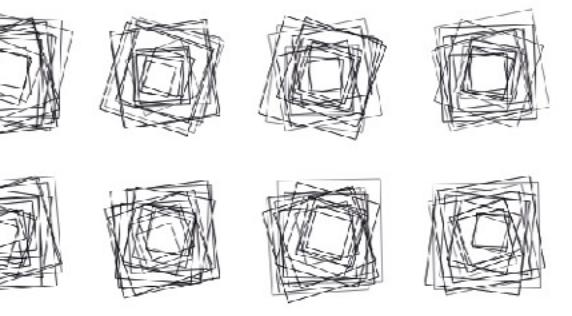


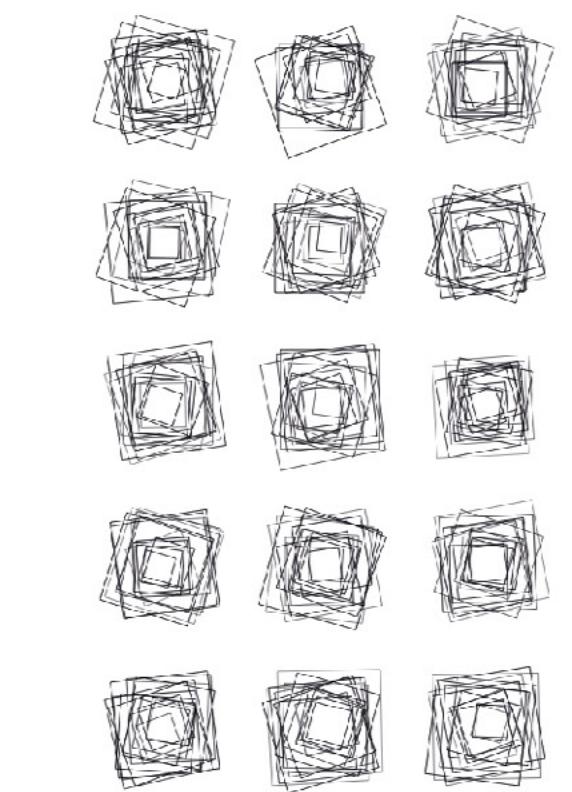
A7

2023-02



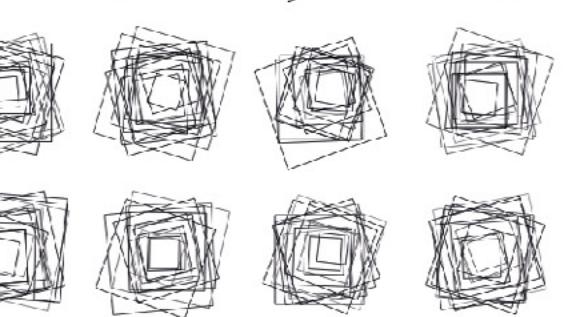
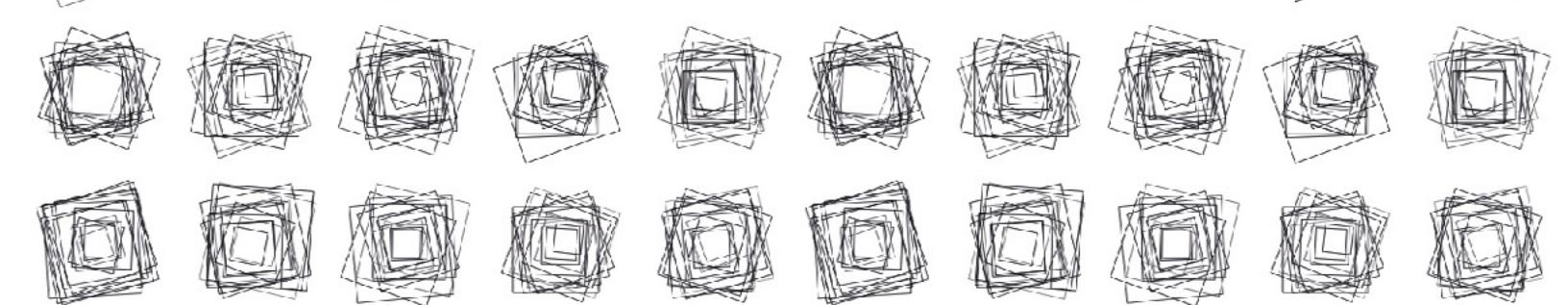
ACTIO

**Journal Of Technology
in Design, Film Arts &
Visual Communication**



Volumen 7, Número 2 / Julio - Diciembre / 2023 / Bogotá D.C.

ISSN: 2665-1890



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA**

Créditos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

COEDITORES EN JEFE

Dolly Montoya Castaño
Rectora

Karen Lange-Morales
Diseñadora Industrial, Doctora en Salud Pública
Escuela de Diseño Industrial

SEDE BOGOTÁ

José Ismael Peña Reyes
Vicerrector

Juan Alfonso de la Rosa Munar
Facultad Artes
Decano

Richar Leonardo Muñoz Muñoz
Escuela de Diseño Gráfico
Director

Ángela Patricia Cubillos Rojas
Escuela de Diseño Industrial
Directora

Juan Guillermo Buenaventura Amézquita
Escuela de Cine y Televisión
Director

Gabriel Alberto Alba Gutiérrez
Instituto de Investigaciones Tecnológicas
Director

Carlos Hernán Caicedo Escobar
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -IECO
Director

SEDE MEDELLÍN

Juan Camilo Restrepo Gutiérrez
Vicerrector

Ader Augusto García Cardona
Facultad de Arquitectura
Decano

SEDE PALMIRA

Jaime Eduardo Muñoz Flórez
Vicerrector

Juan Gabriel León Hernández
Facultad de Ingeniería y Administración
Decano

Luis Fernando Medina Cardona
Ingeniero de sistemas, Doctor en Artes y Ciencias
de los Medios
Escuela de Cine y Televisión

Julio César Gómez Narváez
Filósofo, Doctor en Comunicación Audiovisual
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura - IECO

Carlos Hernán Caicedo Escobar
Ingeniero Metalúrgico y Administrador de
Empresas, Magíster en Ciencias de Gestión
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura - IECO

COMITÉ EDITORIAL

Universidad del Magdalena (Colombia)
Carlos Mario Bernal Acevedo
Comunicador social y cineasta, Doctor en
Educación / Mediación Pedagógica

Universidad del Valle (Colombia)
Juan Camilo Buitrago Trujillo
Diseñador Industrial, Doctor en Ciencias en Diseño
y Arquitectura

Universidad Nacional de Colombia (Colombia)
Neyla Pardo Abril
Lingüista, Doctora en Lingüística Española

Universidad de Palermo (Argentina)
Alejandra Niedermaier
Fotógrafa, Psicóloga social, Magíster en Lenguajes
Artísticos Combinados

**Universidad Autónoma Metropolitana-
Cuajimalpa (México)**
Luis Rodríguez Morales
Diseñador Industrial, Doctor en Teoría e Historia
de Arquitectura y Diseño

Universidad Rey Juan Carlos (España)
Lorenzo Torres Hortelano
Ciencias de la información, Doctor en
Comunicación Audiovisual

COMITÉ CIENTÍFICO**Universidad de Buenos Aires (Argentina)**

Silvio Fischbein
Arquitecto, Planificador Urbano, Artista Visual y
Director Cinematográfico

Universidad Autónoma de México (México)

Marina Garone Gravier
Diseñadora gráfica, Doctora en Historia del Arte

Universidad de São Paulo (Brasil)

Maria Dora Genis Mourão
Bachelor en Cine, Doctora en Cine

Universidad Complutense de Madrid (España)

Jesús González Requena
Psicólogo, Ciencias de la Información, Doctor en
Comunicación Audiovisual

Universidad Jaume I (España)

Jaume Gual Ortí
Ingeniero en Diseño Industrial, Doctor en
Proyectos de Innovación Tecnológica

Universidad Pompeu Fabra (España)

Carlos Alberto Scolari
Comunicador Social, Doctor en Lingüística
Aplicada y Lenguajes de la Comunicación

Sandra Jubelly García López

Universidad Central

Sandra Patricia Cerquera

Universidad de la Amazonía

Sebastián Wiedemann

Universidad Pontificia Bolivariana

EDITORES DE APOYO**Sede Bogotá**

César Arturo Puertas Céspedes
Diseñador Gráfico, Magíster en Diseño de
Tipografía
Escuela de Diseño Gráfico

Sede Medellín

Augusto Solórzano Ariza
Diseñador Industrial y Maestro en Artes Plásticas,
Doctor en Filosofía
Facultad de Arquitectura

Sede Palmira

Nélida Yaneth Ramírez Triana
Diseñadora Industrial, Doctora en Diseño,
Fabricación y Gestión de Proyectos Industriales
Facultad de Ingeniería y Administración

PARES EVALUADORES

Alejandro Jaramillo Hoyos
Universidad Nacional de Colombia

Ángela Patricia Otálvaro
Corporación Universitaria Minuto de Dios

Donald Freddy Calderón Noguera
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Marcela Andrea Negro
Universidad de Buenos Aires

Aura Margarita Calle Guerra
Universidad Tecnológica de Pereira

Mario Guerrero
Universidad Nacional de Colombia

PRODUCCIÓN

Mgs. César Puertas Céspedes
Diseño editorial

Linda Carolina Rodríguez Tocarruncho
Corrección de estilo

D.I. Lissa María Muriel Guisado
Diagramación

D.G. Andrés Hernández Vargas
Diseño web y diseño de portada

Contenido

EDITORIAL

Editorial

*Karen Lange-Morales, Luis Fernando Medina Cardona,
Julio César Goyes Narváez & Carlos Hernán Caicedo Escobar*

9

ARTÍCULOS

Mapa-escaneo matriz simbólica de aprendices de audiovisuales y multimedia

Andrea Carolina Camacho Yáñez

17

Investigar y comunicar lo (in)útil: los intangibles en el contexto de la sostenibilidad centrada en el ser humano

Daniela Musicco Nombela, Nada Pahor de Marchi & María Joao Silveira

34

Women Creators in BoJack Horseman

Jenny Paola Ortega Castillo

55

Narrativa y relato pedagógico

Diego Mauricio Barrera Quiroga

69

Editorial

Editorial

Karen Lange-Morales

Luis Fernando Medina Cardona

Julio César Goyes Narváez

Carlos Hernán Caicedo Escobar

A7
2023-02
ACTIO
Journal Of Technology
in Design, Film Arts &



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

ES Editorial

EN Editorial

ITA Editoriale

FRA Éditorial

POR Editorial

Karen Lange-Morales,

Luis Fernando Medina Cardona,

Julio César Goyes Narváez &

Carlos Hernán Caicedo Escobar

Editorial



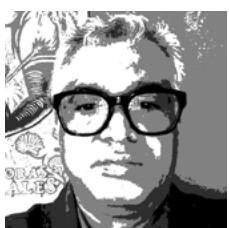
**KAREN
LANGE-MORALES**



**LUIS FERNANDO
MEDINA CARDONA**



**JULIO CÉSAR
GOYES NARVÁEZ**



**CARLOS HERNÁN
CAICEDO ESCOBAR**

Coeditores responsables
del volumen 7, número 2 /
Co-editors responsible for
Volume 7, Number 2.

UNA VISIÓN RETROSPECTIVA A LOS SIETE AÑOS DE LA REVISTA

Nuestra revista nació oficialmente en el año 2017, después de mucho esfuerzo y cuando una gran cantidad de publicaciones cerraba. Como cuando Leo Burnett iniciaba su agencia, regalando manzanas en plena recesión económica, Actio veía la luz en un momento de oscuridad para las revistas seriadas del país. Cabe entonces la pregunta, ¿dónde estamos y hacia dónde nos proyectamos? Para conmemorar esta primera etapa, elaboramos un video que recoge las voces y miradas de quienes hemos participado en el liderazgo de este proceso, el cual invitamos a ver y escuchar aquí:

«Haga click aquí para ver el videoclip»

En sus primeros cuatro años, la revista se alojó en la página web del Instituto de Investigaciones Tecnológicas de la Facultad de Artes, en donde se publicaron los primeros cuatro números. La página fue diseñada con dos palabras clave: usabilidad e identidad. Por un lado, su diseño favorecía la lectura en dispositivos más pequeños (celulares, tabletas), haciendo la experiencia de uso mucho más eficiente y placentera. Por otro lado, con cada número cambiaba la imagen general del sitio, manteniendo los elementos identificadores de la revista; se renovaba el diseño de la barra superior y lateral, el cual era generado mediante códigos de programación que dieron origen al diseño de cada una de las portadas (figura 1).

Desde el número 2 abrimos nuestro canal de YouTube para alojar los videos asociados a la revista. Este paso fue muy importante para cumplir con una de las premisas del proyecto: lograr un espacio de difusión de conocimiento que se leyera, se viera y se oyera.

En el 2021, logramos entrar al Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Colombia, con lo cual dimos un salto significativo hacia

A RETROSPECTIVE APPRAISAL AFTER SEVEN YEARS OF ACTIO JOURNAL

Our journal was officially born in 2017, after many efforts and at a time when many publications were closing. When Leo Burnett was launching his company, giving away apples during the economic recession, Actio came into the light in a moment of darkness for serial publications in the country. Hence the question, Where are we now, and where are we heading? To commemorate this first stage, we made a video with the voices and outlooks of those of us who have participated in leading this process, which we invite you to see here:

«Click here to watch the videoclip»

During its first four years, the journal was hosted by the Faculty of Art's Instituto de Investigaciones Tecnológicas, where the first four numbers were published. The page's design included two key words: usability and identity. On the one hand, its design favored reading in smaller devices (cell phones, tablets), making the user's experience more efficient and pleasant. On the other hand, each number changed the site's general image, preserving the journal's identifying elements; the upper and side banners were redesigned, generated through programming codes that resulted in each cover design. (Figure 1).

From number 2 on, we opened our YouTube channel to host the videos associated with the journal. This was a very important step to comply with one of the project's premises: to obtain a space for content publication that could be read, seen, and heard.

In 2021, we moved to the Universidad Nacional de Colombia's Journals Web Site, a significant step towards visibility. This change involved negotiating, in terms of design, between the creative freedom we enjoyed at

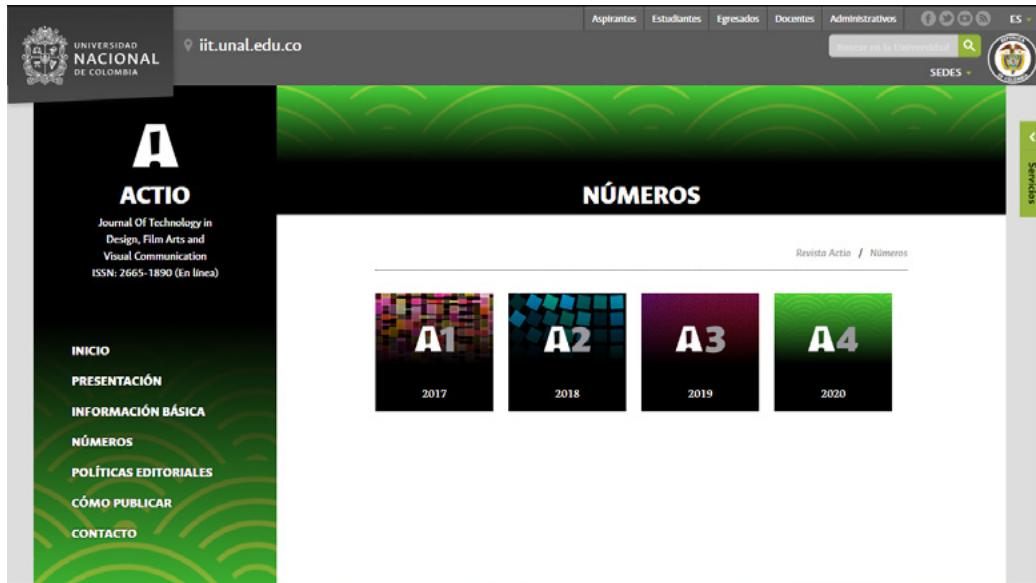


Figura 1. Captura de pantalla del primer sitio donde estuvo alojada la revista (2017 a 2020), en el Instituto de Investigaciones Tecnológicas de la Facultad de Artes. Esta captura corresponde al lanzamiento del número 4, por lo que el diseño del banner superior y la franja lateral corresponden al diseño del ícono de Actio 4.

Figure 1. Screenshot of the first site where the journal was hosted (2017 a 2020), at the Faculty of Arts' Instituto de Investigaciones Tecnológicas. This screen registers the journal's fourth edition, so that the upper and side banners correspond to Actio 4 icon design.



Figura 2. Captura de pantalla del sitio web actual de Actio, en el Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Colombia.

Figure 2. Screenshot of the present Actio web site at the Universidad Nacional de Colombia's Journals Web Site



Figura 3. Portadas de los primeros diez números de Actio (2017 a 2023), alojadas en el Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Colombia.

la visibilización de la publicación. Dicho cambio implicó negociar, en términos de diseño, entre la libertad creativa que teníamos en el sitio original y las posibilidades que nos ofrecía la nueva plataforma. Finalmente, se perdió usabilidad¹, pero se ganó visibilidad (figura 2).

Otro cambio significativo fue pasar de editar un número anual, a la producción de dos números por año. Por lo tanto, actualmente contamos con diez ejemplares que contienen 96 documentos publicados, entre artículos, videoensayos, reseñas y traducciones. Esto fue posible gracias a la contribución de 132 autores de quince países, así como por el invisible, pero increíblemente valioso aporte de casi 200 pares revisores. Respecto a las temáticas, Actio cuenta con 42 contribuciones del área de diseño, 30 del área de comunicación visual, 19 de artes filmicas y 4 interdisciplinarias. Se abordan problemas locales y globales, cuya lectura entrelaza América Latina, Norteamérica, Europa, Asia y África. Estos primeros siete años de Actio son un claro reflejo de la naturaleza variopinta, pluricultural e inclusiva de la revista.

¹ Por *usabilidad* se entiende ‘el grado de eficiencia, eficacia y satisfacción del usuario en su interacción con el sitio web’. El primer sitio de la revista fue concebido para leerse en dispositivos más pequeños, es decir, en los celulares; de modo que el cambio de tamaño de la letra y la visualización del artículo en toda la pantalla facilitaba especialmente la lectura de los artículos.

Figure 3. Covers for Actio's first ten numbers (2017 to 2023), hosted by the Universidad Nacional de Colombia's Journals Web Site.

the original site and the possibilities afforded by the new platform. Finally, we lost usability¹, but gained visibility (Figure 2).

Another significant change was producing two numbers instead of one every year. Therefore, we now have 10 published numbers that feature 96 published documents including articles, video-essays, reviews, and translations. This was possible thanks to the contributions by 132 authors from fifteen countries, as well the invisible but incredibly valuable contribution of almost 200 peer reviewers. Regarding its subjects, Actio includes 42 contributions in the design area, 30 in visual communication, 19 in filmic arts, and 4 interdisciplinary works. Local and global issues are covered, bringing together Latin America, North America, Europe, Asia, and Africa. These first seven years are a clear reflection of the journal's diverse, multi-cultural and inclusive character.

¹ By *usability* we understand “the degree of efficiency, efficacy and users' satisfaction in their interaction with the web site.” The first site for the journal was conceived so that it could be read in smaller devices, that is, cell phones, and therefore the change in font size and visualizing the article in full screen made reading particularly easy.

ARTÍCULOS EN ESTE NÚMERO

Una popular serie animada para adultos ofrece un interesante marco para explorar la relación entre la producción audiovisual y la salud mental. En una aventurada hipótesis, una tesis de maestría en estudios culturales da pie a este texto donde se conecta la salud mental de las mujeres que intervinieron en la serie animada *Bojack Horseman* y la naturaleza específica de sus contenidos. Según se sugiere, los personajes femeninos de la serie guardan relación con algunas mujeres que trabajaban en roles de dirección, producción o ilustración; es decir, estas mujeres del equipo de trabajo de la serie de la plataforma Netflix influyeron en las historias y estética con sus propias vivencias. A manera de apoyo, se dan tres historias de vida de estas profesionales. De esta manera, la creación conectada directamente con situaciones personales se ve con una óptica terapéutica que, de alguna manera, cuestiona los prejuicios existentes que tienen un evidente sesgo de género en lo que respecta a la salud mental.

Desde un enfoque interdisciplinario y sostenible que involucra la comunicación empresarial de intangibles, tres investigadoras europeas logran darle coherencia a un texto crítico singular y provechoso para la reflexión; se trata de «Investigar y comunicar lo (in)útil: los intangibles en el contexto de la sostenibilidad centrada en el ser humano». Daniela Musicco Nombela, Nada Pahor de Marchi y María Joa Silveira proponen la hipótesis que contrapone la sociedad útil y la sociedad sostenible. Desarrollan su propuesta usando la terminología propia de la comunicación de empresa y algunas técnicas y procedimientos específicos y combinados, con el objetivo de encontrar eficacia en la transferencia de conocimiento significativo de la vida humana, de hacerlo sostenible ante la amenaza de la era industrial útil y utilitaria. Las autoras lanzan su proclama de que la sostenibilidad, a la luz de la vida humana, requiere urgentemente evitar las metodologías de investigación reduccionistas y subyugadas a la economía puramente cuantitativa.

Andrea Carolina Camacho Yáñez, quien es magíster en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas, en su artículo titulado «Mapa-escaneo matriz simbólica de aprendices de audiovisuales y multimedia», insiste en que no hay diseño si no hay creación, entendida esta como un proceso que va de la idea al acto creativo, en donde la imagen y la memoria consolidan la obra audiovisual multimedia. Partiendo de un estudio realizado con los aprendices de programas técnicos y tecnológicos de la línea audiovisual y multimedia del SENA, la autora cartografía y diseña una matriz simbólica, en donde se establecen ritos, cronotopos y huellas mnemotécnicas de cada individuo. Así determina el estado en el que se

ARTICLES IN THIS NUMBER

A popular adult animated series offers an interesting framework for exploring the relationship between audiovisual production and mental health. Starting from a bold hypothesis, a thesis for the Masters' Degree in Cultural Studies is the basis for this text, where the mental health of the women who participated in the animated series *Bojack Horseman* and the explicit nature of its contents are connected. It is suggested that the feminine characters in the series are associated with some of the women working in roles of direction, production, or illustration; that is, these women in the Netflix platform series working team influenced the stories and their aesthetics by their own experiences. In support of the thesis, three life stories from these professionals are presented. In this way, the creation directly connected to personal situations is seen from a therapeutical standpoint that, in some way, questions the existing prejudices showing an evident gender bias regarding mental health.

From an interdisciplinary and sustainable approach involving the entrepreneurial communication of intangibles, three European researchers succeed in giving coherence to a singular critical text useful for reflection: "Researching and communicating the (un)useful: intangibles within the context of sustainability focused on the human being". Daniela Musicco Nombela, Nada Pahor de Marchi, and María Joa Silveira offer a hypothesis that opposes a useful society to a sustainable society. They develop their proposal using the entrepreneurial communication terminology as well as some specific and combined techniques and procedures, aiming at finding efficacy in the transfer of significant knowledge about human life, to make it sustainable in the face of the Industrial Era's useful and utilitarian threat. The authors hold that sustainability, in the light of human life, urgently requires avoiding reductionist research methodologies dominated by a purely quantitative economy.

Andrea Carolina Camacho Yáñez, who holds a Masters' Degree in Design and Interactive Creation from the Universidad de Caldas, in her article «Map-scanner symbolic matrix of audiovisual and multimedia apprentices», insists that there is no design without creation, understood as a process that moves from the idea to the creative act, where image and memory consolidate the audiovisual multimedia. Starting from a survey undertaken with apprentices from the technical and technological programs offered by SENA's audiovisual and multimedia area, the author maps and designs a symbolic matrix where each person's rituals, chronotopics, and mnemotechnic traces are established. She thus determines the state of the relationship image-

encuentra la relación imagen-memoria, puesto que, para la autora, es una forma eficaz para desmarcarse del exceso de información y de los niveles de afección saturados.

Por último, en la actual investigación escolar y universitaria se reconoce y difunde el enfoque interdisciplinario que involucra la narrativa, más allá del género literario, donde tiene un indudable prestigio. La narrativa es una teoría y metodología de investigación con importantes hallazgos y de suma importancia por sus diversos usos y estrategias que renuevan la forma perceptiva e imaginativa de acercarse al estudio de los complejos fenómenos de la realidad social, entre ellos el educativo. Diego Mauricio Barrera Quiroga, doctor en Lenguaje y Cultura de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja (UPTC), nos da a conocer una síntesis de su tesis doctoral, bajo el título de «Narrativa y relato pedagógico». Usando un procedimiento narrativo combinado, entre etnografía, memoria, crónica y autoetnografía, el autor nos acerca de manera analítica e interpretativa a los registros y las experiencias de cuatro profesores que han vivido el conflicto armado en la zona del Caquetá, Colombia. En el centro de este artículo está la profesora Betty, quien es un ejemplo para el análisis narrativo interaccional, como lo denomina. El texto es un ejercicio concentrado y un importante aporte pedagógico sobre cómo las narrativas y su producción de enunciados contribuyen al conocimiento y emocionalidad. Se diferencia la narrativa del relato que expresa la fuerza simbólica de la experiencia de los sujetos que vivieron el conflicto y lo asumieron con capacidad, voluntad e inteligencia.

memory because, for the author, this is an efficient way of avoiding excess information and the saturation of affection levels.

Finally, the present school and college research acknowledges and publicizes the interdisciplinary approach involving narrative, beyond the literary genre, where it occupies a central place. Narrative is a research theory and methodology with important findings and of the utmost significance due to its various uses and strategies that renew the perceptive and imaginative way of approaching the study of social reality's complex phenomena, among them education. Diego Mauricio Barrera Quiroga, Ph.D. in Language and Culture from the Universidad Pedagógica y Tecnológica de Tunja (UPTC), offers a synthesis of his doctoral thesis under the title «Narrative and didactic story». Using a combined narrative procedure, including ethnography, memory, chronicle and self-ethnography, the author brings us close, in an analytic and interpretative way, to the registers and experiences of four teachers who have been affected by the armed conflict in the Caquetá region, in Colombia. At the center of this article is teacher Betty, an example for what he calls the interactive narrative analysis. The text is a centered exercise and an important didactic contribution on how narratives and the way they produce enunciations contribute to knowledge and emotionality. The narrative is differentiated from the story that expresses the symbolic strength of the experience lived by the individuals throughout the conflict and faced it with capabilities, will, and intelligence.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.
Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (cc BY 4.0).



Copyright: Universidad Nacional de Colombia.
This document is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (cc BY 4.0) license.



Artículos

**Mapa-escaneo matriz simbólica de aprendices
de audiovisuales y multimedia**

Andrea Carolina Camacho Yáñez

**Investigar y comunicar lo (in)útil: los intangibles en el contexto
de la sostenibilidad centrada en el ser humano**

Daniela Musicco Nombela, Nada Pahor de Marchi & María Joao Silveira

Women Creators in BoJack Horseman

Jenny Paola Ortega Castillo

Narrativa y relato pedagógico

Diego Mauricio Barrera Quiroga

A7
2023-02
ACTIO

Journal Of Technology
in Design, Film Arts &
Visual Communication



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

- ES **Mapa-escaneo matriz simbólica de aprendices de audiovisuales y multimedia**
- EN **Symbolic matrix scan-map of audiovisual and multimedia learners**
- ITA **Mappa-scansione matrice simbolica di apprendisti audiovisivi e multimediali**
- FRA **Carte-scan matrice symbolique des apprenants en audiovisuel et multimédia**
- POR **Mapa-varredura de matriz simbólica de aprendizes de audiovisuais e multimídia**

Mapa-escaneo matriz simbólica de aprendices de audiovisuales y multimedia

Recibido: 20/06/2022; Aceptado: 14/11/2022; Publicado en línea: 01/07/2023.

<https://doi.org/10.15446/10.15446/actio.v7n2.108032>



**ANDREA CAROLINA
CAMACHO YÁÑEZ**

Instructora-investigadora. Estudiante de la Maestría en Diseño y Creación Interactiva de la Universidad de Caldas. Profesional en Medios Audiovisuales con énfasis en Diseño Gráfico del Politécnico Grancolombiano. Especialista en Pedagogía del Diseño de la Universidad Nacional de Colombia.

Correo electrónico:
accamacho28@misena.edu.co
andrea.22119220572@ucaldas.edu.co

ID 0000-0002-9231-7712

RESUMEN (ES)

Los procesos de creación y diseño son fundamentales para los aprendices que desarrollan actividades de creación audiovisual y multimedial. El paso de la idea al concepto de creación y, finalmente, al de implementación está íntimamente relacionado con los procesos de memoria e imagen. En la actualidad, estamos inmersos en un flujo de información por parte de los diferentes medios digitales, especialmente de información que emplea un formato de tipo audiovisual y multimedia. La saturación de este tipo de información ha permitido observar que hay un deterioro en los procesos de imagen-memoria en los aprendices de programas de tipo audiovisual y multimedial, los cuales presentan diferentes niveles de afectación, dependiendo del grupo generacional al que pertenezca el individuo. Por lo anterior, se presenta un estudio realizado a los aprendices de programas técnicos y tecnológicos de la línea audiovisual y multimedia del SENA, Distrito Capital, a través de un ejercicio cartográfico y de mapa-escaneo matriz simbólica, el cual permitió determinar los ritos y rituales, y los cronotopos, así como las huellas mnemotécnicas de cada individuo del estudio, con el fin de determinar el estado de sus procesos de imagen-memoria, los cuales están íntimamente relacionados con sus procesos creativos.

PALABRAS CLAVE: imagen, memoria, cartografía, huella, rito, cronotopo, audiovisual, multimedia.

ABSTRACT (ENG)

Creative and design processes are fundamental for learners engaged in activities of audiovisual and multimedia creation. The transit from the idea to the creative concept and, finally, to its implementation, is closely related to memory and image. Today we are immersed in an information flux from different digital media, particularly information using audiovisual and multimedia formats. Saturation of this kind of information has allowed us to observe a deterioration of the processes of image-memory in learners of audiovisual and multimedia programs, who show different degrees of affectation, depending on

the generational group the individual belongs to. Therefore, we offer a survey conducted with the students of technical and technological audiovisual and multimedia programs at SENA, Distrito Capital, through a cartographic exercise and symbolic matrix scan-map, that allowed us to determine the rites and rituals, chrono topes, and mnemotechnic traces of each of the survey's participants, with the purpose of determining the condition of their image-memory processes, closely related to their creative processes.

KEYWORDS: image, memory, cartography, trace, rite, chrono topes, audiovisual, multimedia.

RIASSUNTI (ITA)

I processi di creazione e di design sono fondamentali per gli apprendisti che sviluppano attività di creazione audiovisiva e multimediale. Il passaggio dall'idea al concetto di creazione e, alla fine, a quello di realizzazione è strettamente vincolato ai processi di memoria e d'immagine. Siamo attualmente immersi in un flusso d'informazione che proviene da diversi mezzi digitali di comunicazione che usano soprattutto formati di tipo audiovisivo e multimediale. La saturazione di questo tipo di informazione ha permesso di osservare l'esistenza di un deterioramento nei processi di immagine-memoria negli apprendisti di programmi di tipo audiovisivo e multimediale, i quali presentano diversi livelli di risposta, secondo il gruppo generazionale a cui appartenga l'individuo. A partire da queste premesse, si presenta uno studio realizzato su apprendisti di programmi tecnici e tecnologici di linea audiovisiva e multimediale del SENA, Distretto Capitale, attraverso un esercizio cartografico e di mappa-scansione matrice simbolica, che ha permesso di determinare i riti e rituali, i cronotopi, così come le tracce mnemotecniche di ogni individuo studiato, con il fine di determinare lo stato dei suoi processi immagine-memoria, che sono intimamente relazionati ai suoi processi creativi.

PAROLE CHIAVE: immagine, memoria, cartografia, traccia, rito, cronotopo, audiovisivo, multimedia.

RÉSUMÉ (FRA)

Les processus de création et de conception sont fondamentaux pour les apprenants qui réalisent des activités de création audiovisuelle et multimédia. Le passage de l'idée au concept de création, et, finalement à celui de la mise en œuvre est intimement lié aux processus de mémoire et image. Actuellement, nous sommes immersés dans un flux d'information à travers les différents médias numériques, en particulier d'information, qui utilisent un format audiovisuel et multimédia. La saturation de ce type d'information a permis d'observer une détérioration dans les processus d'image-mémoire chez les apprenants des formations en audiovisuel et multimédia, lesquels présentent différents niveaux d'affectation, en fonction du groupe générationnel auquel appartient l'individu. Ainsi, une étude réalisée sur les apprenants de programmes techniques et technologiques du programme audiovisuel et multimédia du SENA, a permis de déterminer les rites et rituels, les chronotropes, ainsi que les empreintes mnémotechniques de chaque individu de l'étude, afin de déterminer l'état de ses processus d'image-mémoire, lesquels sont intimement liés aux processus créatifs.

MOTS CLÉS : *image, mémoire, cartographie, empreinte, rite, chronotrope, audiovisuel, multimédia.*

RESUMO (POR)

Os processos de criação e design são fundamentais para os aprendizes que desenvolvem atividades de criação audiovisual e multimídia. A passagem da ideia ao conceito de criação e, finalmente, ao de implementação está intimamente relacionada com os processos de memória e imagem. Atualmente, estamos em contato com um fluxo de informações vindas de diferentes veículos digitais, especialmente de informações em um formato audiovisual e multimídia. A saturação desse tipo de informação permitiu observar que há uma deterioração dos processos de imagem-memória nos aprendizes de programas audiovisuais e multimídia, que têm diferentes níveis de afetação, dependendo da faixa etária à qual pertence o indivíduo. Pelas razões expostas, apresenta-se um estudo feito aos aprendizes de programas técnicos e tecnológicos de programas de tipo audiovisual e multimídia do SENA, Distrito Capital, através de um exercício cartográfico e de um mapa-varredura de matriz símbólica, que permitiram determinar os ritos e rituais e os cronótopos, bem

como os traços mnemotécnicos de cada indivíduo participante do estudo, a fim de determinar o estado dos seus processos de imagem-memória, que estão estreitamente relacionados com seus processos criativos.

PALAVRAS-CHAVE: *imagem, memória, cartografia, traço, ritual, cronótopo, audiovisual, multimídia.*

múltiples cambios o transformaciones, por medio de nuevos dispositivos y a través de gestiones informáticas, estableciendo así otras formas de subjetividad. Sin embargo, detrás de esta producción de imágenes, se ha percibido la generación de individuos carentes de un proceso de memoria personal y con mínima o casi ausencia de la historia, del momento y del espacio en que habitan, como se menciona en Souroujon (2011) y Molina (2010).

Por lo anterior, se realizó un estudio con los aprendices de los programas Técnico en Elaboración de Audiovisuales y Tecnólogo en Producción de Multimedia del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), del Distrito Capital. Se buscó determinar la manera en la cual los aprendices de estos programas llevaban a cabo el proceso de composición de la imagen, mediante el desarrollo de ejercicios talleres-creativos de palimpsesto (Vergara, 2013), para establecer los aspectos que representan la figura del pensamiento y cómo los activadores de memoria coexisten e interactúan con imágenes provenientes de los momentos-sucesos históricos más importantes de las últimas décadas, desde un acontecer local, nacional y global. De igual manera, se buscaba dejar al descubierto el proceso de restitución simbólica en estos aprendices, a partir de los ritos, rituales, cronotopos y huellas mnemotécnicas, como procesos culturales de patrimonio y de transformación de la sociedad actual (Bourdieu, 2013).

INTRODUCCIÓN

La composición de la imagen, como componente creativo, estético y de expresión del pensamiento, es un elemento innato de los individuos; sin embargo, la creación de imagen es la principal herramienta productiva para los aprendices de programas relacionados con el diseño y la producción audiovisual, entre otras carreras. Actualmente, nos encontramos inmersos en una cultura digital, la cual se caracteriza por producir grandes cantidades de información que, en su gran mayoría, viene en formatos de tipo audiovisual, tales como: animaciones, gráficas, fotografías y videos, estos últimos de uso masivo en redes sociales.

Esta continua saturación de información de tipo audiovisual se caracteriza por tener como principal objetivo que el individuo pueda entender y comprender de manera clara y precisa el mensaje de la comunicación; no obstante, en relación con los individuos que están formándose de manera específica en las áreas del diseño y los medios audiovisuales, en nuestro caso los aprendices de programas con temáticas de tipo audiovisual o multimedial, se ha percibido que estos parecen ser ajenos a la imagen como forma de habitar el mundo, de representar su existencia y de relacionarse con los demás (Chadwick, 2004; Buzarrais y Ovide, 2011).

Es por ello que se han desarrollado investigaciones ligadas a los procesos de generación de imagen-memoria no solo como documento histórico, como se menciona en Bringué y Sádaba (2009), sino también sobre la manera en la cual la memoria permite entender el recuerdo y rememorar, como punto de partida de una reconstrucción simbólica de la sociedad (Ricoeur, 2000).

Como se mencionó anteriormente, estamos sometidos a un continuo flujo de información, lo cual genera una alteración o heterocronía en los individuos (recortes de tiempo), donde la información visual (imágenes) presenta

De acuerdo con esto, en el presente documento, inicialmente, se presenta la identificación de los aprendices en cuanto a su edad y su sexo, lo cual permitió determinar grupos generacionales en los individuos bajo estudio. Enseguida, se muestra el proceso de diseño e implementación de un ejercicio cartográfico, desarrollado por cada uno de los individuos del grupo de estudio, donde se identificaron los diferentes ritos y rituales, y los cronotopos, así como las huellas mnemotécnicas del grupo de estudio, con relación a los procesos de imagen-memoria. Posteriormente, en la sección de resultados y discusión, se presentan los resultados obtenidos a partir de las cartografías, por medio del desarrollo de una matriz simbólica, donde se evidenciaron los procesos de reconstrucción de momentos-sucesos históricos de cada grupo generacional. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio y las actividades por realizar.

METODOLOGÍA

Para el presente estudio, se abordaron dos grupos de formación a nivel técnico y tecnológico: el primero pertenece al programa Técnico en Elaboración de Audiovisuales, en modalidad de oferta mixta, el cual está compuesto por aprendices que se inscribieron

mediante el aplicativo del centro de formación y por la modalidad de oferta cerrada, la cual se realiza mediante convenio con la Secretaría de Cultura de Bogotá D. C.; a este grupo de aprendices se le denominará *Grupo 1 - noche* (su horario de formación es de lunes a viernes de 6:00 p. m. a 10:00 p. m.). El segundo grupo pertenece al programa de Tecnólogo en Producción de Multimedia, cuya modalidad es de oferta cerrada, la cual se realiza mediante la estrategia de articulación con la media (del colegio técnico se pasa al ciclo tecnológico gracias al convenio con el *SENA*); este grupo se denominará *Grupo 2 - tarde* (su horario de formación es de lunes a viernes de 12:00 m. a 6:00 p. m.).

Para los dos grupos, se diseñó y aplicó un instrumento de investigación del tipo cartografía, como lo presenta Salguero (2014), el cual se denominó *Mi territorio*. Dicho instrumento solicitaba, como parte básica, la edad, el género y el lugar de nacimiento de los aprendices y, ya de manera específica, se solicitaba su relato por medio de una intervención gráfica, a través de huellas, las cuales simbolizaban sus pies; adicionalmente, este instrumento estaba acompañado de un conjunto de cinco preguntas guía. A continuación, se presenta el instrumento cartográfico implementado y las preguntas guía (figura 1):

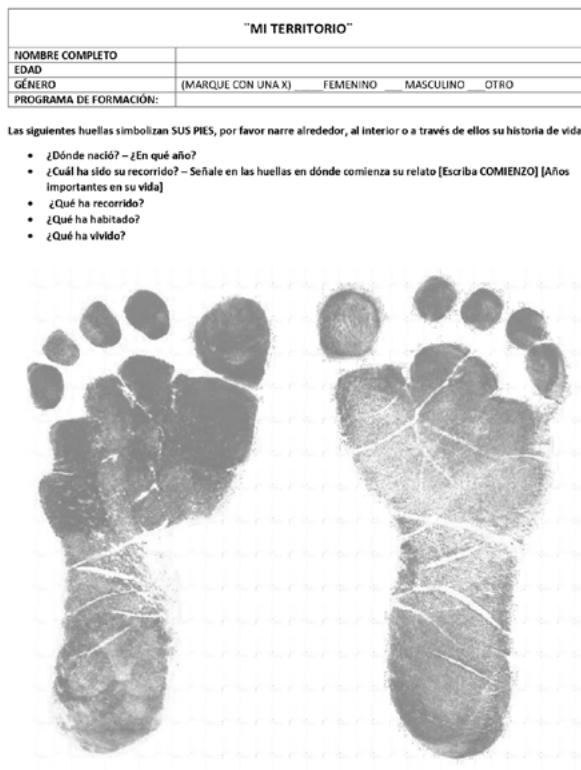


Figura 1. Instrumento cartográfico implementado para el estudio.

Una vez propuesta esta cartografía para recolección de información, se hizo necesario el desarrollo de dos instrumentos, con el fin de analizar y cotejar la lectura de los resultados obtenidos a partir de la misma.

INSTRUMENTO 1: ANÁLISIS CARTOGRAFÍA

Para el análisis de la cartografía, se realizó una delimitación de zonas, mediante trazos en diferentes colores, utilizando para ello el programa *Adobe Illustrator*, como se muestra en la figura 2.

Esta delimitación permitió establecer los siguientes campos, los cuales cuentan con un color asociado: 1) el campo «rito», en color morado; 2) el campo «ritual», en color azul; 3) el campo «cronotopo», en color amarillo, y 4) el campo «huellas», en color rosado. De igual manera, para cada campo, se identificaron sus correspondientes zonas en los mismos colores, las cuales son:

- Rito creación-espectáculo.
- Rito ruptura-transgresión.

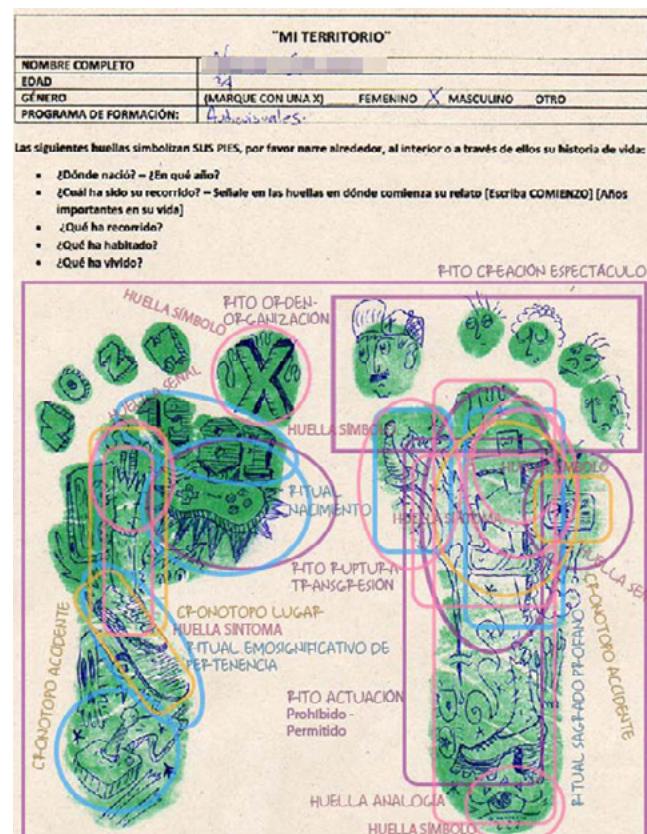


Figura 2. Ejemplo análisis cartografía. Grupo 1 - noche (sujeto 1 - 34 años).

- Rito actuación-permitido-prohibido.
- Rito orden-organización.
- Ritual sagrado-profano.
- Ritual-nacimiento-matrimonio-muerte.
- Ritual emosignificativo-de pertenencia.
- Cronotopo amoroso.
- Cronotopo accidente.
- Cronotopo estancia-lugar-peregrinaje.
- Huella señal.
- Huella analogía.
- Huella síntoma.
- Huella símbolo.

Cabe señalar que este instrumento se aplicó a 45 cartografías en los dos grupos: Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

INSTRUMENTO 2: MATRIZ LISTA DE CHEQUEO

Con los datos obtenidos a partir de los cuatro campos o variables: rito, ritual, cronotopo y huellas, para las 45 cartografías, se establecieron las siguientes definiciones para los ítems:

- Definición conceptual.
- Definición operacional.
- Opciones: sí, no y podría ser / no es claro.
- Comentario.

Estas definiciones componen el análisis del instrumento denominado «Matriz - lista de chequeo», como se muestra en la tabla 3.

RESULTADOS

Como se mencionó anteriormente, en el instrumento cartográfico diseñado se le solicitaba al sujeto de estudio una descripción, ya fuera de tipo gráfico o de relato, acerca de su historia de vida; el individuo era libre de usar una descripción gráfica, un relato o ambos. Al

respecto, se lograron obtener un total de 45 cartografías durante las dos sesiones, tanto para el Grupo 1 - noche como para el Grupo 2 - tarde. En la tabla 4, se presenta la caracterización de estos dos grupos.

Como se observa en la Tabla 4, se presenta un rango etario no homogéneo. El Grupo 1 - noche es donde se encuentran los sujetos de mayor edad; esta población se caracteriza por ser individuos independientes y activos laboralmente, que cuentan con experiencia en temáticas de tipo audiovisual, en contraste con los individuos del Grupo 2 - tarde, quienes, en su gran mayoría, son dependientes, no cuentan con experiencia laboral en temáticas de tipo audiovisual y no han interrumpido su proceso de formación (pasaron de la formación secundaria a la formación tecnológica).

De igual manera, los resultados obtenidos también permitieron definir tres rangos generacionales dentro de los dos grupos de estudio, los cuales se presentan en la tabla 5.

De acuerdo con esto, inicialmente, se cuenta con la generación joven, la cual comprende el rango de edad entre los 16 y los 24 años, y que se define como aquellos sujetos nacidos en promedio entre 1998 y 2006, quienes, al momento de su nacimiento, ya contaban con medios digitales establecidos (comerciales), y no a nivel de novedad tecnológica, tales como: internet, televisión digital, redes sociales, etc. Esta generación cuenta con un total de 31 sujetos entre los dos grupos, encontrándose la mayor cantidad en el Grupo 2 - tarde.

Por otra parte, se encuentra la generación transición, la cual comprende el rango de edad entre los 25 y los 40 años, y que está compuesta por individuos que nacieron entre 1982 y 1997. Esta generación afrontó la transición de un mundo analógico a un mundo digital, pero de una manera gradual, ya que, si bien durante el transcurso de su vida se presentaban continuas innovaciones, estas todavía no se establecían a nivel comercial, además de no ser accesibles a todo el público, por lo que, por ejemplo, en varios oficios o prácticas artísticas se presentó la incursión paulatina de nuevas tecnologías alrededor de los medios digitales, para su desarrollo; este grupo tiene un total de nueve sujetos, ubicados en el Grupo 1 - noche.

Finalmente, se encuentra la generación mayor, la cual comprende el rango de edad igual o superior a los 41 años, y que está compuesta por los sujetos nacidos entre 1966 y 1981, cuya experiencia de vida y sociedad proviene de prácticas artísticas y culturales totalmente manuales. Este grupo poblacional cuenta con un total de cinco sujetos situados en el Grupo 1 - noche.

Tabla 3. Matriz - lista de chequeo

Sujeto	Edad	Variable	Definición conceptual	Definiciones operacionales	Sí	No	Podría ser / no es claro	Comentario
Rito	Acto cultural que busca poner orden y que sirve para crear procesos de identidad y discriminación (Canclini y Bourdieu)			¿Se comparte alguna experiencia o hay rastro de creación - espectáculo?				
				¿Hay una o varias rupturas - transgresiones?				
				¿Se evidencian maneras correctas de actuación - Lo prohibido vs. Lo permitido?				
				¿Hay alguna evidencia de orden o de tratar de organizar?				
Ritual	Prácticas o lugares de reproducción social, donde la sociedad reafirma lo que es, confirma relaciones sociales y les da continuidad (Canclini, Bourdieu y Vergara)			¿Hay una o varias señales de lo sagrado y lo profano?				
				¿Hay señal de uno o varios nacimientos, matrimonios o muertes?				
				¿Se evidencia una o varias actividades emosignificativas o intensificadoras de pertenencia a una sociedad?				
Cronotopo	Imagen que viaja en el tiempo (Vergara)			¿Hay alguna referencia de cita amorosa?				
				¿Hay alguna referencia, señal o grafismo de uno o varios accidentes?				
				¿Hay alguna referencia o citación de estancia, lugar, peregrinaje?				
				¿Hay una o varias señales?				
Huella	Intervención humana			¿Hay una o varias analogías?				
				¿Hay uno o varios síntomas?				
				¿Hay uno o varios símbolos?				

Tabla 4. Caracterización de los grupos evaluados

Total sujetos Grupo 1 - noche	21	Promedio de edad en años	33,05	Cantidad de sujetos del género femenino	4	Cantidad de sujetos del género masculino	17
Total sujetos Grupo 2 - tarde	21	Promedio de edad en años	17,5	Cantidad de sujetos del género femenino	7	Cantidad de sujetos del género masculino	17

Tabla 5. Rangos generacionales establecidos para el Grupo 1 - noche y el Grupo 2 - tarde

Generación	Rango de edad	Cantidad de sujetos Grupo 1 - noche	Cantidad de sujetos del género femenino	Cantidad de sujetos del género masculino	Cantidad de sujetos Grupo 2 - tarde	Cantidad de sujetos del género femenino	Cantidad de sujetos del género masculino	Total de sujetos por generación
Joven	16 - 24	7	3	4	24	7	17	31
Transición	25 - 40	9	1	8	0	0	0	9
Mayor	41 o más	5	0	5	0	0	0	5

De esta manera, a cada análisis cartográfico le correspondió su consecuente matriz (lista de chequeo), para un total de 45 análisis cartográficos y 45 matrices (listas de chequeo), los cuales, en el marco de esta investigación, se denominaron «Mapa-escaneo matriz simbólica» de cada uno de los 45 sujetos. Dichos mapas tienen una representación visual como la que se muestra a continuación:

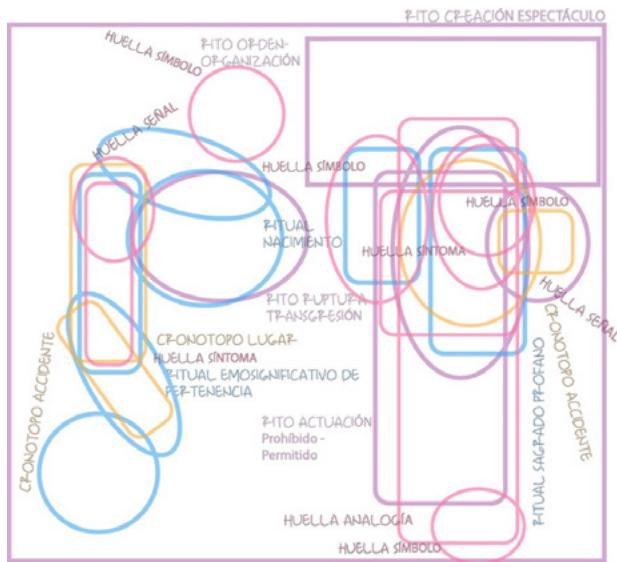


Figura 3. Mapa-escaneo matriz simbólica. Grupo 1 - noche (sujeto 1 - 34 años).

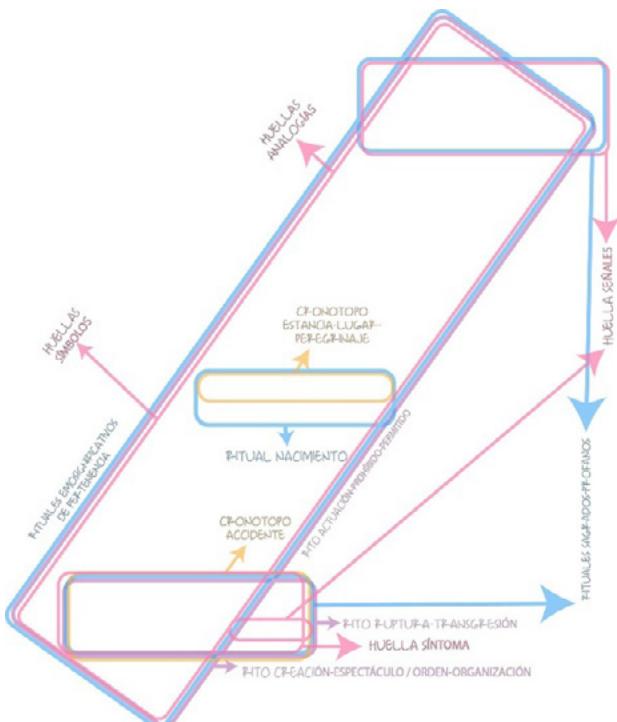


Figura 4. Mapa-escaneo matriz simbólica. Grupo 2 - tarde (sujeto 4 - 18 años).

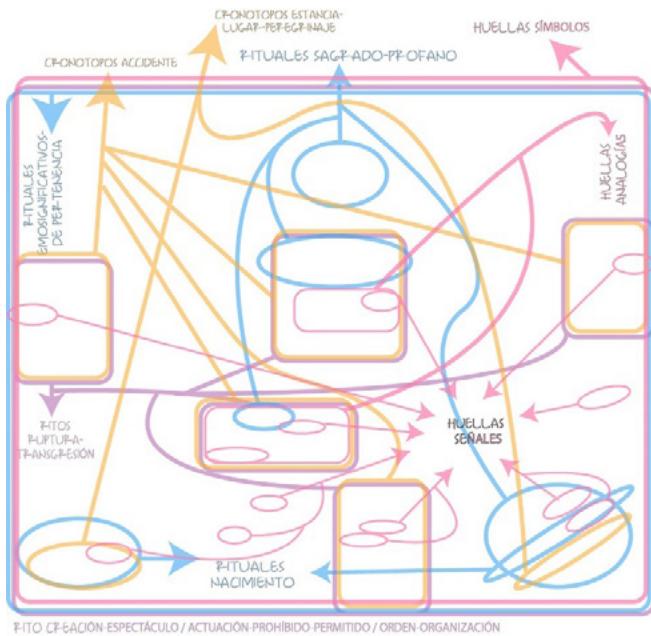


Figura 5. Mapa-escaneo matriz simbólica. Grupo 2 - tarde (sujeto 23 - 17 años).

Cada mapa-escaneo matriz simbólica es el resultado del método de investigación propuesto para visualizar y analizar los procesos de memoria de los sujetos, ligados a la composición visual, y para comprobar la hipótesis de que los medios digitales, o la denominada «cultura digital», han afectado los procesos de reconstrucción simbólica de la sociedad en los aprendices afines a la producción multimedia y audiovisual (Ricoeur, 2000). En este sentido, la interpretación y análisis de estos mapas-escaneos matriz simbólica arrojan los siguientes resultados:

CAMPO 1: RITO

Se define «rito» como el acto cultural de la sociedad que busca poner orden, define procesos de identidad y habla sobre sus riesgos de cambio (Bourdieu, 2013). De acuerdo con esto, el tamaño del campo «rito», para cada una de sus zonas correspondientes, en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos pertenecientes a los dos grupos se muestra a continuación.

1. ZONA RITO CREACIÓN-ESPECTÁCULO

Son las experiencias o exacerbaciones narcisistas que comparten los sujetos y que oscilan entre la creación y el espectáculo, bien pueden ser verbalizaciones o referencias visuales que el arte reinstala como núcleo o base de la seducción artística y que, básicamente, buscan llamar la

atención (Canclini, 2012). La utilización-apropiación de la zona rito creación-espectáculo que hicieron los sujetos de ambos grupos fue:

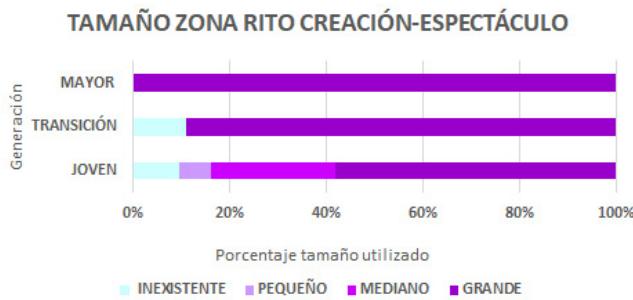


Figura 6. Tamaño de la zona rito creación-espectáculo, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

En el total de la generación mayor (100%), la intervención-creación y apropiación del mapa-escaneo matriz simbólica ocupó un tamaño grande, mientras que en la generación de transición hubo un solo sujeto (11%) con una utilización inexistente de la zona, en comparación con el 85% de los sujetos que sí usaron un espacio grande para su rito creación-espectáculo. Por último, dentro de la generación joven, se presentaron tres sujetos (10%) con una apropiación del campo inexistente, dos sujetos (6%) con un uso pequeño, ocho sujetos (26%) con una intervención mediana y 18 sujetos (58%) con un espacio de creación-espectáculo grande.

Como se observa, el tamaño de esta zona es de una proporción en su mayoría mediana, tanto en la generación mayor (60%) como en la de transición (78%) y en la joven (52%), a diferencia de la dimensión grande, la cual se presentó en un 20% en la generación mayor, en un 11% en la de transición y en un 10% en la joven. La indicación de gestos o expresiones fuertes o acciones que logran trastocar a los sujetos fue de tamaño pequeño en las tres generaciones: mayor (20%), de transición (11%) y joven (35%). Por último, solo se presentó un sujeto (3%) de la generación joven con una intervención inexistente de la zona rito ruptura-transgresión.

ZONA RITO ACTUACIÓN-PROHIBIDO-PERMITIDO

Son maneras correctas de actuación que la sociedad impone para separar lo prohibido y lo permitido, controlando así el riesgo de cambio (Bourdieu, 2013). De otro lado, son «ritos clásicos –pasar de la infancia a la edad adulta, ser invitado por primera vez a una ceremonia política, ingresar en un museo o una escuela y entender lo que allí se expone– son, más que ritos de iniciación, “ritos de legitimización” y “de institución” [que] instituyen una diferencia durable entre quienes participan y quienes quedan afuera» (Canclini, 2012, p. 179). Así, el área de la zona rito actuación-prohibido-permitido utilizada por los sujetos de los dos grupos se presenta de la siguiente manera:

TAMAÑO ZONA RITO ACTUACIÓN-PROHIBIDO-PERMITIDO

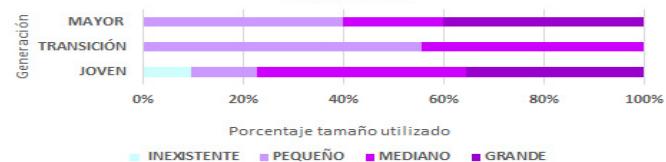


Figura 8. Tamaño zona rito actuación-prohibido-permitido, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

Como se observa, el tamaño de la zona rito actuación-prohibido-permitido es muy variado en proporción, ya que, en la generación mayor o bien fue grande (40%) o bien fue pequeño (40%) y se evidencia solamente un sujeto (20%) con un uso mediano de la zona. En la generación transición, por su parte, se presentó un área de utilización en su mayoría pequeña (55,5%) y otras veces mediana (44,4%). Por último, en la generación joven, la mayoría de sujetos presentaron una intervención de

ZONA RITO RUPTURA-TRANSGRESIÓN

Son gestos o expresiones que no logran convertirse en actos, acciones o hechos (Canclini, 2012) o ritos que incorporan ciertas transgresiones-infracciones, limitándolas (Bourdieu, 2013). Al respecto, la medida de la zona rito ruptura-transgresión en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos de ambos grupos fue la siguiente:

TAMAÑO ZONA RITO RUPTURA-TRANSGRESIÓN

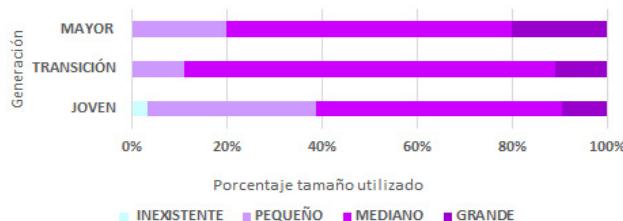


Figura 7. Tamaño zona rito ruptura-transgresión, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

tamaño mediano (42 %), seguida por una intervención de tamaño grande (35 %) y, en contraposición, una utilización pequeña (13 %) y a veces inexistente (10 %) de la zona.

ZONA RITO ORDEN-ORGANIZACIÓN

Son actos culturales que ponen orden y a través de los cuales la sociedad controla el riesgo de cambio (Bourdieu, 2013). Al respecto, Canclini (2012) señala que: «Los ritos legítimos son los que escenifican el deseo de repetición y perpetuación del orden» (p. 153).

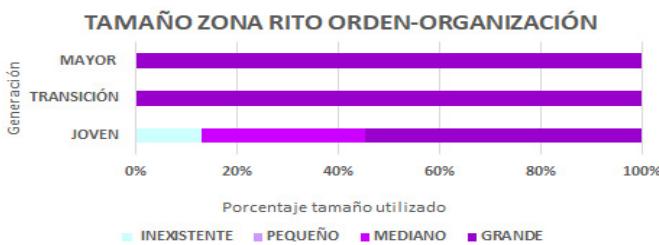


Figura 9. Tamaño zona rito orden-organización, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

En efecto, la proporción del tamaño utilizado para la zona rito orden-organización por parte de los sujetos de ambos grupos en sus mapas-escaneos matriz simbólica fue mayoritariamente grande en todas las generaciones, con un total del 69 %, seguida de una utilización-intervención mediana de la zona, con un 22 %; y un uso inexistente o nulo del 9 %, presente solo en la generación joven.

CAMPO 2: RITUAL

El término «ritual» se refiere a las prácticas o lugares de reproducción social, donde la sociedad reafirma lo que es, confirma relaciones sociales y les da continuidad (Bourdieu, 2013; Canclini, 2012 y Vergara, 2013). De acuerdo con esto, se analizaron tres zonas para validar la utilización o apropiación del campo «ritual» en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos pertenecientes a ambos grupos:

ZONA RITUAL SAGRADO-PROFANO

Son actos, costumbres y parentescos de las sociedades tradicionales (Canclini, 2012). De igual manera, consisten en «configuraciones estéticas y emocionales de una cultura y de sus gentes» (Vergara, 2013, p. 116).

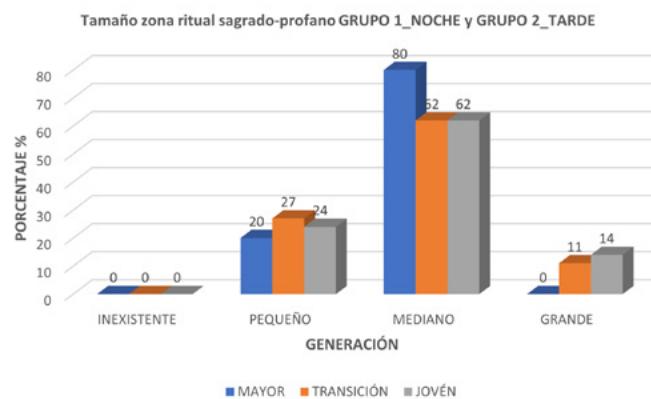


Figura 10. Tamaño zona ritual sagrado-profano, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

El uso-apropiación de la zona ritual sagrado-profano en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos, en su mayoría, fue de proporción mediana en los tres grupos generacionales, con un 62 % de utilización de la zona para las generaciones joven y transición, seguido de una intervención pequeña, con un promedio del 24 %, y una de extensión grande, de máximo un 14 %, para la generación joven. Cabe destacar que no existieron usos nulos o inexistentes de la zona por parte de los sujetos de los grupos objeto de estudio.

ZONA RITUAL NACIMIENTO-MATRIMONIO-MUERTE

Son las relaciones sociales y de continuidad o aquellos actos rituales donde la sociedad reafirma lo que es, y se le da un orden y homogeneidad (Canclini, 2012).

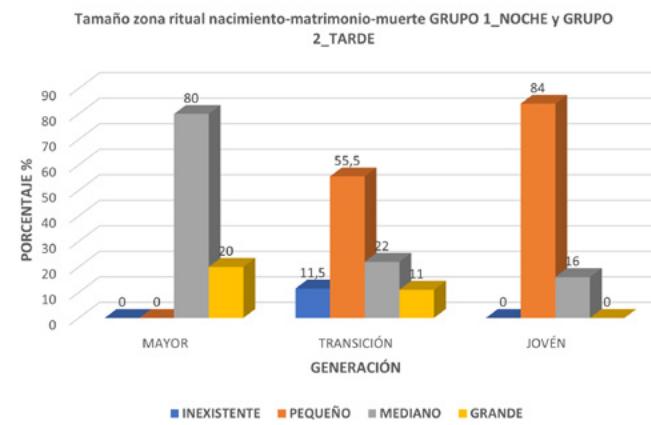


Figura 11. Tamaño zona ritual nacimiento-matrimonio-muerte, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

Acerca de la presencia y uso de esta zona en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos de ambos grupos se encontró que la utilización del espacio para esta zona ritual es, en su mayoría, pequeña para las generaciones joven (84%) y de transición (55,5%), en comparación con una extensión en su mayoría mediana para las generaciones mayor (80%), de transición (22%) y joven (16%). Finalmente, se evidencia la apropiación de una zona de gran tamaño en las generaciones mayor (20%) y de transición (11%).

ZONA RITUAL ACTIVIDADES EMOSIGNIFICATIVAS-DE PERTENENCIA

Son aquellos rituales cívicos, como las vivencias, conceptos y nociones propios de un periodo, época, siglo o milenio (Bourdieu, 2013), o aquellas prácticas de reproducción social o actividades que permiten algún intercambio sociocultural (Canclini, 2012).

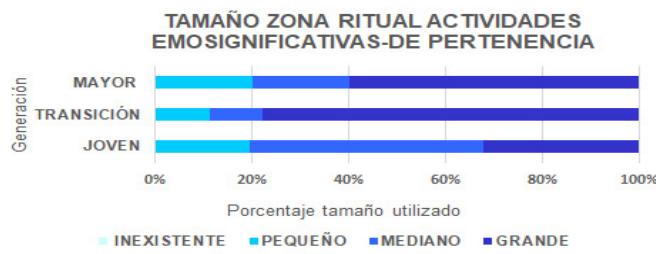


Figura 12. Tamaño zona ritual actividades emosignificativas-de pertenencia, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

En el estudio de la manifestación y uso de esta zona ritual por parte de los sujetos se halló que la apropiación y manifestación de actividades, gustos y prácticas ocupó un tamaño grande en la mayoría de las generaciones, con un total del 44%, seguido de una intervención mediana de esta zona, por parte del 38% de los sujetos. Finalmente, y en menor medida, se evidenció un espacio de manifestación pequeña, con un total del 18%.

CAMPO 3: CRONOTOPO

De acuerdo con Vergara (2013), «cronotopo» es la imagen que viaja en el tiempo. De igual manera, y en el marco de estos mapas-escaneos matriz simbólica, se interpreta como la capacidad de creación de imagen que

tienen los sujetos, puesto que son los recuerdos-imágenes que habitan en su memoria. Frente a esto, se propusieron las siguientes zonas para validar este campo:

ZONA CRONOTOPO AMOROSO

Es el sentimiento más fuerte, dado que la memoria trae el recuerdo personal que rehabitamos (Vergara, 2013). Al respecto, el reconocimiento de la zona y dimensión del cronotopo amoroso en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos pertenecientes a los dos grupos mostró los siguientes resultados:

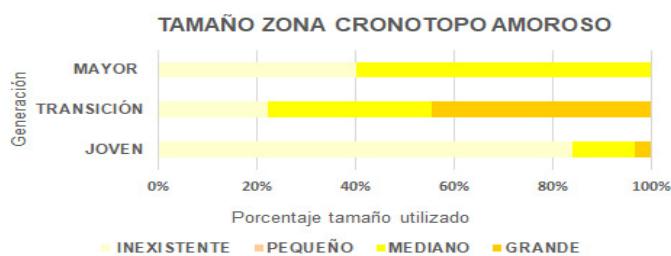


Figura 13. Tamaño zona cronotopo amoroso, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

Sorpresivamente, como se puede observar, fue más común la inexistencia de esta zona en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos, con un total del 67%, seguido de simplemente la existencia de la misma, por así decirlo, con un tamaño mediano del 22% y, en contraste, una dimensión o utilización grande por parte del 11% del total de sujetos en ambos grupos.

ZONA: CRONOTOPO ACCIDENTE

Son fricciones, situaciones o sentimientos que han producido nuevos significados (Vergara, 2013).

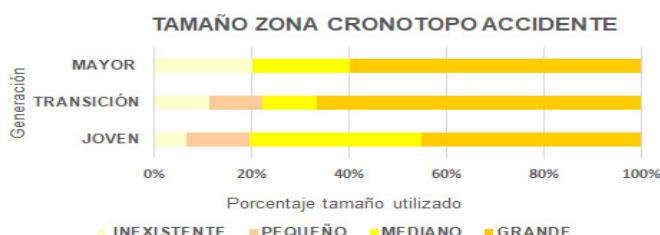


Figura 14. Tamaño zona cronotopo accidente, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

La presencia de cronotopos o imágenes recuerdo, en cuanto a accidentes en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos pertenecientes a ambos grupos, fue principalmente de tamaño grande en los tres grupos generacionales, con un total del 51%, seguido de un uso-apropiación de proporción mediana, con el 29%, y de una extensión pequeña, con el 11%. Por último, se observó una intervención inexistente de la zona cronotopo accidente correspondiente al 9%.

ZONA CRONOTONO ESTANCIA-LUGAR-PEREGRINAJE

Son territorios y lugares simbólicos con los que los sujetos logran un enlace vinculante, el cual, al igual que la metáfora, logra fusionar imágenes y significados (Vergara, 2013).

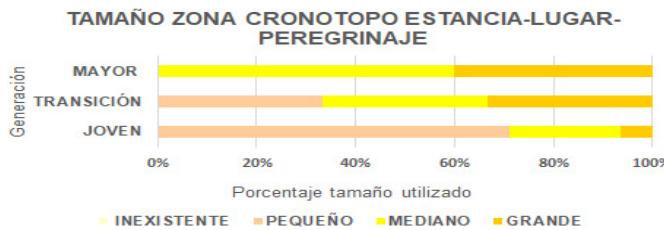


Figura 15. Tamaño zona cronotopo estancia-lugar-peregrinaje, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

El espacio ocupado por la imagen recuerdo de estancias, lugares o peregrinajes en los mapas-escaneos matriz simbólica de los sujetos pertenecientes a ambos grupos fue mayoritariamente pequeño en la generación joven (71 %), proporcionalmente mediano en la generación de transición (33 %) y de tamaño mediano en la mayoría de los casos de la generación mayor (60 %). Por otra parte, dentro de la generación joven, el 22,5 % hizo un uso mediano de la zona y, finalmente, se evidencia un uso grande de la zona de forma equitativa en la generación de transición (33 %), y en menor medida en la generación mayor (40 %) y en la generación joven (6 %).

CAMPO 4: HUELLAS

Como plantea Vergara (2013), las huellas son

[...] intervenciones humanas, pero también señales, analogías, síntomas, símbolos y diferentes figuras que articuladas, superpuestas y coexistentes retejen sus significados y los sentimientos y emociones de sus pobladores, al emergir como palimpsestos y ser conducidos en/por lo imaginario, es decir, por la fricción entre la memoria y la imaginación.

Ambos componentes (por silepsis uso componentes como compositoras y elementos) de lo imaginario, no tienen «exclusividad» temporal, pues si bien la memoria «se dedica» al pasado y la imaginación tiene «predilección» por el futuro, ésta también interviene en la configuración del tiempo pretérito (p. 67).

De esta forma, se propuso el estudio de las zonas: huella señal, huella analogía, huella síntoma y huella símbolo, las cuales fueron apropiadas o utilizadas por los sujetos en sus mapas-escaneos matriz simbólica de la siguiente manera:

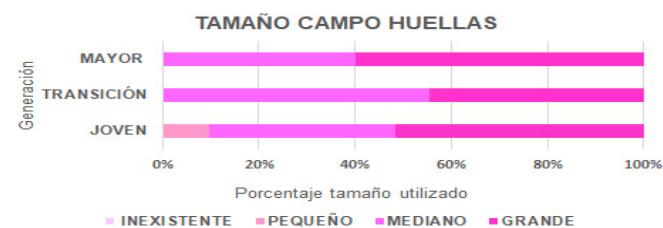


Figura 16. Tamaño campo huellas, Grupo 1 - noche y Grupo 2 - tarde.

Se encontró una extensión-intervención mayoritariamente grande (51 %) del campo y número de huellas de los sujetos objeto de estudio, seguido de una apropiación de tamaño mediano (42 %) y, por último, un área de señales, analogías, síntomas y símbolos pequeña (7 %). Al respecto, cabe anotar que, dentro de la generación mayor, la medida es más grande que mediana, mientras que en la generación de transición es más mediana que grande; por último, en la generación joven, la medida es más grande que mediana y en una limitada proporción, pequeña.

CONCLUSIONES

- Respecto a la zona rito creación-espectáculo, se evidenció, por un lado, un grupo de sujetos con una fuerte habilidad para el dibujo, con un buen tamaño y trazo de letra, y con una gran apropiación espacial y de formas iconográficas que comunicaban visual, narrativa y gráficamente una secuencia lógica de años-acontecimientos; adicionalmente, se detectó un fenómeno muy interesante, consistente en una serie de creaciones-espectáculo de tipo encriptado, con mensajes y apartes que se mezclaban en ondulaciones y espirales de texto. Por otro lado, se evidenció un grupo de sujetos que ceñían su escritura al interior de las huellas como una forma de mimetización para no llamar la atención, y que hacían un uso reducido de gráficos o incluían poca información. Finalmente,

se encontró un grupo de sujetos en cuya matriz no se presentaba directamente ningún grafismo ni texto que mostrara alguna creación.

- En cuanto la zona rito ruptura-transgresión cabe señalar que la mayoría de los signos o expresiones que podían enmarcar una transgresión-transfiguración del pensamiento o vivir de los sujetos consistían en referencias violentas o ideológicas de orden social (cruz, puñal, alcohol, drogas, sexo, entre otras) o hacían alusión a momentos determinantes o decisivos de vida (quiebras económicas, divorcio de los padres, «salida del clóset», rechazo por parte de la sociedad, muertes, períodos sombríos de existencia y enfermedades). Por lo tanto, se puede deducir que casi la totalidad de los sujetos, independientemente de su grupo generacional, ha pasado por momentos o situaciones impactantes, que los ha forzado de una u otra manera a tomar decisiones o a cambiar su forma de pensar, tales como: depresiones, *bullying*, muerte de alguno de los padres, el asumir grandes responsabilidades, cuando se trata de la generación joven, o un cambio radical de postura, religión o pensamiento, así como casos de drogadicción, en las generaciones de transición y mayor.

Sobre este tema hay que destacar tres datos importantes: en primer lugar, algunos sujetos, representantes de las tres generaciones, hacen mención explícita a la lucha-opresión de la sociedad, lo cual es explicado por Vergara (2013) como «paralaje», cuando hay incapacidad o incomodidad por parte del sujeto para identificarse socialmente, como «anomía», cuando se evidencia falta de normas o incapacidad por parte de la sociedad para proveer lo que el individuo quiere o necesita, y como «deíctico», cuando el sujeto cambia de posición de acuerdo con su rol social. En segundo lugar, dentro de la generación joven, hay varios relatos que hablan sobre los sistemas de información, la tecnología y los videojuegos; sin embargo, en uno de ellos se dice literalmente que, desde que la persona tiene memoria, recuerda estar en frente de un computador y que, socialmente, aunque nunca ha sido de muchos amigos y cuenta con pocas habilidades para hablar, ha sufrido de depresión en dos ocasiones porque se le hace difícil dejar ir a las personas allegadas. En tercer y último lugar, hay un autorreconocimiento por parte de una gran cantidad de sujetos pertenecientes a la generación joven como miembros de la llamada «generación-pandemia», puesto que han tenido que acostumbrarse a cierta forma de vida debido a esta epidemia. Esto demuestra que, en algún momento de vida, el alinearse

o estar de acuerdo con las formas o estructuras que impone la sociedad puede llegar a generar un conflicto en las personas.

- Con relación a la zona rito actuación-prohibido-permitido, la cual corresponde a aquella zona donde los sujetos manifiestan lo que creen que han hecho mal o bien de acuerdo con los lineamientos de la sociedad, encontramos, en las generaciones mayor y de transición, desde sujetos que se vanaglorian de no tener que trabajar para un patrón hasta aquellos que se sienten avergonzados por sus problemas de drogadicción y otros que satirizan lo que se considera socialmente correcto, pasando por quienes sienten que han cumplido con todas las maneras correctas de actuación establecidas socialmente: graduarse, respetar y tener una familia, ser buenos hijos, hermanos, padres y esposos, superarse personalmente, etc.

Ahora bien, un hallazgo importante es que la mayoría de los jóvenes, a través de sus mapas-escaneo matriz simbólicas, se presentan como hijos y aprendices ejemplares, que no han perdido ningún año escolar, que comparten tiempo con su familia y que, pese a haber sido víctimas de *bullying*, comenzaron a vivir realmente cuando entendieron que tenían futuro o esperan encontrar el trabajo ideal. En este sentido, se evidencia también un fenómeno común y es el de una visión egocentrista, sin ninguna referencia a lo social sino únicamente a ellos mismos como personas, lo que denota una especie de aislamiento social.

- Frente a la zona rito orden-organización, se puede concluir que, mayoritariamente, los sujetos de las tres generaciones siguen perpetuando el orden y estructura de la sociedad: escribir de izquierda a derecha, de arriba a abajo o de abajo hacia arriba, e inclusive conservan la estructura de familia, estudio y relaciones sociales. Al respecto, hay un detalle interesante y es que, en la mayoría de los sujetos, el tamaño o extensión de las zonas rito creación-espactáculo, rito actuación-prohibido-permitido y rito orden-organización es el mismo, lo cual confirma la teoría de que una extensión grande en el mapa-escaneo matriz simbólica indica la presencia de sujetos con capital cultural, es decir, sujetos que se sienten pertenecientes a una sociedad, pero, a su vez, y solo en la generación joven, indica también la presencia de individuos que no sienten o tienen ningún capital cultural o sentido de pertenencia a la sociedad (Bourdieu, 2013).
- En términos generales, en relación con el campo «rito», se encuentra dentro de las generaciones mayor, de transición y joven, principalmente, a sujetos totalmente regidos y establecidos por un orden social, con una

identidad marcada, seguros de sí mismos y sin ningún temor a contar sus experiencias de vida, fracasos y hasta sus ideologías políticas, sociales y culturales, por medio de la apropiación y representación textual, gráfica y espacial. Del mismo modo, existen minoritariamente en la generación de transición y medianamente en la generación joven, individuos con una ocupación no tan grande de este campo, quienes cuentan y exaltan experiencias concretas que no logran dar a conocer su pensamiento ni personalidad totalmente. Por último, dentro de la generación joven, aparecen sujetos que hacen una utilización mínima del campo «rito», quienes parecieran estar escondiéndose o no tener experiencias que compartir, poco seguros de sí mismos y hasta se podría decir que con algunas creencias mínimas y escasa pertenencia a la sociedad.

- Sobre la zona ritual sagrado-profano, hay que destacar que los rituales más comunes dentro de los grupos generacionales son de tipo religioso y familiar, y que los sujetos hacen referencia a actores como Dios, los padres, los hijos y las parejas, seguido del entendimiento de los designios o del transcurso propio de la vida, en el marco de lo cual se hace alusión a los deseos personales, a las condiciones de salud, a las instituciones educativas y a los lugares institucionales o socialmente tradicionales como el colegio, la casa, la universidad o el trabajo; finalmente, también se evidencian aspectos como la exigencia de respeto ante una discapacidad, ideologías políticas y hasta prácticas culturales como el fútbol y el arte. Esto muestra que todas estas costumbres, personas, lugares, creencias y deseos son lo que verdaderamente les importa a los individuos y lo que es sagrado para ellos.
- En relación con la zona ritual nacimiento-matrimonio-muerte se observa que la mayoría de los sujetos se limita a indicar la fecha y lugar de su propio nacimiento, mientras que los sujetos que hacen un uso mediano de la zona buscan comunicar el nacimiento en línea directa, en su gran mayoría, de sus hermanos o hijos, y, en oposición, solamente una muerte, también en línea directa. Aquí, llama la atención que los sujetos nunca indican el año de nacimiento de sus padres, por ejemplo, en el caso de la generación joven, o la fecha del matrimonio de sus padres, mientras que existen sujetos con una intervención de esta zona ritual de gran tamaño, lo cual denota no solo que vienen de una estructura familiar fuerte, sino que tienen una familia fuertemente constituida. Así, se ratifica que el ritual más grande y valioso para estos sujetos es la familia.
- Cuando hablamos de la zona ritual actividades emosignificativas y de pertenencia, nos referimos a seres sociables, que se integran y tienen algún, mucho

o casi nulo intercambio sociocultural. Al respecto, las actividades emosignificativas y de pertenencia a la sociedad más importantes mencionadas por los sujetos objeto de estudio fueron los videojuegos, la cultura urbana, el estudio, el fútbol, la condición sexual, la música, el cine, la pertenencia a una banda, el trabajo, la familia, la rumba, así como la lectura, el amor y las creencias.

Hay tres fenómenos curiosos en este aspecto: en primera instancia, hay un grupo de sujetos cuya dimensión de la zona ritual actividades emosignificativas y de pertenencia es igual a la de la zonas rito creación-espactáculo, rito actuación-permitido-prohibido y rito orden-organización, lo cual demuestra que, para estos sujetos, la base de la sociedad son los ritos y rituales. Al respecto, Canclini (2012) menciona lo siguiente: «Uno de los pocos autores que plantea en forma laica la investigación sobre rituales, preguntando por su función simplemente social, Pierre Bourdieu, observa que tan importante como el fin de integrar a quienes los comparten es el de separar a los que se rechaza» (p. 179). En segunda instancia, y solo desde la generación de los más jóvenes hasta la de transición, se evidencia que la tecnología, el computador y los videojuegos son primordiales para la socialización y el intercambio sociocultural, e inclusive se instauran en la matriz simbólica de los sujetos, ya que se comunica no solo a través del texto, sino también por medio de gráficos.

En último término, existe una serie de sujetos dentro de la generación joven que tienen un campo ritual de actividades emosignificativas realmente pequeño o ínfimo, y quienes expresan que no encajan, no hablan sobre las personas que están a su alrededor, ni siquiera su familia, sobre el estudio o sobre sus planes a futuro, sino que se quedan en una especie de mundo habitado solo por ellos mismos. Esto, una vez más, se traduce como un fenómeno de aislamiento social, el cual Vergara (2013) explica como «heterología», cuando el contexto discursivo se repite, y «hegemonía del presente», porque se producen «monocronías», composiciones iguales, y «monotopías», temas y tópicos repetitivos.

- Finalmente, en cuanto al campo ritual, a través del mapa-escaneo matriz simbólica de los sujetos, es posible observar y comprobar lo que se denomina «patrimonio cultural», que Vergara (2013) define como la modulación especializada de tiempo en bienes y objetos, así como la «heterotopía» en la que estamos viviendo y que se resume en que «hoy el mundo es

una fábrica de espacios y lugares palimpsestos, aunque vengan desdibujados por la fugacidad por el exceso que hoy la velocidad instala» (p. 25).

- Referente a la zona cronotopo amoroso, se interpreta o bien que las experiencias vividas por los sujetos no se consideran lo suficientemente importantes para ser nombradas o bien que no existen, porque en nuestro mundo-sociedad actual es cada vez más difícil entablar relaciones, y más de este tipo, que socialmente se consideran las relaciones más grandes y significativas. En su lugar, se presenta un evento y es el de sustituir este tipo de conexión con Dios y con figuras familiares como los hijos y los padres, e inclusive los hermanos. Al respecto, merece la pena subrayar que también se podría inferir que la generación joven, y en cuanto a una apropiación grande de la zona cronotopo amoroso, se caracteriza por estar compuesta por individuos muy sentimentales o vulnerables emocionalmente, a diferencia de aquellos individuos que ya se encuentran muy posicionados en su rol familiar de padres o esposos, o que sencillamente mencionan algún recuerdo de tipo romántico, aunque haya sido una decepción o fracaso, esto dentro de las generaciones de transición y mayor de esta población objeto de estudio.
- Todo lo planteado con relación a la zona cronotopo accidente permite concluir que en todos los sujetos existe un acontecimiento, circunstancia o sentir que les cambió la vida. Estos cronotopos en su mayoría corresponden a: enfermedades o problemas de drogadicción, acoso escolar (*bullying*) y muertes de personas allegadas. De otro lado, y en menor medida, se registran otros eventos como cambios de ciudad de residencia, divorcio de los padres, despedidas, logros alcanzados, tristezas, penas y hasta un fenómeno como la pandemia, a diferencia de otros sujetos que no consideran que les haya pasado algo grave o, al menos, no todavía.
- A propósito, y sobre los procesos de memoria imagen ligados a la zona: cronotopo accidente, sobresalen casos de películas y adelantos tecnológicos que impactaron y vincularon emocionalmente a la generación joven, así como el conocer personas inspiradoras que les cambiaron la vida a estos sujetos, en comparación con un solo caso dentro de la generación mayor, y dentro del total del grupo objeto de estudio, en el que se hace mención de un hecho histórico fundamental para Colombia ligándolo con la propia historia-cronología de vida, como lo es el cambio de la Constitución política, sus 100 años en 1986 y la Asamblea Nacional Constituyente en 1991. Gracias a este suceso, se puede

confirmar que las generaciones contemporáneas o más actuales son atípicas o lejanas de la sociedad y la realidad en la que viven en cuanto a su historicidad. Frente a este tema, y según Bourdieu (1991, citado por Nates, 2017) existen tres tipos de memoria-historia: la memoria biológica, que es lo que nos han transmitido desde la tradición; la memoria socialización, que es el mundo en «que nos ponen» para asumir la cultura y la sociedad y, por último, la memoria incorporada «la que en realidad nos queda y ponemos a funcionar como la geograficidad, la sociabilidad o la historicidad» (Salguero, 2014).

- Por otra parte, la zona cronotopo estancia-lugar-peregrinaje explica básicamente si los sujetos han recorrido grandes distancias o habitado otros lugares. Por lo tanto, los sujetos con un cronotopo lugar pequeño son, fundamentalmente, aquellos que nunca han cambiado de vivienda, barrio, localidad, ciudad y país. En cambio, una extensión mediana del cronotopo indica la presencia de sujetos que han recorrido otros lugares de la geografía nacional, o que recorren ciertos lugares frecuentes: casa, colegio, universidad, barrio. Por último, quienes exhiben una imagen recuerdo grande de lugares, estancias o peregrinajes son aquellos sujetos que han vivido o estado en otros países o que provienen de otras zonas del país, en su mayoría, la región Andina, Boyacá y la Orinoquía.
- En relación con la zona cronotopo estancia-lugar-peregrinaje hay un evento que llama la atención y es que la mayoría de la generación joven nombra solamente su barrio como lugar de origen y vivencia. Al respecto, y en referencia a sus lugares más frecuentados: casa, colegio, cafetería, fiestas, etc., de acuerdo con Augé (2020)

[...] los no lugares son la medida de la época, medida cuantificable y que se podría tomar adicionando, después de hacer algunas conversiones entre superficie, volumen y distancia, las vías aéreas, ferroviarias, las autopistas y los habitáculos móviles llamados «medios de transporte» (p. 46).

Igualmente, este autor menciona que:

En la situación de supermodernidad, una parte de ese exterior está constituida por no lugares, y una parte de los no lugares, por imágenes. Hoy, la frecuentación de los no lugares ofrece la posibilidad de una experiencia sin verdadero precedente

histórico de individualidad solitaria y de mediación no humana (basta un cartel o una pantalla) entre el individuo y los poderes públicos (p. 64).

- En conclusión, en términos del campo «cronotopo», vale la pena hablar sobre la potencialidad de la creación de imagen desde la definición que hace Flusser (2011), quien plantea que la imagen es una superficie con significado, vinculada a una operación colectiva de construcción de identidades mediante distintos dispositivos que entrelazan estereotipos, preconceptos, prejuicios y ordenamientos mentales (Uicich, 2015).

En este sentido, una de las preguntas planteadas en el marco de la presente investigación era: ¿Qué recuerdos hay detrás de la composición de imagen? Al respecto, hay que destacar que los mapas-escaneos matriz simbólica de cada uno de los 45 sujetos que formaron parte de este estudio logran hacer visible esta cuestión, pues se aplica el palimpsesto como figura de pensamiento, el cual Vergara (2013) define como el proceso que:

requiere imaginar como “soporte material” a la memoria y a la imaginación expresiva como su borrador que procesa su reescritura –así— ambas, memoria e imaginación, en complicidad mutua, contribuyen a hacer reaparecer lo borrado, pero esta nueva visibilidad no necesariamente es física, sino puede ser simbólica, subjetiva, espiritual, expresiva o racional (p. 20).

- En cuanto al campo «huellas», se concluye que aquí es donde se encuentra la verdadera memoria de los sujetos, pues se encuentran alojadas señales como: la música, los sueños, la felicidad, los prejuicios y, en resumen, el lenguaje iconográfico que comunica eventos que van desde la pandemia del coronavirus hasta el diario vivir de estos aprendices. También, se evidencia la presencia de analogías como relaciones de semejanza, por ejemplo, cuando se señala que la verdadera vida comienza cuando se sale del colegio, en la generación joven, o cuando se relacionan letras de canciones con la vida misma o se ven las quiebras económicas como oportunidades de renacimiento, dentro de la generación mayor.
- Para terminar, y como refiere Augé (2020), «los psicoanalistas denominan “huellas mnémicas” [a aquellos fenómenos] que atormentan sin razón evidente el presente del individuo, pero no siempre pueden atribuirse a un tiempo y a un lugar determinado, ni incrustarse en la anécdota de un

recuerdo autentificado» (p. 12). De otro lado, y como dice Vergara (2013), la memoria es un «sistema de pliegues y corrugaciones que interactúan en prácticas significativas de los actores» (p. 68) en el que aparecen «signos indexicales» que comunican por la asociación directa signo-contexto y «signos simbólicos» que transmiten información y reglas sintácticas y semánticas de la sociedad.

- Como conclusión principal de esta investigación, entonces, es posible señalar que el mapa-escaneo matriz simbólica de los sujetos no solamente procesa como una especie de borrador la reescritura de memoria, sino que, aún más importante, como símbolo, se encarga de traer y mostrar lo ausente de este grupo objeto de estudio, condensando todos los principios de significad, y articulando lo social con el tiempo.

REFERENCIAS

- AUGÉ, M. (2020). *Los no lugares*. Editorial Gedisa.
- BOUDIEU, P. (2013). Capital simbólico y clases sociales. *Herramienta*, (52). <https://herramienta.com.ar/?id=1892>
- BRINGUÉ, X. y Sádaba C. (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes antes las pantallas*. Ariel y Fundación Telefónica.
- BUZARRAIS, M. R. y Ovide, E. (2011). El impacto de las nuevas tecnologías en la educación en valores del siglo XXI. *Sinéctica*, (37), 1-14. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n37/n37a2.pdf>
- CANCLINI, N. G. (2012). *Culturas híbridas*. Debolsillo.
- CHADWICK, C. (2004). Por qué no soy constructivista. *Contexto Educativo: Revista Digital de Investigación y Nuevas Tecnologías*, 32(4). ISSN-e 1515-7458.
- FLUSSER, V. (2011). *Into the Universe of Technical Images*. University of Minnesota Press.
- MOLINA, N. (2010). Reconstrucción de memoria en historias de vida, efectos políticos y terapéuticos. *Revista de Estudios Sociales*, (36), 64-75. <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n36/n36a06.pdf>
- RICOEUR, P. (2000). *L'écriture de l'histoire et la représentation du passé* [Historia y memoria: la escritura de la historia y la representación del pasado]. *Annales. Histoire, Sciences sociales*, 55(4), 731-747. <https://bit.ly/3CYOHWN>

NATES, B., Velásquez, P., & García, M., (2017). La territorialización de la memoria en escenarios de posconflicto. Caldas 1990-2015. Manizales: Colciencias, CNMH, Universidad de Caldas, Retec.

SALGUERO, C. (2014). Prácticas alternativas desde el diseño, para la restitución de la memoria histórica de un espacio, a partir de un proceso de renovación urbana. *Revista Kepes*, (10), 143-165. http://kepes.ucaldas.edu.co/downloads/Revista10_8.pdf

SOUROUJON, G. (2011). Reflexiones en torno a la relación entre memoria, identidad e imaginación. *Andamios*, 8(17), 233-257. <https://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v8n17/v8n17a11.pdf>

UICICH, S. M. (2015). Sobre la experiencia estética: la commoción de las imágenes. En A. Zubieta y M. Crotti (eds.). *La literatura y el arte: experiencia estética, ética y política*, (pp. 133-139). Editorial de la Universidad Nacional del Sur. <https://bit.ly/3WqabEY>

VERGARA, A. (2013). *Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad*. Ediciones Navarra.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.
Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



- ES **Investigar y comunicar lo (in)útil: los intangibles en el contexto de la sostenibilidad centrada en el ser humano.**
- EN **Researching and communicating the useful (useless): intangibles in the context of human-centered sustainability.**
- ITA **Ricercare e comunicare l'(in)utile: gli intangibili nel contesto della sostenibilità centrata nell'essere umano.**
- FRA **Recherche et communication de l'(in)utile : les actifs immatériels dans le contexte de la durabilité centrée sur l'être humain.**
- POR **Pesquisando e comunicando o (in)útil: intangíveis no contexto da sustentabilidade centrada no ser humano.**

Daniela Musicco Nombela,
Nada Pahor de Marchi &
María Joao Silveira

**DANIELA MUSICCO****NOMBELA**

Doctora en Comunicación y Publicidad y docente en la Universidad Francisco de Vitoria, Madrid.

Correo electrónico:
daniela.musicco@ufv.es

ID 0000-0001-7325-9978

**NADA PAHOR DE MARCHI**

Doctora en Lenguas y Literaturas Extranjeras de la Universidad La Sapienza, Roma.

Correo electrónico:
npahor@hotmail.com

ID 0000-0001-8407-6915

**MARÍA JOAO SILVEIRA**

Doctora en Filosofía Contemporánea con posdoctorado en Pensamiento Crítico y Ética. Docente en la Universidad Lusófona, Lisboa.

Correo electrónico:
mariajoaosilveira@lusofona.pt

ID 0000-0002-7941-6767

Investigar y comunicar lo (in)útil: los intangibles en el contexto de la sostenibilidad centrada en el ser humano

Recibido: 8/01/2022; Aceptado: 13/11/2022; Publicado en línea: 01/07/2023

<https://doi.org/10.15446/actio.v7n2.108035>

RESUMEN (ES)

El objetivo de esta investigación¹ es constatar la necesidad de una metodología interdisciplinar para el estudio de la comunicación empresarial de intangibles, en el contexto de la sostenibilidad, y la posterior transferencia del conocimiento para la contribución operativa en el paso de la sociedad útil a la sostenible, centrada en salvaguardar la vida humana. Se parte de la hipótesis que contrapone la sociedad útil (Ritzer) y la sociedad sostenible. Se estudia el uso de los términos aplicados a la comunicación de empresa. Posteriormente, se toma el ejemplo de algunas técnicas y metodologías empleadas, algunas específicas y otras interdisciplinares, con el fin de verificar la mayor contribución de las segundas para transferir el conocimiento significativo hacia la sostenibilidad centrada en la vida humana. Los resultados obtenidos demuestran la necesidad de superar, en el estudio de la comunicación de empresa –sobre todo en el contexto de los intangibles relacionados con la sostenibilidad centrada en la vida humana–, metodologías reduccionistas y subyugadas a la economía de lo útil y basadas en lo puramente cuantitativo. Se ha comprobado la aportación de metodologías interdisciplinares más afines al conocimiento, y a transferir a la sociedad la sostenibilidad centrada en salvaguardar la vida humana.

PALABRAS CLAVE: investigación interdisciplinaria, comunicación de empresa, metodología 360, comunicación ética, intangibles, investigación y transferencia de conocimiento

ABSTRACT (ENG)

The purpose of this investigation is to verify the need for an interdisciplinary methodology both for the study of corporate communication in the realm of the intangible within the context

of sustainability, as well as the subsequent transfer of knowledge for contributing to the operative response in safeguarding human life. To this effect, the methodology used started from a first formulation of the hypothesis on the useful society and the sustainable society based on Ritzer, and the use of the terms in question applied to corporate communication. Subsequently, considering the example of some techniques and methodologies employed, some specific and some interdisciplinary, we verified the larger contribution of the latter to the meaningful transfer of knowledge in advancing towards sustainability. The results obtained have proven, in the study of corporate communication and primarily within the context of the intangibles associated to sustainability, the need to go beyond methodologies that are reductionist and subordinated to the economy of the useful, applied in some investigations and purely quantitative. The contribution of interdisciplinary methodologies has been confirmed, as well as their affinity to knowledge and the transfer needed to the operational implementation towards sustainability and the safeguarding of the human being.

KEY WORDS: interdisciplinary investigation, corporate communication, methodology 360, ethical communication, intangibles, research, and transfer of knowledge

RIASSUNTI (ITA)

L'obiettivo di questa ricerca è quello di constatare la necessità di una metodologia interdisciplinare sia nello studio della comunicazione aziendale nell'ambito dell'intangibile e in contesto di sostenibilità, sia nel successivo trasferimento

della conoscenza per il contributo alla risposta operativa nella salvaguardia della vita umana e nel passaggio dalla società dell'utilità a quella della sostenibilità, centrata nella persona. Per

¹ Esta investigación forma parte de un proyecto dentro del Grupo Estable NICOM y se desarrolla en el marco de las Ayudas Internas a Proyectos de Investigación a través del Rectorado de Investigación de la Universidad Francisco de Vitoria.

questo, la metodologia usata nasce da una prima impostazione dell'ipotesi sulla società utile e la società sostenibile basata in Ritzer, e sull'uso dei termini in questione applicati alla comunicazione aziendale, per poi verificare – prendendo in considerazione l'esempio di alcune tecniche specifiche e interdisciplinari – il contributo significativo per un progresso verso la sostenibilità. I risultati ottenuti hanno dimostrato la necessità di superare – nello studio della Comunicazione aziendale e soprattutto nel contesto degli intangibili relativi alla sostenibilità – metodologie riduzioniste, soggiogate all'economia dell'utile, applicate in alcune ricerche e basate unicamente in valori quantitativi; si è potuto d'altra parte provare il contributo di metodologie interdisciplinari più affini alla conoscenza e al trasferimento necessari all'avvio operativo della sostenibilità e della salvaguardia dell'essere umano.

PAROLE CHIAVE: ricerca interdisciplinare; comunicazione aziendale; metodologia 360; comunicazione etica; intangibili; ricerca e trasferimento della conoscenza

RÉSUMÉ (FRA)

L'objectif de cette recherche est de constater la nécessité d'une méthodologie interdisciplinaire, tant pour l'étude de la communication d'entreprise dans le domaine des actifs immatériels dans un contexte de durabilité, que dans le transfert de connaissances postérieur pour contribuer à la réponse opérative dans la sauvegarde de la vie humaine et au passage de la société de l'utile à la société de la durabilité centrée sur la personne. Pour cela la méthodologie utilisée est partie d'une première approche de l'hypothèse sur la société utile et société durable de Ritzer, et l'utilisation des termes en questions appliqués à la communication d'entreprise, pour, dans un deuxième temps, après avoir pris en considération l'exemple de quelques techniques et méthodologies utilisées, certaines spécifiques et d'autres interdisciplinaires, vérifier la majeure contribution de ces dernières dans le transfert significatif de connaissances pour avancer vers la durabilité. Les résultats obtenus ont démontré la nécessité de dépasser dans l'étude de la Communication d'Entreprise, surtout dans le contexte des actifs immatériels liés à la durabilité, les méthodologies réductionnistes soumises à l'économie de l'utile qui sont appliquées dans

certains travaux de recherche et basées sur le purement quantitatif, et il a été démontré l'apport des méthodologies interdisciplinaires plus en phase avec la connaissance et le transfert nécessaire à la mise en marche opérative vers la durabilité et la sauvegarde de l'être humain.

MOTS CLÉS : recherche interdisciplinaire, communication d'entreprise, méthodologie 360, communication éthique, immatériels, recherche et transfert de connaissance

RESUMO (POR)

O objetivo desta pesquisa é determinar a necessidade de uma metodologia interdisciplinar tanto para o estudo da comunicação empresarial no campo dos intangíveis no contexto da sustentabilidade, quanto na subsequente transferência de conhecimentos para gerar uma resposta operacional para proteger a vida humana e a passagem da sociedade do útil à sociedade do sustentável centrada na pessoa. Para este fim, a metodologia utilizada foi iniciada com uma primeira abordagem da hipótese sobre a sociedade útil e a sociedade sustentável baseada em Ritzer, e a utilização dos termos em questão aplicados à comunicação empresarial para, posteriormente, e tendo em consideração o exemplo de algumas técnicas e metodologias usadas, algumas específicas e outras interdisciplinares, verificar a maior contribuição destas últimas na transferência de conhecimentos significativos para o avanço à sustentabilidade. Os resultados obtidos demonstraram a necessidade de superar no estudo da Comunicação Empresarial, especialmente no contexto dos intangíveis relacionados à sustentabilidade, metodologias reducionistas e subjugadas à economia do útil, aplicadas em algumas pesquisas e baseadas no puramente quantitativo, tendo sido possível verificar a contribuição de metodologias interdisciplinares mais próximas do conhecimento e da transferência necessária para a implementação operacional rumo à sustentabilidade e à salvaguarda do ser humano.

PALAVRAS-CHAVE: pesquisa interdisciplinar, comunicação empresarial, metodologia 360, comunicação ética, intangíveis, pesquisa e transferência de conhecimentos

de bases de datos y el estudio de patrones y algoritmos, así lo explica Lura (2019) en su *Breve y universal historia de los algoritmos*. Esto engloba las cosas en un orden y un conocimiento, en principio, más fácil de dominar y más objetivo que las preguntas abiertas o el empleo de la propia lógica humana. Sin embargo, hay que considerar que nuestros sentidos no logran percibir muchos aspectos de la realidad y nuestra mente nos permite trascender los límites naturales o, como Pascal lo explicaba en 1670 en sus *Pensamientos*, «el universo me comprende y devora como un punto, pero, por el pensamiento, yo lo comprendo».

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de una sociedad útil, en la que el valor de las cosas y de las personas se mide en cuánto rinde en beneficios (Ritzer, 1998), la cantidad mesurable es un valor incommensurable. La recogida de datos se convierte en prioritaria. El tráfico de datos e incluso el robo de información tiene un fin justificado: llegar a conocer la realidad, al menos aparentemente o en una comprensión científica de la realidad física, tratando de separar las especulaciones de los hechos (Wilczek, 2022). De estas dinámicas surge la necesidad de una investigación capaz de medir, cuya metodología cuantitativa responde no solo a la capacidad de comprender, a través de encuestas y recogidas de grandes volúmenes de datos, sino también de conformar la realidad a través de esos datos. Como explicaba Peirce (1883), se trata del deseo de comprender algo de forma precisa, en vez de entenderlo todo, de forma vaga.

Sin embargo, no hay que olvidar que esos datos no son la panacea y que las propias preguntas y búsquedas pueden llegar a determinar los resultados. Recuerda esto la historia del pavo, recogida en *Los problemas de la filosofía* de Russel, en 1912, en la que un pavo, por una cuestión de recolección de datos, llegó a la conclusión de que todos los días a una misma hora le daban de comer, hasta que un día, a esa hora que él había calculado, en vez de darle de comer, lo mataron.

La epistemología y el estudio del conocimiento, como base de la investigación científica, parte de una hipótesis para luego tratarla con modelos matemáticos de comprobación, y finaliza estableciendo conclusiones valederas y reproducibles, como explica Ramírez (2009) en la *Teoría del conocimiento en investigación científica*.

La trascipción numérica de la realidad, a través de técnicas manuales o de tecnologías, inteligencia artificial o herramientas *ad hoc*, implica el conocimiento a partir

Lo datos basados en una lógica puramente numérica pueden alejar las variables y aspectos de otra índole – intangible, emocional u otra naturaleza–, en cualquier caso, no cuantificables, como señala Wilber en *Cuestiones cuánticas* (1984). Además, cualquier modelo o algoritmo de IA puede llevar a falsos resultados por una selección de datos inadecuada y presenta límites en el fact-checking automatizado (García-Marin, 2022). Se requiere, por tanto, que en el estudio de cualquier realidad intervengan metodologías capaces de acercarse, desde lo no numérico, a lo intangible, y se adapte al nuevo ecosistema del cambio (Wamsler, 2020). Algunos en el Global Consciousness Project, las identifican con una conciencia global –como Robertson en *The three waves of globalization: A history of a developing global consciousness* (2003)– que, sin embargo, no puede dejar de ser de cada persona, en una ecología donde el humano no es ni un predador peligroso, ni un poseedor que somete la naturaleza, sino un humano que sabe diferenciar entre la idolatría de la naturaleza (con todas sus consecuencias) y el ser capaz de amarla y custodiarla como don (Barahona, 2019).

Este otro acercamiento investigativo y la consecuente transferencia del conocimiento puede crear una sociedad más acorde con la variabilidad de las personas y en apoyo de uno de los tres pilares interconectados, junto con la economía y el ambiente: la sociedad sostenible en la Declaración del milenio del año 2000. Por lo tanto, la vida humana es aquella que no se sustenta en lo números, en lo material, en lo puramente útil, sino en lo profundo y verdaderamente necesario, de manera que implica un desafío de reeducación, en muchos casos, para seguir progresando y conservando (Carbonell-Alcocer, Romero, Gertrudix-Barrio y Borges-Rey, 2022).

La sostenibilidad, etimológicamente, nace del verbo latino *sustentare*, que significa 'sostener', 'aguantar' o 'cuidar'. El verbo se origina en *sub-tenere*, que significa 'sujetar desde abajo', seguido de *bili-tà*, elementos derivados de la palabra *posibilidad*, 'la posibilidad de tener o, mejor dicho, de sustentar, aguantar en un equilibrio o

mantener'. La sociedad sostenible, prescindiendo de la persona y de ver el medio ambiente de forma alienada, sin entender la ecología y la naturaleza como un don, podría llevar a un camino opuesto al equilibrio. Lo sostenible, en manos de la avidez ecológica, podría sustituir simplemente una acción impersonal de especulación por otra, moviendo el dinero simplemente de unas manos deshumanizadas a otras, de una utilidad a otra. Franklin, en 1736 y en 1757, en *La manera de hacerse rico*, dijo «Recordad que el tiempo es dinero». Por lo tanto, un paseo sin una utilidad es una pérdida económica y, finalmente, el sentido de la vida está en ser humanos útiles y virtuosos.

La sociedad sostenible centrada en el ser humano se opondría a lo inmediatamente útil; el ser humano no como un extranjero del universo, sino como un invitado que mira maravillado el espectáculo al que ha sido invitado, como describía Bataille en *El límite de lo útil* (1945).

En este cambio se implican los tres grandes agentes y, en medio, la persona con una evidencia hacia lo trascendente, comprendiendo que en base al estudio de los fenómenos físicos y la realidad se entiende a Dios (Wilczek, 2022).

La enseñanza amarga de los últimos dos años, adquirida a nivel mundial, acerca de la vulnerabilidad de la seguridad humana (Wang et al., 2020), pone de manifiesto, más que nunca, la necesidad de pasar a sociedades más volcadas hacia lo relacional perdurable y menos hacia lo material efímero; en definitiva, pasar de la sociedad de lo útil, del consumo, a la sociedad de lo sostenible, que se ocupa de aquello que permanece, que dura, sostenido en el tiempo, como Balluerka y otros autores explican en su estudio *Las consecuencias psicológicas de la COVID-19 y el confinamiento* (2020). Brundtland, en su texto titulado *Nuestro futuro común*, publicado por la Organización de las Naciones Unidas en 1987, habla de sostenible como: «satisfacer las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades». La comunicación y la investigación sobre sostenibilidad son el vehículo transmisor imprescindible para lograr la reciproca puesta en marcha operativa en la que empresa, sociedad y universidad pueden y deben colaborar para encaminarse hacia lo sostenible.

La sostenibilidad –sujeta en los tres pilares: ecología, economía y social– supone la respuesta operativa en la salvaguardia de la vida humana. Las 3 P (planet, profit,

person) se introdujeron como los cimientos en los que la persona, evidentemente, forma parte fundamental de la ecuación y condiciona de lleno el mundo de los negocios. Se comienza a hablar, en la década de los 90, de estrategia empresarial sostenible, buscando el triple resultado estudiado por Elkington, en 1999, en *Caníbales con tenedores*. La empresa actúa sobre los tres ámbitos y tiene una responsabilidad en los tres.

La investigación sobre la comunicación de empresa, en el ámbito de la sostenibilidad, busca generar cambios en las personas, organizaciones y los mercados para avanzar en la transición hacia esa sociedad sostenible, lo cual tiene también un efecto múltiple y recíproco, como se muestra en los trabajos del grupo de investigación creado en 2010 en la Universidad de Comillas, llamado *Empresa, economía y sostenibilidad*. Por un lado, debe ser capaz de estudiar lo que la empresa necesita, quiere comunicar y comunica en materia de sostenibilidad, pero también averiguar si esta comunicación es un reflejo de lo que la empresa realmente es. La propia investigación y la posterior transferencia del conocimiento debe funcionar como una forma de control positiva sobre la actuación de la empresa en el ámbito de la sostenibilidad y participar en la propia actuación operativa en la salvaguardia última de la vida humana.

La transferencia del conocimiento, es decir, de los resultados y los planteamientos metodológicos interdisciplinares de las investigaciones en comunicación de empresa, deben ser capaces de buscar respuestas a diferentes niveles de estudio. No se trata de lo puramente cuantificable, sino también lo intangible, primordial para la comprensión y la actuación hacia lo sostenible, el estudio de la valoración del capital invisible (UFV, 2016). No se debe olvidar que el análisis de ese capital inmaterial es a veces cuantificable a través de indicadores, que atañe, por ejemplo, a la actuación empresarial en el medioambiente. Sobre este tema trabaja el Grupo Estable de Investigación (GEI) de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Transferencia, desde el 2000. Lo sostenible, entendido como el cambio en el peso de lo primordial, de los medios y el tiempo de dedicación hacia lo que se refiere más íntimamente al ser humano, no al consumo, el enriquecimiento, la especulación o la avaricia (Ritzer, 1998), cambió hacia lo intangible ligado a la empresa y ligado, posteriormente, a las sociedades y al medio ambiente.

En la música, el término sostenuto puede implicar una ralentización del tiempo y de la ejecución, sirve para conocer el tiempo adecuado de ejecución o un cambio, o

para comprender el estado de ánimo, la forma o la esencia de cómo ejecutar una pieza. Podría ser *animato*, *agitato*, *dolce* o, como se indicaba, *sostenuto*. Todos estos referentes introducidos por el compositor afectan a la interpretación de la música, como explica Casablancas (1995) en *Las tonalidades y su significado. Una aproximación. Quodlibet*. De este mismo modo, los referentes que se toman en consideración para el desarrollo de la empresa sostenible centrada en la persona y la comunicación afectan la ejecución de la vida real de las sociedades.

Tal vez sería el uso del término *sustinere*, del latín, el que mejor podría explicar a qué carácter sigue el mundo de la empresa. La producción, la ecología, la economía y lo social debería girar su mirada el ser humano en busca de la sociedad sostenible; es pasar de aquel *sostenuto*, en música, a ese *tempo lento* o también *meno mosso* o *ritenuto*, es decir menos movido o retenido un *andamento musical*. El *tempo* que se acelera o se ralentiza. Rowland (1997), en *Chopin's tempo rubato in context*, define el *tempo rubato* como un indicador de flexibilidad rítmica en los estilos interpretativos. La ralentización de la velocidad implica sostener los sonidos, no dejarlos caer, darles todo su tiempo y, a la vez, su peso, su fuerza e ímpetu, las notas mantenidas por su entero valor.

Existen anuncios, recientemente en España, que hablan de esa recuperación del *tempo lento*. Uno de ellos es de Casa Tarradellas, sobre la masa madre de fermentación lenta. Se trata de la búsqueda de una lentitud, de un silencio frente a ese intervalo perdido, descrito por Gillo Dorfles y proclamado en un consumista, *Horror pleni*; se necesita volver hacia la quietud o, dicho de nuevo en términos musicales, el *tempo en trance* que llega a una verdadera suspensión del fluir temporal.

Para la empresa, la sostenibilidad es centrarse en las cooperaciones, en lugar de luchar con la competencia en términos de precios o, incluso, tomar en cuenta menores ganancias para fortalecer el contexto social en el que opera (favoreciendo, por ejemplo, a la comunidad), en consecuencia, su propio mercado de ventas y de trabajo. Es la propuesta del consumidor circular para frenar el despilfarro y ralentizar el consumo, como describe Valor (2020), en *El consumidor en la economía circular: cerrando (y ralentizando) el círculo*. La sostenibilidad social afecta la responsabilidad de los gobernantes en términos económicos: el trabajo infantil en África no es socialmente sostenible; emplear adultos e introducir a los niños en la educación escolar, por otro lado, es mucho más

prometedor en este sentido. Es descartar lo que es solo puramente útil (Ritzer, 2006), aquello que se aleja de los profundos anhelos del ser humano.

Es evidente que, para la empresa, los tres niveles de sostenibilidad (ecológico, económico y social), que finalmente se refieren a las personas, se entremezclan y pueden incluso entrar en conflicto. Se trataría de cambiar, desde los cimientos, la construcción social que supone una noción de empresa basada en la maximización del beneficio y la primacía del accionista. Es esta idea la que estructura la compleja red de creencias y esquemas culturales que dan forma a los objetivos y a las prácticas materiales que se dan en la empresa. Y si esto significa un reto hacia la transición a nuevas formas de actuar que afectan a qué y cómo debe comunicarse su papel en la sostenibilidad, también obliga a un cambio en cómo debe investigarse esa actuación y comunicación de empresa encaminada a lo sostenible.

La empresa debe comenzar a desligarse de lo puramente contable, del beneficio numérico, de la inutilidad de lo estrictamente útil –descrito por Ordine (2013) en *La utilidad de lo inútil*–, e ir hacia valores y actuaciones relacionadas con la responsabilidad social o aquello que atañe al patrimonio intangible, así como es analizado en *Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy* (2017), por Haskel y Wesslak. La investigación sobre la empresa y su comunicación debe alejarse de enfoques puramente cuantitativos iniciados con las estadísticas (statistik) de los primeros datos de censos de Estado de Achenwall y la representación en gráficos de Playfair, en 1786, heredados del positivismo (Comte, Locke) y aplicados desde las ciencias exactas (física, química, matemática) a las ciencias sociales, reduciendo la investigación a medidas exactas. Sin embargo, no existen criterios universales, ya que los datos históricos recopilados para la construcción de enunciados teóricos han sido seleccionados a partir de la toma de posturas valorativas particulares, recogidas por Weber (1904) en *La objetividad del conocimiento en la ciencia social y en la política social* y en *Ensayos sobre metodología sociológica*.

Las investigaciones en el ámbito de la empresa y su comunicación, especialmente en relación con lo intangible, se adaptan mejor a las metodologías mixtas, a los enfoques cuantitativos combinados con los cualitativos, aquellos que buscan entender. El fin de las ciencias sociales es comprender el significado cultural de sus relaciones, estructuras o fenómenos, y las razones

históricas; este enfoque ayuda a superar los límites de lo puramente numérico y cuantificable que no logran comprender plenamente las necesidades, causas y efectos de la comunicación de intangibles empresariales.

El antagonismo histórico entre los defensores del trabajo de campo cualitativo y de la investigación con encuestas ha impedido que se reconozcan los beneficios que se obtienen al emplear ambos métodos en el mismo estudio. Cada método puede verse reforzado en gran medida por las cualidades únicas del otro, como explica en *Reforming the University: The Role of the Social Research Center*, Sieber (1973). En el caso de la investigación de intangibles, la comunicación de empresa, las encuestas, las estadísticas y los datos se ven reforzados con las entrevistas en profundidad con los agentes implicados en dichos procesos.

La propuesta que se plantea en este trabajo es complementar las metodologías mixtas, que en investigaciones recientes se ha llamado enfoque 360° interdisciplinares (Musicco, 2022), de manera que la colaboración universidad-empresa no cubra solo el papel de la financiación, sino de la búsqueda conjunta y creación de nuevos supuestos para el cambio en colaboración con diferentes disciplinas, desde la filosofía, las ciencias de la comunicación, las ingenierías, etc., capaces de dar una mejor comprensión y respuesta a la investigación de la comunicación de empresa de intangibles y, específicamente, a los relacionados con responsabilidad social y la sostenibilidad y de su transferencia.

Solo a través de la pluralidad del estudio a través de diferentes enfoques en distintas áreas de conocimiento (Musicco, 2022) se puede dar respuesta a la realidad compleja de la sostenibilidad centrada en la persona² desde la comunicación de empresa, sujeta

en los tres pilares: ecológico, económico y social, en la salvaguardia de la vida humana. Es una búsqueda en la que las universidades tienen un papel primordial en la investigación de partida de los objetivos sostenibles (Alcázar y Alonso, 2019). La empresa actúa sobre los tres ámbitos y tiene una responsabilidad en los tres.

La investigación sobre la comunicación de empresa a nivel externo e interno, en cuanto a los efectos en las relaciones humanas que iniciaron a estudiarse entre 1927 y 1932 en Hawthorne por Mayo, en 1949, en *Hawthorne and the Western Electric Company, The Social Problems of an Industrial Civilisation*, y específicamente en el ámbito de la sostenibilidad empresarial interna y externa, tiene también un efecto múltiple y recíproco: por un lado, debe ser capaz de estudiar lo que la empresa necesita comunicar, quiere comunicar y comunica, pero también averiguar si esta comunicación es un reflejo de lo que la empresa realmente es (Musicco, 2022).

La propia investigación y la posterior transferencia del conocimiento debe funcionar como una forma positiva de control-análisis y constatación, sobre la actuación de la empresa en el ámbito de la sostenibilidad y en la salvaguardia última de la vida humana. Si en las conclusiones del estudio de Elton Mayo en la compañía Western Electric Company y, a pesar de las posteriores críticas de Levitt y List, se previno que era indisoluble la función económica empresarial de la función social y relacional de las personas que en ella trabajan, es consecuente apuntar que la centralidad de la vida humana es evidente en la investigación en el ámbito empresarial y, especialmente, en el de la sostenibilidad.

La comunicación y la investigación sobre esta son el vehículo transmisor imprescindible para lograr la reciproca puesta en marcha operativa en la que

2 Si cabe la pregunta sobre si existe una sostenibilidad no centrada en la persona, la respuesta afirmativa nos conduce a poner algún ejemplo para corroborar y compartir dicha aseveración: el caso de Madrid Central dentro del Plan de Calidad del Aire y Cambio Climático. En el año 2018 se aprueba por primera vez la implantación del Madrid Central (2018), es una gran área de 480 hectáreas en la que el tráfico estará restringido y se favorecerá al peatón, la bicicleta, el transporte público y los vehículos cero emisiones y eco. Posteriormente, anulado en el Tribunal Supremo, para volver a ser implantado con modificaciones poco después en Madrid 360 (2022). Los distintivos en función del impacto ambiental son la propuesta disuasoria; además, unas cámaras vigilan la entrada de vehículos para sancionar aquellos no autorizados. Si hasta aquí se podría hablar de una actuación por el bien común de las personas, hay un punto en el que se olvidan aquellas personas que más podrían necesitar no ser olvidadas: aquellas que no disponen de recursos suficientes para adquirir un vehículo con las características cero o eco, aquellas que por sus condiciones laborales, físicas (sin minusvalía acreditada, por edad o ciertas dificultades motoras sin gravedad para ser reconocidas públicamente) u otra índole, aquellas que no pueden hacer uso del transporte público o de la movilidad sharing o micromovilidad. Otro caso implementado en España y en otros países (Scordo, 2018) en el sector financiero es la digitalización bancaria con el propósito de lograr una mayor rapidez y eficiencia de los servicios financieros; la digitalización de la banca española ha ido desbancando los sistemas tradicionales para, indirectamente, favorecer el acceso online (Aguirre, 2021) y la supresión de desplazamientos a oficinas que finalmente podrían redundar en mayores gastos energéticos, consumo de combustible, contaminación. Sin embargo, han olvidado las personas de mayor vulnerabilidad, entre ellos, las personas mayores. Este otro caso ha obligado, tras numerosas protestas, al compromiso por parte de las asociaciones del sector bancario a garantizar la atención presencial de estos colectivos. Implantar ciertas medidas sostenibles sin apoyar a los más necesitados podría, a largo plazo, significar un retroceso en la salvaguardia de la vida humana.

empresa, sociedad y universidad pueden y deben colaborar para encaminarse hacia lo sostenible centrado en el ser humano.

En el caso de la Investigación en el campo de la comunicación de empresa, los números, al igual que otras variables aisladas, estudiadas por Kimball, en 1946, pueden no solo trastocar la realidad, sino ser un pésimo influjo sobre el futuro de las compañías, ya que pueden pervertir su sentido y su rol de agentes positivos de transformación social y de actuación operativa hacia lo sostenible centrado en la persona. Se necesita de diferentes disciplinas para poder abordar la investigación en todo lo relacionado con la empresa, la comunicación y su gestión, como indica ya Malaver, en 1999, *La investigación en gestión empresarial*.

EL CONTEXTO DE LAS METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN EL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

Al igual que la empresa tiene dificultades en comunicar su compromiso o sus pasos hacia una mayor actuación hacia lo sostenible (Abdelal y DeLong, 2022), la propia investigación, y aquella sobre comunicación y sobre comunicación de empresa en particular, adolece de algunos de estos males.

Además, la supremacía de las investigaciones cuantitativas con aplicaciones de criterios de búsqueda de cantidad de datos, con el uso de nuevas tecnologías y herramientas digitales (Carradini, 2020), para concluir finalmente con evidencias que a veces solo en los propios datos encuentran su sentido y se basan en suposiciones, está alejando a muchos investigadores a ejercitarse la lógica del pensamiento humano cuyo aprendizaje directo, vivencial y emocional puede dar tanta luz, o más, y revertir positivamente y con fertilidad la investigación, primero, y en las estrategias de empresa relacionadas con la sostenibilidad (García-Sánchez et al., 2020) centrada en las personas y en la sociedad, después.

El riesgo de aplicar las investigaciones con metodologías de tipo únicamente cuantitativo, especializadas y fragmentarias para atender las necesidades sociales se puede demostrar altamente en contra del beneficio de la dimensión humana más compleja y, en última instancia, por tanto, de la sociedad (Abdelal y DeLong, 2022).

Encuadrando el campo específico de la investigación en comunicación de empresa con sus diferentes teorías (Mayfield, Mayfield y Walker, 2020), en relación con los intangibles en el contexto de la sostenibilidad

(Canel, 2019) centrada en la persona, la necesidad de complementar los estudios puramente cuantitativos con estudios cualitativos es imprescindible para dar, posteriormente, un impulso a la organización de los intangibles (Benavides, 2022).

En un panorama empresarial muy cambiado y acelerado por la pandemia, en el que la comunicación de empresa se ha visto afectada en su gestión de activos intangibles, como la reputación (Xifra, 2020), activos que siempre prometen el sentido de la sostenibilidad interna y externa, las metodologías de investigación deben ser capaces de estudiar, de forma interdisciplinar, realidades cada vez más complejas, tanto en su contexto propio como en su traslación en entornos internacionales y globales (Abdelal y DeLong, 2022). Para poder dar suficiente luz sobre el sentido de la comunicación corporativa y sobre el verdadero aporte social de las empresas que en este momento ya no puede ser medido solo en resultados cuantificables (Abdelal y DeLong, 2022), ni como empresas individuales, el análisis de estudio, y por tanto las metodologías, deben ser capaces de comprender el *network* en el que se incluye la empresa y su conjunto de capacidades y de relaciones con otras empresas, organizaciones y sus públicos (Cuomo, Tortora, Metallo, 2013).

Comenzó con el positivismo el convencimiento de que el trabajo científico se basaba fundamentalmente en la necesidad de convertir en números cualquier ciencia, en cuantificar todo, como indicaba Russel. Los siglos siguientes no han hecho más que exacerbar esa tendencia que, con el siglo XX, se ha manifestado en todo su delirio contable y necesidad de comprender de una forma exacta la realidad, como advierte Hawking, en 1990, en *A Brief History of Time: From the Big Bang to Black Holes*. La era de internet, y especialmente del *big data*, no ha hecho más que aumentar la tendencia hacia la investigación basada en datos, (Arcila et al., 2016) y traducible en números y en porcentajes. Se llega a la conclusión intrínseca de que la cuantificación es la única y verdadera forma de llegar a estudiar cualquier realidad, olvidando incluso los problemas éticos que esto supone en cuanto a la obtención de datos (Aragona, 2022), que interferiría ya en sí mismo en las propias bases de una sociedad sostenible.

Los principales métodos empleados son los cuantitativos, con el manejo de datos y estadísticas (Ortega et al. 2021). En 1901, desde la creación de revistas de investigación especializadas en análisis estadísticos de Pearson (1923) en *Tables for statisticians and biometricalians*, atendiendo cada vez más la comunicación social, fue la principal vía utilizada para la comunicación corporativa. Por tanto, abundan los estudios monitorizados de los canales sociales más fuertemente empleados: Facebook,

Instagram, LinkedIn, Twitter y YouTube, las redes más usadas por las empresas (Hootsuite, 2020; Ortega et al., 2021). La metodología empleada se fundamenta en la búsqueda de datos dentro de los canales de páginas, hashtag (Ortega et al., 2021), componentes y elementos que permiten aproximarse al estudio de la comunicación corporativa (Apolo et al., 2017), partiendo de una lectura directa para identificar los temas de interés. Sobre los datos conseguidos, y tras un trabajo de campo con muestra conseguida sobre las investigaciones en comunicación de empresa, se ha realizado mayoritariamente un análisis cuantitativo y cada vez más dentro del *big data* en sus diversas modalidades (Ortega et al., 2021). Pasaremos a describir los principales parámetros empleados para recabar datos.

ANÁLISIS CUANTITATIVO: LOS PARÁMETROS MÁS EMPLEADOS PARA RECABAR DATOS EN LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

A través de investigaciones realizadas en estos años sobre metodologías aplicadas a la comunicación de empresa y a las ciencias sociales en general, en experiencias investigadoras como el MapCom³ o como la aparecida en el monográfico de metodologías avanzadas de investigación en comunicación y ciencias sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, *big data*, *web data*, etc. (Ortega et al., 2021), se verifican algunos de los elementos más utilizados para el análisis de datos en relación con el tema de estudio:

- Número de fans y follower de una página. El número de fans y follower es el primero que ayuda a comprender el estado de la comunicación corporativa de una empresa en una página o en una red social, pero también es el primer dato que debe ser contrastado a través de metodologías no cuantitativas.
- Número de post en una página o canal. Este dato acerca del número de post es un buen indicador para comprender la estrategia de comunicación adoptada por la empresa, además de medir el estado de actividad de una página determinada. También se recaban datos como cuáles son los posts que reciben más tráfico y, por tanto, más atención por los usuarios. Aunque debe ser contrastado.
- Número de reacciones en social media y social network. Desde la implementación de los social media y de los social network a través de los pulsadores reaction, Like,

Love, Haha, Wow, Sad, Angry en Facebook y Like, Celebrate, Love, Insightful y Curious en LinkedIn. Por un lado, han facilitado el recuento, pero, por otro, facilitan un posible error.

- Número de comentarios. Este dato marca la participación de la *community*, pero para poder valorar el impacto adecuadamente debe ser también analizada de forma cualitativa.
- Número de compartidos. También este dato podría ser significativo en el índice de popularidad, cuántos más compartidos, más popularidad, pero ahí también habría que medir cuántos de estos son compartidos por una adhesión positiva al contenido compartido y de forma espontánea.

CRÍTICA A LOS DATOS Y AL ANÁLISIS PURAMENTE CUANTITATIVO EN LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

Las metodologías basadas solo en los números pueden traer, como decíamos, numerosos errores, cuando es necesario justificar los bajos niveles de objetividad, validez incierta de procedimientos o dudosa confiabilidad de las mediciones o de los datos iniciales (Donolo, 2009), y teniendo en cuenta que dichos datos pueden incluso pervertir el significado o el valor de estos en el contexto de la entera investigación en comunicación corporativa. A continuación, presentamos unos ejemplos para dar una mayor explicación:

- El número de fans y followers puede ser un dato no válido para concluir el estado de salud de la comunicación corporativa de una empresa ya que es fácilmente manipulable, o podrían ser recogidas en bases de datos fraudulentas (Puentes-Cala, 2019), teniendo en cuenta la facilidad de crear una campaña para conseguir like o follower. Serían, por tanto, datos construidos por una inducción por parte de la empresa a través de una campaña de comunicación que, una vez más, no reflejaría un interés espontáneo. Si se analizan esos datos, pasada una determinada campaña, el resultado podría diferir sustancialmente.
- El dato del tráfico de un post también debe ser matizado cualitativamente, dado que el tráfico no siempre es sinónimo de aceptar los contenidos y no siempre ocurre de manera espontánea, lo cual, en ese caso, sí demostraría un verdadero interés.

³ Ministerio de Ciencia, Investigación y Universidades (2022). *Mapas de la investigación en comunicación en las universidades españolas*. <https://mapcom.es>

- El número elevado de las reacciones en sí no es un índice o indicio de alta aceptación, ya que se necesita realizar un análisis cualitativo para determinar si la popularidad o la alta difusión de un post corresponde a una aceptación positiva del contenido. Las reacciones, tanto las negativas como las positivas, también deben ser analizadas cualitativamente para determinar si Angry, Haha o un Love son para quien escribe el post, el contenido en sí o para la empresa. Se han dado casos en los que un post recibió muchos Haha, pero eran irónicos; o un post que recibió un alto número de Love, pero eran para el embajador que protagonizó una campaña. Por tanto, debe poderse estudiar en el contexto toda esta serie de variables de emociones y reacciones humanas difíciles de analizar con la simple acción de un pulsador: se necesita un análisis cualitativo manual para comprender el verdadero significado.
- El número de comentarios puede ser determinado y animado por campañas, de tal modo que este dato podría ser falseado. En cualquier caso, el número de comentarios en sí no es indicador de adhesión a los contenidos de la empresa. Solo el análisis cualitativo puede valorar el impacto.
- El número de los compartidos solo podrá ser válido si se puede corroborar el perfil de los usuarios que realizan dicha acción y si son estos unos perfiles auténticos y acordes con el mensaje.

Las campañas de compra de fan o de follower, que se convierten en un capital social para las empresas a través de los influencers (Leite y Baptista, 2021), pueden determinar no solo la presencia del número de estos, sino también las reacciones o los compartidos. Solo a través de un estudio cualitativo de los perfiles de los usuarios se puede verificar si se trata de unos perfiles *fakes*, de personas que han sido pagadas o de verdaderos seguidores. Los usuarios falsos o pagados pueden ser reales, pero completamente inútiles en el recuento verdadero de los datos en relación con la comunicación corporativa. Por tanto, una verificación cualitativa puede descubrir perfiles inactivos y solo activos con algunos *brand*, y vacíos por el resto, o de personas reales que no tienen ninguna relación con la marca, con los productos y con sus mensajes. Se descubren también perfiles reales que, en páginas de empresa, interactúan, se etiquetan en los comentarios y, de forma artificial, constantemente de forma sistemática, se etiquetan los unos a los otros. Todos

estos fallos de los datos y del análisis cuantitativo que se puede hacer de ellos conllevan un erróneo proceso de comprensión y valoración de la comunicación corporativa.

La metodología puramente cuantitativa puede sesgar no solo los resultados, sino el sentido último de la propia comunicación. Si la comunicación corporativa pretende dar a conocer los datos de la empresa, los resultados, las acciones que se llevan a cabo, los valores y los acuerdos para incrementar el conocimiento de estos, deben ofrecer transparencia, aumentar la notoriedad y mejorar la reputación. La intervención deshonesta – realizada por los propios departamentos de las empresas dedicados a la comunicación en medios y por los estudios de investigación que no tienen en cuenta todos estos factores, pero pretenden realizar *papers* sustentados en sus contenidos e hipótesis solo basados en la cualificación numérica– obtendrá una comunicación corporativa y una investigación sobre el tema totalmente alejada de la realidad y de la verdad.

ANÁLISIS CUALITATIVO EN LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

La investigación de la comunicación corporativa necesita de metodologías cualitativas (Strauss, 1987) capaces de superar todos los defectos del estudio cuantitativo y conducir hacia la triangulación (Ruiz, 2021). La metodología cualitativa también puede recabar datos objetivos y, a través de estos, se pueden complementar aquellos datos cuantitativos verificados y validados, para así obtener un marco realista y completo para valorar de forma correcta el impacto y la calidad de la comunicación de empresa (Taylor y Bogdan, 1987).

A pesar de que existen numerosos instrumentos digitales para recoger datos de los social network de forma automática, teniendo en cuenta la gran cantidad que se generan y la dificultad de estudiarlos (Puyol, 2015) de forma orgánica y darles la utilidad buscada, es necesario y más fiable el uso del análisis manual para impedir los fallos antes analizados y así, por ejemplo, trabajar solo a partir de datos genuinos, que provienen de perfiles reales y espontáneos, para comprender (Bustamante y Guillén, 2017), por ejemplo, el verdadero significado de las *reactions*.

La metodología cualitativa permite, además de escuchar la voz de la empresa, los argumentos de conversaciones más presentes y relevantes, así como el tono utilizado. Estudiar de forma cualitativa la

comunicación de empresa, por ejemplo, a través de la observación de los compartidos verdaderos y espontáneos, permite analizar el interés de los usuarios, los comentarios, el engagement que producen y la reaction personal en cuanto a interacción también espontánea y verdadera con los contenidos. Evidentemente el apoyo en datos y en metodologías cuantitativas enriquece las cualitativas, por esto las ciencias sociales comenzaron a usar los métodos cuantitativos, buscando un mayor rigor en las ciencias matemáticas para conseguir resultados que fueran irrefutables también en las ciencias sociales (Creswell et al., 2003; Creswell, 2005). Evitar el caer en las especulaciones, reflexiones o comentarios, sin que estos sean corroborados, indujo las ciencias sociales a la investigación a través de métodos cuantitativos. De ahí nació la exigencia también en la investigación de la comunicación de empresa de utilizar y aprovechar instrumentos que superaran la subjetividad, la interpretación y que pudieran formar un cuerpo científico estructurado sobre el cual poder apoyarse en estudios sucesivos.

Con el desarrollo de las tecnologías y la sociedad digital, los datos pasan a ser un referente inexcusable para el conocimiento y la comprensión también de las organizaciones, sus entornos, su comunicación, llegando al extremo de cambiar la verdad de un acontecimiento (Benavides, 2022). Recientemente, con la situación de emergencia social por la pandemia de COVID-19, ha habido un cambio de prioridades comunicativas en la empresa (Xifra, 2020) y se ha asistido a una especie de clamor social en el que se ha pensado que los datos de la investigación científica deben difundirse y ponerse a disposición de toda la comunidad científica, arriesgando el rigor necesario de la propia investigación, sea cualitativa o cuantitativa, abriéndose la posibilidad de acceder a determinadas plataformas en las que anticipa la publicación de datos antes del proceso de *peer review*. Esto, sin embargo, conlleva un riesgo no solo en la calidad de las investigaciones, sino también en la verificación de los datos, poniéndose en jaque la confianza de búsqueda de la verdad y objetividad que supuestamente podían otorgar los números.

LOS LÍMITES DEL ANÁLISIS CUALITATIVO EN LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA EN EL ÁREA DE LA SOSTENIBILIDAD

Volviendo a la investigación en el área de la comunicación de empresa, y de especial modo de la sostenibilidad, el enfoque cualitativo, al igual que el

cuantitativo, por sí solo, ha mostrado su infecundidad a largo plazo (Navarrete, 2011).

La información cualitativa producida/recolectada (por medio de entrevistas, historias de vida, grupos de discusión, observación, etc.), aparece en la forma de grabaciones, videos, notas de campo para ser objeto de procesamiento tienen que ser transcritos en un documento o conjunto de documentos que se pueden denominar texto de campo. Es un texto bruto tal como ha sido producido en el trabajo de campo, confuso, abigarrado, desordenado, lleno de repeticiones, ambigüedades y enigmas (Ruiz, 1999).

A medio y corto plazo sí se pueden obtener buenos resultados, a través de simplificación de los datos cualitativos obtenidos y la ordenación de estos. Los datos conseguidos a través de encuestas o cuestionarios estandarizados de respuestas cerradas se pueden categorizar, clasificar y medir en escalas numéricas. Este tipo de datos recabados, aplicando los enfoques cuantitativos al estudio de la comunicación de empresa, arrojan unos resultados que pueden ser representados en gráficos y tablas; permiten elaborar estadísticas utilizando parámetros bien definidos, pero reconvirtiéndose de nuevo, por tanto, en información numérica en la que, por ejemplo, el descarte minoritario podría ser un atropello de la propia idea de sostenibilidad.

La investigación de enfoque cuantitativo permite conseguir enormes cantidades de datos y corroborar o refutar determinadas hipótesis, acogiendo una función puramente servil (Benavides, 2022), pero, como ya hemos visto, esta capacidad de confirmar una hipótesis a través de los datos conseguidos podría representar precisamente el límite de este tipo de investigación que se limitaría, valga la redundancia, a corroborar simplemente aquello que de forma intuitiva se conoce. Sin quitarle valor a este trabajo de comprobación, para generar conocimiento nuevo en ciencias sociales hay que partir en busca de lo desconocido de aquello que difícilmente puede ser medido, de aquellos matices que constituyen la complejidad y variabilidad humana que influye en sus acciones.

Sin embargo, también el enfoque puramente cualitativo presenta sus limitaciones a pesar de haber sido aplicado con éxito en diferentes disciplinas relacionadas con la investigación en la comunicación de empresa, como la sociología o el marketing (Daymon y Holloway 2010), sin la comprobación de datos que de algún modo corroboren las suposiciones (Coffey y Atkinson, 2003) o la lógica del pensamiento. Podrían encontrarse respuestas inadecuadas

Tabla 1. Diferencias sustanciales entre los métodos cuantitativos y cualitativos en las redes

Investigación cualitativa	Investigación cuantitativa
Basado en la fenomenología y en la comprensión de los hechos sociales	Basado en las ciencias naturales y en la inducción probabilística referida a la estadística
Observación sin control	Medición y control
Tiene en cuenta el aspecto subjetivo de los fenómenos	Tiene en cuenta solamente los aspectos que pueden ser medibles, observables y cuantificables
Se enfoca en el proceso	Se enfoca a los resultados
No generaliza	Realiza generalizaciones
Mirada global	Mirada particular

Fuente: Chaves-Montero (2018).

al fin último de la transferencia, posterior a los resultados de la investigación, y en especial modo en el caso del área de la comunicación de empresa en el campo de la sostenibilidad, que necesita de un enfoque holístico necesariamente (Sieber, 1973).

Siguiendo el esquema propuesto por Chaves para visualizar las aportaciones de ambas metodologías (Chaves, 2018), se podría corroborar cómo cada una puede ser útil a la investigación de empresa en su comunicación y, especialmente, en el ámbito de los intangibles relacionados con la sostenibilidad.

Si nos adentramos en el estudio de la comunicación de empresa, en la investigación de cómo resuelven las organizaciones la comunicación de los intangibles en el contexto de la sostenibilidad centrada en el ser humano, podemos verificar que el uso de metodologías cerradas, solo cuantitativas o solo cualitativas, impiden la comprensión de la realidad relacionada con la complejidad de lo sostenible, entendido no solo en su idea medioambiental, sino también social y humana en la que la empresa. Como ya se ha visto, tiene un desempeño indispensable en todas sus vertientes (Musicco, 2022).

ANÁLISIS DE ENFOQUE MIXTO EN LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

Para superar las limitaciones de ambos enfoques por separado, se ha puesto en marcha, en el estudio de la comunicación corporativa, el uso del llamado *enfoque mixto*, que utiliza el enfoque cuantitativo y cualitativo poniéndolos en relación. La integración sistemática de ambos procedimientos en ciencias sociales, dentro de un mismo estudio, favorece una visión más completa del fenómeno (Chaves, 2018), «permite comparar frecuencias, factores y resultados, desde la triangulación con una

mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de compresión». En estos últimos años, este enfoque mixto se emplea de forma cada vez más abundante en el estudio de fenómenos propios de las ciencias sociales. Para su aplicación, este modelo puede seguir los ocho pasos propuestos por Johnson Onwuegbuzie: 1) determinar la pregunta de investigación. 2) Determinar el diseño mixto apropiado. 3) Seleccionar el modelo mixto de diseño de la investigación. 4) Recoger la información o datos de entrada. 5) Analizar los datos. 6) Interpretar los datos. 7) Legitimizar la información de entrada. 8) Sacar conclusiones y redactar el informe final (Johnson y Onwuegbuzie, 2004). La justificación del uso del enfoque mixto es dado por el hecho de que permite la triangulación, es decir, la corroboración y convergencia de los resultados de los métodos usados, cuantitativo y cualitativo. A su vez, porque son complementarios y el uso de ambos enfoque puede llevar al descubrimiento de contradicciones que posibilita el reelaborar las preguntas de investigación. Finalmente, el uso de ambos enfoques ayuda al mayor desarrollo y profundización de las explicaciones científicas, aumentando el alcance y la expansión de la búsqueda (Chaves, 2018).

El enfoque mixto aplicado a la investigación de empresa, especialmente en el área de la sostenibilidad, ayuda a superar los primeros límites de los análisis cuantitativos y cualitativos a través de los análisis mixtos. Quedarían por resolver las cuestiones últimas de la investigación, el sentido final de cualquier estudio, el para qué investigar un determinado aspecto, en este caso, de la comunicación de empresa, que necesita de un enfoque mixto (Sampieri y Mendoza, 2018) con la triangulación (Jick, 1979) de diferentes fuentes para el enfoque cualitativo, conjuntamente al cuantitativo. La respuesta no puede ser «para recabar datos», y para qué se recabarían, para simplemente incrementar el número

de investigaciones, para incrementar el número de datos de cualquier artículo, para incrementar el número de citas... Los números y los datos en sí no pueden ser ni el fin último ni el sentido de una investigación, sin embargo, en muchos paper dedicados a la comunicación corporativa, ese sentido profundo de la investigación se perdió (Benavides, 2022) en pro de la simple recolección de datos. Es como si se publicaran los artículos y se esperara que algún día una mano los recogiera todos como piezas inconexas de un rompecabezas para, por fin, darles una utilidad verdadera. Pero esa mano no llega y ahí sigue aumentando la producción científica inconexa y carente de un sentido profundo.

LA PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA 360° EN EL ANÁLISIS DE ENFOQUE MIXTO E INTERDISCIPLINAR

La reciente aparición de laboratorios de investigación en este campo que emplean una metodología mixta aún más compleja, llamada 360° (Hub, 2021), capaz de superar las áreas estancas, generadas tanto por enfoques cuantitativos como cualitativos, tiene en cuenta diferentes perspectivas y puntos de vista sobre el objeto de estudio y se sirve de nuevas herramientas para el análisis. Son de gran utilidad para la comprensión dentro del campo de la investigación de la comunicación de empresa, especialmente, en el área de la sostenibilidad.

Cruzar la información que se puede obtener de las diferentes metodologías y de diferentes perspectivas, técnicas, teorías e informantes, usando herramientas de las innovadoras tecnologías de recopilación de datos, predicción e IA, y también herramientas propias del estudio de disciplinas clásicas como la filosofía (Pacheco, 2021), contribuye a entender y ubicar los fenómenos particulares propios, en este caso de la investigación de la comunicación de empresa, en temas de sostenibilidad y de su interés indagatorio, como producto de relaciones con el resto de los fenómenos constituyentes de la realidad en la que se manifiesta, se desarrolla, interfiere y construye, entendida como un todo (Hawking, 2002). Es el trabajo que se está realizando en el Corporate Communication Hub (2021). Otro ejemplo podría ser el caso del grupo de Investigación GeoClimAlp (2019) sobre glaciares y clima; están utilizando cámaras que, de forma continuada, retransmiten en directo y con un sistema reticular de imagen que permite recoger datos sobre los cambios. El material gráfico que los propios investigadores utilizan para poder sacar sus conclusiones es compartido con usuarios que pueden interactuar a través de textos superpuestos, hotspots, links y vídeos, favoreciendo así, de forma instantánea, la divulgación científica.

Sería, por tanto, útil emplear metodologías de investigación capaces de explorar grupos de empresas y grupos de interés, realizando siempre una investigación cada vez más afín a la propia comunicación 360° multimedia (Sidorenko et al., 2020) en la que el análisis cuantitativo es complementado por el análisis cualitativo, interdisciplinar y 360°, con entrevistas, recopilación de datos, estudios directos de las realidades y medios múltiples que implican la comunicación de empresa, especialmente la dedicada a la sostenibilidad centrada en la persona.

La metodología 360° también incluiría el abordar cualquier aspecto de la búsqueda científica para producir nuevo conocimiento y nuevas profundizaciones, desde el punto de vista de la filosofía de la ciencia. Sin olvidar que ha sido la filosofía la primera ciencia y que, aún hoy, en muchos países anglosajones el PhD se refiere precisamente a la filosofía. El descubrimiento de la realidad y la filosofía de la ciencia se encuentra hoy ante un nuevo rol, el de proponer hipótesis teóricas nuevas en sentido absoluto y que puedan ser fuente de inspiración de nuevas vías para la investigación misma. Stephen Hawking pedía a los filósofos que definieran el cosmos en su totalidad y él mismo escribió uno de sus ensayos con el título de «La teoría del todo» (2002). El presente y el futuro están compuestos por físicos filósofos, lógicos matemáticos y filósofos biólogos. En realidad, sin embargo, los primeros filósofos griegos ya eran físicos y estudiosos de la naturaleza y los fenómenos naturales: pensemos en los filósofos presocráticos de la naturaleza, Anaximandro, Anaxímenes y Heráclito. Se trataría de crear equipos de investigación interdisciplinares para poder abordar el objeto de estudio desde los diferentes ángulos, usando las diferentes metodologías y llegando después a un análisis conjunto del tema. El abordaje parcializado y desde la óptica de un solo saber puede no solo reducir la comprensión, sino realmente trastocar el contenido. Es, por tanto, evidente que solo las metodologías mixtas, y aún más aquellas capaces de una metodología 360°, pueden aportar una aproximación más fidedigna al objeto de estudio.

UN EJEMPLO DE USO CONCRETO DE LA METODOLOGÍA INTERDISCIPLINAR 360° CON ENFOQUE MIXTO, APLICADO A LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA

Para encontrar una prueba fehaciente del estudio metodológico de la comunicación empresa, se ha considerado el ejemplo concreto de la empresa Uber. Analizando algunas de las principales investigaciones sobre la comunicación corporativa de Uber, se observa

que se apoyan tanto en enfoques cuantitativos como cualitativos, ambos aportan datos e información relevantes sobre el objeto de estudio. Algunas de estas son sobre el modelo de negocio como ejemplo de cambio y nuevas técnicas de captación de clientes a través de nuevas tecnologías y aplicaciones que actúan sobre el comercio online (Martín-Payo, 2015), otras sobre el modelo de gestión desde el punto de vista de la sociología del trabajo (Hernández y Galindo, 2016). Otras investigaciones se mueven en el ámbito del uso de los datos, a veces fraudulento, por parte de Uber, desde las ciencias físicas y matemáticas se abordan cuestiones relacionadas con el monopolio de datos de Uber (Pérez, 2017).

La manera en que las nuevas tecnologías de la información y comunicación en empresas como Uber son un factor de competitividad es estudiado también desde el punto de vista de la empresa y las nuevas tecnologías (Bernal-Jiménez y Rodríguez-Ibarra, 2019). Desde el punto de vista del derecho hay también estudios que se ocupan de Uber y su marco legal (Gorriz, 2017); hay estudios sobre la responsabilidad social corporativa en Uber y el derecho (Malos, Lester y Virick, 2018). Diversos artículos se centran sobre la economía colaborativa y cómo Uber es un ejemplo dentro del *global production network* (GPN) (Grabher y van Tuijl, 2020); otros más sobre *mobile computing*, las nuevas formas organizativas digitales y el ejemplo de Uber (Jordan, 2017).

A su vez, diversos estudios se centran en la percepción de los usuarios a través de las redes sociales corporativas como, el uso de un *computational model* para explicar la percepción en los social media, de los usuarios de Uber (Pournarakis et al., 2017). En este trabajo se describe y pone en práctica el diseño de un nuevo modelo de análisis de datos, que consiste en un algoritmo para mejorar la agrupación de tweets en grupos semánticamente

coherentes, que actúan como un requisito previo esencial cuando se buscan temas y sentimientos predominantes en grandes grupos de datos; otro ejemplo es un estudio sobre el análisis del *engagement* de los clientes de Uber a través de Twitter Analytics (Bijarnia et al., 2020).

Finalmente, vamos a analizar una investigación que pone de relieve la necesidad de la metodología mixta 360º tratada. Tras un estudio sobre los diferentes modelos de análisis empleados en las investigaciones existentes para la medición de la comunicación corporativa de la empresa Uber, se reconoce la necesidad del uso de una nueva metodología capaz de superar las limitaciones, los aspectos contradictorios y la parcialidad de las habitualmente empleadas (Nappi, 2019). Los instrumentos como el *reputation quotient* (RQ) (Fombrun et al., 2000), para estudiar el coeficiente de reputación u otros empleados, normalmente, no recogen en realidad numerosos aspectos como:

- el uso de las contribuciones realizadas por parte de los stakeholders,
- la inserción dentro de los indicadores de medición de elementos estratégico-empresarial que, sin embargo, tienen un impacto evidente sobre la reputación,
- la carencia de flexibilidad de algunos modelos que impiden la matización de profundización.

Se trataría, por tanto, de validar nuevos modelos de análisis dentro de una metodología mixta 360º que pudiera incluir elementos y aspectos de estudio habitualmente excluidos, como los stakeholders, tanto externos (clientes, distribuidores, proveedores, medios...) como internos (empleados, managers, accionistas, consejeros...). Se conseguiría con este modelo *multistakeholder* una

Tabla 2. Peso de cada pilar de la comunicación corporativa según cada stakeholder

Pilar	Management	Employee	Supplier	Customer
Emotional/appeal	10 %	10 %	5 %	30 %
Vision y leadership	20 %	20 %	20 %	10 %
Economic performance	25 %	20 %	40 %	5 %
Product y service	20 %	15 %	15 %	35 %
Work place	15 %	30 %	19 %	5 %
Social responsibility	10 %	5 %	10 %	15 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: elaboración propia a partir de Nappi (2019).

perspectiva más rica y profunda de la comunicación corporativa en general y de aspectos como la reputación o la responsabilidad social corporativa o el engagement, muchos más acorde a la realidad compleja y variada de las empresas.

De este modo, el peso de cualquier elemento de análisis de la comunicación corporativa, como el *emotional/appeal*, habría que calcularlo a partir de estas medias que cambiarían el *RQ* que, si solo se atiende los *customers*, está en un porcentaje de peso del 30 %. Sin embargo, si se atiende al análisis propuesto *stakeholder*, habría que sumar los diferentes porcentajes, 55 % en este caso, y dividirlos entre 5, de tal modo, el resultado sería del peso del elemento estudiado *emotional/appel* del 13,75 % (14 % redondeado) respecto a los otros pilares. Con esta óptica 360°, el análisis cuantitativo de porcentajes cambia sustancialmente respecto a aquellos que solamente estudian uno solo de estos elementos del impacto de cualquier componente de la comunicación corporativa. Si cada vez en más estudios se entiende que, además, la idea de que realmente el *customer* en cuanto a público al que se dirige la comunicación corporativa son todos los *stakeholders*, tanto externos como internos, esto redunda aún más en la necesidad de este tipo de acercamientos de estudio metodológico.

El hecho de que el porcentaje de cualquier elemento estudiado, solo bajo la óptica del *customer* o del resto de *stakeholders*, cambie tanto es muy significativo y de este modo se puede enfrentar un verdadero estudio de la comunicación corporativa.

Un elemento que no suele aparecer son los propios medios, ya que, independientemente de lo que se pueda analizar en unos u otros con respecto a la exposición

en estos de la comunicación corporativa, deben ser considerados también como *stakeholders*. Los medios, al igual que los partidos políticos, están hechos no solo de contenidos, audiencias e ideologías, sino antes de nada de personas cuyas opiniones pueden y deben ser consideradas. Son muchas las variables que hay que incorporar en cualquier investigación para no obtener finalmente resultados parciales o, peor aún, incorrectos, numéricos eso sí, pero incorrectos. Ejemplo de algunas de estas son:

- Estructura de propiedad (familia fuerte o débil, generalizada, gerencial) relaciones y personalidades.
- Mal funcionamiento o posibles situaciones de crisis experimentadas por las partes interesadas; reacción de la gerencia a tales eventos.
- El boca a boca, o la voluntad de recomendar el uso del servicio a otros usuarios.
- Comparación entre expectativas y percepciones reales de las partes interesadas.
- Carácter y comportamiento del gerente; carácter y comportamiento de los empleados.

Las otras metodologías alejadas de las mixtas 360° no pueden llegar a una comprensión de la realidad compleja que produce y sustenta a aquellos datos, sin tomar en consideración un análisis integrado con todos los conocimiento de los diferentes *stakeholders* o, por ejemplo, de las figuras y personalidades de los CEO, en particular del caso estudiado de Uber, pero de todas las empresas en general, y así poder estudiar que, en parte, la comunicación corporativa se ve muy afectada también por

Tabla 3. Peso de cada pilar de la comunicación corporativa con óptica multistakeholder

Pilar	Weight
Emotional/appeal	14 %
Vision & Leadership	18 %
Economic performance	22 %
Product & service	21 %
Work place	15 %
Social responsibility	10 %
Total	100 %

vivencias, acciones y actitudes humanas ricas y variables que determinan no solo su rumbo, sino también los datos que se arrojan sobre esta.

Es el momento de superar las metodologías estancas y los estudios desmembrados porque es evidente que, en el análisis de cualquier elemento, el poderlo estudiar desde ópticas 360º puede determinar una mayor profundidad y acercamiento al conocimiento. Si una empresa por ejemplo convence en uno de sus elementos de estudio, como en sus políticas de responsabilidad social, a los clientes, pero las políticas internas en cuanto a sueldos, horarios o trato no convence a sus empleados, a sus proveedores, entre otros (porque, no se olvide que responsabilidad social es todo), de nada servirá a una empresa ser *eco friendly* o apoyar acciones sociales como Open Arms o cualquier otra que sea hoy en día considerada políticamente correcta y socialmente valorada, si internamente la dignidad humana es despreciada.

RESULTADOS VISIBLES EN LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA INTERDISCIPLINAR 360º CON ENFOQUE MIXTO EN UN EJEMPLO DE ÉXITO EN LA COMUNICACIÓN DE EMPRESA DEL BANCO SANTANDER EN EL ÁREA DE LA SOSTENIBILIDAD

El uso del enfoque mixto en la investigación de la comunicación de empresa, especialmente en el área de la sostenibilidad, implementado por metodologías interdisciplinarias 360º, son una gran ayuda para comprender realidades complejas que se despliegan cada vez más en varios canales, medios y realidades comunicativas multidisciplinarias y de comunicaciones circulares, cercanas al ya estudiado modelo orquesta de Palo Alto (Bateson et al., 1981), con actores múltiples que mantienen una relación dinámica, tanto en la comunicación externa como interna. Se trata de comprender, estudiar una realidad compleja que solo un investigador o, mejor dicho, un equipo de investigadores multidisciplinarios capaces de analizar de forma inmersiva en 360º pueden laborar una partitura escrita que, sin duda, será muy compleja (Winkin, 1984). El área de la sostenibilidad de la empresa y su comunicación es en sí mismo un reto de complejidad que se escapa a los parámetros de utilidad y de variables empresariales investigadas hasta el momento, el que ya se ha llamado el capital invisible o intangible (Musicco, 2022) y que está abriendo la puerta al capitalismo sin capital (Haskel y Westlake, 2017).

En el supuesto de la comunicación de empresa en el área de la sostenibilidad, la metodología interdisciplinaria 360º de enfoque mixto, implicaría la participación de

los departamentos de comunicación de las empresas, pero también de los empleados, de los clientes, los stakeholders... Por parte de los investigadores, conllevaría el estudio en profundidad de todos estos actores implicados, elementos principales y agentes activos. Sería necesario aplicar una investigación 360º (Hub, 2021) que pudiera dar un abordaje profundo de los elementos que actúan sobre los propios datos recabados, tanto de forma cuantitativa como cualitativa, y así poder poner en contexto la realidad de la comunicación de empresa que se desea investigar. Lo que se podría realizar es un uso de metodologías mixtas de trabajos interdisciplinarios abordando con diferentes perfiles formativos y metodologías.

Este es el caso citado del Corporate Communication Hub, un observatorio dedicado a la comunicación corporativa, perteneciente al Centro de Investigación IULM CECOMS, para realizar y difundir investigaciones científicas sobre la materia. Un comité científico mixto de profesores de universidades internacionales y de dirigentes de empresas favorecen un alcance sinérgico entre lo académico y lo empresarial. Para esto se utilizan herramientas y metodologías mixtas cuantitativas y cualitativas, para dar apoyo al nuevo panorama en crisis y en cambio pospandemia (Romenti, 2021).

Un ejemplo de la superación del uso de la metodología cuantitativa y su análisis y difusión consiguiente en la comunicación de empresa sería lo que ocurrió en España en el año 2019 en el Banco Santander, citado anteriormente. Se veía ante la incapacidad de transmitir, convencer y comunicar los números de implicación del banco en los problemas medioambientales, la responsabilidad social y la sostenibilidad. Esto había sido durante años una tarea compleja, no se conseguía llegar al gran público y la comunicación de empresa en términos de sostenibilidad y de responsabilidad social no llegaba a ser eficaz (Cendoya, 2020). Fue a partir de la decisión del director de Comunicación del banco de comunicar, a través de medios ATL, concretamente en un programa de gran audiencia, fuera de los caminos habituales de canales especializados en banca, economía o empresa, cuando comenzó a realizarse un cambio. La decisión de comunicar a través de la presencia de Ana Botín en un programa televisivo de audiencia, de contenidos de entrevistas y aventura: Planeta Calleja (Ruiz, 2021), emitido el 9 de enero del 2020, en el que la presidenta de Banco Santander participó en un viaje a Groenlandia para ver de cerca, más allá de los datos, los efectos del calentamiento global y en el que, de forma directa, vivencial y humana, a bordo de una pequeña embarcación, desde la que se podía ver de cerca el efecto del deshielo, pudo mostrar su preocupación y adhesión a la causa. Las facciones más críticas analizaron esta acción comunicativa como pura imagen y fachada, pero la realidad es que su potencial

supuso un cambio en el modo de abordar el análisis de transmitir, a través de situaciones reales que, antes de convertirse en números y acciones de porcentajes pactados en objetivos de desarrollo sostenible, deben tener una vivencia e implicación humana y como tal debe ser transmitida y comunicable con metodologías interdisciplinares 360°. El programa tuvo más de 9 millones de visualizaciones en la red y 2,6 millones en *prime time* con un 19,3 % de *share*, según datos de Mediaset.

Este caso de éxito, tras numerosas investigaciones por parte de los responsables del departamento de comunicación de empresa, concluyó que la forma más apropiada para lograr la trasferencia del conocimiento no es a través de artículos cuantitativos, sino a través de medios interdisciplinares capaces de conectar los números con realidades vivenciales humanas. Es esta dimensión la que finalmente se escapa también a las metodologías puramente numéricas y demuestra como resultado principal de este estudio la necesidad de un acercamiento interdisciplinar al objeto de investigación, en nuestro caso la comunicación de intangibles en el contexto de la sostenibilidad.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Tras los resultados verificados, la conclusión descubierta es la necesidad del uso de lo interdisciplinar en el método de investigación en el campo de la comunicación, en general, y de la comunicación de empresa en particular, con el aporte del estudio de lo intangible para el logro de la contribución de la operativa hacia la sostenibilidad, a pesar de que esto supondrá mayores costes de tiempo, pero teniendo que considerarse que también conllevará mayores beneficios.

Se abre también la impelente necesidad de una nueva discusión. Hay que observar que, en el caso citado en este estudio, finalmente, el éxito de nuevo se transforma en números, con la audiencia, y se debe ver también ahí las limitaciones de estas metodologías mixtas 360° aplicables al estudio, investigación y posterior comunicación de empresa. Por tanto, en el fin último de la investigación, como motor de mejora social, hay

que aceptar que la investigación es insuficiente para dicha transformación y es necesaria una comunicación de empresa que responda a una institución, de por sí ética, capaz de transformar la comunicación en acción, tal y como está intrínseca en la propia etimología de la palabra *comunicación*, ‘común y acción’, que les da el profundo sentido y papel a estos actos. Por tanto, en esos porcentajes de *share* pueden encontrarse nuevos peligros, ya que la avidez por ganar citas en investigación y espectadores o clics en comunicación puede tener nefastas consecuencias, como son el alejamiento de la profundización o de la verdad para ganar audiencia. La comunicación en general y la de empresa en particular, de nuevo sometida al imperativo de los números y de la audiencia, puede ir contra toda ética e incluso crear un daño reputacional difícilmente superable. Considerando la audiencia como número de espectadores, cuantificable, es visiblemente de nuevo la dictadura de los números. El luchar por conseguir numerosas citas, visitas, clics, cambia la percepción de las cosas, lleva a errores, hace perder la visión de lo importante, podría variar incluso el contenido y el interés de ciertas temáticas para investigar respecto a otras. Se podría caer en una forma de *Espiral del silencio* (Noëlle-Neumann, 1977) investigador, en el que la sostenibilidad y su investigación podría ser un nuevo instrumento de poder para tomar decisiones acerca de intereses útiles a ciertos grupos frente a otros, en el que las minorías, los diferentes, los/lo (in)útil, podrían entrar en el descarte de algoritmos investigadores y sociales, desaparecer de la posibilidad de ser estudiados y posteriormente de existir. Por tanto, la propuesta de una metodología de estudio 360° de la comunicación de empresa podría ayudar a una escucha y diálogo de los múltiples agentes implicados en el hecho investigado y comunicativo, permitiría dar voz, atención y estudio a las diferentes realidades tangibles e intangibles que constituyen el verdadero logro de la sostenibilidad centrada en la persona⁴ y su posterior trasferencia y aplicación en la comunicación, la empresa y en la sociedad atendiendo a las variables y complejidad, propias de la metáfora de la orquesta (Winkin, 1984) y de la vida humana en su componente tangible e intangible también. Evidentemente, la propuesta 360° interdisciplinar y de enfoque mixto no está exenta del peligro de caer en la esclavitud numérica. Su aplicación interdisciplinar, multicanal alerta de la necesidad

4 A pesar de que, en el 2015, la ONU con la propuesta de la Agenda 2030 se pretendiera que los países emprendieran un nuevo camino de Objetivos de Desarrollo Sostenible, con los que mejorar la vida de todas las personas, la lectura pormenorizada de dichos objetivos y algunas de las ideas de la ejecución de su cumplimiento, develan cierto utilitarismo y contradicen el que se esté atendiendo la diversidad de la vida humana, su respeto y libertades y las necesidades profundas de cada persona.

de un acercamiento desde diferentes puntos de vista de cualquier fenómeno de estudio no necesariamente cuantificable y traducible en porcentajes, pero sí necesariamente traducible en actitudes investigadoras y comunicativas éticas, en el que el 360° puede funcionar como un acercamiento interdisciplinar recíprocamente de control sobre el estudio de la materia y las conclusiones.

Este es solo el principio en el uso de metodologías de enfoque mixto interdisciplinar 360°. La inversión humana necesaria para crear equipos interdisciplinares, realizar estudios cruzados y triangular datos es grande. La complejidad de analizar aspectos con fuertes variables y elementos intangibles dificultan enormemente el uso de este tipo de metodologías para el estudio de la comunicación de empresa. Pero la investigación es el refinamiento del pensamiento humano cotidiano: *All of science is nothing more than the refinement of everyday thinking*, como evidenció Einstein, en 1936; si no somos capaces de realizar aproximaciones metodológicas 360° más cercanas a la complejidad y variabilidad humana, propia de estudios en el área de la sostenibilidad centrada en el ser humano y de la investigación sobre la comunicación de empresa, correremos el riesgo de seguir aportando una producción científica cargada de números y vaciada de significado y sentido profundo, alejándonos del verdadero conocimiento, incrementando un caudal de mucho números y poca sustancia.

REFERENCIAS

- ABDELAL, R. y Delong, T. J. (2022). On the Origins of Our Discontent. *Harvard Business School Working Paper*, 22-078, 2-8.
- AGUIRRE, L. A. (2021). La digitalización acelerada de la banca motivada por el Covid-19. UPCT
- ALCÁZAR, A. y Alonso, P. (2019). *La contribución de las universidades a la Agenda 2030*. Universidad de Valencia y Generalitat Valenciana. <https://bit.ly/3xQhNez>
- APOLO, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017). Gestión de comunicación corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 521-539.
- ARAGONA, B. (2022). Tipos de big data y análisis sociológico: usos, críticas y problemas éticos. *Empiria: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (53), 15-30.
- ARCILA-CALDERÓN, C., Barbosa-Caro, E. y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2016). Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística. *El Profesional de la Información*, 25(4), 623-631.
- BARAHONA, Á. (2019). Diálogo de la ciencia con la filosofía y la teología para biotecnólogos. *Congreso Razón Abierta Roma* (pp. 95-117). Universidad Francisco de Vitoria. <https://dialnet.unirioja.es/congreso/6708>
- BATESON, G., Schefflen, A., Birdwhistell, R. L., Hall, E. T., Jackson, D. D., Watzlawick, P., Sigman, S. J. y Goffman, E. (1981). *La nueva comunicación*. Kairós.
- BENAVIDES, J. et al. (2022). *Huella digital: ¿servidumbre o servicio?* Editorial Tirant Humanidades.
- BERNAL-JIMÉNEZ, M. C. y Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*, 24(1), 85-96.
- BIJARNIA, S., Khetan, R., Ilavarasan, V. y Kar, A. K. (2020). Analyzing customer engagement using Twitter Analytics: A case of uber car-hailing services. *Digital Transformation for a Sustainable Society in the 21st Century*. En *18th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society* (pp. 404-414). DOI: [10.1007/978-3-030-29374-1_33](https://doi.org/10.1007/978-3-030-29374-1_33)
- BONILLA, E. y Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Editorial Nomos S. A.
- BRUNDTLAND, G. H. (1987). *Nuestro futuro común*. Organización de Naciones Unidas.
- BURNS, R. (2000). *Introduction to research methods*. Sage.
- BUSTAMANTE, N. B. y Guillén, S. T. (2017). Un acercamiento al Big Data y su utilización en comunicación. *Mediaciones Sociales*, 16, 115-134. <http://dx.doi.org/10.5209/MESO.58112>
- CANEL, M. J. (2019). *Los intangibles para implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).
- CARBONELL-ALCOCER, A., Romero, J., Gertrudix-Barrio, M. y Borges-Rey, E. (2022). Educar para un futuro sostenible a través de la Economía Circular: implicación ciudadana y cambio social. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30(73), 21-32.

- CARRADINI, S. (2020). A Comparison of Research Topics Associated with Technical Communication, Business Communication, and Professional Communication, 1963-2017. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 63(2), 118-138.
- CENDOYA, J. M. (2020). Datos y comunicación de empresa. IV Jornada de Comunicación de la UFV. <http://bit.ly/4oRrnQx>
- CHAVES-MONTERO, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en la investigación social. En K. Delgado, S. Gadea, W. Federico, S. Vera-Quiñonez (Coord.). *Rompiendo barreras en la investigación*, (pp. 164-185). Editorial UTMACH.
- COFFEY, A. y Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Editorial Universidad de Antioquia.
- CRESWELL, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson.
- CRESWELL, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Editorial Upper Saddle River, Prentice-Hall.
- CRESWELL, J. W. y Plano Clark, V. L. (2006). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage.
- CRESWELL, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L. y Hanson, W. E. (2003). Advanced Mixed Methods Research Designs. En A. Tashakkori y C. Teddlie (eds.), *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research* (pp. 209-240). Sage.
- CRESWELL, J. W., Plano Clark, V. L., Guttman, M. L. y Hanson, W. (2003). Advanced mixed methods research designs. En A. Tashakkori y C. Teddlie (eds.). *Handbook on mixed methods in the behavioral and social sciences* (pp. 209-240). Sage.
- CUOMO, M. T., Tortora, D. y Metallo, G. (2013). Misurare il contributo della comunicazione alla corporate reputation per la creazione di valore (Measuring the contribution of communication to corporate reputation for creating value). *Sinergie, Rivista di Studi e Ricerche*, 31, 167-189.
- DAYMON, C. y Holloway, I. (2010). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Routledge.
- DONOLO, D. S. (2009). Triangulación: Procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación. *Revista Digital Universitaria*, 10(8), 1-10.
- FOMBRUN, C., Gardberg, N. y Sever, J. (2000). The reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *J Brand Manag*, 7, 241-255. DOI: 10.1057/bm.2000.10
- FRANKLIN, B. (1757). *La maniera di farsi ricco*. Editorial Veneta.
- GARCÍA-MARÍN, D. (2022). Modelos algorítmicos y fact-checking automatizado. *Revisión sistemática de la literatura. Docume de las Ciencias de la Información*, 45(1), 7-16.
- GARCÍA-SÁNCHEZ, I. M., Aibar-Guzman, B., Aibar-Guzman, C. y Rodríguez-Ariza, L. (2020). «Sell» recommendations by analysts in response to business communication strategies concerning the Sustainable Development Goals and the SDG compass. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120-194.
- GARCÍA-SÁNCHEZ, I. M., Aibar-Guzmán, B., Aibar-Guzmán, C. y Rodríguez-Ariza, L. (2020). «Sell» recommendations by analysts in response to business communication strategies concerning the Sustainable Development Goals and the SDG compass. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120-194.
- GEI NICOM. (2016). *La Comunicación de Intangibles COMINT. El capital invisible hacia la sociedad sostenible*. Universidad Francisco de Vitoria.
- GEOCLIMALP. (2019). Un nuovo metodo per divulgare la ricerca. Consiglio Nazionale delle Ricerche. <https://bit.ly/3IY63Cw>
- GORRIZ, C. (2017). Reflexiones sobre Uber a propósito de la decisión de la Court of Appeals for the Seventh Circuit. *Revista de Derecho del Transporte: Terrestre, Marítimo, Aéreo y Multimodal*, 19, 232-240.
- GRABHER, G. y Van Tujil, E. (2020). Uber-production: From global networks to digital platforms. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(5), 1005-1016. DOI: 10.1177/0308518X20916507
- GUIDO Nigrelli Livecam. <https://montblanc.panomax.com/irpi>
- GUTIÉRREZ, H. (2022). La banca se compromete a impulsar las medidas para garantizar la atención a los mayores antes de septiembre. *El País*. <http://bit.ly/3WtJDw5>

- HASKEL, J. y Wesstlake, S. (2017). *Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy*. Princeton University Press.
- HAWKING, S. (2002). *The Theory of Everything: The Origin and Fate of the Universe*. New Millenium.
- HERNÁNDEZ Romero, Y. y Galindo Sosa, R. V. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte Uber. *¿Quién pierde y quién gana? Espacios Públicos*, 19(47), 157-175.
- HOOTSUITE (2020). *Las redes más usadas por las empresas*.
- INTERNATIONAL Corporate Communication Hub. (2021). *Chi Siamo*. <https://www.corporatecommunicationhub.eu>
- JICK, T. D. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24, 602-611. <https://doi.org/10.2307/2392366>
- JOHNSON, R. B. y Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Edu Researcher*, 33(7), 14-26.
- JORDAN, J. M. (2017). Challenges to large-scale digital organization: the case of Uber. *J Org Design*, 6(11). DOI: 10.1186/s41469-017-0021-2
- LEITE, F. P. y Baptista, P. D. P. (2021). The effects of social media influencers' self-disclosure on behavioral intentions: The role of source credibility, parasocial relationships. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(3), 295-311.
- MALAVER-RODRÍGUEZ, F. (1999). La investigación en gestión empresarial. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (23), 62-77.
- MALOS, S., Lester, G. V. y Virick, M. (2018). Uber Drivers and Employment Status in the Gig Economy: Should Corporate Social Responsibility Tip the Scales? *Employ Respons Rights J*, 30(4), 239-251.
- MARTÍN-PAYO, D. (2015). *Estudio y análisis de la empresa Uber en el mercado español* [tesis de maestría, Universidad de Cantabria]. <http://hdl.handle.net/10902/7881>
- MAYFIELD, M., Mayfield, J. y Robyn, W. (2020). *Fundamental Theories of Business Communication. New Perspectives in Organizational Communication (NPoC). Laying a Foundation for the Field*. Springer Link.
- MUSICCO, D. (2022). Interdisciplinary Research in Business Communication: Methods for Dealing with Intangibles and Human-centred Sustainability. *Revista Communication & Methods*, 4(1), 105-135 DOI: <https://doi.org/10.35951/v4i1.145>
- NAPPI, D. E. (2019). *Reputational Communication: methodologies and tools of evaluation of the corporate communication*. Lumsa, 3-137.
- NAVARRETE, J. M. (2011). Problemas centrales del análisis de datos cualitativos. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 1(1), 47-60.
- NICOM (2023). Grupo Estable de Investigación de Nuevas Tecnologías aplicadas a los nuevos medios y lenguajes en Información y Comunicación para un mundo nuevo (UFV) <https://www.ufv.es/investigacion-ufv/>
- NOËLLE-NEUMANN, E. (1977). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós.
- ORTEGA, F., Muñoz-Saldaña, M. y Azurmendi, A. (2021). Metodologías avanzadas de investigación en comunicación y ciencias sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, Big Data, Web Data et al. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (2), 167-188.
- PACHECO, A. (2021). *Herramienta filosófica para la investigación científica*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- PEIRCE, C.S. (1883). *Escritos lógicos* Alianza Editorial.
- PÉREZ, J. (2017). *Uber y el monopolio de los datos*. Nucleo Milenio Centro de Investigación para la Web Semántica. Universidad de Chile.
- POURNARAKIS, D. E., Sotiropoulos, D. N. y Giaglis, G. M. (2017). A computational model for mining consumer perceptions in social media. *Decision Support Systems*, 93, 98-110. DOI: 10.1016/j.dss.2016.09.018
- PUENTES-CALA, M. (2019). Bases de datos con ánimo de lucro y la mercantilización de las publicaciones científicas. *E-Ciencias de la Información*, 9(2). <https://doi.org/10.15517/eci.v9i2.37498>
- PUNCH, K. (1998). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. Sage.

- PUYOL, J. (2015). *Aproximación jurídica y económica al Big Data*. Tirant Lo Blanch.
- RAZAFSHA, M., Behforuzi, H., Azari, H., Zhang, Z., Wang, K. K., Kobeissy, F. H. y Gold, M. S. (2012). Qualitative versus quantitative methods in psychiatric research. *Methods Mol Biol*, 829, 49-62. DOI: 10.1007/978-1-61779-458-2_3
- RITZER, G. (2006). *La McDonaldización de la sociedad*. Ed. Popular.
- ROMENTI, S. (2021). *Corporate Communication Hub*. Univrsitá Iulm. <https://www.iulm.it/it/news-ed-eventi/news/corporate-communication-hub>
- RUIZ, A. E. T. (2021). El transitar en la investigación cualitativa: un acercamiento a la triangulación. *Revista Scientific*, 6(20), 275-295.
- RUIZ, J. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.
- SAMPIERI, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education.
- SCORDO, P. (2018). *El impacto de la digitalización en el sector bancario argentino de renta alta*. Universidad Católica Argentina.
- SIDORENKO, B., P., Herranz de la Casa, J. M. y Cantero De Julián, J. I. (2020). Los contenidos multimedia en 360° como herramientas en las campañas de concienciación de las instituciones públicas. *Sphera Publica. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 1(20).
- STRAUSS, A. (1987). *Qualitative analysis. For social scientists*. Cambridge University Press.
- TAYLOR, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Paidós.
- WAMSLER, C. (2020). Education for sustainability: Fostering a more conscious society and transformation towards sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 21(1), 112-130.
- WANG, G., Zhang, Y., Zhao, J., Zhang, J. Y Jiang, F. (2020). Mitigate the effects of home confinement on children during the COVID-19 outbreak. *The Lancet*, 395(10228), 945-947. Doi:10.1016/S0140-6736(20)30547-X
- WILCZEK, F. (2022). *Las diez claves de la realidad*. Crítica.
- WINKIN, Y. (1984). *La nueva comunicación*. Editorial Kairós.
- XIFRA, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(2), e290220. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.
 Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons
 Atribución 4.0 Internacional (cc BY 4.0).



EN Women Creators in BoJack Horseman

ES Mujeres creadoras en BoJack Horseman

ITA Donne creative in BoJack Horseman

FRA Femmes créatrices dans Bojack Horseman

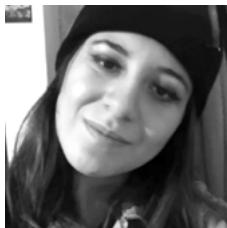
POR Mulheres criadoras em BoJack Horseman

Jenny Paola Ortega Castillo

Women Creators in BoJack Horseman

Recibido: 1/08/2022; Aceptado: 20/01/2023; Publicado en línea: 31/07/2023.

<https://doi.org/10.15446/actio.v7n2.110401>



JENNY PAOLA ORTEGA

CASTILLO

Docente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios en el área de lenguaje y sistemas simbólicos. Licenciada en Filología e Idiomas: Inglés de la Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Estudios Culturales de la Universidad Nacional de Colombia. Intereses en investigación visual, televisión studies y estudios culturales.

Correo electrónico:

jenny.ortega.ca@uniminuto.edu.co
jportegac@unal.edu.co

ID 0000-0002-7272-5188

ABSTRACT (ENG)

BoJack Horseman is one of the productions that treats mental illness as an experience in which numerous people who are diagnosed with mental disorders, to varying degrees, are recognized. In the series, most of the characters that are diagnosed are women, of the same genealogical line who share genetic inheritance and question the meaning of life, motherhood, abortion, success and happiness. What I suggest is that the animated women in the series had everything to do with the team of female directors, creators, filmmakers, producers and illustrators who were part of BoJack Horseman and who reoriented and modified their own diagnoses of mental illness, and took them to their creative works in a therapeutic and public process, which broadened the discussion about mental illness on the television screen and outside of it. From the field of cultural studies, this observation is about women who took agency over their own mental illness diagnoses.

KEYWORDS: mental illness, BoJack Horseman, Netflix, media cultures, agency, women.

RESUMEN (ESP)

BoJack Horseman es una de las producciones que trata la enfermedad mental como una experiencia en la que numerosas personas, diagnosticadas con desórdenes mentales en diversos grados, son reconocidas. En la serie, la mayor parte de los personajes que han sido diagnosticados son mujeres de la misma línea genealógica, que comparten una herencia genética y se cuestionan sobre el sentido de la vida, la maternidad, el aborto, el éxito y la felicidad. Lo que sugiero es que las mujeres animadas de la serie guardan una completa relación con el equipo de directoras mujeres, creadoras, directoras de cine, productoras e ilustradoras que hicieron parte de BoJack Horseman. Ellas reorientaron y modificaron sus propios diagnósticos de enfermedad mental y los plasmaron en su trabajo creativo como un proceso terapéutico y público, lo cual amplió la discusión acerca de la enfermedad mental en la pantalla de la televisión y por fuera de ella. Desde el campo de los estudios culturales, observamos

a un grupo de mujeres que asumió la agencia de sus propios diagnósticos de enfermedad mental. Palabras CLAVE: enfermedad mental, BoJack Horseman, Netflix, culturas mediáticas, agencia, mujeres.

RIASSUNTI (ITA)

BoJack Horseman è una delle produzioni che affrontano la malattia mentale come un'esperienza nella quale avviene il riconoscimento di diverse persone con diagnosi di disordine mentale in vario grado. Nella serie, la maggior parte dei personaggi diagnosticati sono donne della stessa linea genealogica, che condividono un'eredità genetica e si pongono domande sul senso della vita, la maternità, l'aborto, il successo e la felicità. Ciò che suggerisco è che le donne che prendono vita nella serie mantengono una stretta relazione con il gruppo di registe, creative, produttrici e illustratrici che costituiscono BoJack Horseman; queste riorientarono e modificarono le proprie diagnosi di malattia mentale e le canalizzarono verso il proprio lavoro creativo in un processo terapeutico e pubblico, cosa che accrebbe la discussione intorno alla malattia mentale sullo schermo televisivo e non solo. Dal campo degli studi culturali questa osservazione si riferisce alle donne che si assunsero come agenti delle proprie diagnosi di malattia mentale.

PAROLE CHIAVE: malattia mentale, BoJack Horseman, Netflix, culture mediatiche, agenzia, donne.

RÉSUMÉ (FRA)

Bojack Horseman est une des productions qui traite de la maladie mentale comme une expérience dans laquelle de nombreuses personnes avec un diagnostic de désordres mentaux à différents stades, sont reconnues. Dans la série, la majorité des personnages qui ont été diagnostiqués sont des femmes de la même ligne généalogique, qui partagent une héritage génétique et s'interrogent sur le sens de la vie, la maternité, l'avortement, le succès et le bonheur. Ce que je suggère est que les femmes animées de la série gardent un véritable lien avec l'équipe des réalisatrices

féminines, créatrices, réalisatrices de cinéma, productrices et illustratrices qui a participé à Bojack Horseman, celles-ci ont réorienté et modifié leurs propres diagnostics de maladie mentale et cela les a menées à un travail créatif dans un processus thérapeutique et public, ce qui a élargi la discussion concernant la maladie mentale à l'écran de télévision et hors de l'écran. Du point de vue des études culturelles, cette observation concerne des femmes qui ont assumé l'agencement de leurs propres diagnostics de maladie mentale.

MOTS CLÉS : *maladie mentale, Bojack Horseman, netflix, cultures médiatiques, agencement, femmes.*

RESUMO (POR)

BoJack Horseman é uma das produções que trata a doença mental como uma experiência na qual se reconhecem inúmeras pessoas, diagnosticadas com transtornos mentais em diferentes graus. Na série, a maioria das personagens diagnosticadas são mulheres da mesma linha genealógica, que têm em comum uma herança genética e questionam o sentido da vida, a maternidade, o aborto, o sucesso e a felicidade. O que sugiro é que as mulheres animadas da série tenham uma relação plena com a equipe de diretoras mulheres, criadoras, cineastas, produtoras e ilustradoras que fizeram parte de BoJack Horseman, e que reorientaram e modificaram os seus próprios diagnósticos de doença mental e os trouxeram para o seu trabalho criativo em um processo terapêutico e público, que ampliou a discussão sobre a doença mental dentro e fora das telas de televisão. No domínio dos estudos culturais, esta observação se refere a mulheres que assumiram o controle dos seus próprios diagnósticos de doença mental.

PALAVRAS-CHAVE: *doença mental, BoJack Horseman, Netflix, culturas mediáticas, agência, mulheres.*

people from their environment because they lead to misunderstanding the person who is going through the experience, "creating value judgments that do not help recovery." (Zapata, 2019, p. 168).

This is the reason why, in this article, I will focus on the life stories of three women who were diagnosed with mental disorders and gave up defining themselves through them. These women are aware of their diagnoses and in their works and public presentations challenge labels, stigmas and misconceptions about mental illness.

THERE ARE MULTIPLE AND STEREOTYPED relationships between women and mental illness. One of them is the idea of an emotional body as opposed to a rational one; emotion as coined to women and understood as irrationality that needs to be controlled, explained in length in 'With notable damage to good service: on female madness in the first half of the 20th century in Bogotá' (2006), by the Colombian anthropologist María Angélica Ospina¹. Additionally, due to the medical diagnosis' hegemony and rhetoric, when suffering a mental disorder, we tend to give our agency and individual responsibility away for a doctor to take care of it; as well, this burden is mediated by stigma and an identity reconfiguration. As the Spanish doctor from the Feminist and Gender Studies program, María Zapata, points out, "having been diagnosed with a mental disorder has been a burden, especially because of the social stigma that it entails and because it prevents them from projecting themselves out of discomfort" (Zapata, 2019, p. 176). It is common for diagnosed people to identify themselves with a label:

people begin to enunciate from that place, and form their identity around that experience, so breaking with discomfort finally becomes a break with oneself. This is so, insofar as our society believes that the diagnosis is chronic, that it lasts a lifetime, often denying the possibility of recovery. (Zapata, 2019, p. 177).

From the received / chosen label, an identity reconfiguration is developed supported by the discourses and meanings of the medical model. Diagnoses and the stigma associated with them symbolically separate

They fulfilled different professional roles in the Netflix animated series *BoJack Horseman*. Kate Purdy was part of the writer's group in roles of editor or lead writer, for which she was given credit for several episodes. As editor, she worked in collaboration with the main writer and other staff writers, drafting the episode scripts, suggesting improvements to initial ideas and ensuring that the narrative continuity of the episodes was ready to deliver the script to the production group.

Lisa Hanawalt was the design producer for all episodes of the series. She had the responsibility of designing the episodes' visual presentation and working in collaboration with writers, illustrators and animators such as Anne Walker Farrell. The latter was the animation director of five of the six seasons of the series and general director of several episodes, she worked directing the animation team during the production process and following the indications of the general director of each episode. She also worked as general director, giving directions to the animation team, the art directors and following the script produced by the writers.

Each of them included something of their personal or family experiences in the episodes they were part of. Kate included her family memories with dementia and mental illness in the five episodes she wrote; Anne included her experience with anxiety and depression to direct six episodes.

There is a numerous and decisive presence of women in the development of the six seasons (6) and the seventy-seven (77) episodes of the series. In the production, women played writing, animation, illustration, directing and editing roles. This is much more than in other television productions of the same period and of a

¹ The illness sign considered feminine was their ability to carry out housework without being interrupted by their emotions; on the contrary, the sign of masculine disease, was that of aggressiveness, very rarely indicated in women. In Ospina, M. (2006). *Con notable daño del buen servicio: sobre la locura femenina en la primera mitad del siglo XX en Bogotá. Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 2, 303-314.

similar genre, in which these roles were played by men². Of a total of twenty-two writers in the series, twelve are women; out of five people in editing roles, three are women, and throughout the series, the production design role was always handled by the same designer, Lisa Hanawalt. Additionally, of the twenty-five BoJack Horseman episodes that explicitly included mental illness³, seventeen were written or directed by women; and these are precisely the most popular among the audience, with ratings over 8.0 on IMDb⁴; some have been nominated and awarded for writing or animation⁵.

LISA HANAWALT

Lisa, the 37-year-old American illustrator, producer, and design coordinator, shyly introduces herself to the audience at the xoxo Festival in 2015. In the 18.36-minute video, we see her before a screen that fills the stage completely. As she talks about herself, she passes, one by one, the slides with which she supports what she affirms about her work and about herself:

00 '28". Black and white slide of a pencil illustration of herself —Lisa— speaking in public with a microphone in hand and with the handwritten phrase at the top: Public-speaking outfit. In the drawing, the jacket and pants of her sweatshirt show various marks of sweat.

2 Some of the Netflix productions and contemporaries to BoJack Horseman, in which the majority of episodes were written by men are: *Disenchantment* (2018) and *Rick and Morty* (2013). I insist that the difference between one and the other has to do with those who write, men and / or women.

3 The episodes that explicitly include mental illnesses in BoJack Horseman are: S01E01: "The BoJack Horseman Story"; S01E03: "Prickly-Muffin"; S01E12: "Later"; S02E08: "Let's Find Out"; S02E09: "Best Thing that Ever Happened"; S02E10: "Yes And"; S03E11: "That's Too much, Man"; S03E12: "That Went Well"; S04E02: "The Old Sugarman Place"; S04E05: "Thoughts and Prayers"; S04E06: "Stupid Piece of Sh * t"; S04E07: "Underground"; S04E08: "The Judge"; S04E10: "Lovin' that Cali Lifestyle"; S04E11: "Time's Arrow"; S05E02: "Ancient History"; S06E02: "The New Client"; S06E05: "A Little Uneven, is all"; S06E06: "The Kidney Stays in the Picture"; S06E07: "The Face of Depression"; S06E08: "A Quick One, while He's Away"; S06E10: "Good Damage"; S06E14: "Angela" and S06E15: "The View from Halfway Down".

4 The IMDb website conducted a survey in 2020, with 101,412 users, who rated the series and each of the episodes on a scale of 1.0 to 10.0.

5 Some of the awards given to episodes of BoJack Horseman are 45th Annie Awards / Best General Audience Animated TV / Broadcast Production (2018) and 70th Writers Guild of America Awards / Television: Animation (2018), the latter for Kate Purdy.

A little nervous laugh comes out:

—I am a terrible, lazy and talentless artist.

00 '47". A color slide with the image of a woman in home clothes, blue jumpsuit and green pants, lying face down on a light blue sofa, staring at the floor. It's her.

Lisa explains that her creative moments are almost always motivated, or produced by, her anxiety. Negative emotions and emotional paralysis, similar to the famous writers' blocks, make her think that her work is not worth it. After dealing with it, she adds, she believes that part of her creative process has been allowing herself to feel that her work is not good.

05 '59". Slide of a picture drawn with many colorful tree trunks; in the center, a man, standing with his back turned, with his pants down.

When she lived in New York, Lisa developed agoraphobia. She justified her reasons for not leaving her house, to whoever that would ask her, with the explanation that she could suffer a car accident or get sick or experience a panic attack or explode and leave her organs lying in the street.

07 '02". Color slide with illustrations in three panels with a moose girl with golden fur, a tight red shirt and pink underwear lying face down on the bed next to her boyfriend, a cat boy with brown fur, a pink shirt and orange shorts who is lying on his back and facing away, holding a blue cell phone in his right hand.

It was while staying at home that she illustrated and wrote the interspecies comic, *Moosefingers* (2014), in which a moose artist girl discusses with her boyfriend, a cat boy, the reasons why she doesn't feel fine with her work. Before the arguments the cat boy responds in one line:

—It doesn't matter if you feel good or bad while doing things, just do them.

Lisa admitted that this story actually happened, she was the moose girl and her boyfriend the cat boy. Lisa did catharsis with these characters and doing so allowed

her to understand that feeling bad while doing something doesn't really affect its quality. Her work would be good or bad by itself.

In an interview for the making of the book *BoJack Horseman: The Art Before the Horse* (2018), the illustrator insisted that she constantly drew at school. Even in this moment, she recognizes that she draws to calm down and keep her hands busy when she feels uncomfortable speaking out loud:

—I was doing short comics, in the style of Phoebe Gloeckner — who was my favorite cartoonist at the time, alongside Renée French — and I was drawing in every class. My brother had bought me a ton of comics, I started reading them and I really got interested in them. I was also very fond of magazines — self-published brochures, usually photocopied and hand-stapled. I started doing a fanzine in high school called 'Bobster Rags', with my poetry, product reviews, and messy musings. I would do comics about myself and how I felt because I was a very emotional teenager. I went through a lot of trouble in high school. I was severely depressed and failing all my classes. I almost had to go to a different school, but I said to myself "No, you know what? I'm going to hang on." So I went on and got really involved in theater and graduated with a really good GPA, I think theater saved me a bit. (McDonnell, 2018, p. 29).

In a 2016 conversation with Sarah Mirk for *Drawn & Quarterly*, Lisa discussed the depression she had suffered since high school and how she deals with anxiety now that she is an adult, for which she invented an alternate personality:

—I made up a persona for my anxiety, and his name is Kyle. He's like a big bro. So I made some drawings of him. It was suggested to me by a shrink that I should make a name for my anxiety, so I immediately named him Kyle and thought of him as a bro. I don't know why. It was just like Okay, yeah. He's someone who takes up space, and he doesn't know any better. It's not malicious at all. He's not there to hurt me. He's just like, "Hey, what's up?" He just kinda barges in. So to me, that seemed like the perfect alter ego [laughs]. Maybe that sounds insane! I find it very helpful 'cause it's like, Oh, okay. My anxiety's not gonna harm me. It's just Kyle. So normally I keep that to myself, but if it's got some use to anyone, then that would be great.

However, Kyle isn't always a manageable alter ego, sometimes as Lisa says, Kyle becomes paralysis and that's when she knows she's been neglecting him.

When in 2011, her friend from school, Raphael Bob Waksberg, proposed in an email for her to work on the project that would later be *BoJack Horseman*, anxiety invaded her. She found it terrifying to think that she had to work with so many people. Even after she became the production designer, she stated, in her interview with Sarah Mirk (2016), that this fear persisted:

—I feel very uncomfortable when I speak out loud, the more people in the room the more difficult it is, but I have learned to adapt.

Lisa initially rejected the proposal but, at Waksberg's insistence, six months later she agreed to be the design producer, that is, responsible for the visual presentation of each of the *BoJack Horseman* episodes. Her illustrations defined the visual aesthetics of the entire show's animation.

In addition to this, Lisa illustrated and directed the video *Hang on to the Night* (August 16, 2016), by the band Tegan and Sara, that the two music sisters created with the intention of facing the anxiety caused by the death of some of their relatives. The video was starred by a purple horse, accompanied by various nocturnal creatures, while he detaches from his body marks that hang in the sky like stars. Sara, the musician and composer, contacted Lisa on Twitter and, according to Lisa, she responded that being herself a person with anxiety, she had connected with the song perfectly, and she accepted. The video reiterates the inter-species coexistence in human bodies with the heads of plants, cats that ride on horses or that fly from their shoulders and snakes transformed into plants that are kept in a house.

Finally, Lisa's latest project, also from Netflix, *Tuca & Bertie*, was canceled after the first season and taken up by Cartoon Network's Adult Swim block. *Tuca & Bertie*⁶ is about the friendship of two women in their thirties, once again visualized in anthropomorphic characters, the toucan Tuca and the thrush bird Bertie, who live in the same building. They are friends with strikingly different

6 In *Tuca & Bertie*, topics such as sexual harassment, rape, and the traumas that can arise from these acts are discussed based on Bertie's story. In the penultimate episode of the series it is revealed that Bertie was raped as a teenager by her swimming instructor. This caused her a phobia of entering and swimming in any lake. At the end of this episode, after talking about it, Bertie is able to swim across the entire lake.

personalities: Tuca is a carefree toucan who, apparently, acts without thinking about the consequences; Bertie is an insecure bird who is constantly assaulted by anxiety attacks, just as Lisa is.

ME AND HIM: ILLNESS AS KYLE

Lisa Hanawalt's observations can be related to those of the Canadian literary and cultural studies theorist Ann Cvetkovich: "in the face of negative feelings that can seem so debilitating, so far from hope about the future, the goal is to generate new ways of thinking about agency" (Cvetkovich, 2012, p. 25). In some of the pages of *Moosefingers* (2014), Lisa changed the role of a diagnosed woman, a victim of negative feelings that did not let her work and made her think she was a terrible artist, for those of a woman who continued to write with her discomfort and using it to understand that, although it does not make her a better artist, neither does it condemn her to her work being bad, it only changes its process of realization.

Lisa Hanawalt's experience coincides with Ann Cvetkovich; according to the academic, it is decisive to approach the diagnoses with strategies that allow dissociating the consequences of the disease personally and emotionally: "there are no magic solutions for depression, be they medical or political, there is only the slow and constant work of survival, utopian dreams and other affective tools for transformation" (Cvetkovich, 2012, p. 25). Lisa gave mental disease a different identity and turned it into a brother that she called Kyle, thereby distancing the totality of who she is from him. Kyle won't hurt you, although he won't leave. In the words of Sara Ahmed: You have to recognize negative emotions, allow yourself to feel them and work with them.

These strategies allow us to think of depression and anxiety as something that returns from time to time but that we are able to moderate. It is reassuring to know that it is something that returns and that we are not under pressure to find a definitive solution for it, because there isn't one.

USE OF HUMOR FOR TREATING COMPLEX SUBJECTS

The American author of literature and languages Valeria Di Pasquale (2019) points out that comedy and humor are used as tools, not ends, to explore tragic,

difficult and taboo topics: "Comedy and humor create a path through which the characters are understood by the viewer. To do this, a certain absence of feeling must be achieved, a symbolic distancing from the subject in order to be able to talk about it" (Di Pasquale, 2019, p. 6). Lisa mentions, referring to BoJack Horseman: "Somehow it is easier to talk about serious issues through the lens of these animal cartoons, if we replace a man with a cartoon of a horse, the perception surrounding the character changes substantially" (McDonnell, 2018, p. 6).

Di Pasquale proposes in *The Elephant in the Room: How Comedy and Animation Become Tools to Understand Serious / Taboo Subjects in BoJack Horseman* (2019) that the presence of anthropomorphic animals is the first layer of comedy that BoJack Horseman imposes on these themes and explains the need for a "momentary anesthesia of the heart" (Di Pasquale, 2019, p. 6). In the opinion of both authors, both comedy and humor are effective strategies to present themes that are socially complex, serious and taboo and to eventually, distancing from them.

KATE PURDY

36-year-old American writer Kate, began her television career writing for shows like *Cold Case* (2003), *Secret Girlfriend* (2009), *The McCarthys* (2014), *Enlisted* (2014), *Mad TV* (1995) and *BoJack Horseman* (2014), series in which she produced 49 episodes and wrote 5 of them⁷. Kate has an extensive writing experience, having mentored many writers working on the *Imagine Impact* program and the *David Lynch School of Cinematic Arts Screenwriting MFA* program at *Maharishi University* in 2017. She led, under the same program, several *Screenwriting* residency classes at *Fairfield University* in October 2019.

In an interview with 'Three If By Space' at the 2019 Comic-Con convention, Kate tells that she has suffered from depression and anxiety and that she has always wondered about the state of her mental health.

In the article "How the Creator of 'Undone' Turned Her Mental Break into A Healing TV Series", by Samantha Rollins in 2019 for *Bustle* magazine, Kate says that the first time she was able to see her cerebral ventricles was in college, in a CT scan to detect viral meningitis. They were enlarged, the doctor explained, but she assured her it was not a big deal. When she read an article in *Times*

⁷ Kate Purdy wrote the following *BoJack Horseman* episodes: S05E01: "The Light Bulb Scene"; S04E11: "Time's Arrow"; S04E02: "The Old Sugarman Place"; S03E09: "Best Thing That Ever Happened" and S01E11: "Downer Ending".

Magazine in 2006 about a study called 'Understanding structural brain changes in schizophrenia'⁸, which linked large brain ventricles to schizophrenia, she began to worry. Schizophrenia ran in her family; her grandmother Geraldine and two of her great-uncles, had had it. Also, as she put it in the interview at Comic-Con (2019), her parents had suffered from depression and anxiety and she had suffered from depression in college.

This is a fragment of the study to which the article referred: "The most recent approach of our research group has been to extend the previous longitudinal studies in the time from the first episode to the study of individuals with high genetic risk of schizophrenia who are in the age range for the maximum incidence of developing the disorder, before the age of 30" (Delisi, Szulc, Bertisch, Majcher & Brown, 2006, p. 15).

So Kate started counting the days until her 30th birthday in hopes that she would cross the line and be free of it. Even though she was in her 30s, she was still concerned that she might have schizophrenia.

My grandmother was schizophrenic, she was one of the only ones in my family and I never really understood it because there are so many secrets surrounding that story. She died before I was born and my dad never wanted to talk about it. So I was always curious to know about my own mental health, my genetics⁹. I had various experiences with anxiety throughout my life and when I was thirty I had a severe nervous breakdown. I didn't know what was happening to me, I didn't know how to get out of it or what to do. (Interview, Comic-Con, 2019).

Kate includes personal details of her life in the productions she works on. In an interview with Vulture in 2017, 'Jen Chaney's a Deep Dive into BoJack Horseman's Heartbreaking Dementia Episode', Kate talks about how ideas came up for one of the BoJack Horseman episodes that explicitly involves mental illness.

To discuss dementia in BoJack Horseman's S04E11 episode "Time's Arrow", everyone on the writing and animation team, in addition to researching dementia, discussed their mental illness experiences with members of their families.

We talk a lot about our own experiences in the room, we talk and compare how our memories work. (Interview, Vulture, 2017).

She tells us in the same interview that she used a memory of her great-aunt and an episode of dementia that was told in her family:

I had a great aunt who at 93 years of age developed breast cancer and was in the hospital for this reason. She had dementia and kept asking for her baby. My grandmother, her sister, had her heart broken listening to her and she went to get her a doll, and she gave her the doll. That reassured her. I guess I thought a lot about that scene when creating the episode.

In the narrative of the episode there is a temporal break between 1944 and 2018 and scenes in which the characters share and travel the same space simultaneously, despite being in different temporalities. For this treatment of time within the narrative – diegetic time – to show dementia, Purdy was awarded the WGA award –Writers Guild of America Award for Television: Animation- 2017.

Kate refers to this episode in another interview for the book *BoJack Horseman: The Art Before the Horse* (2018):

"Time's Arrow" was the most exciting episode for me so far, due to the surreal nature of it and time travel. Almost all the scenes have some strange visual element. We tried to find unique transitions between scenes, as well as constant visual cues to remind the audience that this was not a conventional biopic-style life story, but rather skipped through blurred

8 The study is available online as follows: DeLisi, Lynn; Szulc, Kamilla; Bertisch, Hilary; Majcher, Magda & Brown, Kyle. (2006).

9 In the series that Kate Purdy co-created with BoJack Horseman creator Raphael Bob-Waksberg, reference is made to this part of Kate's life. Alma, the main character, discovers that her grandmother had schizophrenia and that her father never wanted to say anything about it because it caused him a lot of pain and it caused a lot of embarrassment in her family.

memories. Details like pictures on the walls changing their image or characters without faces because Beatrice does not remember them. (McDonnell, 2018, p. 207).

The decision to show the characters that Beatrice did not remember without faces or with scribbled faces was a joint decision between the group of writers, animators and illustrators.

Kate also tapped into her family and personal experience with schizophrenia to write and co-create with Raphael Bob Waksberg, creator of *BoJack Horseman*, the Amazon animated series *Undone* (2019).

Undone (Waksberg & Purdy, 2019) tells the story of Alma, a 28-year-old girl, close to the age Kate was when she thought she would develop schizophrenia, who discovers a new relationship with time after almost dying in a car accident. She learns to harness that new ability to uncover the truth about the murder of her father. She constantly has hallucinations in which she sees her dead father. Kate included her history with mental illness for the character's conception and the overall storyline.

We started talking about our own personal and family lives. I told [Raphael Bob Waksberg] about my grandmother Geraldine, who had schizophrenia, and my own fears about mental health. I was going through a divorce and a difficult time in my life, and I discovered all these alternative healing modalities and met shamans all over the world. As a result, I came to see our world and our approach to mental health in a new light.

After trying various medical treatments, Kate finally found benefits in indigenous and Ayurvedic medicines, ancient healing practices of India and Mexico, and points out, as Alma's father does in the series, that many shamanic and indigenous traditions see mental health differently than we traditionally do. In some cultures, Kate says in the same interview, for example, hallucinations are viewed as powerful and valuable visions, not life-threatening signs of insanity.

I do not want to give the idea that medicine or pills or traditional talk therapy are not useful or cannot be useful, we think it is or it can be, but if we manage to expand our idea of seeing what is happening, or what it is reality, we may experience or understand it in different ways.

Alma, within the series, also has large cerebral ventricles and, after the accident, her dead father continues to appear everywhere, imploring him to solve the mystery of his death. Seen that way, perhaps Alma's visions of her dead father are not disturbing signs that a woman has gone mad, but rather "an ancestor pulling you out of your reality," Kate explains, "for you to make decisions that are better for you and the people you love. " (Interview, AV Club, 2019).

DIAGNOSES OF MENTAL ILLNESS IN FAMILY HISTORIES

These are some of the experiences that both the creators and the authors draw between mental health and family history, past, present, or, in certain cases, unknown: Ann Cvetkovich explains that the moment her father was diagnosed with manic depression was when her family separated completely.

Traditional family ties are affected when dealing with mental illness taking into account what it entails, not only in the private sphere - meaningless phrases, crying, disinterest in eating, sleeping or washing - but, simultaneously, in the public spheres of the neighborhood, work and education:

Cvetkovich says about it:

On Christmas day, my sister and I opened up our presents with my mother while he stayed in bed. That was the year we had managed to find all of our presents in a closet before Christmas, so we weren't surprised about any of them, but we didn't care. In that next year, my father lost everything. My mother left without warning, and my sister and I were sent to live with an aunt and uncle in Vancouver. He was hospitalized, his law practice was closed down, and he had to sell the house. When he became manic again in the fall, my aunt and uncle were worried that my sister and I were in danger with him, and we were again abruptly moved, this time to Toronto to rejoin my mother. (Cvetkovich, 2012, p. 41).

Within Cvetkovich's story there are several elements that catch one's attention. The fact that her mother had left her father because of the mental illness that invaded him indicates that mental illness is not glamorous but

rather exhausting and disconcerting for family members. It does not bring families together; not in most of the cases anyway.

In addition to this, Cvetkovich mentions:

Twenty- odd years later, I wondered if my experience was anything like my father's. Once, a good friend, someone who could really get in close to the bone, asked if I was afraid that I would become my father, and suddenly, rather than just shrugging off the question, I did feel genuinely afraid. Contemplating the repetition across the generations, I sometimes fell into a superstitious fatalism. I noticed, for example, that I turned thirty- three in 1990, the same age at which my father rose high and fell hard. (Cvetkovich, 2012, p. 41).

The fear is that if we recognize it in our parents, we accept it in ourselves. There's a belief, turned into a fantasy, that mental illness is genetically inherited and, therefore, we will not be able to escape it. That's when, as Anne and Kate describe it, we start comparing ages and speculating whether when you're the same age, the same thing will happen to you. Will I have hallucinations? Or will I be admitted to a psychiatric clinic? Kate's concern, that the schizophrenia was genetic and therefore the history of her grandmother could be repeated, led her to include this subject in *Undone*, noting how detrimental keeping secrets and staying silent about mental illness has been to her family.

ANNE WALKER FARRELL

Anne, 35 years old, was the animation director for five seasons of *BoJack Horseman* and directed six episodes of the series. In an interview for the book *BoJack Horseman: The Art Before the Horse* (2018), Anne recounts that she has dealt with depression and anxiety since she was a child: "I've been in a dark place, struggled with depression and anxiety my entire life, and I was able to scream a lot about what I felt in the art I was making."

These artistic expressions can be seen in her stories, photos and samples of her work on her Instagram page. At the beginning of 2020 she posted a series of six panels from a comic that she had just begun to write and draw titled 'Self-indulgent Diary Comics'. She accompanied those first vignettes with the hashtags #theartistsway,

#depression, #mental health, #childhoodmemories and the description "I'm not sure where I'm going with this but it is surely the first issue of a comic series."

I'll introduce Anne using Self-indulgent Diary Comics:

The first vignette shows an illustration of her father – a tall, thin man, with thinning hair, wearing a business suit with a tie – and one of her mother -a slim woman, a little shorter than him, with straight, short and groomed hair, with a tight-fitting dress, colored in blue. In the background there is an advertisement for CIA 1975 and with an asterisk a text that compares Anne's father with Archer, – a fictional spy and protagonist of the famous animated series for adults, *Archer* (2009) by FX- .

The illustrator explains to us in handwritten texts next to the drawings of her father and mother, that she chose gold for her father to indicate the confidence he had in himself and his pride when he was in his twenties, while she chose blue for his mother to summon her nickname, The Ice Queen, because of her difficulty in opening up emotionally.

In an interview with NYFA Podcasts (Women in Animation, 2019), Anne reflects that what they then perceived as a difficulty for the mother to open up emotionally was actually the fact that she worked constantly and worried about continuing her professional life after having children. Attitude that she, as with her nickname, was criticized for. Anne claims, in that very first comic strip, her self-confidence – inherited from her father – and her strength – inherited from her mother.

The second panel is a self-portrait of Anne, colored in green. She is shown as a slim girl, with large glasses that cover half of her face and long straight hair. Green results from the mixture of yellow-father and blue-mother; in the handwritten texts that accompany the drawing she describes:

"I'm tall and conventionally pretty. I'm innocent enough to be relatable and funny, but not innocent enough to be obnoxious or really vulnerable. It is a tactic and it works".

Next to it are speech balloons with the words anxiety and depression.

In the third panel, she drew a series of balloons, of different sizes and colors, some empty and others with phrases such as:

Socializing infuriates me. I feel exhausted after interacting with a large group of people for a long time. There is no escape!! It exhausts me, but I still do it even though I find it so tremendously difficult. I've done it all my life.

The fourth panel was illustrated with Anne-girl smiling, with braces, large glasses, her hair in a half ponytail, standing on one foot on a podium with a trophy and a first-place medal. All colored green. She is surrounded by trophies with texts: piano trophies, art awards and perfect grades. On a balloon whose corner comes out from close to her face it reads: "Dancing gives us trophies and trophies give us love !!!".

In the fourth panel, Anne questions whether her art is linked to her childhood and to having accepted the pressure imposed by her mother and her father and what they demanded of her. In a text she asks: "Was I ever a real human being or have I always been an accomplice?"

The last two vignettes -of 6 in total- are for the current Anne and are intended to let us know that, together with her husband, she decided to get rid of the trophies she won as a child, as well as getting rid of the tensions caused by not having said "NO!" to the adults who pressured her.

In the fifth panel of the illustration of a garbage can the following words appear: "panic attacks, tears, loneliness, stress, rage, carpal tunnel at age 10"; and from the illustration of an adult Anne, in which she wears the same large glasses, her hair is tied back and, adds a broom in her hand, the text comes out: "I felt good, lighter."

In the final panel there is an illustration of an adult Anne next to the trash can with the text: "However, like my father, I am a fool. I want an Emmy award."

This way of illustrating her memories and emotions leads us to Anne's BoJack Horseman S04E06 episode "Stupid Piece of Sh * t", in which we see animated illustrations on screen while listening to BoJack's negative thoughts.

Anne was part of the main direction of the episode and the animation, and she decided to show BoJack's anxiety as we see it on screen. Anne refers to this episode in the interview for *BoJack Horseman: The Art before the Horse* (2018).

We dived into BoJack's head, settled on a United Productions of America style. BoJack is impatient and immature and hedonistic – how appropriate is it that he sees the world as an angry five-year-old scribbling with crayons! We follow him around his mind and into the darkness of his thoughts. I love this episode for many reasons, perhaps mainly because, in the style of BoJack, I do not feel the need to tell the viewer that everything will be fine in the end (McDonnell, 2018, p. 196).

Anne became linked to BoJack Horseman because in 2014 Mike Hollingsworth, the series director, producer and supervisor, sent her a message on Facebook offering her a vacancy to be the animation director on the show.

And I said yes, sure, that's fine. I was grumpy so I sat down and watched the animatic for episode 4 of the first season. It seemed so dark and weird and smart to me that I realized I needed to be involved in this project.

ILLUSTRATING MENTAL ILLNESS EXPERIENCE

In her 'Self-indulgent Diary Comics', Anne illustrates memories of her depression and anxiety. Professional illustration has become an ideal space for intimate women who prefer to work in their own studios, and who elaborate and share their visions and life experiences through their characters and the plots in which they are inserted. Colombian illustrator Ana María López, in her comic 'Panic', draws feelings that invade her due to panic disorder and agoraphobia. By accessing her memories and publishing them, she says she feels free: "Until now, I don't feel that being honest and showing myself vulnerable takes my power away. I do not feel that I put myself in a lower place, but quite the opposite: that it shows value" (Interview, Bacánika, 2019). López expresses that reading the comic "makes one not feel so alone or so

unique in the world, and allows us to get off our pride and consider that we are all dealing with our own monsters" (Interview, Bacánika, 2019).

Ana María and Anne show us through their work that accessing their memories is a sign of courage. That allows them to put them on paper and expand the conversation so that they and many others know that they are not alone in that situation.

IDENTIFICATION AND DISTANCING EXPERIENCES WITH MENTAL ILLNESS

The process that these women have carried out with their experiences -family and personal- with mental illness is, in fact, a therapeutic strategy that allows a process of identification and distancing. The American and Puerto Rican psychiatrists, Patrick O'Connor and Josué Cardona, international guests in the mental health course at the University La Sabana in 2014, explained that comics are a tool to help patients with psychological illnesses. The same thing was insisted on at the 2020 Comic-Con, with 3 papers presented in this regard¹⁰.

O'Connor has used comics with girls and boys. The psychiatrist first encouraged them to identify themselves with a comic book character, then urged them to rewrite the story using their own stories. It is the identification processes and the creative rewriting processes that first allow them to dissociate their memories and distance themselves, and then to talk about them in public.

As well, the Postdoctoral researcher in the Department of Cinema and Media Studies at the University of Chicago Adam Szymanski, takes on Felix Guattari's concept of vector of subjectification (Guattari, 1995, p. 25), to explain how the act of seeing cinematic images can result in a process of subjectification that can turn out to be therapeutic in depression treatment. This therapeutic potential is given through the images possibility to "encounter alterity, create common planes of experience and building alternative relationships with others" (Szymanski, 2020, p. 155). What the author proposes is that through the recognition of alterity, the subject can develop processes of identification and empathy –prior

to distancing from pain and personal drama- that are in themselves possible supplements to medical treatment of mental illnesses.

FINAL THOUGHTS

AGENCY ON DIAGNOSES OF MENTAL ILLNESS FROM THE FIELD OF CULTURAL STUDIES

The Canadian literary and cultural studies theorist, Ann Cvetkovich, and Sara Ahmed, PhD from the Center for Critical and Cultural Theory of the British-Australian University of Cardiff, enrolled in the Public Feelings¹¹ project in cultural studies, consider agency and mental illness:

Referring to depression, Cvetkovich states that: "in the face of negative feelings that can seem so debilitating, so far from hope about the future, the goal is to generate new ways of thinking about agency" (Cvetkovich, 2012, p. 25).

According to the author, one way of working with diagnoses is to assume them, affect them, talk about them and, as Cvetkovich and Ahmed themselves do in their creative writing processes, move away from the totalizing role of the diagnosed person to have the possibility of exploring the diagnoses in creative and academic ways, without denying their existence.

Anne Cvetkovich and Sara Ahmed argue that writing is a way of working with negative emotions generated by depression or anxiety, and that, by sharing memories about their experiences with mental illness, they led to critical discussions about these diagnoses.

Cvetkovich emphasizes that for her critical work it was decisive to access her individual experience and understand that depression "is not only a medical illness but a cultural phenomenon" (Cvetkovich, 2012, p. 23). The author takes agency of her own diagnosis when treating the disease, including her own, from the cultural dimension. She does not deny that mental illness exists

¹⁰ The virtual presentations at the Comic-Con 2020 convention that had to do with the use of comics as tools to help people with mental illness are: Mental Health and the Power of Comics Featuring "Dark Agents", Comics During ClampDown: Creativity in the Time of COVID and "Crazy" Talk: Mental Health, Pop Culture, and the Pandemic.

¹¹ From Public Feelings, the relationship between the public, the private and the affective is explored, the meaning of everyday life and the affective experience, focusing on "how to live accepting, instead of ignoring, bad feelings". (Cvetkovich, 2012, p. 3).

or the fact that it has affected her daily life, but she makes use of it to analyze it, try to understand it and generate a therapeutic outlet that allows her not to feel “trapped”.

Sara Ahmed continues this argument in ‘The Promise of Happiness’ (2010), where she includes within negative emotions, feelings of anxiety that lead her to frequently ask ‘why am I not happy with this?’, ‘What is wrong with me?’ These feelings then unleash altered states in her. Those are not just questions. For Ahmed, “disease is a cultural phenomenon insofar as we assume the gap between the impressions we have of others, which are alive, and the impressions we make on others.” (Ahmed, 2010, p. 5). According to this argument, and taking up that of Cvetkovich, mental illness is a medical matter and a label that involves thinking about how we understand and narrate ourselves and others in the light of a diagnosis.

Ahmed expresses that, for her, writing is a type of rebellion “not to explain what negative emotions are but what they do and how the circulation of pain narratives produces particular subjects” (Ahmed, 2010, p. 2). This rebellion allows you to be aware of negative emotions and the labels used to name them and to know that people exist in all their uniqueness and complexity when they have also received a mental illness diagnosis.

REFERENCES

- AHMED, S. (2010). *The Promise of Happiness*. Duke University Press.
- BACÁNIKA. (2019). *El pánico hecho libro*. Bacánika.
- BIEGEL, K. (2014). *Enlisted*. [TV series]. Palace Flophouse.
- WAKSBERG, R. (2014). *BoJack Horseman*. [TV series]. The Tornante Company.
- CHANAY, J. (Sept. 12, 2017). A Deep Dive Into BoJack Horseman’s Heartbreaking Dementia Episode. *Vulture*. <http://bit.ly/3XxCs7i>
- CHÁVEZ, D. (2019). BoJack Horseman’s Kate Purdy on Inclusivity and Ambiguity in her Animated Show Undone. *AV Club*. <http://bit.ly/3xsbmay>
- CVETKOVICH, A. (2012). *Depression: a Public Feeling*. Duke University Press.
- COMIC Con (August 06, 2019), Kate Purdy Creator of Undone. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZJTHoClMtp8>
- DELISI, L., Szulc, K., Bertisch, H., Majcher, M. & Brown, K. (2006). Understanding structural brain changes in schizophrenia. *Dialogues in clinical neuroscience*, 8(1), 71-78.
- DI PASQUALE, V. (2019). *The Elephant in the Room: How Comedy and Animation Become Tools to Understand Serious/Taboo Subjects in BoJack Horseman*. [Bachelor Dissertation]. University of York.
- GROENING, M. (2018-). *Disenchantment* [TV series]. Netflix.
- GALLIVAN, B. (2014). *The McCarthys*. [TV series]. CBS.
- GUATTARI, F. (1995). *Chaosmosis: An Ethico Aesthetic Paradigm*. Indiana University Press.
- HANAWALT, L. (2014). *Moosefingers*. Drawn & Quarterly
- HANAWALT, L. (2018). *BoJack Horseman: The Art Before the Horse*. Drawn & Quarterly
- HANAWALT, L. (2019-). *Tuca & Bertie* [TV series]. The Tornante Company
- HANAWALT, L. (August 16, 2016). *Tegan and Sara - Hang on to the Night*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HNPrs17gZ2o>
- HARMON, D. (2013). *Rick and Morty* [TV series]. Warner Bros.
- MCDONNELL, C. (2018). *BoJack Horseman: The Art Before the Horse*. Abrams.
- MIRK, S. (Jun. 17, 2016). Artist Lisa Hanawalt Talks Hot Dogs, Bojack Horseman, And Why It Helps to Give Anxiety a Name. *Drawn & Quarterly*. <https://bit.ly/3xvaguZ>
- NYFA Podcasts. (2019). Women in Animation: Careen Ingle, Anne Walker Farrell, and Kelly Harper [Podcast Audio file]. <https://www.nyfa.edu/podcasts/tag/anne-walker-farrell/>
- OSPINAS, M. A. (2006). Con notable daño del buen servicio: sobre la locura femenina en la primera mitad del siglo xx en Bogotá. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 2, 303-314.
- ROLLINS, S. (2019). How the Creator of ‘Undone’ Turned her Mental Break into a Healing TV Series. *Bustle*.
- RONDOT, J. & Novie, R. (2009). *Secret Girlfriend*. [TV series]. Fremantle Media North America.

SALZMAN, D; Bahr, F. & Small, A. (1995). *Mad TV*. [TV series]. Quincy Jones_Davis Salzman Entertainment.

STIEHM, M. (2003). *Cold Case*. [TV series]. Jerry Bruckheimer Television.

SZYMANSKI, A. (2020). *Cinemas of therapeutic activism. Depression and the politics of existence*. Amsterdam University Press.

WAKSBERG, R. B. & Purdy, K. (2019). *Undone. The Tornante Company, Boxer vs. Raptor, Submarine* Amsterdam and Hive House Project.

ZAPATA, M. (2019). La depresión y su recuperación. Una etnografía feminista y corporal [PhD Dissertation]. Universidad del País Vasco.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.
Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons
Atribución 4.0 Internacional (cc BY 4.0).



ES **Narrativa y relato pedagógico**

EN **Narrative and educational stories**

ITA **Narrazione e racconto pedagogico**

FRA **Narratif et récit pédagogique**

POR **Narrativa e relato pedagógico**

Diego Mauricio Barrera Quiroga

Narrativa y relato pedagógico

Recibido: 25/04/2023; Aceptado: 18/09/2023; Publicado en línea: 31/12/2023
<https://doi.org/10.15446/actio.v7n2.112382>



**DIEGO MAURICIO
BARRERA QUIROGA**

Magíster en Educación, licenciado en Educación Básica y abogado, integrante del grupo de investigación Corporación si Mañana Despierto para la Creación e Investigación de la Literatura y las Artes. Profesor e investigador de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Correo electrónico: barreradiego1990@gmail.com; diego.barrera05@uptc.edu.co

ID 0000-0002-8880-3443

RESUMEN (ES)

El concepto de *narrativa* abarca todo un sistema de red conversacional que permite establecer relaciones a partir de relatos; es decir, narrar equivale a producir enunciados, básicamente, con cierta intención comunicativa. Por eso, en este artículo me valdré de dichas nociones para mostrar una propuesta de análisis e interpretación que permita abordar los registros y las experiencias relatadas por la profesora Betty en la zona de conflicto armado del Caquetá. Metodológicamente, me apoyé con el manejo detallado de la información, de tal forma que se pudiera identificar los hilos de significación ante cada acontecimiento visible en el relato. Finalmente, no pretendo solamente presentar un corpus, sino atender las temáticas emergentes, fisuras o extrañezas a través del análisis narrativo interaccional.

PALABRAS CLAVE: narrativa, relato, análisis narrativo interaccional, experiencia, interpretación.

ABSTRACT (ENG)

The concept of *narrative* includes a whole system of conversational networks allowing to establish relationships from stories; that is, it means basically producing enunciations with a given communicative intention. Therefore, in this article, I shall use these notions to show an analytical and interpretative proposal allowing to approach the registers and experiences told by the teacher Betty in Caquetá's armed conflict area. Methodologically, I used as support the detailed use of information, so that the meaning threads could be identified regarding each visible event in the story. Finally, I do not intend merely to present a corpus, but to address the emerging themes, cracks, or oddities through interactive narrative analysis.

KEYWORDS: narrative, story, interactive narrative analysis, experience, interpretation.

RIASSUNTI (ITA)

Il concetto di *narrazione* comprende un intero sistema conversazionale che permette di stabilire relazioni a partire da storie; ovvero, narrare equivale essenzialmente a produrre enunciati con una certa intenzione comunicativa. Per questa ragione, nel presente articolo, mi servirò di tali nozioni per mostrare una proposta analitica e interpretativa che permetta di affrontare l'informazione e le esperienze raccontate dalla professoressa Betty nella zona del conflitto armato del Caquetá. Da un punto di vista metodologico, ho usato il trattamento dettagliato dell'informazione, in modo da poter identificare i fili significanti per ciascun avvenimento visibile della storia. Infine, non pretendo solo presentare un corpus, ma anche affrontare tematiche emergenti, fessure e stranezze attraverso l'analisi narrativa interazionale.

PAROLE CHIAVE: narrazione, storia, analisi narrativa interazionale, esperienza, interpretazione.

RÉSUMÉ (FRA)

Le concept de *narratif* englobe tout un système de réseau conversationnel qui permet de créer des relations à partir de récits; autrement dit, narrer équivaut à produire des énoncés avec, en somme, une certaine intention communicative. Ainsi, dans cet article, j'utiliserai ces notions pour faire une proposition d'analyse et d'interprétation qui permette d'aborder les registres et les expériences racontées par la professeure Betty dans la zone de conflit armé du Caquetá. Sur le plan méthodologique, je me suis appuyé sur l'utilisation détaillée de l'information, de telle façon que l'on puisse identifier les réseaux de sens face à chaque événement visible dans le récit. Finalement, je ne prétends pas présenter uniquement un corpus, mais également prendre

en compte les thèmes émergents, les failles ou les étrangetés à travers l'analyse narrative interactionnelle.

MOTS-CLÉS : narratif, récit, analyse narrative interactionnel, expérience, interprétation.

RESUMO (POR)

O conceito de *narrativa* abrange todo um sistema de rede conversacional que nos permite estabelecer relações a partir de relatos, ou seja, narrar equivale a produzir enunciados, basicamente, com uma determinada intenção comunicativa. Por esse motivo, neste artigo, usarei essas noções para mostrar uma proposta de análise e de interpretação que nos permita abordar os registros e as experiências relatadas pela professora Betty na área de conflito armado de Caquetá. Metodologicamente, usei o tratamento detalhado das informações com o intuito de identificar os fios de significado de cada evento visível no relato. Finalmente, meu objetivo não é apenas apresentar um corpus, mas também abordar temas emergentes, fissuras ou estranhezas por meio da análise narrativa interacional.

PALAVRAS-CHAVE: *narrativa, relato, análise narrativa interacional, experiência, interpretação.*

adquieres. En contraste, lo fácil, alcanzable e inteligente que se ve en las pantallas hace todo disponible y al alcance de un *like*.

En consecuencia, surge el *dataísmo* que no cuenta nada y reemplaza la realidad por los números. Se elimina la experiencia². Sustituye los relatos por un totalitarismo digital. Hay un apoderamiento de los individuos a tal punto de influir en el comportamiento humano. En la opinión de Han (2022), «Somete nuestras percepciones, nuestra relación con el mundo y nuestra convivencia a un cambio radical. Nos sentimos aturdidos por el frenesí comunicativo e informativo» (p. 25). Distorsiona la democracia al dar la impresión de democrático algo que es puro consumo y explotación. El entretenimiento es la orden. La *telecracia* se instala destruyendo el discurso y ofreciendo espectáculo. La información se hace viral a través de la difusión en múltiples plataformas digitales y medios físicos; sin embargo, no dura mucho tiempo porque los intervalos se mueven con la duración de la publicación. Por esa razón, aparece un fenómeno de transmedialización, de fragmentación, de noticias y discursos inacabados que son completados a conveniencia por el espectador. He aquí el peligro, pues la distorsión y *fake news* se ponen al orden del día.

Lo anterior trae una contradicción con la producción discursiva ya que la fragmentación y acelerada comunicación no da espacio para pensar, reflexionar o rumiar, por lo que nos ubicamos en una disputa entre la comunicación informática vs. la comunicación experiencial (vidas, sujetos, dramas, avatares, etc.). Es decir que la coerción de la precipitada información aparta la acción inteligente; «no son los mejores argumentos los que prevalecen, sino la información con mayor potencial de excitación» (Han, 2022, p. 35). El espectáculo para el público se convierte en la gran escenificación discursiva. Los ciudadanos se vuelven el centro de la guerra mediática sin pensamiento político porque el otro se borra. No hay puntos de vista ni criterios de formación propia porque lo que se ve es doctrinario. En cambio, si reconoceríamos la presencia del otro como un elemento esencial en la acción comunicativa, entonces, estaríamos obligados a valorar a los sujetos hablantes y oyentes que narran un mundo verosímil. Una narración que permite

INTRODUCCIÓN¹

Muchas veces se habla de *información y datos* para referirse a la acción narrativa, restando importancia al proceso interactivo de aprendizaje y transformación. Por eso, autores como Han (2022) consideran que estamos ante un «régimen de la información» o de dominio mediante algoritmos e inteligencia artificial. Ya no es relevante tener los medios de producción, sino acceso a la información que vigila, controla y pronostica el comportamiento; degrada a las personas a condiciones de consumo y dato, convirtiéndolas también en cuerpos obedientes, por lo tanto, sometidos. Cuerpos sumisos y cooptados en su psique por el espectáculo, la visibilización y ceremoniosidad esplendorosa de las redes tecnológicas. Por ejemplo, el celular: instrumento de control, de eficaz vigilancia, no coercitivo y ofrecido bajo la noción de libertad, creatividad, voluntad y comunidad. Así mismo, como caso típico, están los *influencers* que interiorizaron y optimizaron el poder neoliberal de la información y la pusieron en la dimensión más alta, al punto de proponerse como modelos o auténticos cuerpos digitales a seguir. No dan órdenes, sino que motivan a dar toques o susurran con cada imagen transmitida por las pantallas. Esto los ha dotado de aspectos casi religiosos. Los seguidores se vuelven discípulos y sus contenidos en un acto de comunión. Lo que media es el consumo de los productos para redimirse. Al mismo tiempo, buscan que cada artículo produzca una autorrealización si lo

1 Este artículo investigativo es producto del enfoque sobre narrativa y relato como metodología de investigación realizado en la pasantía con el profesor Dr. Julio César Góyes, investigador del IECO de la Universidad Nacional de Colombia. Hace parte de la tesis de investigación doctoral en Lenguaje y Cultura, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de (UPTC), denominada *Saber pedagógico presente en las narrativas de experiencia docente durante el conflicto armado interno en el Cauca*, actualmente en curso. Es dirigida por el Dr. Donald Freddy Calderón Noguera, docente de la UPTC, Facultad de Ciencias de la Educación.

2 Como lo hace notar Ripamonti (2017, p. 88), «la experiencia como testimonio, expresa acontecimientos, efectos y contraefectos de prácticas institucionalizadas, agenciadas, padecidas, etc., en perspectiva, en situación, en enclave histórico, desde las marcas, las heridas y las cicatrices, desde los cuerpos experientiales que narran».

moverse de un lado a otro y que dispara significados; o sea, una narración para la apertura, atada a los sentidos propuestos por el relato. La voz del otro impregna en el relato una cualidad discursiva que posibilita la afirmación o cuestionamiento: todo sujeto está cargado de interrogación. Por consiguiente, la crisis está en la desaparición del otro, en otras palabras, en el silencio de los mundos posibles: capacidad narrativa. No escuchan las demás construcciones, por ello, se disminuye la lectura de significados y se enfatiza en frases o imágenes resumidas. La recepción, como estética, acaba en el esquema básico de oír para repetir. La cooperación que se da a través del otro no encuentra un espacio porque el estímulo creativo queda en lo dicho o dado, esto es, no concretización subjetiva de los valores, creencias, convenciones y sentimientos. Así, por ejemplo, para los dataístas, «el big data y la inteligencia artificial toman decisiones más inteligentes, incluso más racionales, que los individuos humanos, cuya capacidad para procesar grandes cantidades de información es limitada» (Han, 2022, p. 61). Ahora bien, es cierto que una narración con datos es interesante, sin embargo, los datos no son suficientes, sobre todo si vivimos rodeados de experiencias poético-narrativas y frente a relatos que transforman al sujeto-lector-observador.

En ese orden de ideas, mantener la premisa dataísta nos puede llevar a un rechazo del individuo libre, pesante, crítico y autónomo porque lo único que cuenta es la interacción eficaz de la información de manera funcional. El ser humano se diluye en el triste registro: bien informados, pero sin capacidad narrativa y desorientados. Desde el punto de vista de Han (2022): «Las narraciones se desintegran y acaban en informaciones. La información es lo contrario de la narración. El big data se opone al gran relato. No narra nada» (p. 84). Por eso, afirmo que hoy la crisis no es solamente política, económica o ética, sino narrativa; es decir, sin narraciones no tendremos la oportunidad de significar, dar sentido, reflexionar, orientarnos y construir nuestra identidad.

¿Y PARA QUÉ NARRAR?

Aludí arriba que somos lo que escuchamos, narramos y percibimos para cambiar lo que somos. Y cambiamos si reconocemos al otro, lo acogemos y damos hospitalidad a través de la palabra (Mèlich, 2000). Se trata también de comprender que, con la narrativa, la inteligibilidad del mundo y de sí mismo brindan un acceso constitutivo de la experiencia. Así mismo, permite transmitir sucesos, múltiples expresiones o cadena de eventos en un tiempo; efectos, causas y relaciones de acuerdo con un patrón de situaciones; y ofrece proximidad a partir de explicaciones situadas. En la narrativa importan los hechos y los vericuetos vividos que pueden bordear la ficción.

De igual forma, con la narrativa tenemos la oportunidad de significar, organizar, dar forma a los acontecimientos, construir a partir del tejido secuencial, presentar imágenes y manifestar emociones, sensaciones y sentimientos. De forma tal que el receptor ordenará las manifestaciones, estructurará lo expuesto y valorará o no el proceso narrativo. En cada expresión encontrará lugares, personajes, intereses, experiencias que muchas veces relacionará con su contexto.

Tradicionalmente, la narrativa se asume como género, sin embargo, en la investigación narrativa se incorporan otros elementos de orden interpretativo y situacional, complementados con anécdotas y testimonios profundos a través de los relatos. Este último funciona desde las honduras semánticas, no siempre es cronológico, sino reflexivo³. Las acciones ayudarán en estas marcaciones y podrán alterar el ordenamiento haciendo que los lectores confronten, vean, recreen o se sumerjan en el mundo relatado.

Adicionalmente, trabajar con narrativas ofrece un abanico de oportunidades como analizar las experiencias para comprender, interpretar y reconstruir los significados. Es una estrategia formativa y transformadora. Así mismo, no es posible desligarnos de ella porque

3 Como se indicó, vinculo el relato con la reflexividad porque toda acción narrativa parte de características introspectivas, retrospectivas, colaborativas, críticas, voluntarias, transformadoras y contingentes. Tiene algunas condiciones: claridad, plausibilidad, verosimilitud y fuerza participante. Además, posee conexiones entre lo vivido, lo percibido y lo relatado. En consecuencia, nos enfrenta a un cúmulo de encrucijadas que desvelan las relaciones sociales y distribuye saberes. Así, pues, la reflexión en el relato favorece la indagación sobre la vida, el quiénes somos, qué hacemos, por qué lo hacemos, para qué lo realizamos y cuál es el curso de nuestra acción. Así mismo, acerca lo específico a la complejidad existencial y reconoce en las dimensiones emotivas una forma de respuesta al modelo paradigmático (Bruner, 1996). Finalmente, lo que el relato reflexivo puede lograr es transformar al autor, al lector y su hábitat, por lo tanto, a la manera de concebir el contexto.

vivimos contando historias (Connelly y Clandinin, 2008) a través de los actos narrativos que representan reflexiones, experiencias y pensamientos. Por su parte, McEwan (2005) identifica la narrativa como la forma particular de reconocer las acciones humanas, pues no solamente media la experiencia, sino que se configura toda una realidad social, procura explicar la vida, juega con el andamiaje conceptual, reconfigura significados y dota de nuevos sentidos. Resalta el saber acumulado, hace público las marcas personales y las vuelve inteligibles por muy compleja que sea la vida. Sirve, además, para descubrir lo enraizado, dialogar con el entorno; involucra las interacciones e interioriza toda una escena reflexiva.

Ahora bien, las narrativas, por su contenido explicativo, interpretativo y reflexivo, permiten volver a describir, profundizar y pensar el mundo. De acuerdo con Bruner (1996), tenemos dos modalidades de pensamiento: narrativo y paradigmático, y «cada una de ellas brinda modos característicos de ordenar la experiencia, de construir la realidad» (p. 23). No se contraponen, más bien, hacen parte de la diversidad argumentativa. No obstante, funcionan de manera diferente. Lo narrativo se acerca a la semejanza con la vida y lo paradigmático a la verificación o verdad. A una narrativa se le juzga por los méritos, a la modalidad paradigmática por los procedimientos empleados que aseguren una teoría sólida. Para la narrativa importan los significados que el sujeto imprime a partir de las experiencias; lo cual es diferente de lo paradigmático o lógico-científico⁴ que trata de cumplir con categorías, formalidad, conceptualización y construcción de un sistema verificable. «Su lenguaje está regulado por requisitos de coherencia y no contradicción» (Bruner, 1996, p. 24). Esto no niega la capacidad narrativa ni la hace mejor porque los relatos ven conexiones, disimilitudes, intenciones, acciones, vicisitudes, entre otras. Dicho con palabras, la narrativa se preocupa de la condición humana, los desenlaces o problemas; los argumentos son convincentes o no. Tiene panoramas, agentes, intenciones, situaciones que dejan mirar las intervenciones, el pensar y saber. De modo que la característica no es mostrar la realidad prístina, sino abrazar los horizontes, los motivos y las suposiciones. Los físicos determinan lo verificable y correcto; cosa distinta ocurre con la narrativa, pues no tiene esas

preocupaciones ni requisitos porque la credibilidad está en actividad humana para lograr expresiones y vinculaciones culturales.

Por lo tanto, el objetivo de usar la narrativa está centrado en los acontecimientos puesto que las intenciones y acciones humanas son variadas, y siempre entran en conflicto con otras; permitiendo, entonces, llegar a conclusiones no sobre certidumbres, sino desde las diversas perspectivas. Está muy cercano o enlazado con la propiedad sociosemiótica en donde el corpus narrativo no es un texto *per se*, sino una relación (Maté, 2023). De esta forma, los significados a partir de las interpretaciones varían: son entidades autónomas de acuerdo con las concepciones que tengamos. A juicio de Barrera Quiroga, Pulido Sánchez y Bautista Gómez (2022): «La narración (biográfica, autobiográfica, biográfica-narrativa o autoetnográfica) ofrece un marco conceptual y metodológico para analizar aspectos fundamentales del desarrollo humano a través de la interacción, significación y comprensión que permite el relato de vida» (p. 98). En ese sentido, estamos ante una dimensión experiencial que muchas veces la investigación formal deja a un lado; ignorando la posibilidad, a través de la narrativa, de organización y significación del mundo.

En síntesis, se puede decir que la narrativa implica una reconstrucción de la experiencia que para la investigación educativa resulta de gran importancia. Es una narrativa expandida que en los últimos treinta años ha tomado fuerza. Algunos autores como Jahn y Nünning (citado por Kindt, 2009) hablan de la «industria narratológica» que dialoga con otras disciplinas, presenta nuevas características en donde el análisis y la interpretación cumplen un papel preponderante.

Desde esta perspectiva, la narratología no se mirará como simple teoría de objetos, sino que tendrá nuevas concepciones; en consecuencia, puede entenderse como método para el análisis e interpretación. Sin embargo, ningún proceso que busque la comprensión es completa, por eso, es necesario adicionar dos elementos en este punto: significado e interpretación para la obtención de sentido que cambia de acuerdo con la visión específica (Quiroga *et al.*, 2022, p. 318).

4 Como señala Goyes (2012), «el conocimiento lógico-científico elimina la experiencia subjetiva y personal en favor de constructos cosificados y sistemas de clasificación y diagnóstico» (p. 42). Sin embargo, es una forma de lenguaje indicativo, es decir, que afirma, mitiga la ambigüedad e intenta entregar seguridad. La contradicción se excluye porque la coherencia, el tecnicismo y la objetividad son la mayor expresión a pesar de habitar un mundo lleno de significados.

Lo anterior trae implícito el no etiquetar la narratología, exclusivamente, en los estudios literarios y sí vincularla a nuevas epistemologías, ontologías y metodologías que unos han llamado «giro narrativo» (Riessman, 2005); en otras palabras, movilidad del saber. Esta última denominación ha tenido un notable avance, especialmente, en las ciencias sociales y humanas por el interés reflexivo, contextual, relacional, colaborativo y dialógico. Esto da origen a encuentros multidisciplinarios que renuevan la teoría sin caer en el «empirismo narrativo» (Quiroga et al, 2022, p. 319), más bien, reconceptualizando las nociones investigativas, dotando de significado los procesos interpretativos, atendiendo los mundos posibles y apostando al reconocimiento de las emociones, afectos y sensibilidades. Adicionalmente, se amplían las miradas del conocer y se restaura el valor humano; es decir, descomponiendo y componiendo las estructuras del mundo.

Ante esto, será la narrativa la que abra o permita adentrarse a la vida y sus complejidades para que no queden los acontecimientos en unos simples hechos, sino que lleguen a tener una organización inteligible (Ricoeur, 2006) y comprensible desde las experiencias, las reflexiones, el renombrar, el recrear y el cuestionar a través de los sucesos vividos.

¿AHORA, PARA QUÉ EL RELATO?

No debemos olvidar que para adentrarse en los vericuetos narrativos necesitamos el relato, que es como el anclaje, la herramienta que teje los sentidos. Según Barthes (1977), todo pueblo está rodeado de relatos; es decir, llenos de memoria cristalizada que contribuye al reconocimiento de la diferencia entre los sujetos. Sin embargo, recurrentemente, en los trabajos de investigación narrativa no se preocupan por diferenciar entre narrativa y relato⁵; no obstante, tienen una

distinción estas dos nociones⁶. La primera, se acerca a la acción comunicativa, a las imágenes, a los hechos, a los argumentos, a lo subyacente y está cargada de un mundo multiforme y polifónico. La segunda, fondea, desafía y vehicula los acontecimientos presentes en la narración. Dan forma al contenido narrativo. En el relato no existe la lógica procedimental, sino una dimensión simbólica que está distribuida y fragmentada en la narración. De allí la necesidad de detectar las isotopías para darle coherencia, de lo contrario, sería suficiente leer la narrativa y sacar las conclusiones: significados a partir de su estrategia comunicativa. A esto se añade que lo más importante de una narrativa (desde la investigación y como proceso de aprendizaje educativo) no está en su discurso comunicativo o mensaje (campo semántico), sino en la enunciación narrativa (significante de la experiencia del lenguaje) donde está inscrito el relato, pero no porque esté escondido o la espera de interpretaciones, sino debido a que está allí y hay que traerlo a la experiencia del sujeto. Dejar que agujere o haga empatía como sujeto de la enunciación (experiencia) y no del enunciado (comunicación o semiótica con mensaje).

Adicionalmente, el relato se enfoca en la manera en que se cuenta, pueden caracterizar los personajes, el ambiente, las emociones y los pensamientos. Además, permite mantener la línea narrativa sin correr el riesgo de perder el sentido; proporciona un modo: información, punto de vista y profundidad. Comprende, de la misma manera, una sucesión en vista de la obtención de efectos. Por tanto, son analizables en función de las huellas y los detalles que jalan al lector hacia el interior del cuadro narrativo. Es claro, entonces, que el relato se convierte en narrativa para presentar el movimiento de los enunciados y cuyo significado están en las acciones relatadas. Conviene subrayar que la estructura narrativa puede ser lineal (cronológica), intercalada, *in medias res* o inclusiva (contiene otras historias) y susceptibles de múltiples apreciaciones.

También subsisten narrativas sin relato, discursos simples, ideológicos, cargados de datos y operaciones lógico-cognitivas (causa-efecto). No obstante, un relato siempre tendrá una narrativa que cuente, disimule, exprese, haga terapia o transforme; es más, cuando una

5 Un ejemplo de ello es lo mencionado por Martínez Guzmán y Montenegro (2014):

cuando hablamos de relatos o historias bien podemos estar hablando de «discursos narrativos». Las historias y los relatos son concebidos como narrativas que a su vez son textos y, por tanto, discursos. De hecho, en su concepción más amplia, un relato puede definirse, según David Boje (1991), como cualquier dispositivo discursivo que genera y sostiene significado, por lo que cualquier texto con significado puede en última instancia comprenderse como una narrativa (p. 113).

6 Desde el punto de vista de Genette (1989) —mirada narratológica— es necesario identificar tres términos: historia, relato y narración; esto es, «historia [a lo] significado o contenido narrativo (aun cuando dicho contenido resulte ser, en este caso, de poca densidad dramática o contenido de acontecimientos), relato propiamente dicho al significante, enunciado, discurso o texto narrativo mismo y narración al acto narrativo productor y, por extensión, al conjunto de la situación real o ficticia en que se produce» (p. 83). Vale decir que para el autor historia y narración existe por intermedio del relato, así mismo, estas tienen una relación recíproca.

narrativa carga un relato se torna en una experiencia verdadera e irrepetible para el sujeto. Esto nos lleva a afirmar que en la investigación narrativa en educación existen narraciones docentes verdaderas, irrepetibles y únicas.

Así las cosas, ciertos investigadores, como Suárez (2017), han optado por hablar de relatos pedagógicos, documentación narrativa y experiencia pedagógica para destacar que es en el narrar donde los sujetos (profesores) dan sentido al ambiente escolar y del mismo movimiento laboral, social y cultural. De igual modo, hablan de ellos, de sus proyectos, deseos y sueños sin desconocer las relaciones y los actores. Por eso, desde este escenario se asume la práctica pedagógica como un diálogo a partir de lo que acurre en las aulas y la vida. Ahora bien, dichas prácticas son saberes convertidos en relatos.

Pero también son narrativas colectivas conformadas por las tradiciones de la escuela en los sitios donde profesores y estudiantes desarrollan sus actividades y el contexto social, cultural e histórico en el que las historias son vividas, las reglas y los patrones del discurso que hacen posible las formas particulares de narración (Quiroga et al, 2022, p. 44).

En consecuencia, las voces de los docentes cobran una importancia por su carácter polifónico, igualmente porque son ellos los que viven y entienden los diferentes discursos oficiales o no que circulan y afectan.

Los relatos apoyados en las experiencias fundamentarán, entonces, la investigación narrativa a partir de tres hechos: 1) reflejo de las prácticas, 2) instrumento de significación y 3) reconstrucción de la vida, experiencia y reflexión. Además, se entenderá como una herramienta para estudiar los fenómenos sociales de los profesores. En ese sentido, es una propuesta con compromiso crítico ante las directrices oficiales de obedecimiento estructural; es una emergencia derivada del saber pedagógico y una alternativa investigativa. La mirada está centrada en considerar el fenómeno educativo como un telón para el análisis-interpretación, como una actividad en donde el lenguaje y la cognición dan forma al sujeto. Este planteamiento saca de lo abstracto el saber pedagógico y la construcción narrativa, y los pone en el campo real de la praxis humana porque toda actividad social está orientada hacia el otro.

Por consiguiente, si se toma la narrativa como una manifestación relevante, podemos apreciar una forma de significar y localizar los efectos de los relatos. En ese

orden de ideas, los profesores se convierten en miembros activos de una comunidad que piensa, siente y dialoga para dar sentido a las experiencias sedimentadas.

He de precisar que este tipo de indagaciones son relativamente recientes, sin embargo, desde la aparición del giro narrativo, los enfoques investigativos en educación tomaron otra vía que consistió en apartarse de la tradición positivista y de los «grandes relatos» para darle paso a las voces acalladas, a los sectores sociales relegados, a las nuevas relaciones con el mundo, a una comprensión más abierta, a la explicación humana y no de centralidad científica, a la exploración de formas narrativas y a la organización de los saberes con el objetivo de corresponder con una epistemología y ontología experiencial las cuales están en continua construcción.

En la opinión de Connelly y Clandinin (2008), se utiliza cada vez más la investigación narrativa para estudiar las experiencias educativas. La razón: somos seres narradores. Nuestros relatos sirven como modelo. Somos cuerpos textualizados a través de lo vivido. El estudio narrativo permite comprender las vidas relatas. De esta idea se deriva la afirmación de que en la educación nadamos por entre las historias, personajes y acontecimientos dignos de ser narrados. Cabe agregar que la narrativa se entiende como fenómeno y método. Tiene una cualidad integradora, particularmente, en la educación al relacionar los procesos de enseñanza y aprendizaje, la vida y el sentido escolar.

METODOLOGÍA

La investigación narrativa está ubicada en el enfoque cualitativo puesto que su base es la experiencia, la vida y la reflexión. Teniendo en cuenta a Sandín (2003): «Los estudios cualitativos suponen, en mayor o menor grado, duración e intensidad, una interacción, diálogo, presencia y contacto con las personas participantes en los mismos» (p. 203). Otra cuestión importante es la voz que implica una existencia y reconocimiento «entre los investigadores y los practicantes que está construida como una comunidad de atención mutua (*caring community*)» (Connelly y Clandinin, 2008, p. 19). Sin embargo, ¿qué nos permite saber una narración?, ¿qué abre?, ¿qué dice o qué calla?, ¿qué cuestiona o descentra?, ¿qué vincula?, ¿qué se construye? Estas y otros interrogantes admiten una apertura metodológica desde la narrativa «para abordar y pensar problemas situados, en especial los relativos a temas del campo de la educación» (Ripamonti, 2017, p. 84). Para ello, es fundamental entretejer la singularidad, el tiempo y el contexto. Es una postura lanzada hacia

la conexión de sentimientos y hechos. La distancia no identifica el saber que está enlazado con las formas de creer y actuar. En últimas, el juego es cooperar o participar como una manera de dar voz.

Un escrito narrativo puede que no multiplique las visiones, sino que cuestione y opere en función a los movimientos experienciales. No se trata de explicar o hacer un reporte y sí de vincular el sujeto de la enunciación; es decir, sumergirse en el relato para distinguir las huellas y ubicar lo vivido por delante. También, para confrontar los recorridos y reconfigurar la memoria.

Hay que entender que el rumbo de la investigación narrativa es un proceso que tiene variados niveles: temporales, sociales y evidentemente contingentes. La tarea central, entonces, es comprender que las personas viven sus historias, narran y reflexionan sobre lo acontecido. Para el investigador esto tiene un grado de complejidad porque sabe que una vida es un pensar el momento, el pasado y el futuro, por lo tanto, implica repensar a través del relato.

Esto se puede ver a medida que un sujeto narra y cuenta el relato, este manifiesta cómo lo hace y esa es su marca o lugar de enunciación, su identidad, su saber, su experiencia compartida. Por esto, la investigación narrativa, ante todo, es más una metodología para leer y escribir el mundo antes que un compendio teórico, aunque trabajar con las narrativas por fuera del género literario implica que el método y la teoría se vean como dos caras de la misma moneda. Es menos lógico-cognitiva y más poético-narrativa.

Por eso, no me interesé en el muestreo aleatorio o estadístico, sino por conveniencia. La información obtenida en este ejercicio (experiencia compartida) se hizo a una profesora que actualmente trabaja en Belén de los Andaquíes, Caquetá. Cuenta con experiencia en preescolar y básica primaria. Además, ha estado laborando en un territorio afectado por la violencia. En ese sentido cada reconstrucción hecha se tomó no como un mero registro, sino como la manera de percibir, memoriar, comprender,

interactuar, modificar y transformar el entorno. Cada relato está cargado de afectaciones, engendra sentidos, trae intereses, deseos y sucesos con una aguda práctica axiológica.

Una vez levantado el corpus de la profesora Betty no seguí las recomendaciones de triangulación hechas por Bolívar, Fernández y Molina (2005), sino la incertidumbre. Por tal razón, el valor no estuvo en la validación de los hallazgos por medio de la organización tradicional, por el contrario, lo importante moró en las huellas que enriquecen y amplían el punto de vista⁷.

Por tanto, la cristalización fue la opción tomada con el objetivo de no hablar sobre una verdad y así deconstruir la idea de validez ante textos profundos, complejos, duros y sensibles. No utilicé imágenes-fotográficas, antes bien, acudí a la secuencia narrativa para la emergencia temática, análisis e interpretación. Probablemente, transito por el modo subjuntivo, el cual busca significados implícitos, dudas, desencadenamientos, presuposiciones, deseos, intenciones y perspectivas (Goyes, 2012).

En suma, a través de la entrevista narrativa⁸ orienté el encuentro y diálogo con la profesora Betty. Organicé unas preguntas sin caer en la instrumentalización de la palabra ni en el riesgo de creer que la información es un material tipológico con objetivos jerárquicos y científicos; es decir, procurando no perder los elementos situacionales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La naturaleza en este tipo de investigación incluye diferentes formas de abordaje para el análisis e interpretación. Requiere seguir una ruta que ayude con el posicionamiento reflexivo; es decir, la mirada del mundo.

Según Lather (2013), la apuesta en el análisis narrativo nace de diversos giros como el lingüístico, cultural, narrativo, etnográfico, pragmático, entre otros. Esto hace que los métodos sean diversos y eventuales, pero con intenciones de conectar a través de los hilos de sentido.

⁷ Nótese que la narración tiene grietas y esos agujeros conducen a armar el relato como dimensión simbólica de la experiencia de quien narra y de quien atiende esa narración. Por lo que la triangulación no satisface el encuentro con las huellas ya que es una estrategia de análisis lógico-semántica, una especie de fórmula para explicar una hipótesis y un modelo de investigación científico o formal. Estoy convencido de que no existe solo tres lados para acercarnos a la realidad del mundo. Lo que vemos, escuchamos y sentimos no depende de la triangulación y sí del ángulo o posición en que estemos.

⁸ Con base en Jovchelovitch y Bauer (2000), la entrevista narrativa estimula la participación de los sujetos, atiende los puntos de vista que considera relevante el narrador y reconstruye los eventos lo más directo posible.

Partimos de la siguiente máxima: es narrativamente como interpretamos las experiencias, leemos a los otros, ingresamos a su vida y comprendemos los puntos de vista. De acuerdo con Victor (2009): «It is through the written and spoken word that you can transcend your own experience to understand someone else's. Through stories, you learn how others differ from you but also how they are the same- sharing similar feelings, beliefs, and attitudes»⁹ (p. 173).

Existen varias clases de análisis; no obstante, me interesa el análisis interaccional (Riessman, 2005) porque centra el ejercicio en el diálogo, la multivocidad, los roles y el tiempo. La estructura temática no se abandona, pero el interés está en el proceso de construcción intersubjetiva para crear significados. Esta tipología requiere que el relato se mire de manera amplia e integral. Acá los aspectos formales no tendrán mayor relevancia porque para eso existe el análisis conversacional.

Ahora, ¿cómo encuentro a la profesora Betty? Aludí antes algunas situaciones, sin embargo, no puedo obviar que es una persona cercana; es decir, es hermana de mi suegra, por lo tanto, tía de mi esposa. Cabe resaltar que, previo a todo el proceso investigativo, conocí los relatos que se mueven libremente entre los familiares y, especialmente, cuando hay reuniones o celebraciones. Yo traía ciertas inquietudes porque nací en un lugar que ha estado marcado por la violencia. Adicionalmente, venía ansioso por seguir formándome y hallar un espacio donde no trillara con la gran narrativa del objetivo de estudio y sí un sitio donde el sujeto me ayudara a estudiar a través de la palabra. Un lugar donde la vida cotidiana coadyuvara a comprender los enfrentamientos, los objetivos, los deseos, las angustias, las emociones y los acontecimientos como fundamento para la sedimentación de los saberes y conocimientos.

Finalmente, la beca doctoral me permitió arrancar con esta nueva experiencia. Pedí prestada la voz testimonial para crear un relato cercano a las intenciones del narrador. Una voz que incluye otras voces y que representa un modo de ver el mundo social, cultural, institucional, contrainstitucional y escolar.

Debo aclarar que los apartados compartidos en el presente artículo fueron «normalizados»; es decir, hice algunos «arreglos» para librarlos de inconsecuencia en la construcción discursiva, anacolutos o muletillas y así

9 Es a través de la palabra escrita y hablada que puedes trascender tu propia experiencia para entender la de alguien más. A través de las historias, aprendes cómo los demás se diferencian de ti, pero también cómo son iguales, compartiendo sentimientos, creencias y actitudes similares [traducción del autor] (Víctor, 2009, p. 173).

mostrar un texto más sencillo (o «limpio») a la hora de leerlo. Insisto, son pequeños fragmentos (o dimensiones) traídos con el interés de dialogar, analizar e interpretar.

LA MUERTE

Una de las características en el relato de la profesora Betty es la presencia de la muerte. Por ejemplo, así inicia la entrevista:

De mis primeros años de vida recuerdo a una persona acostada en una mesa. Yo le daba besos en la frente. No tenía idea que era un hermano; es decir, hijo de mi papá, pero no de mi mamá, a quien mataron, se llamaba Reynaldo: para ese tiempo tenía dos años, más o menos.

Esta cuenca semántica (Durand, 2003) permite dilucidar y entrelazar la tragedia con la vida. Ofrece una secuencia interpretativa del mundo que enmarcan las experiencias. Esboza la visión sobre sí misma para establecer significados acordes con la realidad vivida. Desde esta cima proyecta el mundo, se visualiza y entrelaza la estructura identitaria que la acompaña. Expone su miedo. Demos una idea: «Le tengo mucho miedo a la muerte y a los cementerios. A Ruca le decía: «Ruquita, yo me vine fue a morir acá»». Percibe un imaginario, una época, una estética y una sensibilidad, por lo tanto, una mirada. Articula el fenómeno a través del retorno memorioso y las reminiscencias que desencadenan reflexiones sobre la muerte que «es reflexionar sobre nuestra vida» (Montiel, 2003, p. 59).

Atiende el enigma con terror a pesar de ser el camino que todos recorremos. El efecto de la muerte la pone en un juego inmortal al rechazar dicha realidad. Inconscientemente, no descorre el velo del misterio a pesar de la constante perturbación mortuaria. Para ilustrar mejor veamos:

A la edad de 12 años mataron a mi hermano, luego, a los 19 años falleció mi abuela, que era para mí como una mamá: fue muy duro. Mi abuela Elvira tenía 72 años. El día del entierro quería que me echaran en el cajón con ella: fue muy duro. Yo estudiaba en el colegio y me doparon, me dieron droga porque solo quería dormir: no quería levantarme. «Yo no quiero saber que mi abuela se murió», decía. Dormía para evadir la realidad. Y si esa vez fue duro para mí, con mi papá fue el doble: yo tenía 38 años cuando murió mi papá.

Desde el punto de vista psicológico es un desafío aceptar lo que nos rodea, especialmente, el fenómeno de la muerte. Preferimos trivializar la mayor certeza que tenemos en la vida e incluso siempre preferimos hablar de «vencer a la muerte» como si estuviéramos en un cuadrilátero. Sin embargo, «La vida es el tiempo que transcurre entre el nacimiento y la muerte» (Piolanti citado en Montiel, 2003, p. 62). Por lo tanto, no podemos desligar la muerte de la vida porque, analógicamente, es la compañera eterna. En otras palabras, vivimos para morir: es nuestro fin (Heidegger, 1998). Esto hace que nuestra existencia esté determinada y limitada, en consecuencia, reconocernos como sujetos finitos y con angustias tras asumir una presencia anticipada.

En general, comprender la realidad y asumir la pérdida es útil porque nos hace reflexionar sobre el impacto, el dolor emocional, la vida finita y la resiliencia.

LA ESCRITURA

En esta dimensión se eclipsa cierta visión educativa, por tal razón, de la enseñanza. Se caracteriza, ciertas prácticas en donde varios son los involucrados. Ancla la subjetividad para presentar un plano simbólico a través de la cadena de relatos.

Desde pequeños, nuestros papás nos ayudaron e insistían en la educación. Por ejemplo, cuando uno entraba a la escuela ya sabía muchas cosas; sabía el abecedario, a veces hasta leer porque mi mamita y mi abuela Elvira eran unas profesoras con nosotros. Utilizaban cajitas de fósforos que traían el abecedario. Recuerdo que nos las pegaban en la pared con cinta o con lo que fuera y así nos enseñaban. Esa cajita traía un fondo rojo o azul o amarillo o de varios colores y en la parte superior el abecedario escrito en mayúscula y en minúscula. En ese tiempo no había encendedor, sino que compraban las cajitas de fósforos, se colecciónaba y con ellas en las tardes empezaba mi abuela o mi mamá, cuando le quedaba espacio, a enseñarnos a deletrear y a escribir, porque en ese tiempo uno entraba grandecito, no había preescolar. Uno llegaba a primero, por eso, debía tener uno bases. En un cuadernito escribíamos e íbamos recordando las letras y las palabras. También, memorizábamos el sonido y la forma. La verdad es que las cajitas de fósforo me ayudaron a aprender, además, me salvaron de las garroteras que les daban a los que no sabían nada en la escuela.

Este apartado no es el reflejo ni el espejo de una práctica, sino la reproducción cultura de una época con otros procesos psicológicos de los que hoy tenemos. Un modo en donde el niño o niña experimenta la relación y circulación de lo escrito. También, una forma en donde

los adultos median con sus repertorios, creencias y tradiciones al entender la necesidad del nuevo sujeto social. No obstante, desde el punto de vista del niño o niña –sujeto cognoscente–, emergen inquietudes ante el encuentro con el lenguaje oral, las representaciones escritas, las formas, las segmentaciones y los actos conversacionales. Por eso, recurren a ejemplos o juegos y aceptan el acompañamiento, en este caso familiar, con el fin de interactuar, aprender y lograr el propósito comunicativo que trae la escritura.

Las sílabas son unidades espontáneas en el uso oral; sin embargo, al vincularlas con la palabra escrita se vuelven problemáticas, especialmente, en actividades de conteo (Ferreiro, 2013). Por ello, la profesora Betty recuerda las cajitas de fósforos con el abecedario y la manera como la abuela Elvira le enseñaba para que la «salvara» de las «garroteras que les daban a los que no sabían nada en la escuela». Adicionalmente, podemos reconocer que este proceso tenía una base fonológica o lo que llaman «conciencia fonológica». Según Vernon y Ferreiro (2013), «La conciencia fonológica se ha descrito como la capacidad de identificar la estructura sonora de las palabras (o incluso de seudopalabras)» (p. 131). Para el caso en mención, primero, descomponer las palabras y, luego, insertar al sujeto a la actividad escritural como si tratara de una consecuencia automática. Vale mencionar que abordar así la escritura deja a un lado la actitud analítica y los contextos comunicativos que los niños han adquirido.

Por último, debemos destacar el uso de herramientas simples y creativas (cajitas de fósforos), esto demuestra la dedicación y esfuerzo en proveer una educación a sus hijos.

EL TERRITORIO: BELÉN DE LOS ANDAQUÍES, CAQUETÁ

Los primeros pobladores que llegaron a Belén de los Andaquíes vinieron de Acevedo, Huila, por un camino prehispánico que utilizaron los caucheros para comercializar el látex. También fue utilizada por José Acevedo y Gómez, para escapar de Pablo Morillo en la Época del Terror por rebelarse a las órdenes de los españoles. Es una ruta que dura tres días para cruzar por las dificultades topográficas del terreno. Además, es un territorio sagrado que ocuparon los indígenas andaquíes; sin embargo, muchas décadas después desterraron a sus descendientes por la violencia política que se centró en estas tierras. En los últimos lustros, Belén, San José del Fragua y gran parte de los municipios del Caquetá han sido escenario propicio para grupos armados como el Movimiento M-19 –algunos de sus dirigentes eran

oriundos de Belén de los Andaquíes—, así como la presencia de la guerrilla de las FARC-EP y recientemente los paramilitares.

El territorio es el lugar que no solamente especifica el área geográfica, sino el conjunto de sucesos y actores que darán sentido al espacio.

yo nací en Guadalupe, Huila, pues mi papá trabajaba en la Alcaldía como inspector de Policía. A él lo movían mucho, entonces, llegamos a parar en el año 1972 aquí [Belén de los Andaquíes]. Yo ya tenía dos añitos, y desde ese entonces estamos viviendo en Belén.

El municipio fue fundado por un misionero capuchino el 17 de febrero de 1917, «en cuyo nombre sincretizó la tradición católica a la que pertenecía y el pasado indígena del territorio, ocupado por los andaquíes, expulsados durante la conquista de la zona del Macizo Colombiano, pese a su dura aunque desigual resistencia» (Sánchez citado en CNMH, 2014, pp. 19-20). Algunos historiadores atribuyen un glorioso pasado a los andaquíes, al punto de relacionarlos con las esculturas de San Agustín. No obstante, la migración, la violencia y explotación los llevó a la extinción.

Sin embargo, la violencia no quedó en el pasado porque casi un siglo después la población fue víctima de la violencia paramilitar (contrainsurgente) y estatal; convirtiendo la zona en un lugar propicio para el reclutamiento forzado, tortura, muerte, desaparición y «formación» militar. Por ejemplo, en Puerto Torres (Inspección de Belén de los Andaquíes), la escuela¹⁰ y la casa cural se convirtieron en escenario de terror y perversidad sistemática. Los cuerpos, escogidos al azar, como el texto al que se debía inscribir los sufrimientos a través de heridas, perforaciones, impactos de bala, machetazos, acuchilladas, quemaduras y cortes con motosierra. La narración corporal instauró un lenguaje escrito lleno de sufrimiento y sometimiento.

El accionar estuvo a cargo del Frente Sur Andaquíes del Bloque Central Bolívar (BCB) de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), entre 1997 y 2006. Su fin fue disputar el territorio a la guerrilla de las FARC-EP y controlar a

10 Como dice el CNMH (2014):

[En] Puerto Torres funcionó un lugar en donde, además del entrenamiento en sus estrategias militares o su adoctrinamiento político-ideológico, los miembros del Frente Sur Andaquíes del Bloque Central Bolívar de las AUC desarrollaron y aplicaron métodos para torturar, asesinar y desaparecer personas, en suma, una Escuela de la Muerte (p. 33).

la gente y la producción económica cocalera. A juicio del Banco de Datos de Derechos Humanos y Violencia Política (2019):

La incursión paramilitar en Caquetá se vio motivada por el poder sobre el territorio y la población, y por obtener las ganancias generadas por las economías ilegales, en especial por el narcotráfico, confrontación que ha causado graves infracciones a los derechos humanos del pueblo caqueteño, de lo cual se señala la responsabilidad derivada de la acción conjunta entre la fuerza pública y agentes paraestatales (p. 21).

La presencia la dio a conocer un informante llamado Efrén Martínez, quien explicó que ingresó a las AUC en el 2001 cuando estaba por el departamento del Putumayo y, posteriormente, lo enviaron al Caquetá. El «lugar de acopio» fue «Puerto Torres, ubicado a 70 kilómetros al sur de Florencia y en el piedemonte llanero de la cordillera oriental» (CNMH, 2014, p. 48). La inspección está rodeada de ríos (Fragua, Chorroso y Pescado) y una carretera que comunica con el municipio de Valparaíso, Belén de los Andaquíes y Florencia. Los primeros pobladores llegaron como colonos y se tomó el nombre a partir del apellido de uno de los habitantes, empero, arribaron sin saber que allí se configuraría una violación a los derechos humanos y al derecho internacional humanitario¹¹.

En 1972 empezaron a habitar el municipio la familia de la profesora Betty. Dos años más tarde nació la guerrilla urbana del M-19, pero será en el Caquetá donde la estructura militar tomó vida tras represión y encarcelamiento de sus militantes. La organización decidió crear el Frente Sur en el Caquetá compuesto por milicias bolivarianas y móviles rurales. El sector rural fue su mayor respaldo, también influyeron en los principales sindicatos del departamento. El ambiente por esa época empeoró con el Decreto 1923 (6 de septiembre) de 1978, conocido como el «Estatuto de seguridad», expedido por el gobierno de Turbay Ayala con la intención de menguar el accionar del M-19.

11 Empleando las palabras de González Vélez (2015), los paramilitares entraron «Una tarde, en la que la gente intenta no recordar día ni mes, cambió la vida en Belén de los Andaquíes y en Puerto Torres: carros último modelo, buses y cientos —tal vez miles, dice— de hombres vestidos de camuflado que no eran de la región, se reunieron en el parque de Puerto Torres, hicieron formación militar y uno de ellos se dirigió a la población: “somos el Frente Sur Andaquíes del Bloque Central Bolívar, venimos a atacar a la guerrilla, lo que la gente vea o escuche acá no se comenta o se atiende a sus consecuencias”» (p. 16).

Más tarde, tras los bombardeos en Marquetalia, El Pato y Riochiquito, las organizaciones campesinas armadas y miembros del Partido Comunista decidieron conformar las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. Su plataforma de lucha se centró en lo que llamaron el Programa Agrario de las FARC. «Luego de la amnistía con el gobierno Betancur, el M-19 se retiró paulatinamente y con este movimiento fueron haciendo presencia las FARC-EP en ciertas zonas de Belén, principalmente en el sector cordillerano en el periodo de la bonanza marimbera» (González, 2015, p. 40). Despues, hicieron presencia los paramilitares con la historia ya presentada arriba.

Lo anterior, entonces, hace parte del contexto en el que la profesora Betty ha vivido y sufrido a pesar del hondo verde que recoge la brisa de los ríos Pescado y Sarabando.

EL MACHISMO

Algunos autores, como Daros (2014), afirman que desde hace tres décadas las mujeres se mueven en un escenario de poder por las conquistas y luchas sobre su cuerpo, fecundidad, conocimiento y desempeño. Sin embargo, no podemos caer en la equivocada idea de que ya estamos ante un modelo de similitud y equidad entre sexos.

Somos conscientes de que la cultura condiciona los valores, las desigualdades, las maneras de ser, los comportamientos y aprendizajes sociales. Por ejemplo, Simone de Beauvoir (2015) definió en su época al ser femenino como un sujeto subordinado al hombre. Dicha subordinación la podemos leer en la crítica que realiza la profesora Betty:

Por otro lado, me disgustaba el hecho de que los hombres podían irse a estudiar a otro lugar. Ellos escogían dónde querían estudiar, qué querían comer: «hágale a este perico, pero no le eche tomate, no le eche cebolla porque a él no le gusta», y yo sí debía comer lo que sirvieran. Solo se les ocurría justificarlo así: «ay, mijita, pobrecito el muchachito, mi rey». Actualmente, es igual o en muchos hogares todavía se promueve el machismo y, a veces, fomentado por nosotras. Uno ve ciertas actitudes y comportamientos de los hombres y lo ve normal, pero si es de una niña o una mujer, entonces, le encuentra peros. En la casa familiar podría decirse que había un comportamiento machista: las mujeres destinadas a realizar actividades de limpieza y cocina. Yo era la mayorcita de las mujeres y me tocaba, por la tarde, coger el lavadero y el sábado en la mañana a planchar porque se la llevaban. Los hombres no lavaban ni los interiores. Mi mamá decía:

«no, porque él es hombre». Yo cuestionaba: «¿y eso qué tiene que ver?», y replicaban: «no, mijita, los hombres no están para eso».

A causa de ello la percepción de la mujer es de alguien desvalorizada y despreciada. Dotan al hombre de atributos y la distribución de reconocimiento es asimétrica. La labor y papel femenino se estima menor o inferior a tal punto de relegarla a las actividades domésticas; por el contrario, al hombre se impone como una figura de poder, por tanto, le resulta deshonroso participar en estos espacios. Adicionalmente, se le confiere extensas prerrogativas. Sin embargo, estas circunstancias serán ejemplificantes para la profesora Betty porque reflexiona y critica el modelo masculino y el rol tradicional de la mujer. En suma, este tipo de cuestionamientos son importantes porque combaten la desigualdad de género y machismo, y busca entender por qué no se deben considerar normales los patrones hegemónicos de poder contra la mujer.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Con los apartados presentados de la profesora Betty se pudo ejemplificar el abordaje del análisis interaccional al descifrar ciertos elementos que condujeron a la significación y reflexividad. Relatos simbólicos, emotivos y empáticos. No reflejos, como lo hace un espejo, sino percepciones o espacios inconscientes que funcionan para mantener vivo el ritual de la palabra y la misión poético-narrativa.

Por otro lado, pude, a través de los fragmentos, percibir la experiencia vivida y el tejido de sentido que es imposible reconocer con el conocimiento lógico-científico. No hay ausencia temporal ni pretende leyes que describa un mundo como si trata de replicar lo válido, antes bien, encontramos un saber corporalizado y crítico (Goyes, 2012). También es importante mencionar las grietas o mensajes implícitos que dan paso a la capacidad simbólica. Las imágenes que no son accesorias, al contrario, contribuyen con el concepto e, igualmente, tienen un poder sugestivo extraordinario.

No olvidemos que cada pensamiento, emoción, acción y expresión se da porque cada uno tiene repertorios de lo que cree se debe pensar, emocionar, actuar y expresar. Esto no es un culto al yo, sino la apertura a horizontes de experiencias para estabilizar la acción narrativa y así movilizar el mundo vital que está cargado de situaciones, recursos culturales e intercambios dirigidos a la comprensión e interpretación de los contextos. Aquí las expresiones no son sagradas, antes bien, abren el debate y se validan desde las convicciones y las sedimentaciones

reflexivas de los sujetos. Igualmente, conceden un espacio a la escucha como acto político que integra a los individuos en un escenario comunal. En resumen, crea un nosotros narrativo que aprende, cuestiona, falla, busca y reconoce en los otros una visión «minúscula». No cae en la divina y global proliferación informativa ni en el *big data* que capta con precisión cada enunciado sin argumentar las afirmaciones.

Finalmente, las dimensiones muerte, escritura, territorio y machismo no serán una cuestión suplementaria, sino esencial porque con ellas se activa la reflexión, crítica y visión futura. Además, aprende a construir la identidad, a reconocer los dolores, a describir las injusticias y a transformar las prácticas sociales que se revertirán en otras prácticas porque nada está separado y, por el contrario, todo repercute en nuestra vida. Son experiencias previas que facilitan la comprensión, construcción y deconstrucción del saber, puesto que el narrar equivale a posicionarse como sujeto reflexivo; considerarse agente de su propio proceso; establecer encuentros horizontales; habilitar espacios para el diálogo y entender la producción interpretativa desde el marco epistemológico interactivo.

REFERENCIA

- BANCO de Datos de Derechos Humanos y Violencia Política. (2019). Caso tipo n.º 15. Caquetá. Rastreo de una barbarie silenciada. Centro de Investigación y Educación Popular Programa por la Paz (Cinep/PPP).
- BARRERA Quiroga, D. M., Pulido Sánchez, M. y Bautista Gómez, S. (2022). La investigación narrativa en la educación. *Revista de investigación Miradas*, 17(1), 95-109. <https://doi.org/10.22517/25393812.25052>
- BARTHES, R. (1977). Introducción al análisis estructural de los relatos. En S. Niccolini (comp.). *El análisis estructural* (pp. 65-101). Centro Editor de América Latina.
- BOLÍVAR, A., Fernández, M. y Molina, E. (2005). Investigar la identidad profesional del profesorado: una triangulación secuencial. *Forum: Qualitative Social Research*, 6(1), art. 12. <https://bit.ly/3QlpzKX>
- BRUNER, J. (1996). *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Editorial Gedisa.
- CENTRO Nacional de Memoria Histórica. (2014). *Textos corporales de la残酷. Memorias históricas y antropología forense*. CNMH.
- CONNELLY, M. F. y Clandinin, J. D. (2008). Relatos de experiencia en investigación narrativa. En J. Larrosa (ed.). *Déjame que te cuente: ensayos sobre narrativa y educación* (pp. 11-59). Laertes.
- DAROS, W. R. (2014). La mujer posmoderna y el machismo. *Franciscanum. Revista de las Ciencias del Espíritu*, 56(162), 107-119. <http://www.scielo.org.co/pdf/frcn/v56n162/v56n162a05.pdf>
- DE Beauvoir, S. (2015). *El segundo sexo*. Ediciones Cátedra.
- DURAND, G. (2003). *Mitos y sociedades: introducción a la mitología*. Editorial Biblios.
- FERREIRO, E. (2013). *El ingreso a la escritura y a las culturas de lo escrito*. Siglo XXI Editores.
- GENETTE, G. (1989). *Figuras III*. Traducción de Carlos Manzano. Editorial Lumen.
- GONZÁLEZ Vélez, M. E. (2015). «Cuando la guerra llega y toca la puerta de su casa es para quedarse». *Violencias, presencias y ausencias en el marco de la violencia paramilitar en Belén de los Andaquíes, Caquetá* [tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional UN. <https://bit.ly/3NrrD4Z>
- GOYES, J. C. (2012). *La imaginación poética: afectos y efectos en la oralidad, la imagen, la lectura y la escritura*. Caza de Libros.
- HAN, B. C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Traducción de Joaquín Chamorro Mielke. Penguin Random House Grupo Editorial.
- HEIDEGGER, M. (1998). *Ser y Tiempo*. Editorial Universitaria.
- JOVCHELOVITCH, S. y Bauer, M. (2000). *Narrative interviewing*. En M. Bauer y G. Gaskell (eds.), *Qualitative researching with text, image and sound* (pp. 57-74). SAGE.
- KINDT, T. (2009). *Narratological expansionism and its discontents*. En S. Heinen, R. Sommer (eds.), *Narratology in the age of cross-disciplinary narrative research* (pp. 35-47). Walter de Gruyter
- LATHER, P. (2013). Methodology-21: What do we do in the afterward? *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 26(6), 634-645.

- MARTÍNEZ Guzmán, A. y Montenegro, M. (2014). La producción de narrativas como herramienta de investigación y acción sobre el dispositivo de sexo/género: Construyendo nuevos relatos. *Quaderns de Psicología*, 16(1), 111-125. DOI: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1206>
- MATÉ, D. (2023). Subidos a la nube: sobre las lecturas en el tiempo de Super Mario Clouds. *Actio Journal of Technology in Design, Film Arts and Visual Communication*, 7(1), 1-15. DOI: <https://doi.org/10.15446/actio.v6n1.100088>
- MCEWAN, H. (2005). Las narrativas en el estudio de la docencia. En H. McEwan y K. Egan (Comps.), *La narrativa en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación* (pp. 236-259). Traducción de Ofelia Castillo. Amorrortu.
- MÈLICH, J. C. (2000). Narración y hospitalidad. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (25), 129-142. <https://bit.ly/3GKUUCK>
- MONTIEL Montes, J. J. (2003). El pensamiento de la muerte en Heidegger y Pierre Theilhard de Chardin. *Utopía y Praxis latinoamericana*, 8(21), 59-72. <https://www.redalyc.org/pdf/279/27902105.pdf>
- QUIROGA Tovar, A., Barrera Quiroga, D. M., Cerquera Quinaya, S. P., Sánchez Longas, J. F. y Buitrago Escobar, F. A. (2022). *Saber pedagógico: narrativas de profesores de lengua y literatura en formación*. Editorial Universidad de la Amazonia.
- RICOEUR, P. (2006). La vida: un relato en busca de narrador. *Ágora. Papeles de Filosofía*, 25(2), 9-22. <https://bit.ly/48iFscB>
- RIESSMAN, C. K. (2005). Narrative analysis. En N. Kelly, C. Horrocks, K. Milnes, B. Roberts y D. Robinson (eds.). *Narrative, memory and everyday life* (pp. 17). University of Huddersfield.
- RIPAMONTI, P. (2017). Investigar a través de narrativas: notas epistémico-metodológicas. En M. Alvarado y A. De Oto (eds.), *Metodologías en contexto: intervenciones en perspectivas feministas, poscoloniales, latinoamericanas* (pp. 83-103). Buenos Aires: CLACSO.
- SANDÍN, E. M. P. (2003). *Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones*. McGraw-Hill.
- SUÁREZ, D. H. (2017). Docentes, relatos de experiencia y saberes pedagógicos. La documentación narrativa de experiencias en la escuela. *Investigación Cualitativa*, 2(1), 42-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.23935/2016/01034>

VERNON, S. y Ferreiro, E. (2013). Desarrollo de la escritura y conciencia fonológica: una variable ignorada en la investigación sobre conciencia fonológica. En E. Ferreiro (ed.), *El ingreso a la escritura y a las culturas de lo escrito* (pp. 131-148). Siglo XXI Editores.

VICTOR, S. (2009). Telling tales: A review of C K Riessman's Narrative Methods for the Human Sciences. *The Qualitative Report*, 14(3), 172-176.

Derechos de autor: Universidad Nacional de Colombia.
Este documento se encuentra bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (cc BY 4.0).

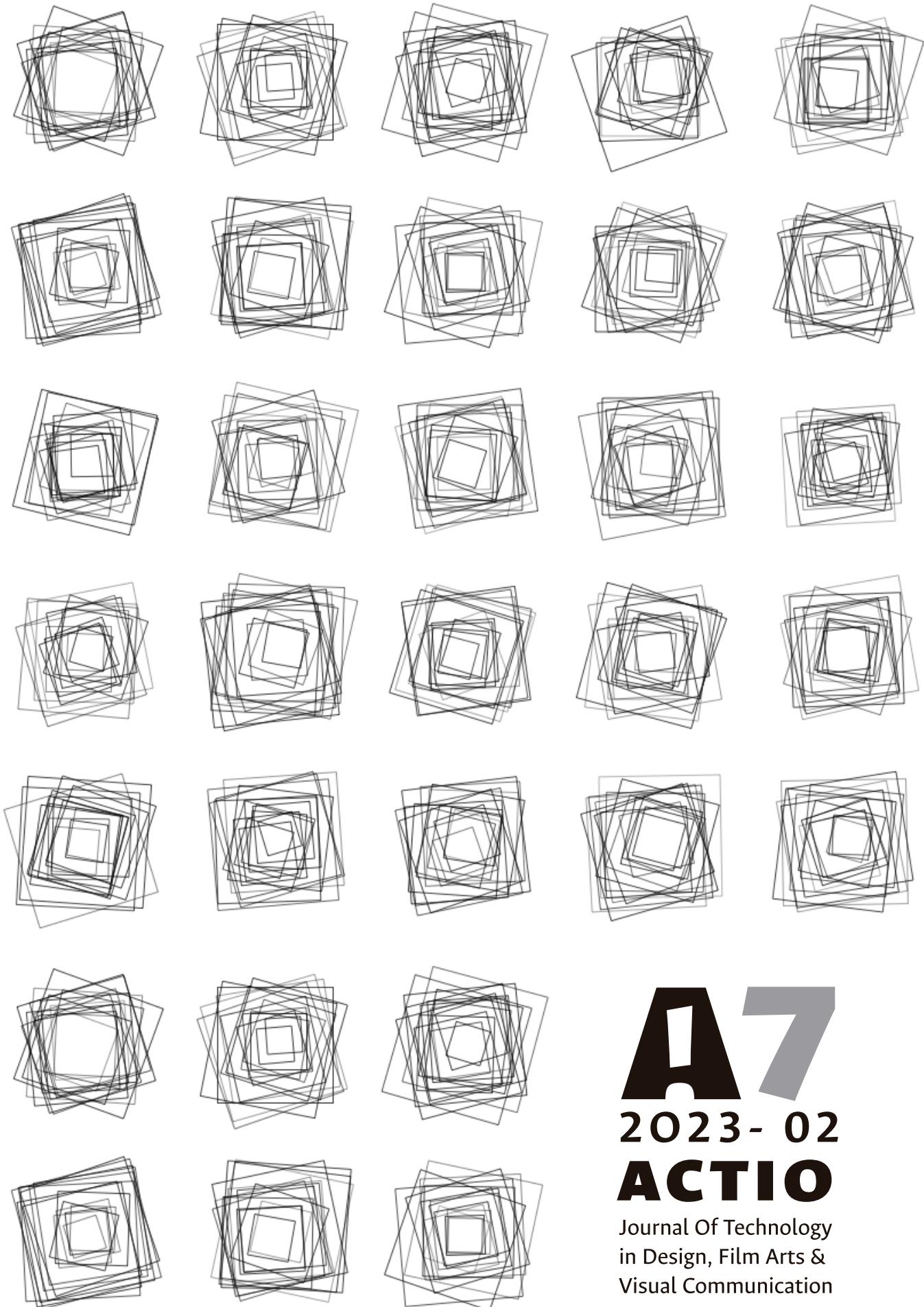


PORADA REALIZADA POR CÓDIGO PYTHON EN DRAWBOT

Basado en gist.github.com/justvanrossum

```
# declaramos los parámetros iniciales
border = 110
dist = 50
numFrames = 30
colors = [ (random(), random(), random()) for _ in range(5)]
# creamos las repeticiones para cada uno de los recuadros
cellXY = ( width() - 2*border - 4*dist ) / 5
print(cellXY)
print(colors)
for frame in range(numFrames):
    newPage()
    frameDuration(1/60)

# creamos un loop para duplicar cada uno de los recuadros for x in range(5):
    posX = border + x*(cellXY+dist)
    for y in range(5):
        posY = border + y*(cellXY+dist)
        for z in range(15):
            with savedState():
                size = randint(30,110)
                stroke(0,0,0, 0.4+random())
                #stroke(*choice(colors))
                strokeWidth(.2 + .5*random())
                #fill(*choice(colors))
                fill(None)
                blendMode("screen")
                translate(posX + cellXY/2 - size/2, posY + cellXY/2 - size/2)
                rotate(randint(-20,20), center=(size/2, size/2))
                middle = randint(-8,8)
            # creamos el contenedor
            rect(middle, middle, size, size)
        # se guarda la imagen
        saveImage('actio7.gif')
        saveImage('actio7.png')
```



A7
2023-02
ACTIO

Journal Of Technology
in Design, Film Arts &
Visual Communication