

Televisión en Colombia: discursos hegemónicos y respuesta social

Luis Eduardo Ospina-Raigosa¹ 

RESUMEN

El presente artículo de reflexión brinda un breve panorama sobre la importancia de la televisión abierta en Colombia, su alto nivel de concentración y las exclusiones que dicho sistema ocasiona. En el marco de este problema se focaliza sobre las formas en que las ciudadanías críticas pueden interpelar el discurso televisivo que tiene un carácter hegemónico. A esta acción se le denomina 'respuesta social'. Se reflexiona sobre el caso de la teleserie "Tres caínes". La teleserie cuenta la historia del paramilitarismo desde la mirada de los victimarios y además invisibiliza a las víctimas. En la historia de los medios son escasas las protestas en contra del discurso mediático, lo que le otorga a este acontecimiento relevancia analítica en el campo de la comunicación. Criticar a los medios evidencia el declive de su credibilidad y la capacidad de agencia ciudadana. Como conclusiones se indican algunas características constitutivas de la "respuesta social", que, a diferencia del discurso mediático, proponen horizontes de sentido plurales.

Palabras clave: Discursos de respuesta social, Estudios Críticos del Discurso, Teleserie "Tres caínes", Televisión en Colombia.

¹ Doctorando en Comunicación, Lenguajes e información de la Pontificia Universidad Javeriana. Magíster en Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de Colombia. Investigador del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático

Autor de correspondencia: luis-ospina@javeriana.edu.co

Fecha de recepción: 2021-12-08

Fecha de aprobación: 2022-03-23

Cómo citar:

Ospina-Raigosa, L. E. (2022). Televisión en Colombia: discursos hegemónicos y respuesta social. *Revista Cubun*, 2(3), pp. 22-42 doi: 10.24267/cubun.723

Television in Colombia: hegemonic discourses and social response

ABSTRACT

This reflection article provides a brief overview of the importance of open television in Colombia, its high level of concentration and the exclusions that this system causes. To then focus their attention on the ways in which critical citizens can challenge the television discourse that has a hegemonic character. This kind of phenomenon is stated as a "social movement response". The series tells the story of the Colombian para-militarism from the perspective of the perpetrators instead of the victims' point of view making them invisible to the spectator. Along the history of mass-media, there have been few protests against their discourse, thus the relevance to examine it in detail. Criticizing the media shows the decline of their credibility and the capacity of citizens as a group. As conclusions, some constitutive characteristics of the "Social movement response" are indicated, which, unlike the media discourse, propose plural horizons of meaning.

Key words: Critical Discourse Analysis, Social movement response, TV in Colombia, TV series "Tres caínes".

La télévision en Colombie : discours hégémonique et réponse sociale

RÉSUMÉ

Cet article donne un bref aperçu de l'importance de la télévision en clair en Colombie, de son haut niveau de concentration et des exclusions que ce système entraîne. Dans le cadre de cette problématique, il se concentre sur la manière dont les citoyens critiques peuvent remettre en question le discours hégémonique de la télévision. Cette action est appelée "réponse sociale". Il se penche sur le cas de la série télévisée "Tres caínes" (Trois Cains). La série télévisée raconte l'histoire du paramilitarisme du point de vue de ses auteurs et rend également les victimes invisibles. Dans l'histoire des médias, les protestations contre le discours médiatique sont rares, ce qui confère à cet événement une pertinence analytique dans le domaine de la communication. Critiquer les médias est une preuve du déclin de leur crédibilité et de leur capacité d'action citoyenne. En guise de conclusions, on indique certaines caractéristiques constitutives de la "réponse sociale" qui, à la différence du discours médiatique, proposent des horizons de sens pluriels.

Mots clés: Discours de réponse sociale, Études critiques du discours, La télévision en Colombie, Téléseries "Tres caínes".

INTRODUCCIÓN

Cuando Gustavo Rojas Pinilla inauguró la televisión en Colombia, su Comité de Propaganda y Restauración Nacional había hecho grandes esfuerzos para posicionar una imagen favorable del general-presidente. Por orden del comité, en los telegramas se inscribían consignas como ‘El gobierno de las Fuerzas Armadas le dará casa al campesino y al obrero’; en las alcaldías municipales circulaban fotografías del general acompañadas de acetatos con cuñas sonoras; se imprimieron ediciones de lujo del libro ‘El trece de junio’, que narraba su llegada al poder en 1953; “en los cines se proyectaba un noticiero oficial antes y después de cada función (...)”. (Galvis, 1988, 267).

La televisión llegó para consolidar un proyecto político y parece ser que ese ha sido uno de sus propósitos fundamentales en el curso de su historia como medio de comunicación. Para Rojas Pinilla, el control de la televisión garantizaba propaganda masiva, por ello, se pensó como un recurso bajo el control del Estado. En la sociedad mediatizada actual, la televisión es uno de los escenarios por donde se gestionan los asuntos público-políticos. Además, es un fenómeno cultural productor de discursos audiovisuales por donde transita el poder y los proyectos que propenden por conseguirlo.

Diversas investigaciones han explorado la relación entre política y prensa en Colombia. (Fonnegra, 1987; Uribe de Hincapié & Álvarez, 2002; Vallejo, 2005; Castellanos, 2016). El interés se ha centrado en la prensa escrita porque los periódicos han aportado a una particular mirada de lo que somos como sociedad en la Colombia de los últimos dos

siglos y han desarrollado diversidad de géneros y narrativas, no obstante, son menos las investigaciones sobre televisión y política en Colombia y las formas en que las ciudadanías críticas la reciben (Rey, 2002 entre otras) asunto que abre una beta de estudio de especial interés para el campo de la comunicación.

De la misma manera, son pocos los estudios académicos que han centrado su reflexión sobre las maneras en que las ciudadanías pueden interpellar los discursos hegemónicos de los medios. En la presente reflexión, se profundiza en el caso de la teleserie “Tres caínes” y los discursos de respuesta social que generó esta pieza televisiva. En este orden de ideas, la reflexión sobre la respuesta social y la televisión se fundamenta en este estudio de caso.

LA TELEVISIÓN, UN IMPORTANTE FENÓMENO CULTURAL DE LA SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XX

En 2022 la televisión llegó a sus 68 años de existencia en Colombia. Se vuelve relevante reflexionar sobre su importancia estratégica en la cultura y en el ejercicio del poder. Hoy, la televisión tiene un papel muy importante en la construcción de opiniones públicas y asuntos de interés común, es un fenómeno social y un elemento activo en la construcción de la memoria colectiva. Sin embargo, todavía no se percibe como un bien público. Aún hoy, no se han propiciado los escenarios suficientes que generen la apropiación colectiva de un recurso simbólico fundamental para la sociedad.

La televisión no puede sólo ser considerada como fuente de relajación o de entretenimiento. Es también vehículo de poder político, una fuente múltiple de experiencia cultural, y uno de los principales medios a través del cual... la sociedad se observa y se evalúa (Blumler, 1993, p. 14).

La televisión ocupa un lugar privilegiado en la construcción y representación de realidades en el país. Es un reflejo de las tensiones sociales, políticas, culturales y un medio que tiene mucho que aportar para la construcción de ciudadanía y la revitalización de la democracia, en una sociedad con problemáticas estructurales como la desigualdad social y el conflicto armado. Como fenómeno cultural, la televisión colombiana ha producido narrativas indispensables para dar cuenta de nuestras realidades y ha consolidado un cúmulo de contenidos creativos que la posicionan como uno de los productores simbólicos de la segunda mitad del siglo XX.

Durante mucho tiempo, los teóricos de la comunicación, siguiendo -extrañamente- la misma orientación que los magnates de los medios nos acostumbraron a encarar a la televisión como un medio popular, de "masa" (en el peor sentido de la palabra), y de esa manera, nos impidieron prestar atención a un cierto número de experiencias poderosas, singulares y fundamentales para definir el estatuto de este medio en el panorama de la cultura del final del siglo (...). Contrario a todos los discursos populistas o de mercado que intentaron e intentan aún explicarla, la televisión acumuló, en estos últimos cincuenta años de su historia, un repertorio de obras creativas muy superior al que normalmente se supone, un repertorio lo suficien-

temente consistente y amplio como para incluirla, sin esfuerzo, entre los fenómenos culturales más importantes de nuestro tiempo (Machado, 2000, p. 62).

Dimensionar la importancia de la televisión se convierte en una labor fundamental para orientar su papel en la construcción de un proyecto de nación, para construir símbolos y relatos de carácter complejo, incluyente y abierto a toda la amalgama de sectores sociales que integran lo colombiano. El fenómeno de producción, transmisión, recepción y resignificación de televisión no debe ser entendido como un asunto propio de un grupo social específico. Por el contrario, es un bien colectivo de un amplio interés público. Lamentablemente el diseño, gestión y ejecución de las políticas que lo definen está agenciado por pocos. Una ciudadanía se fortalece cuando tiene una conciencia del modo como es representada, cuando apropia los bienes simbólicos -en especial la televisión- como un potente medio de expresión cultural, que transforma sus realidades.

(...) por la democratización de esa "esfera pública electrónica" que es la televisión, pasan en buena medida posibilidades de democratización de las costumbres y la cultura política. (...) En América Latina son las imágenes de la televisión el lugar social donde la representación de la modernidad se hace cotidianamente accesible a las mayorías. Ellas median el acceso a la cultura moderna en toda la variedad de sus estilos de vida, de sus nuevos saberes, lenguajes y ritmos (Martín-Barbero, 2001, p.2).

En este orden de ideas, se está frente a un medio masivo de comunicación eficiente en el propósito de estabilizar ideas y diseminar discursos; esto es, consolidar las visiones de mundo de quienes agencian la televisión. Por supuesto que su estudio no debe caer en la dicotomía de entender la televisión como dispositivo de control y manipulación o como territorio de la libre expresión y del diálogo.

En la actualidad, hay una compleja red de actores y procesos que componen el fenómeno televisivo. Los propietarios de los canales comerciales y sus distintos intereses, los diversos públicos organizados y no organizados que interpelan los discursos televisivos, los anunciantes que aún encuentran en este escenario un lugar para movilizar el consumo y las instancias reguladoras estatales son algunos de los actores centrales del sistema televisivo.

ALGUNOS DATOS DEL SISTEMA TELEVISIVO EN COLOMBIA: SISTEMA MIXTO Y DUOPOLIO

En lo que respecta a la concentración, se puede apreciar un proceso de privatización del panorama televisivo durante las últimas cinco décadas. El sistema mixto de televisión inicia en 1973 con la era de las licitaciones a variadas programadoras comerciales (Inravisión, 1994). Durante dos décadas este sistema se caracterizó por la presencia de pequeñas y medianas empresas programadoras de televisión que pertenecían a diferentes facciones de liberales y conservadores, algunas de ellas en manos de expresidentes de la república.

Según López de la Roche (2015) este sistema, a pesar de estar monopolizado por los partidos políticos, expresaba un cierto pluralismo de ideas:

distintas fracciones podían expresar sus opiniones y sus interpretaciones de la política nacional. Sin embargo, voces opositoras no tenían acceso a dicho sistema. La posibilidad de una información y una opinión televisiva alternativa estaba clausurada. Durante el sistema mixto, la concentración se orientaba al terreno de lo político.

A partir de 1998, con la privatización o “flexibilización” del sistema mixto de televisión, pasamos del criterio político bipartidista en la asignación de los espacios de televisión, al criterio de poder y de capacidad económica y financiera de los grandes grupos, como criterio para otorgar ya no espacios televisivos sino canales completos de televisión. De la dominación política del sistema, pasamos a la dominación económica y financiera de la televisión por parte de los grandes grupos del poder económico (López de la Roche, 2015, p. 115).

En 1998, el acento de la concentración cambia hacia móviles de mercado. Los canales Caracol y RCN logran el control de la televisión comercial, impidiendo mediante diversas estrategias, la entrada de nuevos actores en el panorama mediático. Esto se constituye como un duopolio de la televisión nacional de señal abierta.

Las profundas transformaciones en el sistema televisivo de las dos primeras décadas del siglo XXI, ocasionada por la llegada de la web, ha hecho posible la emergencia de nuevas formas de consumo, de públicos cada vez más específicos y de plataformas con capacidad de producir una variedad prolífica de contenidos audiovisuales. En otras palabras, internet hizo mutar la televisión, que ahora está en una constante

transformación en las formas de producción y en las formas de consumo.

Teniendo en cuenta este importante matiz, cabe indicar que la televisión abierta en Colombia sigue siendo uno de los escenarios más influyentes en la construcción de opiniones públicas. En lo que respecta a la producción de contenidos informativos, por ejemplo, las empresas televisivas producen los contenidos noticiosos que luego circulan por plataformas digitales.

La información televisada aún depende de unas cuantas empresas mediáticas. Esto quiere decir que el discurso televisivo, en lo que respecta a la información, sigue produciéndose con un alto grado de concentración. En el informe *Concentración y convergencia de medios en América Latina* (Becerra y Mastrini 2017), los autores afirman que la región presenta uno de los índices más altos de concentración de propiedad de medios del planeta.

En Colombia, la televisión abierta de carácter nacional se restringe a dos canales privados RCN y Caracol. En este orden de ideas, esta esfera pública aún sigue siendo agenciada por grandes grupos económicos y financieros y dicho factor es uno de los problemas centrales para la democratización de las comunicaciones en el país. Este rasgo propone una estructura televisiva excluyente a la que le cuesta incorporar otras voces de la sociedad colombiana que han sido sistemáticamente excluidas del discurso televisivo. En este panorama emergen procesos organizados de respuesta social frente a los grandes medios.

RESPUESTA SOCIAL QUE INTERPELA EL DISCURSO TELEVISIVO

Frente a las exclusiones propias del fenómeno televisivo existen variadas acciones de grupos sociales, que luchan en contra de los discursos que circulan por la televisión. Hoy, los diversos públicos organizados y no organizados tienen repertorios expresivos para interpelar a los medios de comunicación televisados. La respuesta social se entiende como aquel movimiento colectivo que protesta contra el poder de los medios. Esta respuesta social es un tipo de acción humana de carácter conjunto donde una multitud de personas interpelan un contenido mediático o un medio de comunicación (Negri & Hardt).

Por respuesta social se entiende la posibilidad propia de los grupos sociales para manifestarse en contra de un discurso mediático de forma creativa y propositiva, generando algún tipo de contenido que circula por un soporte tecnológico para proponer un nuevo horizonte de comprensión que luche contra el sentido propuesto por el medio de comunicación (Ospina Raigosa, 2016a, párr. 31).

El viernes 19 de julio de 1999, bajo un sol que marcó los veinte grados de temperatura, los ibaguereños marcharon contra la televisión. En la plaza Darío Echandía más de cinco mil ciudadanos desplegaron pancartas y con niños disfrazados de palomas de paz exigieron el cese de violencias en televisión. Pocos medios cubrieron la noticia. En la emisión de las siete el noticiero NCA desarrolló la información 'Los televisores de Ibagué se encuentran apagados, como protesta simbólica a la violencia que emite ese medio de comunicación'.

Luego habló el médico Jorge Tulio Rodríguez organizador de la marcha, quien dijo: 'Se va a escuchar el silencio de Ibagué y el Tolima para que la violencia de la televisión cese', el informe fue enviado por la periodista Francy Liliana Sánchez. (Castro Caycedo, 1999, p. 39)

La protesta en Ibagué es un ejemplo del descontento de los ciudadanos frente a la televisión de su época. Es un acontecimiento que se configura como una respuesta social. La respuesta social en este caso se genera por el cubrimiento sensacionalista realizado en los canales de televisión frente a hechos de violencia. El ejemplo sobre el que se concentra la presente reflexión, de aquí en adelante focaliza sobre las manifestaciones que se generaron en contra de la teleserie 'Tres Caínes'.

CASO DE ESTUDIO: RESPUESTA SOCIAL FRENTE A LA TELESERIE "TRES CAÍNES"

La serie de televisión "Tres caínes" emitida por el canal privado RCN generó un debate que propició variadas acciones de respuesta social desde diferentes organizaciones y ciudadanos en Colombia. Esta teleserie se ocupa de narrar la vida de tres líderes paramilitares (Fidel Castaño, Vicente Castaño y Carlos Castaño) que conformaron un ejército irregular con más de 15 mil hombres armados (CNRR, 2013). El programa, ambientado desde 1980, narra una coyuntura de violencia sociohistórica específica del conflicto armado colombiano: el accionar paramilitar. En este sentido, recrea acontecimientos cruciales del conflicto armado reciente, como la masacre de Bojayá y la toma del Palacio de Justicia. En la teleserie, esos tres líderes paramilitares son los protagonistas y, por tanto,

todos los hechos dramáticos se recrean desde la óptica de esos personajes.

La teleserie duró tres meses y 14 días (entre el 4 de marzo y el 18 de junio de 2013) y durante ese tiempo, diversos grupos sociales se expresaron en contra de la propuesta televisiva. Se publicaron cartas y comunicados (Universidad de Antioquia, Diócesis de Quibdó, Colombianos y colombianas por la paz), se realizó un plantón frente al canal RCN (H.I.J.O.S, Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado-MOVICE), se realizaron foros televisados de carácter nacional (Autoridad Nacional de Televisión-ANTV, Universidad Externado de Colombia y El Tiempo, Semana TV, Deutsche Welle y Canal Capital, entre otros) y se llevaron a cabo iniciativas ciudadanas desde las redes sociales (#Noen3caínes) para protestar contra la teleserie. Todas estas acciones son respuestas sociales, entendidas como la capacidad que tienen los grupos sociales para actuar a propósito del contenido de un medio de comunicación.

Las acciones de respuesta social que se constituyeron a propósito de "Tres caínes" son un fenómeno sin precedentes en la historia reciente del país. Muchas de estas acciones proponen un discurso de respuesta frente a la teleserie que está registrado en la plataforma digital *YouTube* y se convierten en maneras de interpelar a los discursos mediáticos imperantes.

Las manifestaciones de protesta en contra de la teleserie se constituyen en un hito en la relación de los medios masivos de comunicación y sus interlocutores. En este caso, el contenido temático y el tratamiento dramático de la teleserie generaron

respuesta de varios ciudadanos en Colombia. Específicamente, este fenómeno resulta interesante por la manera como grupos sociales críticos responden a los medios masivos de comunicación. Tener como fenómeno de estudio ese acontecimiento, significa centrar el interés en las alternativas que construyen los grupos sociales para hacer veeduría y contrapeso a los discursos que se proponen desde los grandes medios de comunicación.

En el esquema actual de comunicación masiva, existe una relación asimétrica entre los medios que producen grandes cantidades de mensajes de diversa índole y los ciudadanos que reciben e interpretan de maneras variadas dichos mensajes. Las teorías de la comunicación durante el siglo XX se preocuparon por comprender los procesos de lo que llamaron emisión y recepción, dilucidando planteamientos que explican tales relaciones. La problemática sobre la cual se teje la presente reflexión se ubica en el proceso de interlocución que resultó por la emisión de la teleserie "Tres caínes" por parte de un canal de televisión y la respuesta social de los interlocutores que cuestionaron la representación del conflicto armado que se propuso en la teleserie.

En la historia de los medios de comunicación en Colombia existen pocos casos donde algunos grupos sociales hayan respondido a un contenido televisivo, lo que convierte este caso en un acontecimiento relevante por la acción de varios grupos sociales para crear y para poner a circular discursos de respuesta contrapuestos al sentido del mensaje televisivo. El acontecimiento (Lazarato, 2007) se entiende como las acciones de

transformación que llevan a cabo una multiplicidad de sujetos. Este concepto se va a profundizar en el marco teórico.

Lo ocurrido entre el 4 de marzo y el 18 de junio de 2013 (tiempo de emisión de la teleserie y de la respuesta social) permite aproximarse a las formas de interlocución de varios actores sociales en la comunicación contemporánea. De acuerdo con Castells (2012, p.20), los entornos digitales son espacios con cierta autonomía fuera del control del gobierno y las corporaciones. La presencia de la web, y más concretamente la plataforma *YouTube*, hizo posible concretar algunos discursos de respuesta social, lo que permite recuperar su huella y tener insumos para comprender en qué consistieron estas acciones de respuesta social. Problematicar, desde el campo de la comunicación, un caso concreto donde grupos sociales críticos responden a los medios contribuye a la comprensión de la relación entre grupos sociales y medios de comunicación.

TRES ACCIONES SOCIALES, TRES FORMAS DISTINTAS DE INTERPELAR EL DISCURSO TELEVISIVO

Las acciones sociales que se posicionaron contra la teleserie "Tres caínes", tienen unas particularidades que merecen ser comprendidas desde un estudio de caso específico. Dentro de la variedad de respuestas sociales contrapuestas al seriado, esta investigación se centrará en tres de ellas. Son tres diferentes discursos críticos enunciados por grupos sociales específicos que crearon un contenido multimodal, vídeos en *YouTube*, para socializar sus protestas frente a la teleserie. Las tres acciones de respuesta son:

#Noen3Trescaínes. Una de las principales críticas a la teleserie se configuró en una iniciativa ciudadana impulsada desde la web y dirigida a los anunciantes comerciales bajo la etiqueta (o *hashtag*) en *Twitter* y *FaceBook* #NoenTrescaínes. Esta iniciativa consiguió que varias firmas comerciales retiraran la pauta porque consideraron que su imagen de marca no estaba afín con la propuesta televisiva. Los comentarios en internet comenzaron cuando cuatro usuarios diseñaron la estrategia de escribir distintos mensajes en muros y perfiles de redes digitales. Ante la multitud de respuestas crearon un grupo llamado "Noen3caines". Esta respuesta social, llevada a cabo entre el 14 de marzo y el 21 de junio de 2013, es importante porque propone un nuevo mecanismo de protesta (interpelar al anunciante) y es enunciado por sujetos no necesariamente victimizados y de carácter heterogéneo que interactúan en la web.

El plantón. El 22 de marzo de 2013 se llevó a cabo un plantón frente a las instalaciones del canal RCN. Esta actividad fue realizada por parte de organizaciones de sujetos victimizados quienes exigían que la serie fuera retirada de la parrilla de programación, que se impidiera su comercialización y que se les diera el espacio a las víctimas para hablar de sus realidades (Tercer Canal, 2013). Esta respuesta social cobra interés porque evoca un método tradicional de protesta -el plantón- y porque enuncia la voz de los sujetos victimizados por los paramilitares.

Diócesis de Quibdó sobre la masacre de Bojayá. Miembros de la comunidad religiosa de la Diócesis de Quibdó que fueron testigos y víctimas de la masacre de Bojayá al quedar en medio del fuego

cruzado hicieron una lectura crítica conjunta de la manera como fue recreado este hecho. La teleserie emitió la masacre de Bojayá el 12 y 13 de junio. La comunidad religiosa publicó un comunicado cuestionando la manera como se representó el papel de las víctimas porque mostraba sujetos pasivos e inertes ante lo que sucedía. En la realidad de los hechos en Bojayá (CNRR, 2010), la comunidad civil mostró un papel activo al advertir, increpar y detener a los armados, al tiempo que se refugiaron, se auxiliaron y dispusieron una ruta de escape, lo que permitió salvar muchas vidas.

En la tabla 1 se presentan los tres vídeos que recuperan las acciones de respuesta social que interpellaron la teleserie "Tres caínes". Estos vídeos están disponibles en el portal *YouTube*, fueron elaborados por ciudadanos partícipes de las acciones y se constituyen como una expresión de los discursos de respuesta social.

Los vídeos poseen unas características técnicas y comunicativas similares. Se componen de testimonios de protagonistas de cada una de las iniciativas. En el vídeo del plantón aparecen voces de los marchantes, en el vídeo sobre la iniciativa web, la voz corresponde al fundador de la iniciativa y en el vídeo sobre los hechos en Bojayá, corresponde a la voz del sacerdote en su calidad de testigo de la masacre.

Una característica técnica de los tres vídeos consiste en que ninguno incorpora movimientos de cámara complejos que requieran de herramientas técnicas especializadas más allá del trípode. Los vídeos aprovechan el recurso de la voz en *in*, que consiste en dar un testimonio frente a

Tabla 1.

Título del Vídeo	Dirección web	Duración
Plantón No más Tres caínes	https://www.YouTube.com/watch?v=jB-a1p3NqI8	5:48
Narconovelas-Movimiento ciudadano #noen3caines	https://www.YouTube.com/watch?v=YAFW9qDxJlc	4:02
"Los Tres Caínes" ofende la memoria de las víctimas de Bojayá.	https://www.YouTube.com/watch?v=spEyRyh_8nk	3:04

Fuente: YouTube. (Tercer Canal, 2013); (García & Cartagena, 2013); (C.N.M.H, 2013).

cámara. Otro aspecto en común consiste en que, apropiando diversos recursos, proponen un mensaje en contra de la teleserie.

RESPUESTA SOCIAL, EMERGENCIA DE UN CONCEPTO

Para conceptualizar este fenómeno social contemporáneo, se partió de la categoría propuesta por Jose Luiz Braga (2006), quien plantea que existen unos dispositivos de respuesta social que se ubican en este lugar teórico y dan una respuesta social a las producciones mediáticas. *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática* (2006) es el documento donde se plantea y explica cuáles son y en qué consisten estos dispositivos.

Los dispositivos de respuesta social que propone el autor son las defensorías de público (defensor del lector, defensor del televidente), los consejos de lectores, la sección cartas del lector en prensa escrita, la crítica de medios (en cine y televisión, por ejemplo), las revistas especializadas en análisis de medios, los foros sobre medios y los documentos académicos que versan sobre este tema, entre otros.

Para José Luiz Braga (2006) los dispositivos de respuesta social "Son todos los procesos organizados de la sociedad sobre sus medios de comunicación y sus producciones y los modos como estos se articulan con la producción y la recepción y sus posibles tensiones" (Braga, 2006: 33). En dicha definición se encuentra un campo delimitado, al definir esta noción como un proceso que se encuentra ubicado en los grupos sociales y no en las instituciones. Esta precisión es valiosa, porque posiciona el campo de donde viene la noción de dispositivo de respuesta social.

En el texto de Braga (2006) el concepto de dispositivo de respuesta social se utiliza exclusivamente para dar cuenta de la relación medios de comunicación-grupos sociales. Esto quiere decir que la respuesta social está dirigida hacia los productos y los discursos de los medios de comunicación y no de otras instituciones sociales que pueden ejercer dominación discursiva (Estado, escuela e Iglesia, entre otras). Tal claridad no es de poca monta, dado que de ella resulta la especificidad del concepto de Braga. En ambos casos resulta de interés analizar cómo la sociedad responde a sus medios de comunicación y no a otras instancias de poder.

La potencia del concepto dispositivo de respuesta social, reside en su dimensión de ser respuesta social –y no solo dispositivo– frente a los medios de comunicación. Entender esta respuesta social como una acción de las ciudadanías críticas permite dar una mejor comprensión de las potencialidades de agenciamiento que tienen las personas para interpelar los abusos de los discursos mediáticos. En otras palabras, el valor de la respuesta social, reside en su cualidad de ser discurso de respuesta.

Para Braga, las respuestas sociales son dispositivos en la medida en que son actividades con una continuidad en el tiempo y unos objetivos específicos.

“Existe toda una variedad de dispositivos sociales: cineclubes, sitios de crítica de medios, foros de debate sobre radio y televisión, crítica de prensa escrita, revistas cuyo tema es el propio medio, producciones académicas sobre los medios de comunicación, procesos de autocrítica de prensa”. (Braga, 2006, p. 36)

Todas las instancias que engloba el concepto de dispositivo de respuesta social en Braga (2006) para interpelar a los medios de comunicación siguen siendo una representación de los grupos sociales, una mediación entre los movimientos y el medio, pero no constituyen la participación directa de dichos movimientos. El defensor del lector, por ejemplo, es una figura donde se delega el ejercicio de presencia y visibilidad política a un tercero que tiene un nivel de autoridad y da

un concepto frente al conflicto. Sin embargo, el discurso expresado por esta instancia no es una versión directa de una parte de la sociedad que inicialmente interpeló al medio de comunicación. (Sobre esta discusión véase Ospina Raigosa, 2014) La respuesta social, como se comprende en la presente investigación, no es un dispositivo mediador. Es directamente un grupo social –y no sus representantes– quienes asumen una respuesta frente a la teleserie, sin recurrir a una segunda instancia que lo represente.

Otro de los puntos de divergencia frente al concepto inicial de Braga, radica en que se piensa los dispositivos de respuesta social como instancias que tienen una continuidad y están estructuradas bajo parámetros muy concretos, casi institucionales. El concepto de dispositivo de respuesta social responde a escenarios organizados y duraderos con unos objetivos constantes en el tiempo que, por esta razón, son contrarios a la espontaneidad social.

El foro público que organizó la Autoridad Nacional de Televisión-ANTV¹ a propósito del tema, es una instancia de diálogo convocada por una institución del Estado (que hoy está extinta), que tiene el objetivo misional (institucional) de poner a dialogar a los diversos interlocutores. Allí se invita a representantes de algunos grupos sociales (seleccionados por esa institución y por tanto acotados) para que sirvan de voceros de grupos sociales. Es, en definitiva, una actividad estructurada y moderada por la institución convocante.

¹ El 29 de abril de 2013, la ANTV, el Tiempo y la Universidad Externado realizaron un foro titulado “Responsabilidad social de los medios de comunicación frente a la memoria histórica y las víctimas del conflicto”. Fue motivado por las acciones de respuesta social que suscitó la teleserie “Tres caínes”.

Esta actividad sigue siendo parte de los esquemas institucionales de instancia representativa y, contrario al objeto que se quiere analizar, no da cuenta de las formas de participación que protestaron frente a la teleserie y que constituyen una importante fuerza de respuesta social llevada a cabo directamente por los grupos sociales que cuestionaron a "Tres caínes". Así, la respuesta social que se pretende comprender tiene un carácter de acontecimiento, lo que resulta contrario a las instancias institucionalizadas que se denominan dispositivos.

Cuando se habla de un acontecimiento, se hace referencia a la suma de una serie de acciones, actores y discursos que propenden por una transformación de la que no se tiene claridad explícita sino, sobre todo, expectativas de lo que será. En palabras de Maurizio Lazzarato (2007) el acontecimiento:

"Se limita a anunciar que ha sido creado algo en el orden de lo posible, que se han expresado nuevas posibilidades de vida y que se trata de llevarlas a cabo. Ha surgido la posibilidad de otro mundo, pero permanece como tarea a cumplir" (Lazzarato, 2007, p. 36).

El interés por focalizar sobre los discursos de grupos sociales que responden a la acción de la televisión comporta una posición política situada en favor de la deconstrucción del actual panorama televisivo. La respuesta social como problema de investigación en comunicación propicia una actitud esperanzadora en la medida que se abren posibilidades de acción para transformar la realidad mediática. Es un acontecimiento comunicativo y un capítulo importante en la historia de la televisión en Colombia (Lazzarato, 2007).

LA RESPUESTA SOCIAL Y LAS ACCIONES COLECTIVAS EN LA WEB, ALGUNAS CONSIDERACIONES

La respuesta social es el movimiento por el cual un grupo social emite una respuesta frente a un medio de comunicación. Las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, han hecho posible una interacción diferente entre grupos sociales y medios de comunicación sobre la que es necesario detenerse. Para ello se incorporan algunas reflexiones en torno a los movimientos sociales en red que propone Rocío Rueda (2008).

Las TIC pueden entenderse como una red de artefactos y dispositivos que despliegan nuevas prácticas sociales, en donde se vivencian procesos culturales que otorgan un nuevo significado y configuran tendencias de uso e innovación social, de dominación o de cooperación.

El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse estructuralmente en nuevos modos de percepción y de lenguaje; en nuevas sensibilidades y escrituras; en deslocalización de conocimientos e instituciones del saber; en el emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y artefacto, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana (Martín-Barbero, 1998, citado por Rueda, 2008, p.10).

Las tecnologías por sí solas no producen transformaciones políticas, sino que son las redes y las prácticas sociales en las que se insertan las TIC las que otorgan un significado y configuran formas

de uso y espontaneidad social, a la vez con procesos de dominación o de cooperación. Es decir, se dimensiona a la web como una red que funciona en clave de la globalización, el mercado y las relaciones de dominación que estos comportan, pero también se entiende a la web como un espacio de construcción de nuevas prácticas y usos que operan, en algunos casos en función de lazos de cooperación.

El ciberespacio es un escenario de lucha por el sentido. Su dinámica interna se relaciona y contiene infinidad de propósitos e intereses. Abarcarlo se convierte en un derrotero para el mercado, pero también para los grupos y movimientos sociales, que proponen otras formas de vida, otros mundos posibles, otras posibilidades estéticas.

Rocío Rueda (2008) propone que las tendencias de investigación sobre estudios en el ciberespacio se han desarrollado en tres campos a saber: 1- el ejercicio del poder en el entorno digital. 2- La acción social colectiva que incluye movimientos sociales, formas de usabilidad desde diversos entornos, redes de indignación, acciones de resistencia y procesos de lucha que operan en interacción con las tecnologías digitales. 3- La experiencia estética, donde tienen cabida todas las creaciones artísticas mediadas por lo digital, los lenguajes en red, la hipertextualidad y la hiperficción.

Resulta de interés el punto número dos que explora las acciones colectivas en la web. Rueda (2008) afirma que los colectivos sociales y de resistencia en las redes digitales podrían imprimir un giro político en el régimen de la propiedad social y el bien común de la humanidad. La web hace que

emerjan otras condiciones porque circula la acción colectiva. Frente a esto propone tres aspectos de esas colectividades en red:

- a. Se matiza la centralidad del espacio público urbano de interacción cara a cara, así como la llamada esfera pública, y se promueve una nueva provista por una inmaterialidad de las redes electrónicas (...)
- b. Las prácticas sociales se constituyen en torno a los valores culturales, modos de vida y construcciones de sentido (más allá de intereses de clase o sectoriales) y en oposición a modos de organización y comunicación verticales, burocráticos y rígidos, de ahí que se privilegie la adopción de un tejido organizacional y comunicativo en red (...)
- c. La presencia creciente de colectivos y movimientos sociales de carácter global en la red que no obedece directamente a las regulaciones estatales. (Rueda, 2008, p. 14)

Esto significa que hay una continuidad entre las acciones *on-line* y las acciones *off-line*. Ese continuo permite que las relaciones virtuales y las relaciones cara a cara se mantengan y se proyecten, articulando la toma de decisiones colectivas. Desde esta reflexión sobre los movimientos sociales, articulados a la web, se pretende dar cuenta de la respuesta social en este caso particular que generó acciones de respuesta desde lo físico (el plantón) pero también propuso acciones *online* (la iniciativa #Noen3caínes).

CONCLUSIONES

La respuesta social como problema de investigación propicia una actitud esperanzadora en la medida que se abren posibilidades de acción para

transformar la realidad mediática. Es un tema que expresa la potencia de transformación que tiene el lenguaje, en un caso concreto, como la respuesta social frente a la teleserie “Tres caínes” y con actores sociales diversos y organizados.

La “respuesta social” es una categoría que tiene potencialidades importantes dada la manera como se está configurando el panorama mediático en el mundo. La concentración de medios, así como la proliferación de expresiones de grupos organizados en contra de estos discursos, hacen pensar que el sistema de respuesta social (Braga, 2006) se fortalezca en un entorno cultural signado por las tecnologías digitales.

Una limitante de esta categoría tiene que ver con la poca posibilidad que tiene de inscribirse en acciones colectivas más amplias por fuera de la crítica al discurso mediático. En otras palabras, la respuesta social es una categoría que se reduce a la acción de la sociedad sobre sus medios y es en esta justa medida que se debe utilizar.

Así, analizar el discurso de las respuestas sociales ha permitido comprender las manifestaciones sociales contra los medios desde su dimensión discursiva. Cuando se focaliza sobre actores invisibilizados se quiere escuchar las otras versiones de mundos posibles. Es una apuesta por poner lenguajes comunes con otros reconocibles, lo que se convierte en el primer paso del diálogo. El concepto de respuesta social parte del reconocimiento de las facultades de los grupos sociales para manifestarse frente aquello que los afecta.

Las formas de manifestación evidencian las capacidades expresivas de los grupos sociales que materializan, en un soporte tecnológico, sus puntos de vista y con ello exponen nuevos horizontes de comprensión que respondan a la complejidad de la realidad social. Así, las respuestas sociales son posibilidades frente a un problema de la comunicación contemporánea: las maneras de participación para la creación de discursos masivos que contengan visiones plurales y voces múltiples. En otras palabras, el acontecimiento aquí problematizado pone en evidencia el carácter excluyente del discurso televisivo colombiano.

Las respuestas sociales proponen horizontes de sentido plurales. Su carácter de respuesta expresa las versiones de aquellos que han sido invisibilizados. Tienen la facultad de convocar, mediante sus acciones discursivas a otros actores que no habían asumido posición frente a los discursos imperantes. La respuesta social existe en tanto es apropiada por grupos sociales alternativos que presentan su visión de mundo.

Luego de realizar el análisis de las respuestas sociales (véase Ospina Raigosa 2016, 2016b) es posible indicar que hay unas características constitutivas en estas. La primera de ellas consiste en los diferentes llamados que realizan los grupos sociales a la sociedad colombiana. La segunda son las aclaraciones que realizan en contraste con lo presentado en la teleserie. La tercera es la enunciación de un ‘nosotros’ como manera de interlocutar y la cuarta la conforma la puntualidad en el uso de recursos visuales de los vídeos que los grupos sociales que protestaron elaboraron como discurso de respuesta.

Llamado a la sociedad. Los diferentes llamados descifrados en la respuesta social son acciones que convocan a la toma de posición de parte de otros actores sociales. En la iniciativa ciudadana #Noen3Caínes se hizo un llamado a la coherencia a los anunciantes. (Véase Ospina Raigosa 2016b). En el comunicado de la Diócesis de Quibdó sobre la masacre de Bojayá se hizo un llamado a la memoria y a la dignidad que convocaba a tomar posición al canal RCN.

Este conjunto de llamados que se tejen en el discurso de respuesta social son acciones que propenden por el reconocimiento de los actores que los enuncian. Expresan el propósito de convocar solidariamente a otros actores sociales que no han tomado parte en el conflicto acontecido. Todos estos llamados tienen la particularidad de acudir a facultades propias de lo humano: la dignidad, el respeto, la memoria, la coherencia, lo que evidencia un interés por dimensionar como actores a quienes los enuncian.

Aclaraciones. La respuesta social parte del interés por enunciar los puntos de vista de los actores sociales que no fueron consultados para la producción del discurso mediático inicial (Tres caínes). La aclaración sobre los hechos históricos en Bojayá y la argumentación por contraste para aclarar que #Noen3caínes no se constituye como una acción de censura, son evidencia del propósito de los testimonios por legitimar sus discursos.

Las aclaraciones expresan sus lugares de enunciación que están posicionados sobre el saber experiencial. Estos testimonios sirven al propósito de visibilizar las formas de acción que

ejecutaron como grupo. Todas estas acciones tienen correspondencia con un sistema de valores con aceptabilidad en la sociedad colombiana, por tanto, las acciones quedan legitimadas. Este aspecto incide en el reconocimiento del actor social y contribuye a posicionarlo.

Enunciación de un nosotros. Uno de los elementos constantes en los discursos de respuesta social consiste en esgrimir un carácter plural. La enunciación de un 'nosotros' es evidencia de grupos sociales con cohesión interna. Los grupos que llevaron a cabo las respuestas sociales están constituidos por singularidades múltiples y son un ejemplo del concepto de multitud (Negri y Hardt, 2004). Lo que quiere decir que son una red abierta y expansiva que converge en un 'nosotros' para la consecución de sus propósitos y sus llamados sociales.

Puntualidad en los recursos visuales. A diferencia de la propuesta de los grandes medios de comunicación y de forma particular de la teleserie "Tres caínes", los discursos de la respuesta social se caracterizan por ser puntuales en el uso de pocos recursos visuales. No hay movimientos de cámara que requieran de equipos, efectos especiales, efectos de posproducción que construyen atmósferas espectaculares. Más bien, el discurso se aleja de la sociedad del espectáculo y se puntualiza, dándole potencialidad a la voz testimonial y a capacidades expresivas de corte experiencial y humano porque es allí, donde reside su fuerza expresiva para interpelar los discursos mediáticos.

Esto indica que las respuestas sociales están encaminadas mediante la voz testimonial. Los actores que la enuncian son responsables de sus acciones

discursivas. De acuerdo con Bajtín (2009) responden con su vida sobre lo enunciado. En otras palabras, los grupos que hacen emerger la respuesta social construyen un mapa de sujeto caracterizado por unos valores anclados a la responsabilidad.

El testimonio es un discurso legítimo y ético en la disputa por el poder y el reconocimiento. De acuerdo con Yudice (2002), el testimonio se abre hacia la multiplicidad y “se caracteriza por la responsabilidad de la enunciación en la voz de clases y grupos subalternos para así cambiar su posición en relación a las instituciones a través de las cuales se distribuye el valor y el poder” (Yudice, 2006, p. 222). Las respuestas sociales humanizan el discurso mediático en la medida en que sus características constitutivas apuntan al reconocimiento de una multiplicidad de actores sociales con capacidad de agencia y posibilidades de diálogo.

Esta nueva posibilidad de interpelación es un acontecimiento por su capacidad de expresar nuevas posibilidades de vida, nuevas maneras de ser interlocutor mediático y de actuar frente a la experiencia televisiva. Las respuestas sociales son un acto creativo que propone opciones con respecto a las exclusiones del discurso mediático. Presenta nuevas rutas de acción para expresar acuerdos y desacuerdos sobre las narrativas en televisión.

38

Las respuestas sociales muestran un espacio de disputa para entender lo que significa el conflicto y sus actores, y la representación de país que se propone en la televisión. Hay una lucha por el sentido, lo que significa que las propuestas de los discursos de las élites no están del todo estabilizadas. Estas tensiones sociales reflejan dicho campo de lucha con un claro enfoque comunicativo.

Estos campos de disputa se configuran en un momento histórico donde la credibilidad de los medios está en declive (Ramonet, 2011) por asuntos como la excesiva concentración, la cercanía con el poder político, la mercantilización de los contenidos (información) y, en general, por los intereses de tipo ideológico, político y económico que configuran una estructura mediática excluyente. En ese panorama, las respuestas sociales son evidencia de grupos sociales activos; pero además, se constituyen como posibilidades de acción de esos grupos sociales que ingresan a los escenarios públicos para expresar sus voces de descontento.

El conjunto de imágenes, recursos gráficos y enunciados convocan a la solidaridad del interlocutor. Las respuestas sociales buscan la activación de quienes comparten una posición reflexiva frente a los medios de comunicación y a la teleserie. Con estas acciones se propone visibilizar sus voces y sus rostros para generar un ejercicio de reconocimiento en muchos niveles: visual, simbólico, cultural, político y ético.

Para esta reflexión es relevante realizar un contraste de las características de ese discurso mediático en comparación con los discursos de respuesta social. El discurso de la teleserie es un discurso persuasivo, unidireccional y simplificador de la realidad. En contraposición, la respuesta social articula un discurso crítico reflexivo, multidireccional y complejizador de la realidad.

La teleserie “Tres caínes” propone un tipo de ficción televisiva (Quiñonez, 2009) caracterizada por explicitar la violencia constante como objeto

principal de la trama. Es un típico discurso mediático ficcional donde se hace uso de estrategias discursivas para cumplir el propósito comunicativo de la persuasión. Espectacularizar la violencia (Pardo, 2012), naturalizar los problemas sociales que tienen responsables concretos y con ello ocultar los victimarios y legitimar discursos del odio (TSDJB, 2014) son tres de las estrategias que se usan en este tipo de ficciones.

Los discursos de respuesta social, en contraposición, ofrecen una postura reflexiva. Frente a la tendencia espectacular de la teleserie, la respuesta social propone una puntualidad en el uso de recursos visuales que potencia la voz testimonial. Frente a los procesos de naturalización y ocultamiento de los problemas sociales, la respuesta social propone un discurso aclaratorio, que acude a facultades propias de lo humano: dignidad, respeto, memoria y coherencia.

La ficción televisiva “Tres caínes”, hace uso de voces que están unificadas a la institucionalidad de la teleserie. En contraste, los discursos de respuesta social se constituyen por voces críticas que apuntan a postular otras miradas de ser y estar en el mundo. Son voces diversas, ancladas a las experiencias individuales, pero con cooperaciones colectivas que les permite actuar en multitud (Negri y Hardt, 2004).

La respuesta social es un discurso multidireccional que pone en relación grupos sociales diversos. Esta multidireccionalidad se hace posible gracias a las características de Internet entendida como una esfera pública inmaterial (Rueda, 2008). Por el contrario, la teleserie “Tres caínes”, se transmite

como un contenido clásico de radiodifusión, en un panorama mediático donde existen solo dos canales de televisión comercial de orden nacional, asunto que le da un carácter unidireccional de divulgación.

En definitiva, la respuesta social propone un discurso complejizador de la realidad en la medida que se pronuncian un número mayor de voces. Los testimonios propios de la respuesta social se construyen desde las experiencias y el carácter de testigos que tienen quienes vivieron en carne propia hechos factuales de la violencia paramilitar en Colombia. La versión ficcionada por la teleserie, resulta ser simplificadora de la realidad, una mera representación que desconoce el saber experiencial. En este caso, es la experiencia y la responsabilidad de la enunciación lo que determina lo fiable y no el discurso ficcionalizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bajtín, M. (2009). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI. Recuperado de: <https://circulosemiotico.files.wordpress.com/2012/10/estetica-de-la-creacion3b3n-verbal.pdf>
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. Retrieved from <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/4823>
- Braga, J.L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia: discursos sociais de crítica midiática*. Sao Paulo: Pauluscomunicação.

- Blumler, J. G. (Ed). (1993). *Televisión e interés público*. Barcelona: Editorial Bosch S.A.
- Castellanos, N. (2016). *Más allá de la libertad de prensa: Vicisitudes en la profesionalización de los periodistas colombianos (1950-1975)* (Tesis doctoral). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: alianza Editorial. Recuperado de: https://arditiesp.files.wordpress.com/2013/01/castells_redes_indignac_2012.pdf
- Castro Caicedo. (1999). *La televisión nos mató el alma. El periodismo amarillo*. Bogotá: GCC
- Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación-CNRR. Grupo de Memoria Histórica. (2013) *¡Basta ya! Colombia: memorias de guerra y dignidad*. Bogotá: Centro Nacional de Memoria Histórica: DPS. Departamento para la Prosperidad Social. Recuperado de: <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2013/bastaYa/bastaya-colombia-memorias-de-guerra-y-dignidad-2015.pdf>
- Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación-CNRR. Grupo de Memoria Histórica. (2010). *Bojayá. La guerra sin límites*. Bogotá: Centro Nacional de Memoria Histórica: DPS. Departamento para la Prosperidad Social. Recuperado de: <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/informes/informes-2010/bojaya>
- Centro Nacional de Memoria Histórica-CNMH. (Julio de 2013). *Los Tres caínes ofende la memoria de Bojayá*. [Video de YouTube] Recuperado de: https://www.YouTube.com/watch?v=spEyRyh_8nk
- Fonnegra, G. (1987). *La prensa en Colombia*. Bogotá: El Áncora.
- García, C. y Cartagena A. (Junio de 2013). *Narcovelas-Movimiento ciudadano #noen3caines*. Recuperado de: <https://www.YouTube.com/watch?v=YAFW9qDxJlc>
- Galvis, S. (1988). *El jefe supremo Rojas Pinilla en la violencia y el poder*. Bogotá: Planeta.
- Inravisión (1994), *Historia de una travesía. Cuarenta años de televisión en Colombia*, Bogotá, Inravisión.
- Lazzarato, M. (2007). *La filosofía de la diferencia y el pensamiento menor*. Bogotá: Universidad Central-IESCO.
- López de la Roche, F. (2015). "Entre lo deseable y lo posible para poder vivir en paz: cambios en la comunicación mediática y en las culturas políticas de derechas e izquierdas". En: Vargas, A. (comp) *Transición, democracia y paz*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Machado, A. (2000). "La televisión tomada en serio". En *El paisaje mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Buenos Aires: libros del Rojas-Universidad de Buenos Aires.

- Martín-Barbero, J. (2001). "Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención". En *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 35-69.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Negri, A. & Hardt, M. (2004). *Multitud. Guerra y Democracia en la era del imperio*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Ospina Raigosa, L. (2016a). *Discursos de respuesta social frente a la teleserie Tres caínes*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Ospina Raigosa, L. (2016b). "Iniciativa ciudadana '#Noen3caínes'. Análisis del discurso de un acontecimiento". En: *Revista Enunciación*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Vol 21, No 2, julio-diciembre 2016. (pp. 297-312).
- Ospina Raigosa, L. (2014). "Defensor del lector del periódico El Colombiano, un estudio crítico de su discurso". *Revista Folios. Facultad de Comunicaciones*: Universidad de Antioquia.
- Pardo Abril, N. (2012). *Discurso en la web, pobreza en YouTube*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios en comunicación y Cultura.
- Pardo Abril, N. (2011). *Cómo hacer un análisis crítico de discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios en comunicación y Cultura. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/10250/1/C%C3%B3mo%20hacer%20ACD.pdf>
- Quiñones, B. (2009). *Violencia y ficción televisiva: el acontecimiento de los noventa: imaginarios de la representación mediática de la violencia colombiana, series de ficción televisiva de los noventa (1989-1999)*. Bogotá: Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECO, U. Nacional de Colombia.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual. Recuperado de: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/la_explasion_del_periodismo_de_ramonet.pdf
- Rey, G. (2002), "La televisión en Colombia", en Orozco, G. (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa (Colección de estudios de televisión).
- Rueda, R. (abril de 2008). "Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red". En: *Revista Nómadas*. Edición N° 28. Vol. 1. Bogotá: Universidad Central. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n28/n28a2>
- Tercer Canal. (Marzo de 2013). *Plantón No más Tres caínes*. Vídeo de YouTube. Recuperado de: <https://www.YouTube.com/watch?v=jB-a1p3NqI8>

Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá.
Sala de Justicia y Paz (TSDJB). (2014). Fallo en
contra de Salvatore Mancuso y otros. Magis-
trada Ponente: Alexandra Valencia Molina. Re-
cuperado de: [http://www.fiscalia.gov.co/jyp/
wp-content/uploads/2014/12/2014-10-31-680
008-SALVATORE-MONCUSO.pdf](http://www.fiscalia.gov.co/jyp/wp-content/uploads/2014/12/2014-10-31-680008-SALVATORE-MONCUSO.pdf)

Uribe de Hincapié, M. T. & Álvarez, J. M. (2002).
Cien años de prensa en Colombia 1840-1940.
Medellín. Editorial Universidad de Antioquia.

Vallejo, Mariluz. (2005). *A plomo herido, una cró-
nica del periodismo en Colombia (1880-1980)*
Bogotá: Planeta.

Yudice, J. (2002). "Testimonio y concientización".
En: Achúgar, H. y Beverley, J. *La voz del otro:
testimonio, subalternidad y verdad narrativa*.
Ciudad de Guatemala: Latinoamericana Edi-
tores. (221-242). Recuperado de: [https://www.
academia.edu/4898148/La_Voz_del_Otro_
Testimonio_y_subalternidad_Varios_autores_](https://www.academia.edu/4898148/La_Voz_del_Otro_Testimonio_y_subalternidad_Varios_autores_)