensión de un sin número de aspectos sociales que

⁹⁷ CHION, Michel. *Ibidem*. p. 40

están lejos del entorno que habitan. Esto no sólo influye en su visión de sí en relación con la comunidad en la que está arraigado, sino también en cómo se entiende esta comunidad. De hecho, la televisión contribuye a dar cuerpo a la idea misma de comunidad.

La gran cantidad de información ha generado un sin fin de ideologías y herramientas para construir la identidad del adolescente, en este caso oportunidades para expresarse y manifestarse en sus diferentes escenarios y en consecuencia, esparcir su yo en una cantidad infinita de posibilidades. “La imagen audiovisual está jugando un papel importante en los jóvenes, a través de ella se recrean, viven el espectáculo, conocen, desean, se informan, fantasean y definitivamente incorporan elementos a su yo individual”⁹⁸.

Es desde ese papel que cumple lo audiovisual, que las diferentes formas y géneros que ofrecen se expanden cada día más, luego de que este medio comunicativo abre espacios de interés para todo tipo de públicos y los adolescentes no son ajenos a ellos.

Del mismo modo se intuye, que no se trata sólo de un medio comunicativo, debido a los nuevos aparatos tecnológicos que han aparecido con la evolución, pero sí de uno de los más persuasivos, aún siendo consecuentes con el consumo y accesibilidad que tienen los adolescentes de los diversos medios y su carácter innovador que no pasa desapercibido ante sus ojos y su curiosidad. Porque...

“La tecnología remite hoy no a la novedad de unos aparatos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras. Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas, sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos - que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios”⁹⁹.

⁹⁸ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit* .p. 339

⁹⁹ BARBERO, Jesús Martín. *Desencuentros de la sociedad y reencantamientos de la identidad*. *Op cit*. p. 55

Y es que los adolescentes buscan constantemente diversión y entretenimiento, por eso la pantalla del televisor ha trabajado para ofrecer un universo lleno de situaciones cercanas y lejanas, reales y fantásticas que los transportan a mundos diferentes, llenos de emociones y nuevas experiencias.

Es allí definitivamente, donde los medios de comunicación, en especial, la televisión, abren espacios de interés para todo tipo de públicos y en que los adolescentes no son ajenos a ninguno, debido a las múltiples informaciones e ideologías que ofrece el medio audiovisual, a través de ilusiones, emociones e imágenes de ficción.

5.3. Géneros y Formatos

Los límites de los medios de comunicación son tan escasos que aún con la aparición de diferentes formas de emitir imagen y sonido como uno de los grandes descubrimientos en la historia, todavía se continúan implementando estrategias y maneras de transformar los diferentes métodos de emisión y recreación ante los diferentes espectadores: individuos que de igual manera se están transformando y generando nuevos relatos, pero dentro de un proceso de búsqueda de identidad.

Y no se trata de hablar de los mecanismos de emisión y difusión de imágenes ante los seres humanos, pero sí del auge de lo audiovisual que ha tomado un papel importante dentro de la sociedad luego de su aparición y los diversos cambios que aún sigue desarrollando desde la modernización por la industrialización, cambios que también han demarcado notablemente a los adolescentes.

Precisamente antes de la revolución industrial, el teatro y las diversas artes escénicas como actualmente son llamadas, fueron las originarias de la representación y entretenimiento de la sociedad, que hoy, sin dejar de ser importantes, son replanteadas y sucedidas por el cine, el video y la televisión.

“Nuevas formas digitales señalan una especie de despertar o de renacimiento, un retorno a y una continuación de preocupaciones, prácticas, formas y experiencias

pertenecientes a una fase anterior de la historia del entretenimiento popular¹⁰⁰.

Se trata de un entretenimiento que conlleva múltiples formas visuales y digitales que surgieron tras la imitación de aquellas obras de arte y los diversos espectáculos de entretenimiento, pero tomando forma y estructura propia en gran medida y demanda. Así la televisión se suma a los diversos entretenimientos que antes eran ocupados sólo por los centros de diversión o circos, recreaciones en donde todo surge y se manifiesta gracias a la posibilidad de narrar y representar de diversas formas una realidad.

Es así como las actuaciones, presentaciones de payasos, malabares, ridiculizaciones de personajes reales e incluso críticas dramatizadas en teatros, que empezaron a ser tomados por los medios digitales, sin desplazar estas formas de espectáculo y entretenimiento, fueron copiadas para llevarlas a la pantalla de televisión, donde fue ampliando la sensibilidad de los relatos y la representación de la realidad empezó a ser creíble. Así lo manifiesta Darley en *Cultura Visual Digital*:

“El primero tiene que ver con la naturaleza de las formas de entretenimiento y de las diversiones populares durante ese periodo, y el segundo toma en consideración una evolución paralela, la del extraordinario crecimiento de los aparatos ópticos y de tecnologías de otras índoles dedicadas a la producción de una variedad de formas de representación visual”¹⁰¹.

De esta manera los medios audiovisuales empiezan a crear formas de atracción en donde intentan generar espectáculos que acojan a los espectadores, no sólo tomando las distracciones anteriormente mencionadas, sino al mismo tiempo uno que otro formato utilizado por la radio, como la novela, los informativos y los programas musicales.

¹⁰⁰ Tr.Enrique Hernando Pérez y Francisco López Marín. DARLEY, Andrew. *Cultura visual digital, espectáculos y nuevos géneros de los medios de comunicación*. España. Paidós. 2002. p. 70

¹⁰¹ *Ibidem* .p. 72

Géneros que en sí vienen a ser complementados con la imagen, que en acto seguido omite cierto tipo de efectos tomados en la radio, por la misma característica de carecer de especificidad e incluso por la misma evolución digital; empieza a parecerse cada vez más a la realidad, además de heredar la dinámica de tiempo y espacio hasta el punto de originar curiosidad y revolución en la sociedad en la cual apenas empieza a tomar un lugar.

“Ya había dado inicio en su seno a la asimilación inexorable de las formas populares de entretenimiento en vivo, aunque sólo fuera porque era, por definición, un medio mediante el cual estas formas podían, en gran medida, ser representadas y reproducidas”¹⁰².

Así, los medios audiovisuales, no sólo empiezan a evolucionar de tal manera que se desarrollan nuevas formas de narrar, sino que empiezan a tomar una función diferente tanto para el cine, el video y la televisión; modos que recurren tanto a la representación como a la producción de nuevos significados, creando espacios, historias y personajes, en donde la televisión termina ganando su lugar ante la sociedad.

De esta manera, empieza a tomar parte la nueva industria que origina transformaciones tan diferentes y revolucionarias a las que estaban acostumbradas los públicos de la época moderna, para llevarlos a descubrir nuevos puntos de vista que son percibidos a través del grado de verosimilitud de lo audiovisual mediante su acción, montajes de historias que intentan representar de la mejor manera posible el mundo en el que se encuentra, a través de personajes que cumplen con la sensibilidad tanto física como psicológica de sus espectadores.

“...desde el momento en que se le ‘lleva’ al universo de la historia y se le conduce a través de la propia historia. Si unimos esto al grado de verosimilitud de la imagen de la película de acción real, las convenciones de cámara y montaje que le permite producir la ilusión de un espacio y tiempo continuo, su obsesión por la representación de la

¹⁰² *Ibidem* .p. 85

psicología de los personajes, y la manera en que la historia está obligada a desvelar, y finalmente resolver, unos conflictos que giran en torno a unos personajes, entonces, como han destacado infinidad de autores, los placeres asociados a este modo de representación resultan considerables”¹⁰³.

De esta manera la televisión ha llegado al punto de ampliar su programación para abrir géneros que cumplan con las necesidades de los usuarios, en donde la diversidad de culturas y el auge de temáticas e intereses de los medios, han logrado satisfacer los anhelos de los jóvenes y han sabido estructurar sus programas para mejorar la calidad, tanto en la forma como en el contenido. De allí que la pantalla ofrezca tanto géneros educativos, religiosos, deportivos, informativos, dramáticos, musicales, de variedades y distintos modos de expresión, que buscan tocar las diversas sensibilidades de sus audiencias, porque como bien lo dice Rincón (2006)...

“Los géneros marcan la narrativa de la tele, expresan las formas que toma el contenido, funcionan como pactos de comunicabilidad o modos de producción y conexión entre los productores y las audiencias, organizan la industria y la narración y crean comunidad de referentes dramáticos, expresivos y de expectativa”¹⁰⁴.

Dentro del proceso de transformar historias que capten la atención, que identifiquen y que reflejen múltiples emociones y sensibilidades dentro del relato, también se han descubierto nuevas formas de adhesión a la pantalla como la modulación y reciclaje e incluso repetición y superficie. Proceso que en cierta medida, permite a los adolescentes experimentar diversos temas, momentos y realidades de mundo, que pueden no haber sido vividos por ellos, pero que toman parte de su construcción de identidad.

Se trata de formas de representación y narración que van tomando modelos que siguiendo la lógica del dramatizado, toma lo ya existente, es decir, *recicla* para desarrollarlo y convertirlo el lenguaje audiovisual. “El reciclaje es una de las

¹⁰³ *Ibidem* .p. 86

¹⁰⁴ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 42

principales maneras en las que los sistemas de significación de la sociedad de consumo cada vez más independientes y autónomos, funcionan en cuanto modos destinados a provocar fascinación y a conseguir control”¹⁰⁵.

Así las nuevas formas empiezan a ser el resultado de la *modulación* (variación) del reciclaje para ser llevado a los diferentes consumidores con cierta connotación de significados que son asociados y cada vez más filtrados dentro de los mismos espectadores, en donde las imágenes empiezan a ser mucho más convincentes y significativas e incluso más independientes. Porque la televisión comunica y dentro de ello, “el proceso de comunicación se considera como una práctica dialógica e interactiva donde, y a través de la cual, los significados circulan, se intercambian, interpretan, negocian, se transforman y posiblemente se unen, en vez de llevarse a cabo en una mera transformación de significados pre construidos”¹⁰⁶.

Muy bien dice Baudrillard¹⁰⁷ que el efecto de la reproducción lleva a que las imágenes comiencen a alimentarse de sí mismas. La imagen empieza a ser más hiperreal por la misma necesidad de ser mucho más realista, tanto que empieza a reproducirse y multiplicarse, mezclada con la idea de la industrialización de producir y reproducir. Y dentro de esta medida se hace posible que el relato televisivo sea *redundante y repetitivo* y, lejos de romper con lo cotidiano, origine un sentido superficial y destructor del proceso de la realidad, para causar la sensación de producción en serie.

“La variabilidad llevada hasta el infinito tiene todas las características de repetición, y muy pocas de las de la innovación... la era de la electrónica, en lugar de poner el énfasis en el fenómeno del choque, en las interrupciones, en la novedad y en la frustración de expectativas, produciría una vuelta a lo continuo, a lo Cíclico, a lo Periódico, a lo Regular”¹⁰⁸.

¹⁰⁵ DARLEY, Andrew. *Op. cit.* p. 105

¹⁰⁶ BUONANNO, Milly, *Op. cit.* p. 23

¹⁰⁷ *Ibid*

¹⁰⁸ *Ibidem* .p. 116

Se trata de un medio que ha tomado cada vez más lugar en la sociedad, su carácter persuasivo y multiplicador ha tomado fuerza hasta el punto de ser uno más en cada hogar, como un integrante que no sólo representa, sino que reproduce, instruye, socializa y sensibiliza. Es de una u otra manera un referente preponderante para los adolescentes.

Se infiere que la televisión ofrece un sin límite de formas de narrar al tiempo que tiende diversos formatos para presentar sus historia, es decir, moldea y reestructura cada repertorio y relato, de tal manera que su significado y realidad sea cada vez más verosímil, y explore cada vez mayor número de experiencias. Porque...

“La televisión genera fidelidad desde sus estructuras de narrar, el televidente asiste a la pantalla para ver formatos específicos como telenovelas, documentales, ficciones, entretenimiento, noticias, docudramas, magazines, televerdad. Cada uno de estos formatos establece diversas actualizaciones estéticas, de contenido y de interpelación de las audiencias”¹⁰⁹.

Y su mayor objetivo es sorprender con nuevas formas de contar y ser 'real', de tal manera que pueda generar un nuevo espectáculo ante los adolescentes con símbolos de representación cada vez más diferentes y de mayor atracción. Un escenario en donde estos jóvenes se resignifican y se construyen, en la medida en que descubren nuevos lenguajes, distinguen nuevos universos, socializan diversos argumentos y distinguen modos de vida y nuevas formas de ser.

“En la misma línea de la diversidad narrativa de la televisión, cada sociedad se reconoce en unos géneros que reflejan mejor sus obsesiones y deseos, sus agresiones y posibles puntos de equilibrio, sus memorias y futuros”¹¹⁰.

En una conclusión parcial, se deduce que los medios de comunicación de masas son unos de los mecanismos de la industria que más cumplen la función de ser

¹⁰⁹ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 43

¹¹⁰ *Ibidem* .p. 43

mediadores entre la producción y el consumo. “Lo mediado despliega ante el sujeto un sinfín de oportunidades en las que manifestarse y, en consecuencia, una dispersión de la subjetividad en un mar de posibilidades que debe percutir en la configuración de la identidad”¹¹¹.

Así, la televisión al lado de la familia, la escuela y los amigos, se ha convertido en una de las fuentes máximas de socialización y de aprendizaje como institución social del poder tecnológico de las relaciones, tanto sociales como individuales, ya que logran construir diversos espacios que propician la participación en los diferentes ámbitos de profundización o de interés, originando procesos culturales en camino a una apropiación que genere un bien común y en el caso más exacto de los adolescentes, una construcción más coherente de su identidad.

6. PROYECTAR IDENTIDAD

La expresión de identidad es el relato del ser del adolescente, aquello que todos ven y refleja su yo interior; el ser que lo identifica ante la sociedad ya sea a través de su forma de vestir, hablar, expresarse. Todo su reflejo ante una sociedad en donde todos tienen diversas formas de aparecer.

El ser humano necesita materializar su subjetividad, su alma y su esencia de alguna manera. Ante esa necesidad de abrirse al mundo, de mostrarse, no hay nada mejor que el cuerpo en toda su significación. La expresión corporal, añadida a la valoración que tiene cada parte física del individuo y que transmite algo. “Dado que la especie humana, a diferencia de las otras, es productora de cultura y de significados, existe mucho de construido y de simbólico en las maneras de asignar valores a los cuerpos y a la interacción de ellos”¹¹².

¹¹¹ PINDADO, Julián. *Op cit.* p. 12

¹¹² GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 356

La cantidad de relatos son equivalentes a las innumerables exploraciones de la identidad, es decir, a las posibles formas de ser y de proyectarse; es así como los adolescentes utilizan su cuerpo, lo moldean, lo pintan o lo envuelven, como una de las principales formas de materializar su yo interior, a través de ellos mismos, de su cuerpo, para reflejarse en sus distintos mundos, en los diversos escenarios, incluso para experimentarse y adentrarse en los diferentes referentes en donde se relacionan y se resignifican.

El adolescente necesita identificarse y desarrollarse, pero también mostrarse en la sociedad, en donde las transformaciones de la industria cultural juegan un papel importante. Y la televisión se ha encargado no sólo de exponer estos cambios, sino de producir y transmitir una mezcla de símbolos, imágenes, personajes, estructuras, ideales y sin fin de formas de resignificación: “lo audiovisual es un supermercado simbólico de estilos de vida”¹¹³. Hace parte del mismo andamiaje de narraciones que indagan los adolescentes.

“La televisión es un artefacto, una práctica, un espejo cultural, por lo tanto permite describir como este medio percibe, representa y reconoce la cultura de su comunidad. La cultura expresada en el juego de identidades, ideas de comunidad, símbolos socializados, tradiciones compartidas, imaginarios de futuro, pero también en acceso a la pantalla, expresividades presentes, estéticas reconocidas, subjetividades construidas. Cada comunidad es como la televisión que hace y que ve...”¹¹⁴

Asimismo, la ropa, el maquillaje, el peinado, los aderezos y todos estos elementos hacen parte de esa misma búsqueda del ser. No es lo mismo ver a un joven con una camiseta negra, con pantalones rotos y botas largas, con un cabello largo y la uñas pintadas, tal vez uno que otro tatuaje en su hombro, que observar a otro con una camisa de cuello blanca, un pantalón de dril y unos zapatos cafés, un saco sobre sus hombros y unas gafas en su rostro.

“La identidad parte del cuerpo, se expresa y se construye a través de él; si a éste, el

¹¹³ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 10

¹¹⁴ *Ibidem.* p. 90

adolescente no le reconoce, conoce, comprende, quiere, desarrolla en múltiples posibilidades, la identidad no tendrá 'agarre' o perderá la oportunidad para desarrollarse a través de las distintas dimensiones que éste la ofrece. El cuerpo puede ser tanto instrumento de expresión del ser, o coraza para ocultarle, disfrazarle y no desarrollarle"¹¹⁵.

La apariencia dice mucho en realidad, a eso se refería Parodi¹¹⁶ cuando aludía al ser y el parecer, la dicotomía que lleva a la confusión entre el querer ser y el mismo ser, pues muchos terminan proyectando sus deseos y no su identidad. De esta manera tanto apariencia física, como forma de hablar, de vestir y de interactuar con los demás, juegan un papel mediador entre lo que es y lo que desea ser.

Incluso allí es, donde la imagen tanto del adolescente como de la televisión, puede intercambiar o negociar sus formas de relato: "la televisión es útil en tanto socializa estilos y formas de pensar, valorar y habitar la vida cotidiana, construye las referencias más comunes..."¹¹⁷. Referentes a los que también pueden ligarse a los adultos, los amigos y la tradición, pero a los que también representa la televisión.

He aquí la resignificación de la identidad, pero que tiene que ser reflejada y proyectada a través de sus lenguajes, formas de narrar en tanto símbolos que van surgiendo de todas aquellas experiencias que vive durante su existencia.

6.1. Lenguajes

Lo que dicen los adolescentes, lo que piensan que dicen y lo que significa aquello que escriben o dicen para comunicarse, incluye los factores sociales que determinan sus comportamientos lingüísticos. Está constituido por palabras que, adecuadamente ordenadas, producen una emoción o un razonamiento, lenguaje que puede ser la expresión de su subjetividad y al mismo tiempo de su identidad.

¹¹⁵ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 363

¹¹⁶ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit.* p.328

¹¹⁷ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 59

En la claridad de lo que es el *lenguaje adolescente*¹¹⁸, se deja ver una ruptura en el orden y estructura de la cultura, se trata no sólo del habla sino de la imagen de quienes desean tener un estilo propio. Expresiones que parecen ser totalmente insuficientes para una relación con adultos, algo que les destaca y les concede la ilusión de creerse originales.

Distintos lenguajes que son instrumentos de búsqueda de identidad y de expresión de la sensibilidad del hombre, la clásica uniformidad adolescente que también aparece a la hora de proyectarse: “No hacen parte de la deliberación argumentativas, sino más bien de dinámicas formas de encuentro, astutas e inasibles, llenas de altibajos, que se desdibujan en medio de las nebulosas proxémicas en las cuales la composición es cambiante, en las cuales lo verdaderamente importante es sentir cerca al otro, hacer empatía”¹¹⁹.

De esta manera, el lenguaje distingue las identidades juveniles, envuelve las diferentes formas de comunicación, la búsqueda de su identidad y tiene una relación estrecha con los múltiples pensamientos, sentimientos e ilusiones de los adolescentes. Aunque en general, se puede hablar de un vocabulario que suele reducirse a pocos términos: utilizan mucho los tics, las muletillas, las frases coloquiales, superficiales y reiterativas, aptas para comunicarse con los amigos ya que comprenden el código. En sentido...

“Crear códigos de comunicación ocultos y clandestinos es crear una nueva forma de mirar los fenómenos de la vida que le es propia y que los ayuda a ejercer su adolescencia. En la adolescencia esto se tiene que realizar porque se tiene en frente el mundo adulto y se está despidiendo del mundo infantil”¹²⁰.

¹¹⁸ Durante la adolescencia, cada generación se diferencia de la anterior con una forma de hablar que le es propia. Esto, que es parte del desarrollo de cualquier joven, puede llegar a tener algunos inconvenientes. Si el lenguaje se restringe solo a los vocablos de un grupo, las habilidades lingüísticas se empobrecen. Al contrario, desarrollar un lenguaje amplio resuelve problemas en la vida adulta y facilita el aprendizaje. Generado por NEWTENBERG. www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/fo-article-71012.pdf

¹¹⁹ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* 5.2 a

¹²⁰ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 323

Los adolescentes están interactuando en distintos espacios que los hacen cambiar o minimizar los vocabularios y los gestos, empiezan a recortar su lenguaje con el objetivo de ser más ágiles. “En el proceso de cambio del adolescente, un lenguaje desarrollado le ayuda a poner etiquetas y nombres a lo que le pasa, a entender las propias emociones. En este sentido el lenguaje es como un bisturí que permite hacer cortes más precisos de la realidad”¹²¹.

En su ansia por separarse de los padres, deben ser originales y sienten predilección por todo lo extravagante y diferente. Y este afán de estilo propio se manifiesta en la forma que tienen de vestir, hablar y relacionarse con sus amigos. Porque, además, y aunque no sean totalmente conscientes de ello, se encuentran en una etapa de formación.

“No se trata al parecer de formalizaciones racionales, sino más bien de expresiones múltiples y variadas, entre las cuales cuentan las mensajerías informáticas, las redes sexuales, las convocatorias deportivas y musicales, particulares estilos de solidaridad... En éstas lo fundamental es la apuesta por la vida, por otras formas de existencia. Se trata más bien de experimentar en un juego colectivo que tiene cierto carácter de trascendencia”¹²².

Están en una etapa incipiente y en constante recepción de experiencias, modelos y estilos de vida, por la misma razón recurren a medios que pueden enriquecer sus criterios, pensamientos, ideologías y calmar las ansias de conocimiento, es decir, fortalecer su formación personal con referentes como la familia, la escuela, los amigos, las tradiciones y los diferentes medios de comunicación en tal medida que puedan resignificar y crear sus propios lenguajes.

Y es precisamente la televisión mediante la imagen y sus diversas narrativas que presenta a estos sujetos no sólo experiencias, sino conocimiento y modos de

¹²¹ Generado por NEWTENBERG. www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/fo-article-71012.pdf

¹²² MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* 5.2 a

interpretación, de expresión, de crítica y de comunicación. Porque su características audiovisuales y de representatividad, lo ayudan a visualizar mejor no sólo el mundo, sino su imagen y sus sueños, se trata de un espejo de identidad, en donde cada uno puede retroalimentarse y construir nuevos relatos, nuevos lenguajes, tanto orales como visuales para significarse.

“...ese lenguaje se transforma en un vehículo portador de un mundo desconocido para el adulto, por lo tanto, inaceptable. Si pudiéramos ver por un agujerito ese mundo interior del o de la joven, descubriríamos, probablemente, que detrás de cada apodo, de cada comparación grotesca, de cada palabra con un sentido fuera de lo común, hay un grito de ansiedad, de necesidad de ser atendido, de ser tomado en cuenta como ser humano, como individuo con sus propios defectos y virtudes”¹²³.

El medio de expresión y de comunicación de los adolescentes, que va desde los sonidos y los gestos es el lenguaje, instrumento de interacción social que desde niños aprenden de los adultos, luego de ser transmitido de generación en generación. Y que en esta etapa de construcción de identidad, hace parte del reflejo de su identidad, la cual está en proceso de construcción y por la que se experimentan distintos vocablos, escritos, imágenes y modos de comunicación, dado que no se tiene claro lo que se es o por lo menos, no con propiedad.

6.2. Medios de narración

Resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos, los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas entre los adolescentes, tienen aquí un papel importante porque se generan configuraciones y representaciones distintas que se dan de acuerdo a lo que quieren expresar y como lo quieren narrar.

Al igual que los textos de la televisión, el ser humano maneja múltiples lenguajes que toman forma con sus distintos elementos: escrito, oral y corporal, para

¹²³ CHAVES PADILLA, Rosa Elieth. *El lenguaje de los adolescentes*. Universidad de Costa Rica. p. 17. /www.itcr.ac.cr/revistacomunicacion/VIII

materializan sus pensamientos, sentimientos y experiencias. Se trata de modos de comunicar, de formas de ser y, al mismo tiempo, medios de narración que al igual que la tecnología y sus nuevos avances impactan en la sociedad; porque son diversas y múltiples las formas, maneras y estilos de comprender y construir la cultura, en tanto lugar donde el ser humano experimenta, vive y concibe el mundo de acuerdo a como se la muestran y la aprehenden. El adolescente crece en la cultura y vive para ella.

“En sus empatías cognitivas y expresivas con las tecnologías, y en los nuevos modos de percibir el espacio y el tiempo, la velocidad y la lentitud, lo lejano y lo cercano. Se trata de una experiencia cultural nueva, o como W. Benjamín lo llamó, un *sensorium* nuevo, unos nuevos modos de percibir y de sentir, de oír y de ver, que en muchos aspectos choca y rompe con el *sensorium* de los adultos”¹²⁴.

De esta manera, los jóvenes con sus hábitos, sus intereses, sus lenguajes y maneras de vestir, su música y su propia política, sin olvidar su sexualidad en desarrollo, impactan con sus creaciones y relatos. Porque de la misma manera en la que empiezan a sentir la necesidad de definir su identidad, empiezan a generar nuevos métodos de comunicarla y de relacionarse, basados en las experiencias vividas.

En el caso televisivo, la narrativa, como ya ha sido dicho anteriormente, se maneja entre lo sonoro y lo visual, aunque en ocasiones juega un papel complementario la escritura, expresión que más allá de ser material, refleja pensamientos, ideas y opiniones del ser humano.

Y en el mismo sentido de los formatos y los géneros, adquiridos por la televisión, sin ser conscientes de los modos de representación y narración utilizados por este medio audiovisual, el sujeto empieza a darle su propia forma de ordenar las palabras, las oraciones, actuaciones y manifestaciones para que constituyan un todo coherente que plasme su subjetividad.

¹²⁴ BARBERO, Jesús Martín. *Jóvenes: comunicación e identidad*. Op cit.p. 20

Y de esta manera llegan las frases y los vocabularios, en que los adolescentes tienden a categorizar y a cambiar conceptos, además de abreviar las expresiones por velocidad del tiempo y el espacio. El afán del cada día y de crecer, así como viven se expresan y, justamente como la televisión, minimizan y reducen para mostrar mucho en poco tiempo.

A nivel de la imagen, es decir la apariencia, se utiliza un lenguaje joven corporal que es usado para distinguirse de los demás y para ser reconocido ante otros:

“...para ellos ‘La segunda piel’, a través de ella intentan modificar su apariencia física como queriendo compensar con el artificio, algo de su natura, algo de su identidad que no pueden no otros han podido ver ni apreciar; los jóvenes siguen experimentando sentimientos semejantes y son muchas las energías invertidas en tener una apariencia tal que evite humillaciones, conflictos, irrespetos, trato diferencialmente distinto del de sus paisanos”¹²⁵.

Es así como el adolescente empieza a jugar o a experimentar con su forma de peinar y de vestir, empieza a descubrir su color favorito o tal vez el que más lo hace reconocible ante los demás. Cambia su apariencia y su manera de actuar, desde su forma de caminar y de mirar: gestos que pueden revelar rudeza o debilidad, que pueden expresar sus sentimientos, sus deseos o su lucidez.

Aquí empieza a tomar un papel importante su actuación en un escenario en el que necesita ser atractivo y genial para aparecer como el original, como el ‘verraco’ o tal vez como el inteligente y astuto ante sus compañeros o ante el público de dicho escenario: “muchas veces su supervivencia en los grupos de pares, su autoestima y sus relaciones con los miembros del sexo opuesto dependen del manejo que le dan a la apariencia de su cuerpo”¹²⁶

Si el adolescente logra ajustar su apariencia a su forma de ser, contará con una forma de actuar equilibrada, de lo contrario a ello se sentirá desubicado y perdido,

¹²⁵ PARODI ZULUAGA, Marta Luz. *Op cit* .p. 359

¹²⁶ *Ibid.* p. 364

lo que generará la necesidad de ir al encuentro de nuevos estilos. Porque: “Las imágenes los son todo en cuanto narran y las narraciones llevan a comprendernos. Las narraciones construyen seres infinitos en su competencia simbólica, ya que el significados se pone en escena, nuevamente, en cada relato”¹²⁷.

Se trata la confrontación entre el ser y el parecer, o como ya lo hemos mencionado anteriormente del *Paraser*. El sujeto toma significados y significantes, pero al mismo tiempo resignifica y les da un toque único, aunque en algunos casos intente ser igual a su original. De esta manera se generan configuraciones y representaciones distintas, porque es allí donde se plasma el ser, modos de comunicar y, al mismo tiempo, medios de narración.

6.3. Símbolos

Esta resignificación que elaboran constantemente los adolescentes alude a un sinnúmero de modelos de vida que presentan los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en pos de una construcción de identidad, pero que aluden a la realidad de la que es sujeta el individuo y se suman o reestructuran también de acuerdo a lo explorado en la familia, escuela, con los amigos y en la tradición.

Pero para ser más exactos en este aparte, se trata de una simbología audiovisual que refuerza el ser y nivela el obtenido desde el nacimiento. Se trata de una multiculturalidad, que al mismo tiempo que sus tradiciones, crece en símbolos e ideologías gracias a la necesidad infinita de cambio, de originalidad. “Dado que la especie humana, a diferencia de las otras, es productora de cultura y de significados, existe mucho de construido y de simbólico en las maneras de asignar valores a los cuerpos y la interacción de ellos”¹²⁸.

Entonces se generaliza, mediante la integración y reproducción de sentidos, en la

¹²⁷ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 16

¹²⁸ *Ibidem* .p. 356

cultura juvenil, allí donde las tradiciones, símbolos y costumbres son distintas a la cultura adulta, pero se interioriza en la construcción de relato de cada adolescente. Así, como lo menciona Rincón: “Desde el mundo de las imágenes esta época ofrece un supermercado simbólico de estilos de vida o maneras de ser. En este supermercado, una oferta privilegiada se hace desde lo visual”¹²⁹.

Los simbolismos se reflejan en una casi homogenización que es vista como un mundo aparte, casi vanguardista y lleno de rupturas. La adolescencia aparece con significados nuevos, modos de vida nuevos y lenguajes versátiles que construyen una identidad nueva cada día, sin dejar de lado los referentes de cada individuo.

“En la vida cotidiana, las dos formas de comunicar, verbal y no verbal, están inexorablemente ligadas, cada una modifica y reconstruye las significaciones y aquello que busca transmitir la otra. El cuerpo es expresión, y eso es mucho más que decir que el cuerpo tiene gestos”¹³⁰.

Es así como el interior de cada sujeto va tomando sentido en su esencia única de ser, pues va generando un yo propio que se evoca con cada modo de significar sus experiencias y estructurar sus propios signos en imágenes y sonidos en los diferentes escenarios presentes.

Una resignificación que elaboran constantemente los adolescentes tras la construcción de identidad dentro de una multi-culturalidad, que crece en símbolos e ideologías gracias a la necesidad infinita de cambio, y de originalidad, convirtiéndose en una simbología diferente a la tradicional, por ser más propia, aparece con significados nuevos, modos de vida nuevos y lenguajes versátiles que construyen no solo una identidad nueva sino una cultura nueva.

7. EL ADOLESCENTE, LA IDENTIDAD Y LA TELEVISIÓN

¹²⁹ RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 19

¹³⁰ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op cit.* 6.1

Los adolescentes construyen su identidad mediados por referentes que hacen parte de su vida desde su nacimiento, sin embargo, no es una identidad única, sino una constante reevaluación de su ser. Estar expuesto a interactuar en distintos escenarios y vivir múltiples experiencias en cada uno de ellos, lo convierte en un individuo saturado que quiere estar allí y allá, sin un rumbo fijo, pero con la certeza de que ese proceso de cambio le va a permitir llegar a un punto determinado.

Es necesario hablar del gran papel que juegan los medios de comunicación como institución social del poder tecnológico de las relaciones, tanto sociales como individuales, pues los medios intentan por medio de un mensaje: “describir, explicar y predecir lo que puede pasar si determinadas categorías de personas se exponen a específicas formas de mensajes por vía de medios concretos de comunicación de masas”¹³¹.

La televisión parece proponer diferentes esquemas para los adolescentes, que suelen recrear una relación casi real que los motiva a tomar ciertos modelos generados por los mismos productores, que se ven reflejados en personajes e imágenes que hacen parte de la programación televisiva. Porque: “La televisión es un dispositivo narrativo audiovisual y una institución industrial, social y cultural que se ha convertido en el eje de la comunicación contemporánea y la forma privilegiada que toma el espíritu del tiempo”¹³².

El sujeto interviene en los procesos comunicativos, selecciona y retiene el mensaje, lo que afianza sus propias condiciones, pero no sólo los medios determinan los cambios producidos en la audiencia, es una relación recíproca. Las características de los receptores también establecen los contenidos: los prototipos de los sujetos y las organizaciones, además del estilo, estructura y tamaño de los medios, teniendo en cuenta que el medio reproduce la realidad y el sujeto hace

¹³¹ MARÍN, Antonio Lucas y otros. *Sociología de la comunicación, efectos de los medios de comunicación*. Ed. Trotta. Madrid. 1999.p. 201

¹³² RINCÓN, Omar. *Op cit.* p. 61

parte de ella.

En ese sentido, los contenidos varían dependiendo del tipo de audiencia: sexo, edad, nivel educativo, contexto en el que se desenvuelve el sujeto que recibe el mensaje y de ello depende la calidad y función del estímulo. Se halla que a medida que al mismo tiempo que el hombre evoluciona, va replanteando nuevas estrategias de comunicación y por ende nuevos modos narrar.

Es decir, el hombre va evolucionando al mismo tiempo que los medios de comunicación, pues están hechos por el hombre y para el hombre, y su fuerte reciprocidad los transforma constantemente tanto al uno como al otro: “La adopción comporta siempre formas de readaptación y, cuando se constituye una actividad interpretativa, el consumo pone en marcha procesos de transformación. La audiencia adapta y adopta”¹³³.

La televisión antes que ser un medio heterogéneo, se presentó a los adolescentes como un sistema homogéneo, que rico en herramientas, interactuaba con ellos como espejo y carta de la realidad. Era un instrumento metamorfo revelándoles su propia vivencia cultural. Fue así como por la diversidad de símbolos, culturas y experiencias, empezó a hacer parte del proceso de construcción de identidad y se alejó cada vez más de lo uniforme.

“La ficción de la televisión, y sobre esto se basa su fuerte interés sociológico, trabaja para preservar, construir y reconstruir un sentido común de la vida cotidiana, un sustrato de creencias y aceptaciones compartidas, incluso de respuestas a los dilemas de la existencia, que a su vez sirven para familiarizarnos con el mundo social”¹³⁴.

Se trata de un instrumento, de un espejo. Así como la televisión intenta mostrar la realidad y busca formas de ser cada vez más original y atractiva para la sociedad,

¹³³ BUONANNO, Milly, *Op.cit* .p. 44

¹³⁴ BUONANNO, Milly, *Op.cit* .p. 64

de la misma manera se ha afianzado como uno de los medios para el proceso de crecimiento y formación de los jóvenes.

No sólo se trata de su lenguaje, sino de su contenido y de sus historias, de su forma de narrar, tan 'real', que logra una empatía con el televidente que busca identificarse con algo y en ocasiones lo logra con personajes que aunque ficticios, están basados en vivencias reales: "su influencia en términos de percepción, comprensión o reacción emocional de las audiencias, los factores culturales o ideológicos que favorecen la elección de determinados códigos, la contribución de los elementos gramaticales a la presentación y a la construcción de los elementos de contenido"¹³⁵.

Los realizadores de televisión se esmeran por exhibir un producto agradable y atractivo a su audiencia con programas emitidos horas enteras por la pantalla; paralelamente los adolescentes en su búsqueda por una identidad única y aceptada ante los demás, toman experiencias e historias de vida para encontrar su propia identidad. Puesto que, "una cultura así no se presta a ser concebida como el resultado de una pura trasmisión o imposición de significados; es necesario que los actores sociales, individuales y colectivos, implicados en la comunicación, compartan los mismos significados y que este hecho no se dé por evidente ni que se asegure a priori"¹³⁶.

Se trata de una reciprocidad única que sacia cada paso del proceso mismo de una construcción de identidad. La televisión vive en torno a la realidad, la realidad misma no puede ser sin el hombre y su naturaleza, mientras que el hombre no puede vivir sin su realidad y se basa en el medio para ir en búsqueda de su identidad.

¹³⁵ *Ibidem.* p. 73

¹³⁶ **Buonanno**, Milly, *Op cit.* Pag. 23

7.1. Lo vivido y lo que refleja la televisión

La evolución del lenguaje hace que la identificación que ofrece la televisión con ciertos personajes ficticios creados por el medio, produzcan un aprendizaje¹³⁷ más rápido y práctico por la misma necesidad que tienen los seres humanos de experimentar algo que la televisión refleja tal cual.

Es por eso que el discurso televisivo es tan fuerte: “la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra. Este poder de evocación es capaz de provocar fenómenos de movilización social. Puede dar vida a las ideas o representaciones, así como a grupos”¹³⁸.

No es cierto que todo pueda aprenderse sólo en casa o en la calle, como creen algunos ideólogos que contradicen la anterior presunción, hay quienes se esfuerzan por perfeccionar el lenguaje y los relatos de la televisión para mejorar su influencia en la construcción de identidades o por lo menos para formar cultura. Según Barbero, “la misma tecnología que nos posibilita nuevas experiencias de creatividad puede crearnos la ilusión más ilusoria de una autonomía que nada tiene que ver con la inercia y la sumisión cotidiana que nos rigen en la vida social”¹³⁹.

Y el perfeccionamiento entonces del lenguaje hace que la identificación que ofrece la televisión con ciertos personajes ficticios, creados por el medio, produzcan un aprendizaje más rápido y práctico. Muestra su grado de mediación por la misma necesidad que tienen los seres humanos de experimentar algo que la televisión refleja tal cual. Es decir:

¹³⁷ OMAR RINCÓN: “La televisión es, asimismo, una institución fundamental para fabricar los pasados y futuros”. “La televisión es un saber legítimo, el más generalizado; su importancia radica en que lo más común, lo más compartido, lo que más junta para conversar en la vida cotidiana está dado por la televisión; es una red que conecta y contacta a una comunidad alrededor de unos significados”. *Op cit.* p, 37

¹³⁸ BOURDIEU, Pierre. *Op cit.* p. 27

¹³⁹ BARBERO, Jesús Martín. *Crisis identitarias y transformaciones de la subjetividad. Debates sobre el sujeto.* Colombia. Siglo del hombre editor. 2004.p. 44

“Son espejismos que hacen énfasis en la diferencia de los jóvenes, con respecto a otros grupos de edad y con respecto a ellos mismos; generan procesos de respeto ante las identidades juveniles, de valoración de sus expresiones o de sus productos culturales y de aprecio por la diversidad en sus formas de representación, comunicación e interpretación del mundo”¹⁴⁰

Se trata de las historias mismas, de la representación de realidades que traen a cuenta sentimientos, momentos y prácticas que revelan moralejas, estilos de vida y prácticas que en cierta manera son experimentadas por el televidente. Espejismos que llevan a crear identidades o en cierta medida la experimentación y resignificación de nuevas historias de vida personales.

7.2. Uso de los contenidos

En el mismo proceso de construcción de identidad, los adolescentes resignifican sus experiencias y repertorios, igualmente la pantalla de televisión aparece como mediadora y sugerente de sentidos para que ellos reconstruyan, codifiquen y descodifiquen los diversos significados y refuercen o reestructuren su identidad dentro de un grupo particular.

No se acusa al medio audiovisual como influyente o en gran disposición, causa y efecto, sino que se le atribuye como un intermediario de cambios y acciones sociales, a través de sus contenidos y temas transmitidos, gracias a la variedad de gustos que busca cumplir con las necesidades y satisfacciones de los receptores.

En el caso de los jóvenes, la televisión concibe diversos géneros y formatos que van más acorde a sus ideologías y sus lenguajes, tanto sonoros como de imagen. De esa misma manera se originan vínculos que se acercan más a sus estilos de vida y por ende a sus procesos de construcción de identidad, como lo expone Herrera (2004):

“... los discurso sobre y para ellos son seductores, son espejismos que hacen énfasis

¹⁴⁰ **HERRERA**, Eliana. *Espejismos y realidades sobre los jóvenes, o de algunos riesgos del discurso de la diversidad cultural*, de la Universidad de Manizales, Facultad de Comunicación Social y Periodismo. Pag. 1

en la diferencia de los jóvenes, con respecto a otros grupos de edad y con respecto a ellos mismos; generan procesos de respeto ante las identidades juveniles, de valoración de sus exposiciones o de sus productos culturales (como el rock, la moda 'alocada') y de aprecio por la diversidad en sus formas de representación, comunicación e interpretación del mundo"¹⁴¹.

Y como es sabido, los adolescentes son excelentes intérpretes, recursivos, imitadores, también transforman a su manera cada cosa vista y explorada. Ellos aprenden e interactúan gracias a la cantidad de referentes en los que coexisten, en donde no son especialmente selectivos, debido a su búsqueda y resignificación; ellos interpretan, comentan, negocian, rechazan o aceptan.

"Es plausible afirmar que el acento de realidad del subuniverso fantástico de la televisión, aun pudiendo ser atenuado por transiciones que puede que nunca hayan sido sustraídas de la vida cotidiana totalmente, conserva una resonancia más duradera en esta misma vida con la que incesantemente se mezcla"¹⁴²

Es precisamente un aspecto importante que aporta la televisión a la sociedad con sus contenidos y sus relatos, sirve como medio de socializador, de educación, de recreación, de política y de disertación:

"...la televisión se ha convertido en el eje de la reflexión social y el medio de mayor incidencia sobre las agencias públicas, las formas de la política, los estilos de producir saber y las maneras de comprender el mundo. La televisión es, asimismo, el medio central para el juego de los sentidos colectivos en la sociedad actual, a la que estructura de maneras insospechadas, de ahí su centralidad social y cultural"¹⁴³.

La televisión es un mecanismo por el cual se fundamentan la historia y el pasado, mediante él, se insiste sobre los valores morales y éticos de cada cultura, se actualiza sobre los acontecimientos, se aprenden actitudes, comportamientos e ideologías; todo ello con el fin de que el joven asimile más su relación personal,

¹⁴¹ *Ibidem* .p. 1

¹⁴² BUONANNO, Milly. *Op cit* .p. 54

¹⁴³ RINCÓN, Omar. *Op cit* .p. 31

cultural y demás actitudes que lo identifican como individuo perteneciente a un grupo social.

“Si los formatos son televisivos, los contenidos o historias que se cuentan se convierten en lugar cultural, ya que cada programa habla de unas formas de pensar sentir e imaginar, las de cada cultura que lo produce”¹⁴⁴.

A veces parece como si nada escapara a la atención de los adolescentes, porque están atentos a cuanto acontece, su curiosidad y afán de crecer y sentirse grandes o por lo menos seguros de lo que son. Más aún cuando tiene acceso a múltiples medios que facilitan su acercamiento al mundo y sus novedades, a historias y mercados novedosos ante sus ojos y sus expectativas, siempre abiertos a lo que surja, en que el televisor es su mayor soporte e impulsor:

“La televisión está colocada en nuestra casa y los mundos imaginarios que nos desvela fluyen directamente dentro y se mezclan con el flujo de la vida cotidiana, tanto que atenúan la separación entre los dos órdenes de realidad. Menos saturante y exclusivo, el disfrute televisivo no excluye necesariamente que abandonemos otras actividades u ocupaciones de la vida cotidiana y, en todo caso, crea las condiciones de un efecto péndulo y de transiciones más fluidas y continuas, menos marcadas y dolorosas, entre real e imaginario”¹⁴⁵

Se concibe toda una etapa de retroalimentación de sentidos, relatos y representaciones, en la que se da paso a un alto espectro de posibilidades que evidencian a los medios de comunicación como agentes socializadores proponentes no sólo de pensamientos, sino también idiomas y símbolos; de esta manera se ilustra como cada adolescente tiene la posibilidad de tomar una posición frente o junto a cada propuesta transmitida.

En este paralelismo se toma en consideración tanto el estudio del mensaje que

¹⁴⁴ *Ibidem.* p. 45

¹⁴⁵ BUONANNO, Milly. *Op cit* .p. 54

producen los medios, como las características de los sujetos y las organizaciones, además el estilo y estructura de los medios. Así, las identidades varían dependiendo del tipo de audiencia: sexo, edad, nivel educativo, contexto en el que se desenvuelve el sujeto que recibe el mensaje, pues de ello dependen las resignificaciones.

“...hay que producir, cada vez más, manifestaciones para la televisión, es decir, manifestaciones que por su naturaleza despierten el interés de la gente de la televisión, haciendo hincapié en sus categorías de percepción, y que, retransmitidas y amplificadas por esa gente, alcancen su plena eficacia”.¹⁴⁶

Se muestra aquí una relación que tienen las identidades de los adolescentes con la televisión, es claro que si se observan los símbolos y lenguajes utilizados por ellos y se realiza una breve comparación de éstos con los mensajes y contenidos de los programas vistos constantemente por los mismos, se podrá encontrar que lo que refleja la televisión hace parte de la identidad construida por los adolescentes.

7.3. Proceso de negociación: encuentros y desencuentros

Luego del proceso en que los adolescentes experimentan la televisión y tienen acceso a sus contenidos, se enfrentan a una disputa entre lo que experimentan con la familia, los amigos y las tradiciones, en contra o a favor con lo que le ofrece la televisión. Empieza una negociación entre lo que adopta para sí y la forma en que quiere construir la identidad.

Es decir, el adolescente difiere entre su experiencia directa y la mediada, se encuentra con una identificación con lo televisivo, pero al mismo tiempo con contenidos no adoptables para sí; entre lo malo y lo bueno, aludiendo a su formación familiar, entre lo ético, pero al mismo tiempo en lo que quiere ser y desea acoplar a su identidad.

¹⁴⁶ BOURDIEU, Pierre. *Op cit.* p. 29

Es allí donde radica aún más el 'paraser', la dicotomía entre el ser y parecer, entre lo que se es y lo que se quiere ser, que aluden a vivencias que poseen un grado de ideológico y de un querer experimentar, motivado por la una pluralidad de información y formas de vida que confunden al adolescente en el momento de construir su identidad.

Se trata de analizar estilos de vida, formas de ser, modos de experimentar y características apropiadas que se acoplen a lo que el joven quiere para su vida, pero son la velocidad de los medios, la agrupación de información y la excesiva heterogeneidad de las culturas, los que causan encuentros y desencuentros en el proceso de construcción de identidad.

“Aproximarse a las culturas juveniles con ojos curiosos y sin prejuicios permite comprender sus 'motores de creación', sus estrategias de resistencia al poder, sus prácticas de libertad, sus proféticas voces en el contexto de graves crisis y sin sentidos, pero también sus limitaciones, sus contradicciones y su estallidos de rebeldía”¹⁴⁷.

Porque, lo vivido en el hogar, no se compara con el ambiente que se vive en la escuela o con el grupo de pares. Pero cuando el adolescente llega a experimentar la televisión, no con un dialogo sino como un análisis y reflexión de moralejas, episodios casi reales, se origina una reestructuración de conceptos que combinados con los escenarios anteriores van desarrollando una identidad más madura.

Y cuando se habla de madurez en el contexto de los jóvenes, se menciona el deseo común de ser independiente, de manejar una vida propia y por consecuencia, alejarse del mundo adulto, para encontrar un ser competente, capaz de resistir sus propias conjeturas y apropiarse de sus actos dentro de los diferentes escenarios o referentes que habite, fortaleciendo su independencia de los adultos.

¹⁴⁷ MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. *Op. cit. Cap. 2.1*

“Los conflictos entre el mundo adolescente y el mundo adulto dan como resultado un desencuentro cotidiano. Adolescentes y adultos se convierten en dos bandos que luchan uno contra el otro. El objetivo del bando joven es mostrar y confirmarse de alguna forma su no dependencia y no necesidad de los adultos. Y los adultos tienen como objeto reafirmar su poder y autoridad”¹⁴⁸.

En sí se habla de una identidad construida a través de vivencias y experiencias, tanto en la escuela, familia, entre amistades y la televisión, en donde tanto información, símbolos, culturas, tradiciones, lenguajes y expresiones, se intercambian, se negocian, se interpretan, se transforman y en muchos casos se unen para llegar a elaborar una identidad propia y única que pueda diferenciarse de las demás.

¹⁴⁸ GARCÍA MARTÍNEZ, María Luisa. *Op cit.* p. 312

X. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Teniendo en cuenta que **el lugar de la televisión** fue el objeto de estudio de la investigación, fue necesario plantear dos categorías de análisis para comprender la importancia de este medio como función, recurso y mediador; es decir, agente socializador dentro de la construcción de identidad.

En primera instancia se habló de los **Encuentros**, como la experiencia positiva y recíproca entre el proceso de *resignificación y apropiación*, de los adolescentes y la televisión a través de múltiples recursos simbólicos que lo llevan a crear sus propios sentidos y modos de existir en la sociedad. Es decir, “el televisor se apaga y surgen los usos sociales, aquellos procesos de apropiación, los itinerarios en que los mensajes televisivos se ponen en circulación y de resemantización, son las formas como la televisión aparece en las comunicaciones cotidianas”¹⁴⁹.

En segundo lugar se mencionaron los **Desencuentros**, referidos a la vivencia que no genera la posibilidad de cambio y por el contrario es *rechazada* por los adolescentes, luego de no adaptarse a sus modos de relato y resignificación, además de tornarse indiferentes dentro del proceso de elaboración de parecer. Se advirtió que...

“...la razón fundamental que genera estos desencuentros se halla cimentada en una visión teológica del mundo, donde son abordadas por medio de manifestaciones de poder y autoridad de tipo vertical y donde se intenta abordar una experiencia y una forma de vida que nos acerque a la modernidad, sin un proyecto coherente, sin una percepción propia que nos permita ver el modelo que queremos”¹⁵⁰.

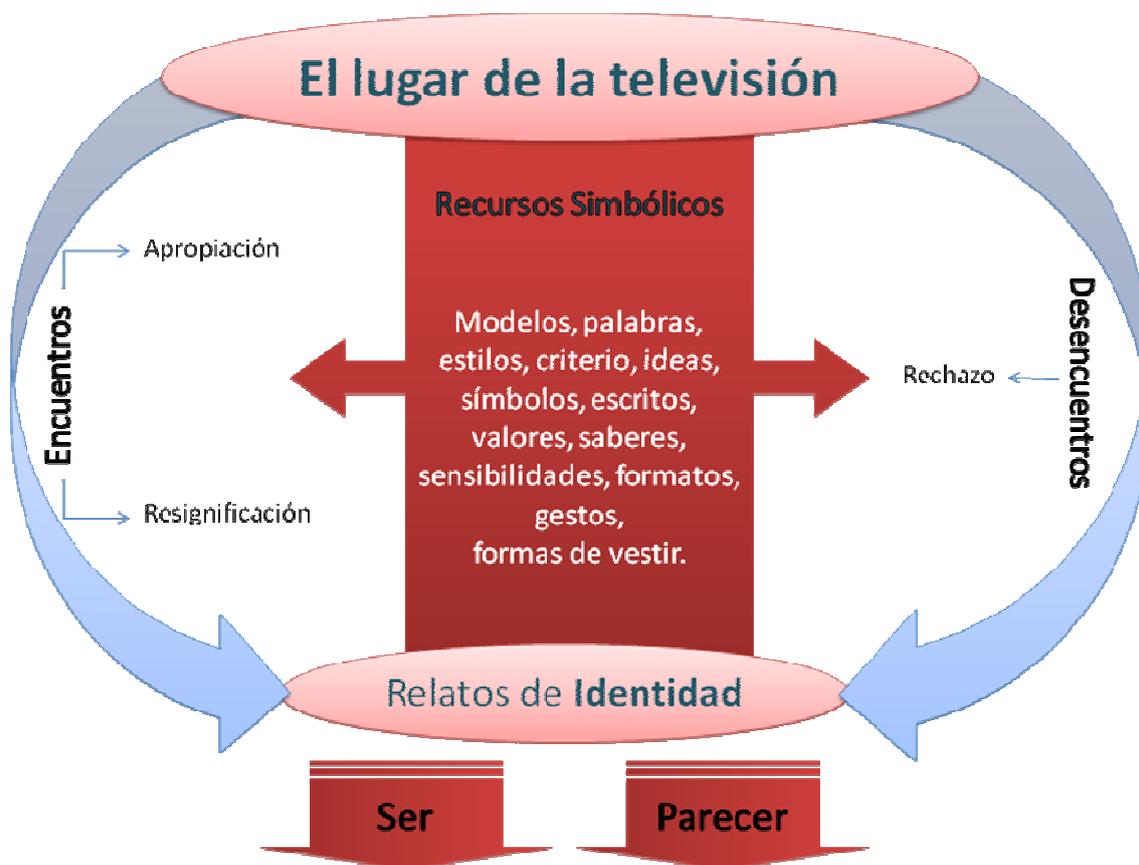
¹⁴⁹ RINCON, Omar. *Op cit.* p. 94

¹⁵⁰ APARICIO, José Alfredo. *Op cit.* p. 329

De esta manera, se pretendió tomar como indicadores, los diferentes **recursos simbólicos** transmitidos por la televisión y aquellos que se obtienen o construyen en la relación con los diferentes referentes, que pueden hacer parte de los mismos relatos de identidad de los adolescentes, pero que se visualizaron luego de aplicar las técnicas de recolección de información.

Así mismo, se tomó la identidad de los adolescentes como el cuerpo conceptual e interpretativo, al cual se quiso llegar luego de comprender tanto los encuentros como los desencuentros dentro de los relatos de identidad, *ser* y *parecer*, de los adolescentes.

A continuación se presenta un esquema que ilustra el proceso categorial:



El lugar de la televisión en la construcción de identidad				
EL LUGAR DE LA TELEVISIÓN	Encuentros	Apropiación	Recursos Simbólicos Modelos, palabras, estilos, criterio, ideas, símbolos, escritos, valores, saberes, sensibilidades, formatos, gestos, formas de vestir.	IDENTIDAD
		Resignificación		Ser
	Desencuentros	Rechazo		Parecer
	RELATOS			

XI. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Teniendo en cuenta que había que comprender el lugar que tiene la televisión dentro del proceso de construcción de identidad, fue pertinente trabajar un tipo de investigación cualitativa que respondiera a la pregunta de investigación, tratándose de relatar el cómo de un fenómeno y en qué condiciones se da.

“...asumir una óptica de tipo cualitativo comporta, en definitiva, no sólo un esfuerzo de comprensión, entendido como la captación, del sentido de lo que el otro o los otros quieren decir a través de sus palabras, sus silencios, sus acciones y sus inmovilidades a través de la interpretación y el dialogo, si no también, la posibilidad de poder construir generalizaciones, que permitan entender los aspectos comunes a muchas personas y grupos humanos en el proceso de producción y apropiación de la realidad social y cultural en la que desarrollan su existencia”¹⁵¹.

En este sentido, el trabajo no asumió una interpretación literal de la televisión, sino una interpretación que fluyó a partir de la reconstrucción del mundo de la televisión, desde las voces de los adolescentes, inmersas en sus propias historias de vida, las cuales cumplieron con la condición de ser lo más plausibles y asequibles para explicar los eventos o fenómenos que luego serían interpretados.

Proceso hermenéutico que como aplicación práctica se movió en distintos escenarios como en los estudios de desarrollo moral, de análisis político y como en nuestro caso, de identidad cultural; por lo dicho “problemas como los de descubrir el sentido, la lógica y la dinámica de las acciones humanas concretas se convierten en una constante desde las diversas búsquedas calificadas de cualitativas”¹⁵².

¹⁵¹ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos. *Op cit.* p. 32

¹⁵² *Ibidem.* p. 34

En esta trama investigativa se prestó atención a la comprensión de identidades de los adolescentes, con base en los *relatos de ser y parecer* y el contraste con los recursos simbólicos que presenta la televisión; de esta manera se infirieron sus procesos de negociación (encuentros y desencuentros).

Al observar estos encuentros y desencuentros como dos categorías que se manifiestan en la experiencia de construcción de identidad por medio de la televisión, fue necesario obtener datos cualitativos de los diferentes relatos de las identidades de los adolescentes escolarizados en el marco de sus apropiaciones, resignificaciones o rechazos en relación con los recursos simbólicos de la televisión; de esta manera se pretendió encontrar una valoración que permitiera interpretar el lugar que ocupa televisión dentro del proceso de construcción de identidad.

Se infirió que conociendo los relatos de identidad de los adolescentes, se comprenderían los diversos lenguajes, sentidos, pensamientos, gestos y formas de vestir en su más profunda expresión para localizar los diversos recursos simbólicos de la televisión, inmersos en su identidad.

1. Fuentes de información

Frente al dilema de la profundidad y la extensión, fue necesario precisar, apoyado en Sandoval¹⁵³ que en la investigación cualitativa es prioritaria la profundidad sobre la extensión y por supuesto, la explicitación de la calidad sobre la magnitud de la cantidad. Por lo tanto, el límite de la profundización surgió del nivel de claridad que se quiso obtener a medida que se avanzó en el proceso de investigación y la extensión, de mayor o menor riqueza, y de la información que se derivó de las fuentes que serían exploradas.

¹⁵³ *Ibidem.* p. 122

En este sentido, los sujetos de la investigación, los adolescentes escolarizados de estrato cuatro que ven televisión, fueron quienes reflejan las distintas formas de construcción de identidad de los jóvenes y el lugar que en dichos proceso tiene la televisión.

Se pretendió así, tomar un *muestreo de casos homogéneos*¹⁵⁴ que buscó describir a los adolescentes en su profundidad, en tanto estrategia empleada para la conformación de grupos focales; por lo cual, ver televisión fue el referente común para elegir a los informantes, en relación con el eje temático al que apuntó la investigación.

En tanto, se tomó una muestra representativa de ocho Adolescentes que cubrieron la etapa entre los 13 y 16 años de edad, para escuchar sus diversos relatos de vida; y para equilibrar la muestra tomamos dos jóvenes por cada rango de edad, hombre y mujer, pues aunque no se estudió el género en particular, fue importante atravesar los distintos modos de construcción que maneja cada uno de ellos, de tal modo que profundizaran más la investigación de acuerdo a sus historias de vida.

Se recalcó que cada uno de los sujetos a escuchar, tendría que estudiar en un colegio de Manizales y vivir dentro de una de las zonas de estrato cuatro de la ciudad para estudiar más a fondo la complejidad de este fenómeno; además de comprender y tener muy claro el lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescentes, se propuso estudiar sujetos que integraran o agruparan actividades lúdicas y de mayor relación social, para analizar mejor la televisión entre los distintos escenarios que la acompañan.

En general, la muestra seleccionada se desarrollaba entre actividades escolares y extraescolares, en tanto muchos de ellos eran amigos de las artes, la música, los deportes, los medios tecnológicos como el internet, la radio y la televisión. Eran

¹⁵⁴ *Ibidem.* p. 123

aficionados a la televisión en distintos momentos que entrecruzan con sus acciones cotidianas y de rutina; además, cumplían con los distintos referentes ya mencionados en el proceso de construcción de identidad, como son la familia, grupos sociales de pares, la tradición cultural, inserción en el sector educativo y acceso a los diferentes medios de comunicación.

“Se trata de buscar una muestra que sea comprensiva y que, a su vez, tenga en cuenta los casos negativos o desviantes, pero haciendo énfasis en los casos más representativos y paradigmáticos y explorando a los informantes clave”¹⁵⁵.

También se trató de un *muestreo por conveniencia*¹⁵⁶ que tuvo su origen en consideraciones de tipo práctico, porque se buscó obtener la mejor información en el menor tiempo posible, de acuerdo con las circunstancias concretas que rodean tanto al investigador como a los sujetos o grupos investigados.

2. Técnicas e instrumentos para la recolección de información.

Fue preciso empezar por las historias de vida, porque a través del conocimiento profundo de sus narraciones, se auscultó en gran parte del grupo general de adolescentes de Manizales, a través de patrones generales o abiertos que dieron cuenta del proceso de construcción de identidad desde sus relatos de vida.

“Porque la historia no es algo que haya sucedido hace más o menos tiempo, sino una realidad presente que se sigue alimentando cotidianamente y que se dispersa en el tiempo preparando lo que aun no sabemos qué va ocurrir: la historia de hoy se teje para el futuro que viene. Pero también para construir el pasado, nombrándolo, delimitando los padecimientos, comprendiendo los momentos de cambio, de pérdida, de empuje”¹⁵⁷.

¹⁵⁵ MARTÍNEZ, Miguel. *La investigación cualitativa etnográfica en educación, manual teórico práctico*. Ed. Trillas. País, año. Pág. 54

¹⁵⁶ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos. *Op cit.* p. 124

¹⁵⁷ Marinas, José Miguel y Santamarina, Cristina. *La historia oral, métodos y experiencias*. Madrid. Debate. 1993. Pag. 40

Con las historias de vida se llegó, en términos de Sandoval¹⁵⁸ a una producción literaria y a la historiografía tradicional “herramienta de gran valor para el desarrollo de la historia social de carácter crítico” de tal manera que se pasó de centrar el esfuerzo investigativo de individuos excepcionales a personas lo más comunes posibles, justamente para lograr un acercamiento a la realidad social que ellos representan y de la cual, sin duda alguna son síntesis.

El relato de vida fue puntal de esta investigación; permitió comprender aspectos relacionados con la historia de los adolescentes, sus identidades, sus distintos vínculos sociales, al tiempo que permitió inferir sus manifestaciones de *ser* y *parecer*, todo ello dado que:

“En contraposición metodológica, pero en identidad de propósitos frente al abordaje de la historia social, se encuentra el estudio de las mentalidades colectivas, una de cuyas principales herramientas de trabajo la representa el trabajo a partir de testimonios”¹⁵⁹.

Testimonios que salieron a través de una entrevista a profundidad, teniendo en cuenta que la misma historia de vida es uno de los tres tipos de entrevista a profundidad y en ella “el investigador trata de aprehender las experiencias relevantes de la vida de una persona en particular y la forma como esa persona ve esas experiencias en sus propias palabras”¹⁶⁰.

En este caso, con las historias de vida, la preocupación principal giró sobre las aprehensiones de las identidades que subyacen a la constitución como sujetos o colectivos, de los miembros de una población especial como son los adolescentes. Además se trató de una herramienta que se prestó para la espontaneidad, porque

¹⁵⁸ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos. *Op cit.* p. 92

¹⁵⁹ *Ibidem.* p. 92

¹⁶⁰ Hay tres tipos de entrevista a profundidad: La historia de vida o autobiografía sociológica, las que se refieren el aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente, y las que referencian un cuadro amplio de escenarios o personas. MURCIA PEÑA, Napoleón y JARAMILLO ECHEVERRY, Juan Guillermo. *La complementariedad etnográfica: investigación cualitativa una guía para abordar estudios sociales.* Colombia. Kinesis. 2000. Pag 111

un relato de vida es algo profundo y vivo que da claridad del *ser* en esencia de los adolescentes, al tiempo que de su *Paraser* como integrantes inseparables de la identidad.

3. Procedimiento del estudio

Con estas narraciones que dejaron acceder al ser humano, en tanto sujeto histórico, investigativo y de intervención, se comprendió la construcción de sentido subjetivo y colectivo en la experiencia de las prácticas sociales, la identidad individual y colectiva, la historia local y la memoria social, entre otras.

Por tal razón se acordaron encuentros con cada uno de los sujetos entrevistados en lugares en que se pudieran sentir cómodos y confiados para darnos a conocer sus relatos de vida, de tal manera que fueran ellos los que decidieran el espacio y hora de la cita, que fue recopilada con grabadora reportera para luego transcribir cada uno de las palabras, expresiones y momentos sonoros de sus narraciones, recurriendo a la entrevista a profundidad de Taylor y Bogdan:

“Se refieren a la entrevista a profundidad como esos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto a sus vidas, experiencias o situaciones expresadas en sus propias palabras”.¹⁶¹

Es de aclarar, que durante el proceso de elaboración de la investigación se observaron y clasificaron algunos jóvenes que pudieron ser parte del proceso de indagación, teniendo en cuenta su cercanía y confiabilidad, sus diversos modos de vida y entornos sociales, que hacen parte de los enfocados anteriormente y que se prestaron a manifestar su vida y formas de pensar ante el investigador. Se trató de jóvenes con los que se ha tenido contacto en alguna circunstancia casual, pero

¹⁶¹ *Ibidem.* p. 110

con los que se tuvo plena certeza de encontrar un relato confiable y no hubo que tomar medidas de acercamiento.

De acuerdo a lo anterior, se presentó ante ellos un estudio sobre la televisión, pero sin abordarlos desde los temas ya mencionados en el marco teórico, ni mucho menos dejando ver el proceso metodológico que se realizó, sino más bien recurriendo a un proyecto académico que requería de sus historias y de conocerlos más cercanamente y estudiar sus modos de ser.

Así y por tratarse de una investigación cualitativa, tuvo un proceso de recolección de información flexible y semi-estructurado que permitió la espontaneidad de los sujetos estudiados, quienes nos dieron en sus relatos de identidad más reales y propios, e incluso revelaron desde el mismo momento, un posible lugar de la televisión dentro de sus procesos de construcción de identidad.

4. Validación de la Investigación - Análisis de resultados

Los hallazgos de la investigación se validaron teniendo en cuenta la interpretación de evidencias, que en otros términos, significa la convergencia de indicios, resolviendo el problema de investigación planteado desde un proceso exhaustivo propio de un análisis detallado y profundo, en tanto interpretación y comprensión de sentidos compartidos.

La revisión de literatura en la investigación cualitativa, corre paralela al proceso de recolección de datos y a los análisis preliminares; se emplea para ir depurando conceptualmente las categorías que van aflorando al realizar el análisis de la información generada y recogida en el transcurso del proceso de investigación.

Teniendo claro que se trató de una investigación de tipo cualitativo, se pretendió interpretar los relatos y narraciones de los sujetos que fueron seleccionados para

desentrañar los significados de su construcción de identidad y del mismo modo, para comprender el lugar, función o recurso, de la televisión, no sólo en el campo social de los adolescentes sino en el proceso de construcción de su identidad.

Revisando cada una de las categorías definidas para el proceso de la investigación, se tomaron los diversos relatos de identidad y se comprendieron cada uno de los recursos simbólicos inmersos en ella para evaluar qué relación tienen con la televisión y desde allí inferir apropiaciones, resignificaciones y rechazos. Así los relatos, expresados por cada uno de los adolescentes revelaron modelos, palabras, estilos, criterios, ideas, símbolos, escritos, valores, saberes, sensibilidades, formatos, gestos, formas de vestir y demás proyecciones de identidad, que de una u otra manera, pudieron llevarnos al lugar de la televisión.

Es preciso especificar que la recolección de datos fue clasificada y reorganizada para una mayor interpretación y comprensión, mediante el ATLASTI, una herramienta informática cuyo objetivo es facilitar el análisis e interpretación de datos cualitativos:

“No pretende automatizar el proceso de análisis, sino simplemente ayudar al intérprete humano agilizando considerablemente muchas de las actividades aplicadas en el análisis cualitativo y la interpretación, como por ejemplo la segmentación del texto en pasajes o citas, la codificación, o la escritura de comentarios y anotaciones; es decir todas aquellas actividades que, de no disponer del programa, realizaríamos ayudándonos de otras herramientas, como papel, lápices de colores, tijeras, fichas, fotocopias...”¹⁶².

De esta manera y conociendo los recursos simbólicos de los adolescentes y al mismo tiempo, los que emplea y transmite la televisión, se encontró el punto, o por lo menos se interpretó el modo en que se relaciona este medio audiovisual con la construcción de identidad de los adolescentes.

¹⁶² MUÑOZ JUSTICIA, Juan. *Análisis cualitativo de datos textuales con Atlas/ti*. España. Universidad Autónoma de Barcelona. 2003. p. 10

XII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. MUESTRA EN PROFUNDIDAD

Comprendiendo las condiciones de los adolescentes adquiridas dentro del proceso de investigación, es menester explicar que se trató de ocho sujetos, cuatro hombres y mismo número en mujeres, cuyo entorno y actividades son muy diferentes en cada uno de ellos. Es por eso, que la diversidad de referentes a los que tienen acceso varía de acuerdo al sujeto y su ambiente natural; desde este punto de vista se hará alusión a sus características con base en la confiabilidad lograda y la consciencia de los adolescentes sobre el propósito de la investigación y, a la socialización de sus relatos-confidentes en tanto testimonio de vida de una generación que pretende con ello dejar huellas sobre su sentir, vivir y soñar.

Mujeres:

María Antonia, tiene 15 años de edad, vive con sus padres, su hermana y su abuela. En su entrevista se pudo visualizar que cuenta con cuatro televisores en su casa, pero además que se fija mucho en los programas de moda y diseño, además de medicina, porque son los programas audiovisuales que se ajustan o sirven de referentes para sus gustos o por lo menos a lo que ella está proyectando en su identidad, vestirse a la moda europea haciendo su propia ropa y ser una medico cirujana.

Daniela, esta adolescente, de 14 años de edad, vive con sus padres y dos hermanos. En realidad esta adolescente ha dedicado parte de su vida a la música, integra un grupo en el cual es la vocalista y se considera una Emo, cultura de jóvenes que ha venido tomando auge en la época actual, además que tiene una amplia vida social.

Sofía, tiene 15 años, esta joven es amante a las artes, tiene un gran apego y paciencia con los niños, además de ser muy jovial. Está finalizando grado once y piensa estudiar Publicidad.

Lorena, a sus 13 años de edad es una niña aún, todavía le falta mucho por vivir. Se trata de una joven que aún no tiene muy claro que será en la vida. Prefiere planes ecológicos y jugar por las calles o en los centros comerciales haciendo travesuras.

Hombres:

George, actualmente no está estudiando porque es recién graduado y se dedica a aprender inglés mientras espera que pueda ingresar a la universidad. Este joven tiene actualmente 16 años de edad, es aficionado al reguetón, aunque le gustaría vestirse como estos músicos, de ropas anchas y cadenas largas, considera que los habitantes de Manizales no saben diferenciar su estilo de vestir con los gamines, ladrones y demás, por lo que se abstiene a manifestar esos gustos.

Alejandro, este adolescente de 14 años de edad es integrante de las divisiones menores del Once Caldas, quiere ser un futbolista profesional igual que su hermano, quien ya integra la primera C con el mismo equipo. Alejandro además considera que de ser frustrada su carrera deportiva, podría dedicarse a ser integrante de la Fuerza Aérea, porque es otro de sus ideales, además que puede seguir ejercitándose y no tendrá que estar sentado en una oficina.

Juan Camilo, tiene 15 años de edad, es un muchacho apegado a su familia y aficionado al fútbol gracias a su padre, quien fue futbolista profesional y en la actualidad trabaja con el deporte. A pesar de su edad, prefiere reunirse con gente mayor que él, pues ya se acostumbró porque desde pequeño comparte con los amigos de su hermano mayor. Para él su carrera lo es todo y por ella trabaja constantemente, pues su objetivo es hacer más de lo que ha logrado su padre.

Mateo, es un adolescente que tiene 13 años de edad, se trata de un aficionado al fútbol y a los toros, que divide sus rutinas de estudio, entrenamiento y familia con los amigos, con quienes sale a jugar y molestar. Su sueño es ser futbolista, pero ha tomado el gusto de los toros por la familia y los amigos cercanos, así que también piensa en la posibilidad de ser torero.

2. PROCESO DE INTERPRETACIÓN

El proceso hermenéutico de abordaje permite darle sentido a las diferentes preguntas investigativas propuestas; dada la no linealidad de la investigación cualitativa, los relatos de los adolescentes permitirán articular y dar horizontes de comprensión a dichos cuestionamientos. En este camino se toma distancia de los autores mencionados en tanto, es el momento en que como investigadora asumo mi propia interpretación, teniendo en cuenta la trayectoria desde la cual he apropiado mis posturas y reflexiones ante las categorías desarrolladas.

Entendiendo las singularidades de los sujetos de información en la investigación, y luego de obtener las historias de vida de los adolescentes, se pudo inferir que la televisión ha permeado cada uno de los distintos referentes de los adolescentes y que de igual manera emplea un lugar distinto en cada proceso de construcción de identidad de acuerdo al ambiente en donde estos se desarrollan y experimentan el mundo.

Explícitamente, **el lugar de la televisión** se ubica de acuerdo a la formación familiar y al contexto de cada individuo. De esta manera, se pudo observar que los distintos **relatos de identidad** se relacionan tanto con sus actividades lúdicas, con lo que ven y con los distintos grupos que integran, pero también los deseos que han ido tomando fuerza con el paso de las experiencias personales y los ejemplos vistos en el colegio, mediante sus amigos o para ser más puntuales en los programas de televisión (novelas, películas, documentales, seriados, partidos, etc.).

Relaciones éstas, en donde ellos no sólo han **resignificado** de acuerdo a sus **encuentros y desencuentros** del mundo, su forma de ser, sino que también han **apropiado, imitado, adaptado, negociado y rechazado** sus medios narrativos, lenguajes o **recursos simbólicos** para sus relatos de vida.

Por eso es importante recalcar que en los relatos emergen distintas categorías, en tanto en su construcción de identidad hay tensiones, reacciones que generan otras actitudes, otras posibilidades, otros imaginarios, desde argumentos y contraargumentos, críticas y alternativas; por eso cada adolescente mostró su variedad y diferenciación con los demás, dado que hacen parte de ambientes heterogéneos.

María Antonia que vive entre el baloncesto, la costura, la moda y los amigos; Daniela que se construye entre la música, el género Emo y las comunicaciones en general; George que intenta pasar a la universidad, mientras se aísla entre el reguetón, el rap y sus videojuegos; Alejandro jugando fútbol, entre el colegio y la familia; Juan Camilo aficionado por el fútbol, dedicado a su familia y cauteloso para la rumba; Lorena, crítica de las novelas, ecológica, aventurera y amiguera; finalmente, Mateo que se decide entre los toros y el fútbol, al tiempo que se recrea entre las calles molestando con sus pares.

Encuentros y desencuentros: apropiación, rechazo y resignificación

Cada adolescente empieza a crear sus identidades, pero también empieza a instituir sus expresiones, a manejar su imagen y proyectar sus pensamientos, gustos y criterios mediante sus medios de narración y lenguajes. En ese sentido es preciso entender que los jóvenes aquí estudiados han ***apropiado, resignificado y rechazado*** referentes encontrados en su experiencia con la televisión para la construcción de su identidad, distintos de los ya mencionados en el marco teórico, entre los que se pueden mencionar culturas, grupos o ideologías que son ilustrados desde la información de diversos programas o noticieros e ídolos, modelos o seguidores con los que han generado distintas relaciones efímeras de admiración. Se evidencia entonces la tensión de **encuentros** como **desencuentros**. (Ver Fig. 1)

Empieza a descubrirse el lugar de la televisión en la construcción de identidad, mediante sus distintos lenguajes y expresiones, que revelan una adhesión a lo nuevo y de alguna manera una ***adaptación, resignificación y acoplamiento*** a lo que se quiere ser, es decir, un **encuentro**.

De la misma manera, Daniela refleja su gusto por la música en el canto y el baile, expresiones de sus pensamientos y sentimientos que hace también a través de imágenes, ***medios narrativos*** que surgen de igual manera de la cultura Emo que se ha convertido en su estilo de vida y que conoció mediante la televisión e internet. Así lo explica esta joven:

“Emo es música, es estilo de peinar, de vestirse, esto de las manillas, como se maquilla, el tipo de música, imágenes, expresan todo tipo de sentimiento... Si yo estoy en este momento triste, si tú eres Emo, tú empiezas a hacer un dibujo, que tenga que ver con el Emo, es algo, como qué te digo, pues lo que más se utilizan son corazones como rotos, digamos algo negro, una rosa negra, cosas así, son cosas como tipo punk, me gusta mucho. Se visten, pues pantalones bota tubo, en las mujeres el

cabello uno es largo, con copete, acá cortico y acá un poco largo, pero yo no porque la verdad, 'uf' daña demasiado... entonces no. Otras se lo cortan como un hombre, cuando se paran el cabello y así, entonces por eso no. En blusita y así, negro, aunque no solamente es negro, hay varios colores, pues en los vestidos no, más que todo, la cara, tú conoces a un Emo por la cara”.

Se trata entonces de un **encuentro** que va desde la música y sus deseos personales, gustos e ideales en que Daniela, en este caso particular, descubre la cultura por medio de los canales musicales y luego su interés la lleva a buscar en la internet una cultura que prefiere **resignificar** de acuerdo a sus capacidades y abstenciones, pues su familia, particularmente su padre, le limita su libertad de apropiarse ciertas experiencias y deseos, para convertirse en un **desencuentro** entre lo que ella realmente quiere para su ser y lo que su familia quiere para ella:

“mi papá más que todo, me dice que no, que yo le veo una cosa así, una cosa en el labio y yo mismo se la quito, entonces ¿si me entiendes?, ellos como que no quieren eso, quieren que sea como yo normal, pero a mí me encantaría ser Emo, me fascinaría, si tuviera el permiso, uf...”

Aún así, es claro que en la edad naciente en la que se encuentran estos adolescentes, no se cuenta con la libertad total para desarticular cada uno de los deseos que tienen proyectados para una identidad propia, por eso la **negociación** de sentidos, pensamientos, experiencias, se recrean dentro de esa aceptación personal y los consejos, leyes y normas que se manifiestan en los referentes de la familia, la escuela y en determinados casos, la sociedad en general con sus políticas de control. Sin embargo, Juan Camilo narra una experiencia de colegio y explica su condición en donde ya se detecta una **apropiación y resignificación** con su entorno:

“...en estos días hablaba yo con una niña del salón, y me dice: “no, esa etapa de llegar borracha a mi casa ya la superé, disque hace como dos años. Ósea, que cuando tenía doce, yo llegaba borracha a mi casa cada ocho días, yo llegaba como a las cuatro, cinco de la mañana”. Entonces yo me reía y le decía: rico, ya superaste esa etapa, bacano. Entonces yo me ponía, pensaba, yo no he hecho eso. Yo a mi

casa nunca he llegado borracho, cuando yo he tenido mis novias mayores, yo digo: no, yo soy un niño, puede que en lo físico no parezca un niño, en la forma de pensar no parezca un niño, pero yo en mi casa todavía soy un niño, yo todavía tengo que pedir plata para salir, tengo que decir para dónde voy y tengo que pedir permiso de hasta que horas puedo llegar...”

Este relato evidencia como los adolescentes a pesar de estar en formación, también están en aprendizaje y se rigen de igual modo a las experiencias cotidianas de los padres, pero también de la sociedad que habitan. Es así, como se ve manifiesto ante los medios de narración de adolescentes, apariencias obligadas, parecer del desencuentro, encuentro, pero también de **adaptación y resignificación**.

Es increíble como más que una **apropiación o un rechazo**, los adolescentes **resignifican** la televisión de la misma manera que su experiencias; ellos **critican, opinan e interpretan** cada transmisión, independientemente de su género o formato audiovisual; ellos construyen identidad a medida que **socializan** y se **retroalimentan** con los relatos que allí se presentan; ellos mismos explican su **rechazo**, su gusto y su fanatismo, en donde son como receptores que manejan la relación con este aparato y sus deseos. Además cada uno de los sujetos explica en sus relatos que son interpretaciones de la realidad, pero al mismo tiempo son evidencias de la realidad del mundo. Estos son los ejemplos:

María Antonia: “Yo muchas veces he imitado, tal vez uno a veces hace cosas que no está de acuerdo pero por algunas circunstancias las hace, pero más que todo me guio por lo que siento, por lo que creo que es lo correcto. A veces uno cree que algo es lo correcto y resulta siendo que no, entonces ahí uno busca como un apoyo o un consejo, pero la mayoría de veces algo lo que siente, lo correcto”.

George: “...acá en Manizales tú ves a los niños con el pantalón entubado, el pelo pintado, las camisas apretados, yo creo que ni respiran y entonces, pero no, yo trato de ser muy normal, sino que como te digo yo, siguiendo como la moda del momento, pues no me gusta los pantalones entubados”.

Alejandro: “Bacano sostenerse, pues trabajar en lo que uno le gusta, pero bacano ganar plata, para qué te digo que no, si es bacano ganar plata, pero si uno llega allá no volverse como mucha gente que es muy agrandada, como muy fastidiosa, que no sabe tratar a la gente, ojalá, aunque uno nunca sabe, si yo llego a ganar plata, la humildad ante todo. Que sea bien humilde y todo igual”.

Sofía: “Pues es que a mí no me gustan que sean muy parecidos a mí, porque si son muy parecidos a mí, pues entonces siempre voy a seguir haciendo lo mismo, mientras que si conozco gente diferente pues ellos van a tener intereses diferentes, entonces voy a aprender cosas nuevas, conocer diferentes estilos de vida, entonces como que no se trata de mirar si esta persona si va ser mi amiga o si no, sino como que no seamos muy parecidos porque si somos muy parecidos nos peleamos mucho, pues sería fijo...”

Se manifiestan entonces encuentros y desencuentros, cada uno refleja sus deseos, sus ideologías, sus sueños, pero de igual manera proyectan la identidad que están construyendo, los procesos y las reelaboraciones de su ser y querer ser, de su negociación y resignificación, de su apropiación y su negación. Estos ocho jóvenes reflejan el lugar que la televisión tiene en cada uno de ellos, el cual varía de acuerdo a sus referentes, expectativas de mundo y experiencias de vida, generando recursos simbólicos y relatos de identidad en los adolescentes.

Recursos simbólicos y relatos de identidad

Los entrevistados no tienen claro en el momento que la televisión hace parte de la construcción de su identidad, los resultados del análisis infieren que la mayoría lo hacen de manera implícita o inconsciente, debido al consumo masivo de televisión, al número de horas que pasan al día en la pantalla, a los personajes que tienen por ídolos y a las opiniones o análisis que dieron de la sociedad. Aquí se hicieron evidentes los **recursos simbólicos** (Ver fig. 2) inmersos en sus relatos de vida:

Sofía: "...me encanta, Ágata Ruiz de la Prada, una vez yo vi una entrevista de ella y ella decía que no era tan importante que no todo el mundo usara la cosas de ella sino que todo el mundo se diera cuenta de lo que ella era capaz de hacer, entonces yo quede enamorada de esa señora...entonces cuando yo vi esa entrevista ella solo diseñaba ropa para niños, pues no para niños, sino para gente también adulta pero pues como cosas de niños, digamos son puras medias de corazones, son chancas en formas de corazón, de flores, pues son cosas como así, pero a mí no me gusta por lo que ella hace sino por lo que ella piensa".

Y teniendo en cuenta que la personalidad y la identidad están ligadas a **modelos** de representación o seguimientos a parámetros ya observados, los individuos se basan en ejemplos de vida para construir su identidad y a su vez en proyecciones hacia un futuro. De esta forma se halló que los ídolos más representativos en estos jóvenes son celebridades de la farándula, ideólogos y futbolistas con los cuales se identifica, ya sea porque quisieran ser como ellos o porque aportan o representan muchos de las **ideas, gustos, actividades** de cada uno de ellos.

Aunque en las distintas historias de vida, también se evidenció como sus padres hacen parte de una figura ejemplo o en el caso de Juan Camilo, un ídolo o modelo único a seguir:

"No, pues ídolos hay muchos, hay muchos jugadores que uno dice que son excelentes, pero no, ósea, por ejemplo, nosotros siempre hemos tenido un objetivo con mi papá, siempre hemos hablado de una cosa, mi papá dice "yo a mi papá lo superé", pues porque ha logrado más cosas, ha hecho más cosas, entonces yo quiero superar a mi papá, porque mi papá es una persona que en Manizales lo conocen mucho y lo quieren mucho y ahorita es técnico y es una persona que está muy bien conocida entonces yo quiero eso, yo quiero superarlo. Yo quiero que a mí me quieran más, yo jugar más fútbol que él, ósea ese es como mi objetivo".

Si bien los **criterios** son creados y adoptados de acuerdo a la familia, también se dejó traslucir que tanto padre como madre son referentes fundamentales desde la niñez para estos jóvenes en el momento de tomar **decisiones**, teniendo claro que se han convertido en modelos a seguir por la experiencia y trayectoria que tienen.

Se trata de una base primordial para los adolescentes hoy en día, aunque no se puede generalizar en todos los jóvenes, teniendo en cuenta que no todo es 'color de rosas' en la construcción de identidad porque también están los *desencuentros*.

La identidad también se da a conocer mediante la **ropa** que se lleva puesta, es por eso que se puede afirmar que aquí, entre estos jóvenes, si hay mucho de imitación, adaptación y apropiación. En sus historias, también se destacó una contradicción en la cual se asegura que el modo de **vestir** es de acuerdo al gusto personal o a un estilo adoptado que nace de la personalidad; pero en el caso de las mujeres, lo hacen de acuerdo al grupo de pares al que pertenece, el grupo cultural al que concierne, los artistas o famosos y en otro punto más amplio, también como se sientan más cómodas, distinto a la simplicidad de los hombres, quienes solo expresan su gusto por el tenis, las camisetas y en general, con excepción de George, quien si desearía usar el estilo de Eminem, el cantante Rap, pero la sociedad no se lo permite o por lo menos no la ciudad de Manizales:

“La verdad lo que pasa, es que muchas veces tú te pones una gorra, un buzo ancho, un pantalón ancho, entonces la gente ahí mismo cree que vos sos una gamba, que vos sos un gamín, porque te vestís así, entonces por eso no me visto mucho así, porque es muy maluco, no es que yo diga que yo vivo por el qué dirán, pero es muy maluco que uno llegue a un lado y toda la gente lo empiece a rechazar, porque creen que uno es un gamín por cómo se viste”

Así y todo, visiblemente se podría afirmar que estos adolescentes se rigen a la moda impuesta en general: Daniela prefiere usar el estilo Emo, María Antonia la moda europea, Lorena estar a la moda clásica, Sofía usar de todo un poco, pero sólo a su estilo, es decir, porque le impacta y se siente bien. Igualmente, Juan Camilo, seguidor de su padre, no escatima para vestirse muy bien, con ropa de marca y sin importar el costo, diferente de Mateo que sólo busca lo esencial a excepción de unos buenos zapatos al gusto y consejo del papá. Es claro, que ellos se visten como se sientan bien o como lo acogen o adaptan de las tendencias del momento.

Aunque los adolescentes pueden pensar que cada persona se viste como quiera y como pueda y que la televisión sólo entretiene, que cada uno es único y se forma por sus principios, se manifiesta un arraigo y socialización de la televisión, se resalta su papel de referente mediático; incluso los adolescentes argumentan que la moda siempre influye en ellos, en la admiración por otras personas, en que en ocasiones se quieren ver como los de la televisión, les gusta lo que ven ahí. También opinan que la moda y los programas enseñan a crecer como personas y les ayuda a quienes no tienen su propia decisión, por la influencia de la propaganda y que las cosas que les agradan de este medio las asimilan como tal.

En María Antonia se puede reflejar una joven que busca su *imagen* en la televisión y de ese mismo modo se viste de acuerdo a los parámetros de la moda, información que adquiere por medio de: “Me fijo mucho en la televisión para estar al día, veo más o menos como se visten en Estados Unidos y así, como en People And Arts”.

Y por el mismo deseo de la moda y lo original, expresa su deseo de *estar delgada* con en el deporte, en donde asegura no ha obtenido ningún resultado, pero dentro de su filosofía del ejercicio, están las ganas de tener una cintura que le permita estar en las pasarelas como muy ensoñadora, lo dice:

“Me gustaría estar desfilando en los realitys, pues no así anoréxicas y eso porque me parece horrible...inmundo, pues, pero si hay modelos que son repuestas, son piernonas o son, pues, son grandes pero que se cuidan como digamos en la farándula y así, una de ellas, Carolina Cruz, que es gigante, pero se cuida, va al gimnasio y hace una rutina y todo... Y pues tener, a uno le gustaría está bien o por lo menos sin el gordito si me gustaría mucho. Iba empezar esta semana gimnasio, pero no, no tengo tiempo, porque sería digamos hasta las nueve, entonces llegar a hacer tareas”.

Varios de los prototipos por los cuales se inclinan los jóvenes para vestirse es porque son espontáneos, descomplicados, cómodos, clásicos, casuales, deportivos, sencillos y sin alboroto; a diferencia de algunos quienes prefieren

vestirse raro, sensual, a la moda, diferente, de una manera exclusiva, moderna, loca o alternativa. Y sólo para unos pocos, este asunto es indiferente.

Incluso las ganas de ser diferentes se manifiesta a través del **lenguaje** que utilizan los adolescentes, se da con respecto a ciertos elementos de la sociedad, porque se pudo observar que prefieren *abreviar* y renombrar para *acortar el tiempo* de pronunciación o de escritura.

Daniela: “Yo no soy capaz de copiar normal, me demoro hartísimo, yo escribo mayúscula minúscula, mayúscula minúscula, las eses las remplazo por equis, y las c, la ch y la h, las reemplazo por z y h... Porque así se escriben los emos y me encanta como se escribe, entonces digamos la ye la remplazo por la i latina. Y si, todo mundo me dice: ¡ah! copia bien, no te entiendo, pero no sé”.

Maria Antonia: “Aunque yo no utilizó mucho el vocabulario “soez”, es decir groserías, pero si utilizo emoticones, pero depende, utilizo mucho el PS, para él pues, pero otros lo utiliza para evitar muchas palabras a la hora de escribir...”

Pero además se pudo encontrar que la mejor forma de darse a conocer en sociedad es el contacto con los demás, **dialogando, discutiendo y opinando**, en que al mismo tiempo, ellos pueden apropiar, resignificar o rechazar ciertas experiencias o ideologías propuestas por las socializaciones que hacen entre pares, familia o incluso, viendo televisión.

En donde los desencuentros y los encuentros siguen haciendo su papel, cada cual toma uno diferente, porque los jóvenes son conscientes de que la realidad puede ser distorsionada por la televisión, además afirman que a veces exageran en sus dramatizados:

Juan Camilo: “yo pienso que la televisión colombiana son tan poquitas las cosas buenas que hay ahí...lo de la juventud de hoy en día, que todo eso lo veían por televisión, que todo eso que ellos hacían era por televisión, por ejemplo que lo mismo, que salir a una rumba, que lo mismo de la relaciones sexuales tan jóvenes, que por medio de la moda, de todo lo que le brindaban a la juventud hoy en día, entonces eso

lo hablábamos también... entonces yo creo que lo que le aporta la televisión colombiana a uno es muy poquito”.

Profundizando lo dicho anteriormente, esta sección lo puede reafirmar más detalladamente, la televisión hace parte de su formación en el día a día de su cotidianidad, en que ellos mismos analizan su relevancia en la transmisión de ideologías, pensamientos, pero más que todo, en la mediación y concesión de relatos, estilos y realidades que le son propias para su construcción de identidad.

El lugar de la televisión

Es sorprendente descubrir como la televisión se ha convertido en un integrante más del hogar, es claro para todos que se ha asumido con tanta propiedad que ni la internet puede desplazarla; esto se puede evidenciar, cuando los jóvenes aún con el afán de rendir en el colegio y de cumplir con sus rutinas, no apagan el televisor ni un segundo (Ver Fig. 3) pues al tiempo que chatean, realizan sus tareas y organizan su cuarto, observan la televisión.

Sofía: “...los domingos mi mamá se levanta y entonces yo la escucho ahí hablando con mi papá...como que me despierto, pero no me levanto sino que me quedo viendo televisión un rato y veo por las mañana. Pues me quedo viendo como esas cosas que presentan en RCN o esas cosas, como mientras me despierto del todo. Y pues yo he visto que mis amigas tienen televisor en la pieza y no los sueltan, no lo sueltan, es impresionante, yo las llamo y les pregunto que qué hacen y me dicen: no, viendo televisión. Que fuera que uno diga, llego al medio día y lo prendo como para ver noticias o algo así, pero no, ellas se ven las novelas de México, de Argentina, de Venezuela... no sé”.

Sin dejar de lado que los adolescentes toman este artefacto audiovisual como un medio de entretenimiento, de información y aprendizaje, siempre se ha dicho que en los programas deportivos predomina un gusto masculino, y así lo afirman Juan Camilo, George, Mateo y Alejandro, cuando mencionan sus canales predilectos

como Fox Sport, las noticias deportivas y los horarios ineludibles del Fútbol Profesional Colombiano los fines de semana. Empero, se presenta una gran diferencia entre los usos que estos hombres le dan a los diversos canales, teniendo en cuenta que para los que desean ser futbolistas profesionales, este hobby visual no se refiere solamente al tema recreativo, sino más bien a una retroalimentación del tema, como método de aprendizaje teórico en sus carreras deportivas.

“Ah de fútbol sí, claro, las jugadas, por ejemplo yo antes de ir al estadio, iba a el estadio pero a escuchar las barras como gritaban y todo eso, y con mi papá y todo veíamos eso, que yo antes pertenecía a la barra Barón Rojo sur, yo era hinchas del América, yo iba y me metía allá, me acuerdo que en la final que hubo de Boca - Once aquí, yo me metí a la barra de Boca, entonces mi papá ya me empezó a decir cuando empecé a jugar en el Once Caldas, no, usted tiene que empezar a ver fútbol. Entonces ya como que me sentaba, cuando me siento a ver un partido de fútbol, ya me siento a ver las cosas de otra manera, a ver las cosas que realmente me importan a mí, como las herramientas tácticas, cómo juega un jugador que juega en la posición mía, los movimientos que hace, entonces ya empiezo a ver las cosas de otra manera”.

Es aquí donde reconstruyen sentidos, se resignifican una y otra vez las experiencias tanto escolares, como cotidianas, porque no sólo se trasmite sino que se resignifican, porque no todo puede ser un encuentro, también existen los desencuentros, los adolescentes no siempre están de acuerdo con lo que ven y tampoco estarán permanentemente identificados. Por eso se trata de un medio heterogéneo y por eso las múltiples experiencias con las cuales ellos generan crítica, pensamientos, ideologías, equivalentes a sus propios recursos simbólicos, de acuerdo a la información obtenida a los modelos o ídolos, incluso con lo que no se siente identificado:

Sofía: “...uno, muchas veces piensa que la televisión no, como que uno solo aprende o de las experiencias o de lo que le enseñan, pero la televisión a uno le enseña mucho porque es que tú o viendo noticias o viendo documentales, tu aprendes más que estando en una clase que un señor te hable y te hable, uno prefiere una cosa así. Pues no sé si tú te viste un documental que hicieron en City tv de Ingrid

Betancourt...yo nunca había entendido que había pasado con Ingrid, como que cuando la cogieron, como que por qué, entonces ahí mostraron como que todo, entonces uno dice como que bueno, en el pasado estaba pasando esto y yo no tenía ni idea que Ingrid se había lanzado como con Uribe”.

María Antonia: “Y aparte de los ejemplos de la vida real, también están los de la televisión, en Pura Sangre a mí me gusto mucho que hay personas muy fuertes, digamos, viendo como está la sociedad, se encuentra uno con personas fuertes que saben seguir adelante y no se dejan perjudicar por personas que tal vez les quieren hacer daño o así”.

Pero antes de contribuir al desarrollo cultural, social, económico y personal, les distraen tareas más alentadoras, la televisión ejerce gran atractivo y ha desplazado en cuanto a preferencia de los adolescentes, a los demás medios. Debido a que pone en juego varias motivaciones que son aprovechadas por quienes lo utilizan para la venta de productos, así como la implementación de ideas políticas o sociales y simultáneamente como medio de entretenimiento, en el caso de George:

“Me gusta ver mucha televisión, no sé, pero es que uno con la televisión, pues uno puede estar lleno de problemas, pero uno con la televisión se sale de este mundo y se mete en ese mundo de la televisión, donde sí encuentra un escape del mundo. Pues por ejemplo a mí me gustan mucho los Simpson, entonces para mí el rato que lo presenten, es un rato de diversión completo, entonces ya eso como lo hace olvidar los problemas y así, no sé”.

Y aunque se asevera que cuando mayor es la educación menos se ve televisión, se comprobó que los sujetos estudiados coincidieron con costumbres habituales, aunque son actividades similares a las que practican en su tiempo libre, de las cuales se diferencian, hablar por teléfono, bailar, leer, tocar un instrumento musical y experimentar, entre sus rutinas más destacadas durante el tiempo libre, tienen mayor convocatoria a ver televisión, seguida de escuchar música al tiempo que chatear. María Antonia explica su rutina:

“Después de entrenar, llego a las 6:30, y me quedo por ahí hasta las 10:30 viendo televisión... Un día normal para mí es: me levanto, me baño primero, desayuno, voy para el colegio, estudio de 7 a 12, después vengo a almorzar, me voy a las 2 y entro a las 2:30 y salgo a las 5, pero pues me quedo a entrenar hasta las 6:30 y me recoge mi mamá, vengo a la casa, como, y me entro a Messenger o hacer tareas viendo televisión, porque la televisión es constante pero el msm no, a uno le hablan y se demoran a veces en responder, entonces uno va viendo televisión mientras tanto”.

El nivel de atracción y entretenimiento de la televisión es mucho más amplio que cualquier otro medio, es allí donde se refleja una adaptación a los mensajes dinámicos incorporados por el medio audiovisual que evidencia una fuerte penetración en los jóvenes. A pesar de que la pedagogía implantada por muchos docentes es instructiva, los estudiantes son conscientes de los aportes que brindan para forjar una proyección profesional, pero al momento de construir su identidad, se basan en modelos presentados por la televisión o extraídos de la cultura que los envuelve:

George: “Pues, como es el estilo de música mío, muchos de ellos salen del Hip Hop, por su pensamiento, ¿si me entiendes?, puede ser Eminem, pues habla inglés, pero yo bajo la letra y la traduzco al español, entonces entiendo lo que él está diciendo. Eminem va mucho en contra de la política, por ejemplo de Estados Unidos, la política de Globalización de Estados Unidos, que abarca todo para ellos, también va en contra de la gente que discrimina el Hip Hop, pues sí, eso es como lo básico entre él. El puede ser el ídolo de mi filosofía de vida y música”.

Cada uno de estos grupos se ha relacionado por medio de la comunicación, donde el lenguaje los identifica y ayuda a crear consensos mediante las argumentaciones o el compartir conocimientos, construyendo así una estructura de comunicación. En este sentido, los resultados que ejerce la televisión advierten en grado y calidad, en distintas áreas, la posibilidad de lo mediato o inmediato.

He aquí el papel socializador que tiene la televisión y del cual hablaba Rincón¹⁶³, los adolescentes tienen que enfrentar el desafío de desarrollar su identidad en el marco de una crisis de sentido que atraviesa a la sociedad, porque para el consumo e interacción con la televisión, es un discurso formal e informal, que no siempre requiere de conocimientos previos para su asimilación, dado que la variedad de relatos permite que haya programas que son asimilables por cualquier ser humano y en el caso, según María Antonia, de más fácil comprensión de la realidad:

“Me encantan las noticias, al medio día vengo siempre a verlas, y más con lo que está pasando ahora con los secuestrados, me parece muy interesante estar al día con las noticias, gracias Dios no me ha pasado algo parecido, más que todo se ve como en los políticos, pues ser político tiene como un riesgo y es ese, de pronto vivir un secuestro, una desaparición o algo así, ojala queden en libertad”.

Sofía: “Pues es que digamos muchas veces como que es muy plana la película, como que nada mas es lo que muestran y ya, a mi me gusta como que sentir. Por ejemplo cuando está pasando una situación triste, pues como que uno como que uno dice como tan ridículo, mientras que hay una como que uno dice, pues como que a uno lo toca y a uno lo hace pensar mucho, entonces me gusta que me transmitan como esas cosas, si digamos hay muchas alegría como que uno dice, ah, como que pasa algo, eso me gusta, que me transmita”.

Y los adolescentes la utilizan como un referente para su construcción de identidad porque siempre se van a ver elementos de la realidad, como también de la ficción. Es un medio audiovisual, con códigos comunes para la gente, diseñado para el entretenimiento, en el que no se requieren objetivos ni muchas competencias culturales.

3. REFLEXIONES DESDE LA PREGUNTAS

¹⁶³ Rincón, Omar. Televisión, video y subjetividad. Bogotá. Editorial Norma. 2006. p. 33

Respondiendo entonces a las preguntas específicas de la investigación se *puede afirmar que, las distintas expresiones de la identidad, en tanto ser y parecer, comprenden* desde las modas de vestir, las expresiones artísticas y musicales, las abreviaturas al redactar, las manillas en las manos, los dibujos tipo Emo, el corte de cabello y las rutinas diarias, incluso se mencionan los criterios para decidir y actuar, y las opiniones en discusiones o sobre aspectos o situaciones particulares. (Ver Fig. 4)

Daniela: “A mí me gusta expresarme, no sé, componiendo algo, una canción o lo que te dije, con lo del Emo, así en imágenes, versos, así, mensajes, y también a veces fotos, me encanta, porque para mí siempre va quedar ese recuerdo, entonces, digamos todos los días, una foto tiene que ser”.

Así mismo se puede entender que *dentro del proceso de construcción de identidad, los encuentros y desencuentros* son constantes en cada una de las experiencias que el adolescente vive con la televisión. Cada uno, de acuerdo a lo que elige ver y dependiendo de su entorno, resignifica, apropia o rechaza los estilos de vida, los relatos o ideologías que allí se plasman o representa.

De esta manera, cuando se pregunta *¿Cómo comprender los procesos de construcción y transformación de la identidad de los adolescentes escolarizados en torno a la televisión? ...* En realidad se podría hablar de una socialización, en la que el adolescente que sabe reconstruir sentidos y saberes, puede tomar la televisión como un aporte o lugar de discusión, mientras que aquellos que se dejan deslumbrar por sus contenidos y sus dramatizados, simplemente van a ser instrumento de una simple transmisión de información, en donde ellos sólo apropian, imitan o adaptan a su yo interior.

Y para finalizar, *¿Cuál es el lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescente de estrato 4 en Manizales? ...* Se concluye que hay movilidad de los jóvenes frente a la percepción de la televisión en la construcción de la identidad, en cuanto se manejan distintos referentes y procesos, de acuerdo al

entorno de cada adolescentes y en tanto se enfrentan a una educación familiar y social que les atribuye criterios, prohibiciones, abstenciones o simplemente enseñanzas que les permiten resignificar mejor los sentido, saberes y escenarios que esta les brinda o en ocasiones propone para su formación personal y el desarrollo de sí mismos. Sin decir que no se trata de un medio socializador y lugar de encuentro de múltiples saberes, realidades y sentires del mundo en general, al que no es ajeno ningún sujeto en el camino de decidirse a sí mismo como parte de una sociedad.

XIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El lugar de la televisión en la construcción de identidad de los adolescentes escolarizados de estrato 4, entre 13 y 16 años de edad, de la ciudad de Manizales, no es predeterminado, no tiene ubicación exacta, es movable, en tanto se ha convertido en un agente socializador y un escenario de reelaboración y resignificación de saberes, donde los diferentes referentes realimentan y varían el grado de acercamiento de cada adolescente con los relatos, sentidos, modelos y representación que transmite la televisión.
- Las distintas expresiones de identidad de los adolescentes manizaleños y los recursos simbólicos de la televisión inmersos en ellas, se ven manifiestos en su forma de vestir, en la agilidad y rapidez con la que manejan su lenguaje, en la imitación de sus ídolos, pero también mediante el seguimiento de culturas que conocen en los programas. En ese sentido, se comunican también a través de deseos, lecturas, escrituras, opiniones, discusiones, grupos y diversas creaciones propias como la música, el canto, la poesía, el juego y distintas actividades que les permite transmitir sentidos, entre ellos el arte y el deporte.
- Los encuentros y desencuentros en el proceso de construcción de identidad mediante el referente de la televisión, se ven manifiestos en discusiones que ellos hacen de la realidad; se trata de análisis y reconstrucción de experiencias vividas en la realidad, anécdotas y contradicciones que se dan entre lo que ellos ven y lo que relatan. Es preciso ver también que, aparte de rechazar ciertas representaciones de la realidad, cuando quieren apropiarse procesos identitarios hay desencuentros por abstención, ya sea por la sociedad en la que habitan o por los adultos, padres de familia que

les reprimen u orientan en sus actuaciones y decisiones. En este sentido, los encuentros se dan con base en los deseos, gustos e ideologías de cada uno de los adolescentes y los desencuentros en la retroalimentación y la resignificación, pero más importante aún, en el criterio que han adquirido de acuerdo a los distintos referentes como la tradición y la familia.

- En los procesos de construcción y de transformación de la identidad, los adolescentes a pesar de contar con diversos referentes para su construcción de identidad, interpretan y resignifican cada experiencia con la televisión, pues ésta les sirve de socializador e interventor de escenarios para la discusión, exposición y negociación tanto de saberes como de información y entrenamiento.
- Aunque la televisión no tiene un cien por ciento la responsabilidad en cuanto a las atribuciones que se le hacen, en muchas ocasiones, con relación al comportamiento manifestado por los adolescentes, es muy importante la educación que puedan proveer los padres en el momento de estar observando el programa. Aquí se evidencia un alto respeto a los mayores y adquisición por las normas y costumbres familiares.
- Los adolescentes son autónomos en su construcción de identidad, en tanto son independientes y críticos al momento de ver televisión; sus abstenciones se generan de acuerdo a la cultura social en la que se desenvuelven y la crianza que se obtiene en el hogar, lugar donde los padres toman el papel de orientadores y ejemplos a seguir. Un abandono en este proceso de acompañamiento, genera una débil construcción y apropiación de sentidos y definición de sí mismo.
- Dentro de la construcción de identidad, los relatos, narrativas y en sí misma, la reestructuración de la televisión en sus distintos programas, refleja la realidad tanto de la juventud como de los estilos de vida que ellos narran en

sus historias de vida. Sin embargo, los recursos simbólicos en narrativas y lenguajes transmitidos, indican una resignificación y retroalimentación entre el sujeto y el medio, desde el prototipo de vestir hasta las distintas maneras de actuar y hablar; relación inconsciente por los diferentes jóvenes con ideologías ajustadas a la cotidianidad. En síntesis, el lugar está basado en mensaje implícitos, que se camuflan entre la representación de la cultura y en corrientes que mezclan la realidad con imaginarios, encuentros y desencuentros, sentimientos y deseos del ser humano que sólo sueña con llegar a la perfección y obtener la felicidad completa.

XIV. FIGURAS

Figura 1. Encuentros y desencuentros

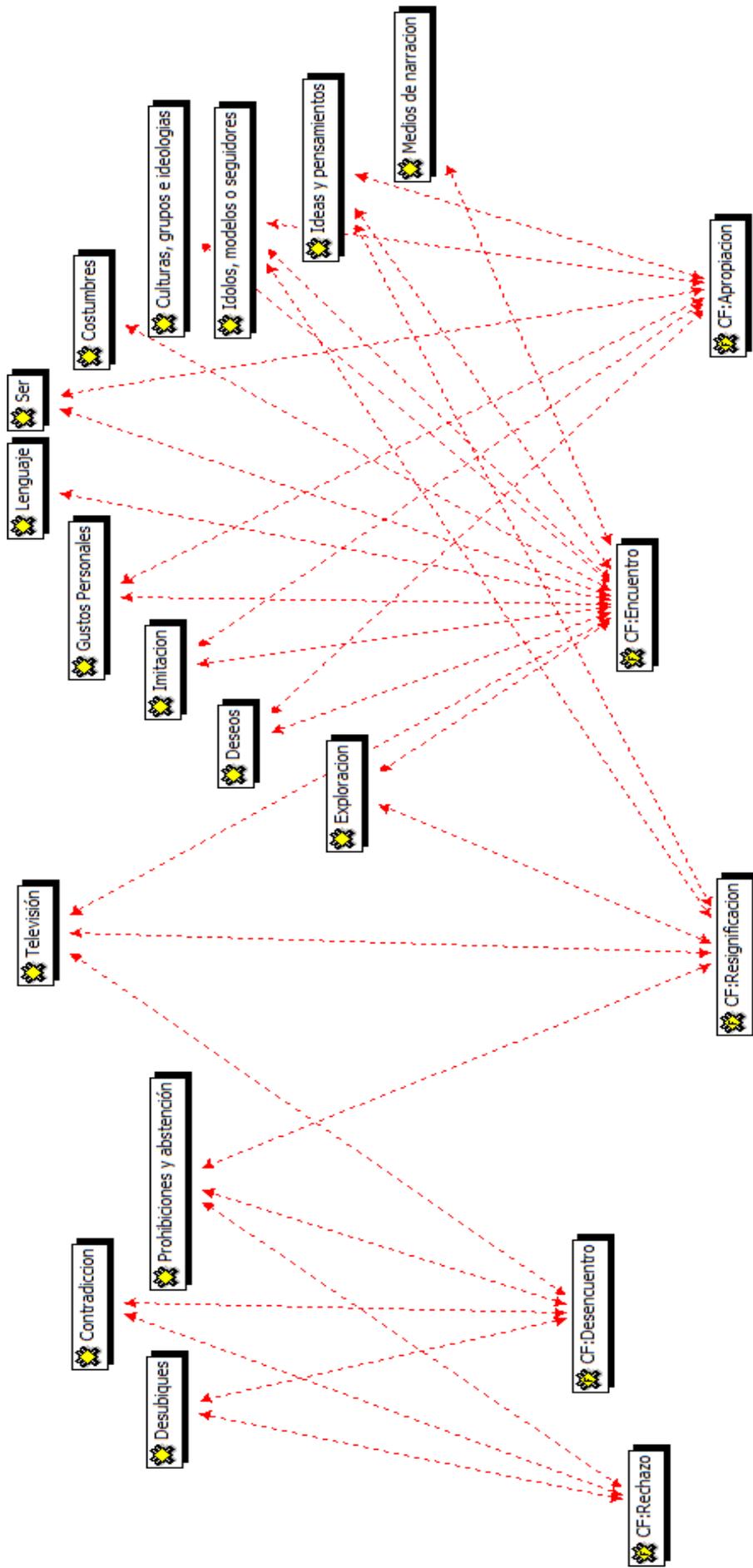


Figura 2. Relatos de vida y recursos simbólicos

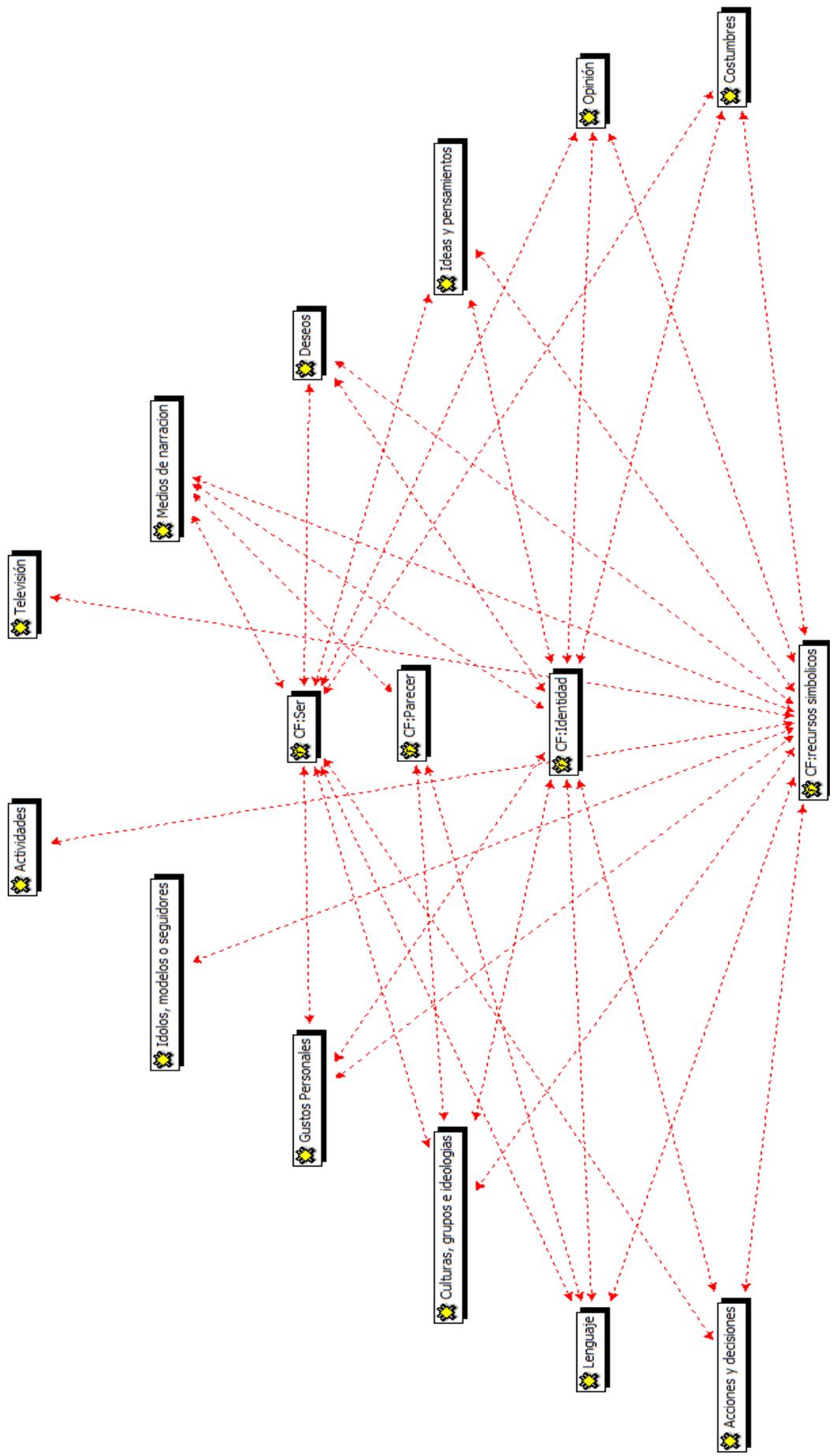


Figura 3. El lugar de la televisión

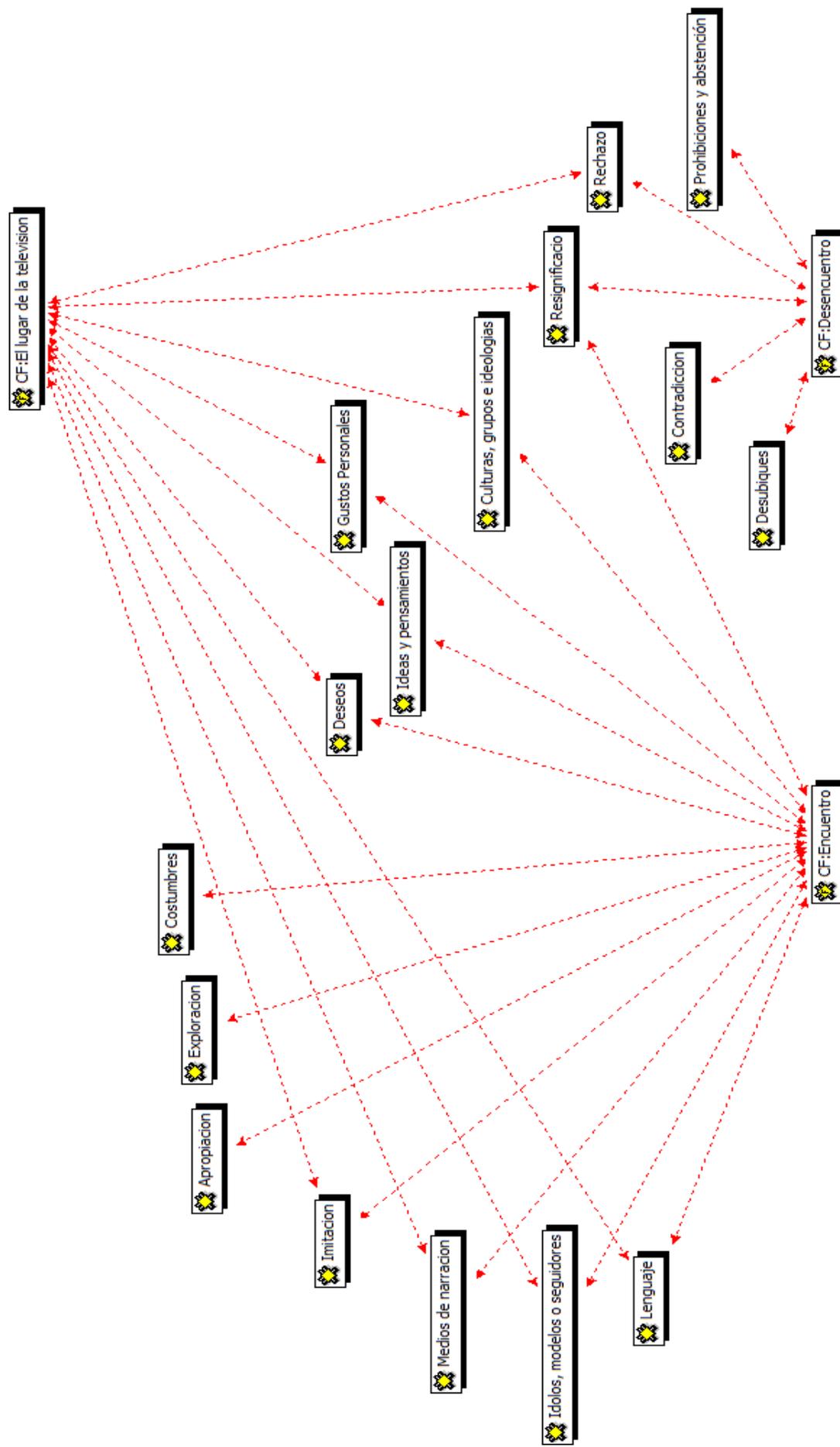
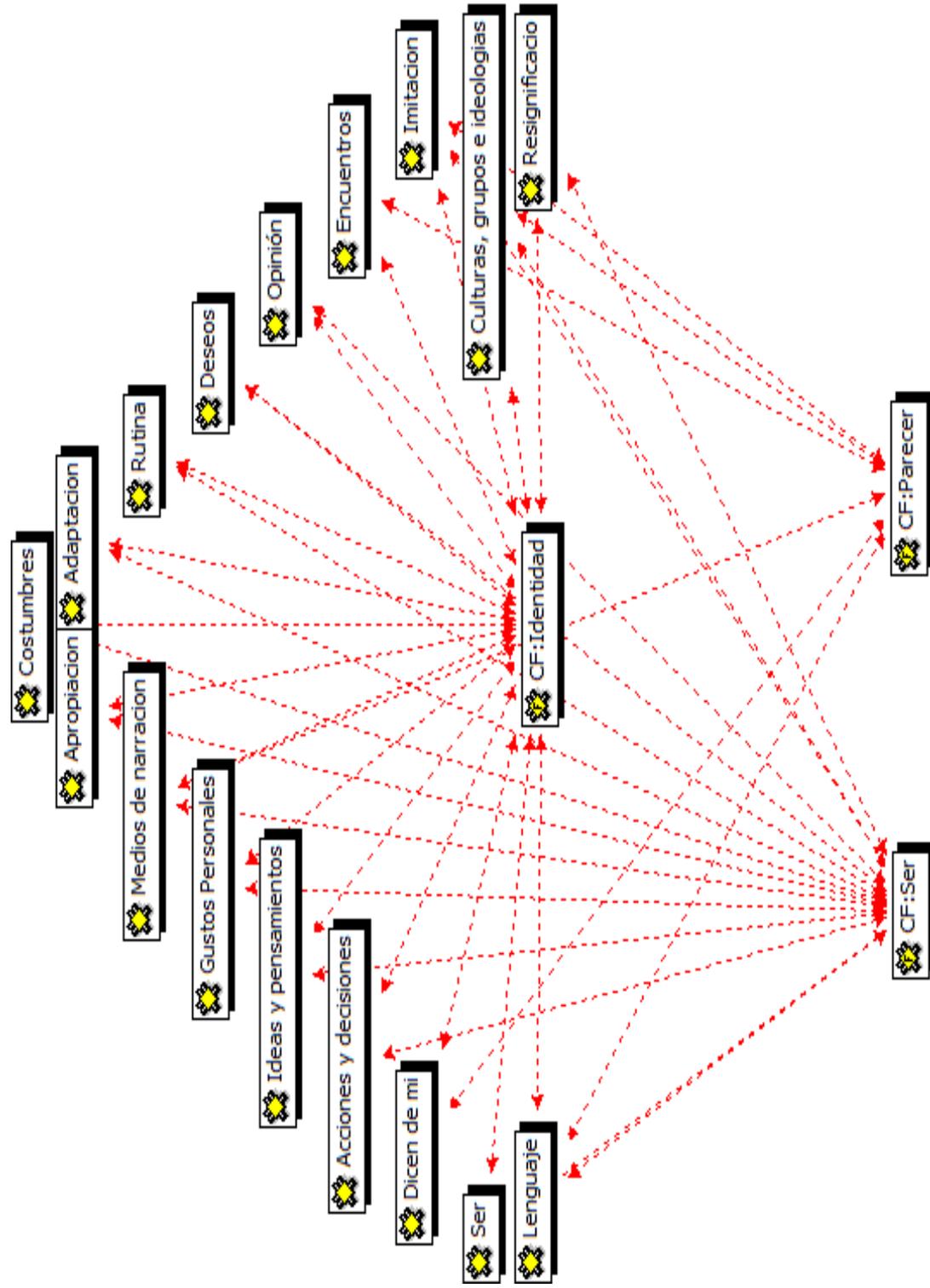


Figura 4. Identidad



XV. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- **Barbero**, Jesús Martín. *Cambios culturales, desafíos y juventud. Umbrales; cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Colombia. Corporación región. 2000.
- **Barbero**, Jesús Martín. *Crisis identitarias y transformaciones de la subjetividad. Debates sobre el sujeto*. Colombia. Siglo del hombre editor. 2004.
- **Barbero**, Jesús Martín. *Desencuentros de la sociedad y reencantamientos de la identidad*. México. ITESO. 2002.
- **Barbero**, Jesús Martín. *Jóvenes: comunicación e identidad*. México. ITESO. 2002.
- **Barrios**, Gerardo; **Monzón**, Edgar; **Rojas**, Robert; **Villacreses**, Carlos y **Villasmil** Jonathan. *Influencia de los programas de televisión en niños y adolescentes*. Caracas. Instituto Universitario de profesionales gerenciales. 1999.
- Tr. Mercedes Pascual del Río. **Berk**, Laura E., *Desarrollo del niño y del adolescente*. Madrid. Cuarta Edición. Prentice Hall Iberia. 1999.
- **Bourdieu**, Pierre. *Sobre la televisión*. Barcelona. Editorial Anagrama. 2003.

- **Buonanno**, Milly, *El drama televisivo, identidad y contenidos sociales*. España. Editorial Gedisa. 1999.
- **Casetti**, Francesco y **Di Chio**, Federico. *Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. España. Paidós. 1999.
- **Chion**, Michel. *La audiovisión, introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. España. Paidós Comunicación. 1993.
- Tr. Enrique Hernando Pérez y Francisco López Marín. **Darley**, Andrew. *Cultura visual digital, espectáculos y nuevos géneros de los medios de comunicación*. España. Paidós. 2002.
- **Foucault**, Michelle. *Estética, ética y Hermenéutica. Las mallas del poder*. Barcelona. Ed. Paidós. 1999
- **Fuenzalida**, Valerio. *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Chile. Fondo de cultura económico S.A. 2000.
- **Giménez Montiel**, Gilberto. *Paradigmas de identidad. Sociología de la identidad*. Universidad Autónoma Metropolitana. México. Ediciones Porrúa. 2002.
- **Laverde**, Maria; **Daza**, Gisela y **Zuleta**, Mónica. *Debates sobre el sujeto, perspectivas contemporáneas*. Colombia. Siglo del hombre. 2004
- **López Arias**, Sandra Milena. *El significado que la familia le atribuye a la televisión como un medio de comunicación y su incidencia en los procesos de interacción familiar. Tesis para alcanzar el título de profesional en Desarrollo Familiar*. Manizales. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

Universidad de Caldas. 2004.

- **Marín**, Antonio Lucas y otros. *Sociología de la comunicación, efectos de los medios de comunicación*. Madrid. Ed. Trotta. 1999.
- **Marinas**, José Miguel y **Santamarina**, Cristina. *La historia oral, métodos y experiencias*. Madrid. Debate. 1993.
- **Martínez**, Miguel. *La investigación cualitativa etnográfica en educación, manual teórico práctico*. México, D. F. Ed. Trillas. 2000.
- **Morduchowicz**, Roxana. *A mí la tele me enseña muchas cosas: la educación en medios para alumnos de sectores populares*. Argentina. Paidós. 2001.
- **Muñoz González**, Germán. *La comunicación en los medios de vida juveniles hacia una ciudadanía comunicativa*. Tesis para optar al título de doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Colombia. Centro de estudios avanzados en niñez y juventud. CINDE. Universidad de Manizales. 2006.
- **Murcia Peña**, Napoleón y **Jaramillo Echeverry**, Juan Guillermo. *La complementariedad etnográfica: investigación cualitativa una guía para abordar estudios sociales*. Colombia. Kinesis. 2000.
- **Perea Restrepo**, Carlos Mario. *La sola vida te enseña, subjetividad y autonomía dependiente. Umbrales; cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Colombia. Corporación región. 2000.
- **Pinilla Amador**, Claudia Patricia. *Proceso de construcción de la identidad del adolescente que consulta en la comisaría segunda de la ciudad de*

Manizales. Tesis para optar al título de magíster en Pedagogías activas y desarrollo humano. Colombia. Centro de educación y desarrollo humano CINDE. Universidad de Manizales. 2000.

- **Rincón**, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá. Editorial Norma. 2006.
- **Sandoval Casilimas**, Carlos. *Investigación cualitativa, modulo 4*. Bogotá. ICFES. 1996.
- Tr. Alberto Luis Bixio. **Touraine**, Alain. *Las trampas de la identidad. Crítica de la modernidad*. Colombia. Fondo de cultura económica LTDA. 2000.
- Vilches, Lorenzo. *La televisión, los efectos del bien y del mal*. España. Paidós. 1993

Revistas:

- **Aparicio**, José Alfredo; **Barakat**, Sandra; **De Luque**, Frank; **Ramírez**, Martha; **Ramírez**, Andrés y **Zúñiga**, Maria del Pilar. Archipiélagos de desencanto. *Adolescente y escuela, proyecto Atlántida IV*. Colombia. Tercer mundo editores. 1995.
- **Castellanos Obregón**, Juan Manuel y **Puerta Escobar**, Gloria Isabel. *Entre la homogeneidad y la resistencia: apuntes sobre las identidades juveniles urbanas*. En: Escribanía, comunicación cultura región. Manizales. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. 2004.
- **Ferrás**, Graciela. *Radiografía Mediática del fin de siglo*. En: Nueva Sociedad. Nro. 147 (Enero-Febrero). 1997.ps. 108-119.

- **Garcés Montoya**, Ángela. *Nos-otros los jóvenes. Escribanía, comunicación cultura región*. Manizales. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. 2004
- **García Martínez**, María Lucía. *Soledad e ilusiones, la construcción de la identidad. Proyecto Atlántida, adolescentes y escuela I*. Colombia. Tercer mundo editores. 1995
- **Herrera**, Eliana. *Espejismos y realidades sobre los jóvenes, o de algunos riesgos del discurso de la diversidad cultural*. En: Escribanía, comunicación cultura región. Manizales. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. 2003.
- **Parodi Zuluaga**, Marta Luz. *Ser o parecer: crecer en la incertidumbre. Proyecto Atlántida, adolescentes y escuela I*. Colombia. Tercer mundo editores. 1995.
- **Pindado**, Julián. *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. En: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, ISSN 1137-1102, N°. 21, 2006, p. 19
- **Portales Cifuentes**, Diego. *Intelectuales, televisión y cultura. Escribanía, comunicación cultura región*. En: Escribanía, comunicación cultura región. Manizales. Departamento de publicaciones Universidad de Manizales. 2000.
- **Muñoz Justicia**, Juan. *Análisis cualitativo de datos textuales con Atlas/ti*. España. Universidad Autónoma de Barcelona. 2003.

XVI. ANEXOS

- 1. ENTREVISTAS EN AUDIO**
- 2. ENTREVISTAS TRANSCRITAS**
- 3. ENTREVISTAS PROCESADAS POR ATLAS TI**