

**Las representaciones sociales sobre la identidad nacional colombiana
en las películas de Dago García (1996 y 2014). Los casos de las
películas: Mi gente linda mi gente bella y Uno al año no hace daño**

Universidad Santo Tomas

Facultad de Sociología

Presentado por:

Dayana Catherine Barrera Liévano

Asesora:

Natalia Caruso

Mayo de 2015

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
Planteamiento del problema	6
Pregunta de investigación.....	9
Objetivos de la investigación	9

CAPITULO I: Algunos antecedentes y reflexiones teóricas sobre: el cine comercial, las representaciones sociales y la identidad nacional

1. El cine comercial como una industria cultural	10
1.1. Teoría de la comunicación y la comunicación de masas ¿un instrumento de manipulación para el posicionamiento del discurso hegemónico?	13
1.2. La relación comunicativa como un proceso de consumo.....	16
2. Las representaciones sociales en la construcción social de la realidad.....	17
3. La identidad nacional: un concepto en constante debate.....	21
3.1. La multiplicidad de concepciones sobre la identidad	21
3.2. El debate sobre la identidad Nacional	27
3.3. El debate sobre el nacionalismo y la identidad nacional en Latinoamérica.....	30
3.4. Algunos escritos en relación sobre al cine y la identidad nacional.....	32

CAPITULO II:Dago García en el cine comercial colombiano:

1. Algunos antecedentes del cine latinoamericano: entre el cine comercial y la irrupción del cine arte	37
2. Una breve historia del cine colombiano: ¿existe una industria cinematográfica en Colombia?	39
3. El cine colombiano actual:.....	41

4. Dago García, el cine comercial y la identidad nacional colombiana: las películas que venden	43
4.1. Su dura relación con la crítica y su amorosa aunque a veces devastadora relación con la taquilla.....	45
4.2. Los Patrocinadores: ¿depredadores o impulsores de la creación?	51
4.3. El proceso de construcción de las ideas sobre la identidad nacional colombiana en las películas de Dago García	54

CAPITULO III:El cine comercial de Dago García en “el país del Sagrado corazón de Jesús”: ¿recreación o farsa de la identidad nacional colombiana?. El caso de las películas: Mi gente linda, mi gente bella y Uno al año no hace daño.

Las películas y sus historias

1. Mi gente linda mi gente bella	62
2. Uno al año no hace daño	64
3. El análisis	65
3.1. En el siglo XXI una mentalidad colonizada.....	65
3.2. Las representaciones sociales de género y de los roles familiares	69
3.3. Regionalismo y perspectiva étnica.....	73
3.4. El país del sagrado corazón de Jesús	76
3.5. Y el Estado colombiano ¿Dónde está?	77
4. La identidad nacional colombiana según Dago García (Concepciones generales)	78
METODOLOGÍA	81
CONCLUSIONES	89
BIBLIOGRAFIA.....	93
ANEXOS.....	98

INTRODUCCIÓN

El trabajo que se presenta a continuación es el resultado de diversos cuestionamientos que surgen en el proceso hacia el título profesional de socióloga. Éste trabajo de grado se propone analizar desde la sociología cultural el fenómeno cinematográfico en la búsqueda de fortalecer desde la disciplina sociológica, los estudios referentes al cine como una industria cultural y los efectos que tiene en los sujetos y la construcción social de la realidad.

Esta investigación nace sobre el cuestionamiento de los discursos o mensajes que las producciones cinematográficas pueden posicionar, debido a la influencia que como industria cultural tiene el cine. Su producción masiva y el consumo de este, permiten pensar sobre las implicaciones políticas y económicas que tienen las historias que se cuentan y las personas que las recrean, es decir los directores, guionistas y productores de esta industria. De allí surge el cuestionamiento sobre el Director y guionista Darío Armando García y su producción, respecto a las representaciones sociales que se presentan en sus películas sobre la identidad nacional colombiana.

El trabajo inicio con una reflexión teórica respecto a los conceptos que guían la investigación, en el primer capítulo se problematiza el cine comercial como una industria cultural y se presentan algunas investigaciones anteriores respecto a la relación entre cine e identidad nacional, evidenciándose la discusión en torno al tema de la identidad nacional y conceptualizándose las representaciones sociales como termino central para este trabajo investigativo.

La investigación continuo con el análisis de fuentes secundarias como artículos, textos, blogs, etc., que hablaran en relación al cine, en muchos casos respecto a la producción especifica de Dago García, los cuales fueron

enfrentados a partir de la discusión planteada en el segundo capítulo, en éste se presentan algunos antecedentes del cine latinoamericano y se contextualiza la producción cinematográfica colombiana, permitiéndonos evidenciar la relación entre patrocinador y productor en el proceso de creación de las películas.

Adicionalmente en el capítulo dos se expone la trayectoria del trabajo de Dago García y se analizan sus películas en general, a partir de la matriz general que se realizó sobre estas, después de verlas en diferentes ocasiones. Las películas seleccionadas para el estudio de caso expuesto en el capítulo tres, fueron escogidas debido a que su temática se refiere directamente a la representación de los colombianos(as) y adicionalmente tienen debido a su año estreno, las características primordiales que caracteriza la producción que Dago García junto con sus patrocinadores ha usado para llamar la atención del público.

En el capítulo tres se encontraran los análisis de la matriz específica realizada a las dos películas del estudio de caso (“Mi gente linda mi gente bella” y “Uno al año no hace daño”), la cual fue realizada a partir de las cinco categorías de análisis extraídas del concepto de identidad nacional usado por Smith (1997) . 1. El género, revisando las relaciones de poder que se muestran en las películas y evidenciando los roles sociales que se les otorgan a las mujeres y su forma de representación. 2. El territorio en relación a los regionalismos y la representación que se hacen de estos a partir del uso de las costumbres típicas de cada región. 3. La etnia, como complemento a la categoría anterior para evidenciar posiciones y lecturas que se hacen sobre los sujetos de acuerdo al discurso que plantea la película 4. Y finalmente la religión por cuanto esta representa los lineamientos, creencias y valores de una comunidad.

Por último se encontraran las conclusiones del trabajo de investigación, la bibliografía y los anexos. En este último apartado estarán las matrices de

análisis desde las cuales se aplicaron los instrumentos metodológicos de la investigación: el análisis de contenido y el análisis de discurso.

Finalmente a modo de aclaración, las imágenes usadas en la investigación, tienen el fin de reforzar lo planteado en los diversos capítulos del trabajo, sin embargo no se realizó análisis de contenido de las mismas, ni análisis de la imagen respecto a ningún autor o corriente.

Planteamiento del problema

El cine como una expresión artística y cultural abarca las problemáticas y prácticas sociales que forjan la identidad nacional en los espectadores de un país.

Los largometrajes relacionados directamente con la historia de un país, son los que han tenido el papel a lo largo del tiempo de fortalecer los símbolos patrios, las prácticas sociales generalizadas y las costumbres o ritos de una nación, reproduciendo de esta manera relatos históricos que hacen parte del imaginario social de una nación y que aportan en la creación de su identidad.

Es importante esta relación para la investigación debido a que se halla en la producción a analizar una especial apelación respecto al tema de identidad nacional y se pretende evidenciar como se entiende esta y de qué manera se construye.

Un ejemplo de lo anterior, es la película argentina “La noche de los lápices” (1986) en la cual se relatan sucesos reales ocurridos el 16 de septiembre de 1976 durante la dictadura militar que comandó el General Videla. Donde casos como el secuestro, la tortura y el sufrimiento de las familias, se convierten en iconos sociales que hacen repudiar estos actos violentos que tuvieron lugar en la Argentina de esta época y que aun en la actualidad son recuerdos históricos que definen las leyes e instituciones políticas de este país.

El cine como una industria cultural y como medio de comunicación para masas tiene una especial importancia en el posicionamiento de discursos o lecturas sobre la realidad social, en especial cuando se trata del cine comercial el cual es creado con el propósito de llegar a una gran cantidad de espectadores.

Un ejemplo del posicionamiento de discursos económicos y políticos en el cine, es el caso específico de la guerra fría y el uso de Estados Unidos del cine para enaltecer las bondades del capitalismo y el rechazo del comunismo, socialismo o todo lo que estuviera fuera de este sistema, Maria del Pilar Carmona (2010) en su artículo “El cine como arma: análisis epistemológico de la película “Rocky IV”” evidencia unas posiciones políticas que muestran a Rusia y todo lo relacionado con este, como el enemigo, donde Estados Unidos siempre es el ganador y el personaje bueno de la historia.

Asi también se podría mencionar la película usada por Hitler como propaganda Nazi “El triunfo de la voluntad” en la cual, se encuentran diversos discursos políticos de los miembros del Partido nacionalista, esta es una creación política de Hitler que muestra a este líder político como el salvador de Alemania.

A través de la historia se podrían mostrar diversas películas que tienen mensajes políticos y económicos demarcados por las elites de cada país, esto toma gran relevancia para este estudio en la medida que se evidencia la forma en que es usado el cine como un instrumento de manipulación para las masas, al ser entendido este como una industria cultural de consumo masivo.

En el contexto actual del cine colombiano, tras la aprobación de la nueva ley del cine (ley 814 del 2003) y el aumento significativo de producciones nacionales con el incentivo de patrocinadores privados (Diaz, 2011), se hace pertinente el análisis de los discursos que se promueven a través del cine,

con la posibilidad de hallar en ellos, unas representaciones sociales planteadas por las elites políticas y económicas colombianas.

Con el aumento anual de estrenos de películas colombianas por año, con un record de 13 largometrajes estrenados en el 2008, se evidencia el cine como un potencial instrumento de comunicación en masa (Díaz, 2011), el cine de Dago García resuena por su permanencia en el mercado y por la afluencia en las salas de cine de espectadores.

Para el caso específico de este estudio toma especial importancia el concepto de representación social, en la medida que este es usado con el fin de determinar el mensaje o discurso que muchas veces no es evidente sin entrelazar el contexto y la forma en que se expresan los mensajes, es decir, este concepto permite hallar el entramado histórico y cultural que refuerza los estereotipos que son usados por el director en sus películas, hallando el significado de estas en relación al discurso y las posiciones políticas, económicas y sociales que se hallen en las producciones del director Dago García. Es claro entonces que no se entienden estas representaciones sociales como una construcción mental del Director y su equipo si no que se entienden como construcciones sociales que son mantenidas a través de la historia y que son reforzadas por los medios masivos de comunicación.

Las producciones seleccionadas para el estudio son del director Darío Andrés García Granados más conocido como Dago García, quien en el cine colombiano actual ha tenido bastante influencia, siendo sus películas las que romper records de asistencia, con más de un millón de espectadores(Díaz, 2011), por lo que el análisis será sobre su obra en general, y en específico las películas Mi gente linda mi gente bella estrenada en el 2012 y Uno al año no hace daño estrenada en el 2014.

El problema en general es entonces, el poder que tiene el cine para la creación de discursos hegemónicos sobre la identidad nacional desde su posición de medio de comunicación masivo, y las relaciones de éste con grupos sociales y económicos, que expresan visiones específicas sobre los

sujetos de un país y sus prácticas. De esta manera se expone el cine como un instrumento usado por estos grupos -económicos, políticos y sociales- con el fin de crear una identidad nacional, y través de esto mantener posturas hegemónicas de poder, esta última afirmación hace parte de los cuestionamientos macro que en esta investigación se plantean.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son las representaciones sociales sobre la identidad nacional colombiana que se exponen en las películas de Dago García entre 1996 y 2014?

Objetivos de investigación:

General

Analizar cuales representaciones sociales plantea el guionista y productor Dago García y su equipo, sobre la identidad nacional colombiana en sus películas realizadas entre 1996 y 2014, específicamente en las películas *Mi gente linda mi gente bella* y *Uno al año no hace daño*

Específicos

1. Indagar sobre la relación del cine comercial con la generación de representaciones sociales sobre la identidad nacional, desde una perspectiva teórica, con perspectiva latinoamericana.
2. Caracterizar el cine comercial colombiano (1996-2014) a través de la producción de Dago García y su equipo.
3. Identificar las principales representaciones sociales frente a la identidad nacional colombiana en las películas *Mi gente linda mi gente bella* y *Uno al año no hace daño*.

Capítulo I: El cine, las representaciones sociales y la identidad nacional

El cine comercial como una industria cultural del imperialismo¹:

El cine comercial es un tipo de cine que es producido para una gran cantidad de público y que es consumido de manera masiva, en este contexto el cine funciona como un gran discurso mediático, y por tanto, es susceptible de ser influenciado por el poder y por intereses económicos.

Las industrias culturales como producto del imperialismo cultural son resultado de la producción en masa del arte, el cine, la música, los libros y la información. Los procesos de globalización han transformado los modelos de representaciones sociales y las formas de construcción de identidades locales. Estas industrias culturales tienen la capacidad de modificar las estructuras culturales del mundo y sus tradiciones debido al fuerte impacto de los intercambios sociales y políticos que traspasaron la vida cotidiana de los individuos tras la globalización, (Getino, 2001, pág. 7).

El capitalismo y el imperialismo¹ trajeron consigo la introducción de aparatos de producción simbólica, creando así una cultura global de masas. Adorno y Horkheimer plantean que existe una relación íntima entre la economía capitalista y la producción cultural. Para ellos la industria cultural, nace tras la industrialización y el desarrollo del capitalismo, ésta hace referencia a una producción masiva de objetos culturales considerados como mercancías y la cultura de masas se propone una estandarización del gusto, allí surge una cultura de consumo masivo, donde el ser humano se pierde en la homogeneidad y es anulada su capacidad reflexiva.

¹El imperialismo como la penetración económica de un país sobre otro para imponer su producción.

Adorno y Horkheimer (1988) plantean que existe un círculo de manipulación que el sistema afianza cada vez más, desde el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad en general. Así también, la tendencia objetiva de la época se encarna en las intenciones subjetivas de los dirigentes supremos, donde estos pertenecen por su origen a los sectores más poderosos de la industria.

Las diferencias entre los gustos no están fundamentadas en la realidad, sino más bien sirven para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio, para todo tipo de consumidor hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar.

Así también los autores plantean que el espectador cinematográfico busca reproducir lo que ve en la pantalla, es decir, cuanto más compleja e integral sea la duplicación de los objetos empíricos por parte de las técnicas cinematográficas, resulta más fácil hacerle creer al espectador que el mundo exterior es la simple prolongación de lo que se le presenta en la película. *“El ideal consiste en que la vida no pueda distinguirse de la película, la atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del consumidor cultural contemporáneo no tiene necesidad de ser manejada según mecanismos psicológicos, ya que los productos mismos, paralizan tales facultades desde su misma constitución objetiva, debido a que el producto está diseñado de manera tal que prohíbe al espectador la actividad mental, si este no quiere perder detalle de los hechos que suceden en la película”*(Horkheimer & Adorno, 1988, pág. 15). El espectador no debe trabajar con su propia cabeza, es decir que toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada.

La industria cultural consiste en la repetición, sus innovaciones residen en el mejoramiento de la producción en masa, siendo ésta la industria de la diversión, la demanda no se halla aun sustituida por la pura obediencia, esta industria en su condición material de expansión debe adaptarse a las

necesidades calculadas por el mercado del público, es por ello que la fuerza de la industria cultural es su unidad con la necesidad producida. *“La industria cultural no sublima sino que reprime y sofoca, al exponer siempre de nuevo el objeto del deseo, no hace más que excitar el placer preliminar no sublimado, que por el hábito de la privación se ha convertido en masoquista”*(Horkheimer & Adorno, 1988, pág. 15).

Esta industria presenta al consumidor todas las necesidades como si pudiesen ser satisfechas por la industria cultural, así también organiza esas necesidades de forma que el consumidor aprenda a través de ellas a convertirse en un eterno consumidor siendo este un objeto de la industria cultural, un ejemplo claro de esto es el consumo de celulares, ya que el consumidor aunque compre el último celular del mercado sabe que saldrá uno mejor que superará el actual y en ese momento tendrá la necesidad de cambiarlo por el modelo nuevo.

Adorno y Horkheimer (1988) nos dicen que cuanto más sólidas se tornan las posiciones de la industria cultural, más brutalmente puede obrar con las necesidades del consumidor, producirlas, guiarlas, disciplinarlas, suprimir incluso la diversión, de ahí que para el progreso cultural no existe ningún límite.

Esta conceptualización teórica sobre el cine comercial como una industria cultural refuerza el análisis de la investigación en la medida que evidencia la influencia política y económica que puede tener el cine como una industria cultural con el propósito de llevar unos discursos específicos para los consumidores, los cuales son clasificados de acuerdo a los intereses del creador del objeto de consumo.

Teoría de la comunicación y la comunicación de masas ¿un instrumento de manipulación para el posicionamiento del discurso hegemónico²?

Las ciencias sociales en los últimos años han ampliado la mirada sobre la comunicación; la sociología y la historia han producido modelos de interpretación entre obras audiovisuales y teorías de las relaciones interindividuales. La construcción social de las comunicaciones se realiza con herramientas variadas que buscan captar consumos, usos y recepciones. Así mismo ha permitido profundizar los debates sobre las transformaciones de la cultura contemporánea y ha esbozado modelos de relación entre medios de comunicación, poder y cultura, (Maigret, 2005).

En cuanto a las teorías de la recepción como el punto de cruce de todos los interrogantes sobre los públicos, los estudios de la recepción y especialmente los estudios culturales resaltan la importancia de analizar los discursos que los usuarios o receptores tienen sobre las prácticas y de esta manera poner en evidencia las diferentes formas de captar y comprender los mismos objetos, de igual forma resalta lo importante de la relación con los medios y los contenidos como objeto de negociación social o de identidad por parte de quien los utiliza, dentro de los límites definidos por los medios y los contenidos.

Miguel de Certeau (1980, pág. 22) respecto a los estudios de recepción hace un aporte importante en donde ubica en una posición privilegiada al productor o escritor respecto al receptor que consume y recibe toda la posición del autor sin posibilidad de discusión, por lo que el poder de imponer el sentido y las formas del contenido de los textos son de los productores, este autor describe este proceso como un campo de batalla.

²El discurso hegemónico como una nueva forma de dominación que a partir de los medios masivos de comunicación tiene la posibilidad de manipular la información a favor de una elite económica y política

Sin embargo este trabajo no se fundamenta en los estudios de recepción, ya que el objetivo principal es hallar las representaciones sociales que crean las películas desde su guionista y no la relación que establece el receptor respecto a estas.

Cabe resaltar la importancia que tiene el cine en relación con el espectador, este es un punto clave para las conclusiones y análisis, respecto a esto Barbero plantea que el cine representa ante el espectador los símbolos y el lenguaje que utiliza la población en general, siendo el sujeto el mediador entre la representación y la forma en la que se identifica con esta. El autor dice claramente que el cine va a conectar con el hambre de las masas por hacerse visibles socialmente, esto haciendo referencia a que el espectador quiere sentirse parte de la historia que se está contando e identificarse con un personaje que probablemente es el bueno de la película. Lo cual hace que el espectador vaya al cine a verse o identificarse con rostros, formas de caminar, paisajes, lenguajes y formas de actuar, (Martin-Barbero, 1987).

El cine tiene la capacidad en este sentido de enseñar a la gente y también moderniza las prácticas culturales mostrando las nuevas moralidades, costumbres y lenguajes. Lo importante de esta teoría para nuestro estudio es la mediación que hace el espectador del mensaje que le da el director a través de la película y cómo éste interpreta las personificaciones que se hacen de las prácticas nacionales y de qué manera quiere que el espectador se identifique con ellas. Barbero halla especial relación de esto con el consumo masivo de cine en los diferentes países lo cual permite estos procesos socializadores en la construcción de una identidad cultural en la perspectiva nacionalista.

De acuerdo a Manuel Castells (2009, pág. 33) “el poder es la capacidad racional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce

según el autor mediante la coacción y la posibilidad de ejercerla o también mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Actualmente podemos ver las relaciones de poder enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad.

“comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información”... (Catells, 2009, pág. 36).

El proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso. El significado solo puede comprenderse en el contexto de las relaciones sociales en las que se procesan la información y la comunicación. La comunicación de masas en este sentido es el contenido que se difunde al conjunto de la sociedad, la cual suele ser unidireccional, de esta manera según lo planteado anteriormente en relación al poder, se puede afirmar que éste es ejercido por los dueños de los medios masivos de comunicación de un país, (Castells, 2009, Pag. 38). De esta manera el autor plantea que el poder se ejerce fundamentalmente a partir de la construcción de significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación de masas, donde el emisor del mensaje sin importar el medio tiene el poder desde el origen de la construcción de significados.

Así también Luhmann (2000) plantea que en la actualidad lo que se sabe sobre el mundo que nos rodea, es lo que conocemos por los medios de comunicación de masas. Según el autor los medios de comunicación de masas son todas aquellas disposiciones de la sociedad que sirven para propagar la comunicación de medios técnicos de producción masiva donde la interacción entre emisor y receptor no debe ser directa o entre presentes, es decir, la interacción queda excluida por el intercambio de la técnica; esto

acarrea consecuencias muy amplias para definir el concepto de comunicación de masas.

La relación comunicativa como un proceso de consumo

Aunque este trabajo no pretende hacer una investigación a partir de un estudio de recepción, es importante cuando se trata de evidenciar que la mediación entre emisor y receptor termina siendo un proceso económico y político y no se puede entender esto solo como una relación comunicativa si no también como un proceso de consumo.

Fernando Checa plantea una discusión al respecto donde:

1. Los medios operan básicamente desde una lógica mercantil, pues son fundamentalmente empresas que producen mercancías, los mensajes, que son consumidos por los públicos.

2. Los medios habilitan el consumo a través de la publicidad que es su fuente fundamental de financiamiento con serias implicaciones en la gestión, producción, programación y otros aspectos relacionados con las políticas y contenidos mediáticos: es bien conocida la afirmación de que "los verdaderos directores de los medios son los anunciantes", y hay muchas evidencias al respecto.

3. En el marco de lo establecido en los puntos anteriores, no hay duda de que el público es una "mercancía" que los medios "venden" a los anunciantes: "tanto público tengo, tanto vale el espacio publicitario". En este sentido, es interesante y potente el concepto de "telesegundo" formulado por Javier Echeverría, es decir, "el tiempo no pagado al televidente".

Es importante esta discusión que postula el autor ya que al proponer esta relación como económica, se hacen evidentes unos intereses monetarios que le corresponden únicamente al emisor del mensaje y que dejan por tanto en desventaja al receptor, en la medida que el mensaje termina siendo unilateral, no se quiere decir que el receptor no haga una reflexión necesariamente sobre los mensajes, pero si se evidencia que estos son producidos con un fin que muchas veces no es claro para el consumidor, ya que los significados de tras fondo de algunos mensajes no son evidentes para todos los espectadores.

Así también Fernando Checa (2011, pág. 15) retoma de Canclini la importancia de tomar *“el consumo como un lugar de producción de sentidos, que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualista su satisfacción”* esto determina al consumo para pensarse, porque los tipos de consumo y porque la gente desea o no consumir algo.

Esta postura es interesante para el estudio ya que evidencia una relación estrecha entre productores y patrocinadores independientemente del medio de comunicación, el cual beneficia los intereses del grupo económico o político que financia la producción.

Las representaciones sociales en la construcción social de la realidad

El concepto de representación social es relativamente nuevo en el campo de las ciencias sociales. Durkheim hace un primer aporte hablando desde las representaciones colectivas, las cuales son definidas como formas de conciencia social que son impuestas por la sociedad en general sobre el individuo, lo que presupone una imposición externa de estas sobre la conciencia individual de los sujetos, (Vera, 2002).

En 1979 aparece el concepto como tal de representación social con Mascovici, el cual plantea la diferencia entre el ideal de un pensamiento conforme a la ciencia y la razón y la realidad del pensamiento del mundo social. En este sentido el autor habla de la manera en que el pensamiento de sentido común, está estrechamente relacionado con las teorías implícitas y basado fundamentalmente en lo perceptivo, por lo que las nociones y los lenguajes que la ciencia “inventa” permanentemente, se ven transformados en "ciencia popular" que incide sobre la manera de ver el mundo y de actuar de todos quienes pertenecen a una determinada sociedad.

Las representaciones sociales tienen origen social, en el entramado histórico y cultural que una sociedad ha acumulado a lo largo de la historia. Estas son construcciones mentales que orientan la interpretación y la construcción de la realidad social y son las que guían las conductas y las relaciones sociales entre los individuos. Una representación social comprende una amplia gama de fenómenos, puede entenderse como un sistema de referencia que nos permite dar significado a los hechos. Las representaciones sociales suelen interpretarse en forma de categorías que permiten clasificar tanto a los fenómenos como a los individuos, o bien como imágenes que condensan un conjunto de significados, (Lacolla, 2005).

Las representaciones sociales designan una forma de conocimiento específico, dado por el saber del sentido común, de tal manera expresa contenidos que manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados y reconocidos. Según Mascovici (1986, pág. 29) las representaciones sociales aparecen en una zona en la cual se produce la intersección entre lo psicológico y lo social, y en tal sentido es que mantienen relación con la pertenencia a cierto status social de los sujetos que las manifiestan. De esta manera podemos decir que las representaciones sociales designan una forma de pensamiento social práctico orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal.

Hay que resaltar entonces que para caracterizar una representación social hay que tener en cuenta las condiciones y los contextos en los que surge, las comunicaciones mediante las que circula y las funciones a las que sirve dentro de la interacción con el mundo y los demás.

Las representaciones sociales se configuran a partir de un fondo cultural que circula en la sociedad y proporciona las categorías básicas a partir de las cuales se constituyen, (Lacolla, 2005) es decir provienen de fuentes de determinación que incluyen condiciones económicas, sociales, históricas y el sistema de creencias y valores de una sociedad dada. Una representación

social termina siendo la representación que se hace un sujeto sobre otro o sobre un objeto, es decir, es la relación de los hombres con las cosas o con los otros sujetos. Así también la autora Lacolla plantea que frente a la comunicación social puede afirmarse que las representaciones sociales no sólo inciden en la visión de la realidad social, sino también en su construcción efectiva.

Según Mascofici (1979, pág. 27) las representaciones sociales tienen dos características principales, constituyen la imagen o la alusión de un objeto o persona y tienen un carácter simbólico y significante. De acuerdo a lo anterior su principal precepto es la transformación de lo no familiar en familiar, es decir, una representación social es creada cuando algo nuevo, no familiar debe ser incorporado a los universos conceptuales preexistentes. En este sentido, las representaciones sociales desde una perspectiva comunicacional tienen el poder de prescribir el accionar de los sujetos influyendo de manera significativa en sus vidas cotidianas.

Según Denise Jodelet(1986, pág. 469) existen diferentes formas de representación social, una de ellas es la que elabora un grupo sobre lo que deben llevar a cabo sus miembros, el cual elabora objetivos y procedimientos específicos para ellos. Esta representación incide directamente sobre el comportamiento social y la organización del grupo y llega a modificar el propio funcionamiento cognitivo.

Así también las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Estas son imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; son categorías que nos sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos, (Jodelet, 1986).

También se puede agregar que como la forma en que las personas conocen la realidad que les circunda es mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social, son las representaciones sociales las que sintetizan dichas explicaciones y en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre el cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana desde el conocimiento del sentido común,(Umaña, 2002).

En este sentido, las representaciones sociales constituyen sistemas constitutivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa, (Umaña, 2002). Estas se constituyen sistemas de códigos y valores con lógicas clasificatorias, las cuales son definidas por la conciencia colectiva que actúan como normas que definen los límites y posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo.

De acuerdo a lo anterior, desde Berger Y Luckmann(1968, págs. 34-44) la construcción social de la realidad es un proceso en el cual las personas tienden a considerar los procesos subjetivos como realidades objetivas, donde el mundo de la vida cotidiana es aquel que se da por establecido como la realidad. De esta forma se establece el concepto de sentido común, a través del cual se establece la conciencia colectiva que se presenta como una realidad ordenada, objetivada y homogenizada o ya aprehendida sin tener conciencia real de ello.

Esta teoría sobre la construcción social de la realidad que plantean estos dos autores, describe la realidad de la vida cotidiana como una construcción intersubjetiva de un mundo compartido, lo cual presupone procesos de interacción y comunicación mediante las cuales las personas comparten y experimentan a los demás, (Umaña, 2002). En este sentido el medio cultural

en el que viven las personas, su posición social en la estructura social y las experiencias individuales influyen en sus formas de percibir la realidad. Desde esta perspectiva teórica las representaciones sociales solo constituyen una manera particular de enfocar la construcción social de la realidad. En cuanto al tema de las representaciones sociales y el cine se retoma el trabajo del profesor Juan Fernando Vizcarra (2009) quien desde una perspectiva sociológica hace el análisis de la película Blade Runner a partir de un análisis de discurso del producto cinematográfico, manejando como una de sus principales categorías las representaciones sociales.

El autor utiliza la semiótica social como método para realizar el análisis especialmente rastreando las formas simbólicas que representan la radicalización de los efectos de la modernidad. Es importante resaltar este estudio para nuestro trabajo debido a la importancia que da este autor al análisis de la estética de la imagen, la narración y las representaciones sociales como la forma de implantar un discurso en las personas sobre la modernidad.

Para finalizar, las representaciones sociales encuentran una especial importancia en el trabajo de investigación, en tanto como construcción mental e histórica de un mundo compartido son construidas en los procesos de interacción y socialización que experimentan los sujetos a través de la comunicación, en lo que las películas terminan siendo un elemento socializador que refuerza estigmas, creencias y estereotipos sociales según las lecturas de una elite política y económica como lo plantea este estudio.

La identidad nacional: un concepto en constante debate

La multiplicidad de concepciones sobre la identidad

El problema de hablar sobre el concepto de identidad es que termina siendo un concepto omnipresente en todos los campos, porque se ha popularizado y ha sido utilizado por políticos, académicos, movimientos

sociales, etc., lo cual hace confusa su definición y su uso. Se suma a esto la multiplicidad de estudios que en los últimos años lo utilizan como objeto central, en temáticas como etnicidad, género, cultura y demás. A continuación se presentaran algunas de las elaboraciones conceptuales que se han hecho acerca de la identidad, con el fin de resaltar la importancia que tiene para este estudio.

Para comenzar se encuentra el concepto de identidad definido desde la otredad, en este caso la identidad se establece a partir de la diferencia, Carl Schmitt (1991, pág. 4) plantea la necesidad de la diferenciación que conlleva a un sentido de afirmación de sí mismo, frente al otro. La identidad necesariamente al definirse deja por fuera a una alteridad, en donde se establecen actos de distinción entre un orden interno y una exterioridad excluida.

Las identidades son construcciones históricas que recrean imaginarios colectivos (Escobar, 2012). Estas se encuentran en constante transformación y responden a las variaciones demográficas, sociales, políticas y culturales de la comunidad en la que se reproducen.

Así también las identidades son múltiples en el sentido en que un individuo o colectividad específica puede operar diferentes identidades al tiempo,(Restrepo E. , 2009), ésta afirmación presupone que los individuos pueden tener al tiempo múltiples y contradictorias identidades.

Según Stuart Hall (2003) ninguna identidad supone un significado estable y compartido por todos los individuos o colectividades de forma homogénea. En la práctica se evidencia la multiplicidad de significados que debido a las interacciones entre los diversos individuos se producen.

Las narrativas modernas por su parte en cuanto la conceptualización de las identidades como la de Lawrence Grossberg (2003) caracterizan la identidad como una lógica con tres principales componentes: la individualidad, la diferencia y la temporalidad. Esta perspectiva da especial atención a la noción de la posición del sujeto, construida históricamente y como resultado de diferentes procesos sociales que hay que tener en cuenta para entender la identificación de un individuo con una colectividad.

Retomaré también a Jorge Orlando Melo (2006) con su postura contra la identidad, para dimensionar también la oposición a este término tantas veces dicho y con tantas definiciones. Para el caso colombiano Melo presenta la importancia que se le ha dado a la construcción de una identidad común en el contexto de un mundo globalizado en el que se puede recaer en una cultura indiferenciada, donde se presenta casi como una fórmula mágica para la resolución de los problemas del país el fortalecimiento de la identidad nacional.

La más importante crítica que hace Melo sobre el concepto de identidad es la utilización del mismo aplicado a todos los casos de organización comunal o local, rescata la importancia de la diversidad cultural del mundo y de la riqueza histórica y social que se encuentra en las bibliotecas que no aborda solo los temas desde el concepto de identidad.

Habiendo ya revisado algunas de las conceptualizaciones generales sobre el concepto de identidad y la crítica del mismo debido a su sobre-utilización, a continuación haremos una revisión sobre este término asociado a la nación ya que tiene especial pertinencia para el estudio que se quiere realizar sobre la construcción de identidad nacional que se produce a partir del cine comercial.

Según Gadea (2008, pág. 14) no se puede separar el proceso de constitución de las identidades sociales del proceso de configuración del

poder, es decir, la creación de la identidad social y la constitución de la hegemonía política transitan un camino común. Este autor plantea tres etapas o momentos centrales en la construcción de las identidades: en un primer momento como lo hemos mencionado con anterioridad se encuentra el proceso de la diferenciación, donde se fijan roles, posiciones, expectativas y conductas respecto al otro, en segundo lugar se encuentra la dislocación que es definida por el autor como la incapacidad de establecer con éxito una fijación definitiva de la identidad y del orden social y un tercer momento que en este caso corresponde a la cadena de equivalencias que se establecen respecto a un enemigo en común, que como lo definió al inicio Carl Shmith plantea un contexto de lucha entre un nosotros como colectivo y un ellos que representa lo extraño. La línea divisoria entre estas dos instancias traza una separación y forja una identidad nueva que es de naturaleza política.

Es el enemigo entonces el que unifica la idea de lo desconocido y diferente, este proceso permite la articulación hegemónica del poder. De esta manera la identidad y la hegemonía participan de una lógica en común que consiste en la instauración de un principio organizador de fragmentos atravesado por la ambigüedad constitutiva entre estabilidad e inestabilidad, (Gadea, 2008).

Respecto a esto Laclau(2008, pág. 16) plantea que tanto la identidad como las distintas prácticas hegemónicas descansan sobre elementos disímiles o heterogéneos, que tienden a articularse sólo como 'momentos' que no son permanentes. De esta manera la identidad corresponde a formas de representación que no tienen ni un contenido ni un cuerpo necesarios. Esta ambigüedad constitutiva de la identidad social se debe a que la relación entre las distintas posiciones del sujeto no está determinada por ningún fundamento único.

Así también Stuart Hall (2003,) nos plantea que la identidad se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas

características compartidas con otra persona, grupo o ideal, lo cual establece un vallado natural de solidaridad y lealtad establecidas sobre este fundamento. Aunque esta identificación no carece de condiciones determinadas de existencia que incluye los recursos materiales y simbólicos necesarios para sostenerla, la identificación es en definitiva condicional y se afirma en la contingencia. Esta identificación sugiere una incorporación del otro en un proceso articulador, donde es necesaria la diferencia para la construcción de un exterior que consolida el proceso de identificación entre un ellos y un nosotros.

Freud (2003) nos plantea en este sentido en relación con la concepción de Hall la identidad como la primera expresión de un lazo emocional con otra persona. Freud elaboro la distinción crucial entre ser y tener al otro como referencia a la identificación, es decir, que según el autor el ideal del yo está compuesto por identificaciones con ideales culturales que no son necesariamente armoniosos, donde coexisten demandas diversas, desordenadas y conflictivas entre sí.

De éste modo según Hall (2003,), podríamos decir que si se traslada esta identificación individual a la concepción de la identidad cultural podemos encontrar que ese yo colectivo o verdadero que se oculta dentro de muchos otros “yos” superficiales o artificialmente impuestos, hace parte de un pueblo o nación con una historia y una ascendencia que comparte y tiene en común, desde lo que se puede establecer o garantizar una estabilidad o unicidad a la pertenencia cultural a la que este proviene, sin cambios subyacentes a todas las otras diferencias superficiales.

Según Hall (2003, pág. 20) el concepto acepta que las identidades nunca se unifican, por el contrario en la modernidad se encuentran cada vez más fragmentadas y facturadas, sin embargo cabe resaltar que las identidades nunca son singulares, ya que estas son construidas de múltiples maneras,

puede ser a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes que a menudo pueden cruzarse y hasta ser antagónicas.

Las identidades construidas a través del discurso hacen parte de contextos históricos e institucionales específicos que responden a formaciones y prácticas discursivas específicas, las cuales pueden utilizar diversas estrategias enunciativas que funcionen para la comunidad hacia la que va dirigida, de esta manera es importante resaltar que existe una relación de poder que refuerza identidades en este caso como producto de la diferencia y exclusión. Sobre todo, porque las identidades pueden funcionar como punto de identificación y adhesión solo debido a su capacidad de excluir, omitir y dejar afuera, debido a que se plantea una homogeneidad interna, (Hall, 2003)

La constitución de una identidad social es un acto de poder... (Hall S. , 1990, pág. 18)

De este modo según Hall (2003) las unidades proclamadas por las identidades se construyen, en realidad, dentro del juego del poder y la exclusión y son el resultado, no de una totalidad natural e inevitable o primordial sino del proceso naturalizado del cierre, lo cual establece una jerarquía violenta entre dos polos lo propio y lo excluido, por lo que en la historia se encuentra la marca de la superioridad del blanco respecto al negro y del hombre sobre la mujer, esto debido a identidades culturales que refuerzan estas diferencias étnicas y de género en la jerarquía establecida en juego por el poder.

De acuerdo a lo anterior las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las practicas discursivas, las cuales son el resultado de una articulación exitosa del sujeto en el flujo del discurso, es decir, es resultado de la efectuación del sujeto con las estructuras de sentido ya construidas con anterioridad.

Para concluir el tema de identidad, se evidencia una multiplicidad de conceptos sobre este, que no dan una claridad al respecto, debido a que la identidad termina siendo un concepto en constante cambio y que depende de las circunstancias en la que se aplica o evalúa, es decir, es diferente hablar de identidad nacional a identidad cultural o política, lo cual evidencia la complejidad del concepto y su aplicación, por lo cual a continuación se expone específicamente para el caso de la identidad nacional como será comprendido este.

El debate sobre la identidad Nacional

Diferentes fenómenos internacionales de orden político, social y económico, como la globalización, la caída del bloque socialista y demás, han reforzado el surgimiento de los conceptos de Estado-nación, de identidad nacional y de identidad colectiva. En Latinoamérica por ejemplo se han consolidado corrientes políticas de carácter populista que se articulan con un discurso nacionalista identitario que apuesta por la unidad nacional en su totalidad. Para el caso colombiano igualmente desde la política se considera como un Estado nación, que apela por la construcción y consolidación de un tipo particular de identidad nacional.

Diferentes perspectivas existen alrededor del interesante concepto de “nación” ya que las sociedades humanas y sus configuraciones son muy complejas, las características que empiezan a diferenciarlas entre sí, son sin lugar a duda la lengua y la religión, en ellas contenidas prácticas y creencias, es por esto tan común, que se pueda diferenciar, entre españoles y chilenos, entre colombianos y venezolanos, bueno en fin. “La nación moderna, es, pues, un resultado histórico producido por una serie de hechos que convergen en el mismo sentido.”(Renan, 1882, pág. 4), una nación representa una antigua conquista, aceptada primeramente y después

olvidada por la masa del pueblo, podemos ver allí como ejemplo, la religión católica en Colombia heredada por los españoles después de la conquista.

Al referirse al concepto de identidad se hace necesaria la reflexión respecto al “yo” y la relación de este sobre las múltiples identidades que construye, así como también los diferentes roles en los que se desenvuelve, en el ámbito familiar, territorial, religioso o de clase. Desde Anthony Smith retomaremos cinco categorías que usa para explicar cómo los roles generados de manera colectiva constituyen un factor constructivo del yo individual y la movilización colectiva.

A partir de estas cinco categorías Smith (1997, págs. 7-13) permite examinar el proceso de construcción de identidad nacional: 1. El género como el factor universal de diferenciación de los sujetos, 2. El territorio en tanto comprende la pertenencia de un individuo o un grupo de individuos a un espacio de carácter regional o local. 3. La clase social debido a que determina el papel que ocupan los sujetos en los esquemas de reproducción material de una sociedad, 4. La etnia o la religión por cuanto la socialización y los alineamientos culturales constituyen valores, símbolos, mitos y tradiciones codificadas en costumbres y rituales y por último 5. La identidad nación la cual constituye el factor de movilización colectiva,

Según Smith (1997, pág. 5) para que realmente exista una identidad nacional, debe existir un territorio delimitado y demarcado con el que se identifican sus miembros y con el que sienten pertenencia, el cual debe ser un territorio histórico en donde la tierra y la gente hayan influido mutuamente de forma beneficiosa a lo largo de varias generaciones, donde el concepto de patria se convierte en el conjunto de recuerdos históricos y mentales de un pueblo, que definen leyes e instituciones con una unidad política.

La existencia de una ideología y cultura cívica colectiva hace que las naciones tengan una serie de disposiciones, aspiraciones y sentimientos que mantienen unidos a sus habitantes a su tierra natal.

De acuerdo a estos presupuestos las principales características de la identidad nacional son: el territorio histórico o patria, los recuerdos históricos y mitos colectivos, la cultura de masas pública y común para todos, los derechos y deberes iguales para todos los miembros y la economía unificada que permite la movilidad territorial de los miembros.

Así también Benedict Anderson (1993) define el concepto de nación como una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana. Imaginada en tanto se establece un vínculo entre sujetos que no se conocen entre sí pero que creen ser parte de un mismo todo y que de manera inmaterial colectivizan y reconstruyen su ideal de comunidad, a través de relatos históricos, científicos, o míticos que dan significado a su idea de nación. El discurso juega papel crucial en este proceso ya que permite caracterizar al colectivo en un marco espacio-temporal, sin embargo el discurso requiere indudablemente la identificación de los sujetos que hacen parte del colectivo con el relato que monta como aparato de construcción de Estado-nación.

Para Anderson (1993) la nación es un artefacto cultural que construye significados en los sujetos con tal importancia, que crea vínculos inmatrimales entre ellos y la construcción imaginaria de un “nosotros” colectivo. Es así que en la reconstrucción y construcción de la idea de nación, la comunicación juega un papel primordial en el posicionamiento del discurso nacional, el cual se fortalece a través de la lengua compartida que permite la identificación general de los individuos al ser un referente transversal de estos.

Cuando el autor hace referencia a la nación como inherentemente ilimitada, hace referencia a los límites territoriales y humanos a las cuales están sujetas este tipo de comunidades. En este punto cobra crucial importancia el valor de soberanía que Anderson atañe al concepto de nación o comunidades imaginadas, ya que es a través de la legitimidad política del Estado que se proporciona la autodeterminación o la posibilidad de toma de

decisiones independientes de otras comunidades políticas, dice Anderson (1893) en su texto que la nación termina siendo una sociedad política que decide por sí misma y que es creada para que a través de esta figura emancipe políticamente a un grupo humano de los demás.

Así también Gellner (2008) vincula directamente la idea de nacionalismo al principio político y necesariamente al concepto de Estado, teniendo este como papel principal la autodeterminación política que le brinda la soberanía nacional.

Finalmente entenderemos la identidad nacional como un modo de ser, de comportarse que contiene un conjunto de valores y actitudes compartidas que articula desde prejuicios hasta gustos musicales e iconos sociales. También se comparte en la identidad nacional los libros, las historias, la lengua, las novelas, las películas, las canciones o las poesías reconocidas por la articulación de estos con los leguajes y la música representativa nacional. Del mismo modo la bandera, el mapa e incluso los personajes nacionales reconocidos están simbólicamente relacionados con los miembros de cada país. Los videos y películas históricas también hacen parte de esa unión simbólica de la identidad nacional.

El debate sobre el nacionalismo y la identidad nacional en Latinoamérica

Por ser el nacionalismo un concepto europeo es asociado a características étnicas y lingüísticas como ya vimos con anterioridad, de lo cual como latinoamericanos tenemos carencia, no se puede generalizar entre nosotros, a esto se suma la inestabilidad de los procesos de consolidación de los Estados y la falta de estabilidad económica que si tienen países europeos como Canadá. Lo curioso es que en Latinoamérica si se encuentran a pesar de su diversidad muchas formas de identidad nacional siendo un factor significativo para los latinoamericanos, el

reconocimiento con su territorio, prácticas sociales y religiosidad, (Miller, 2009).

Desde la independencia de los países latinoamericanos muchos apostaron por un proceso de construcción de Estado Nación, que con los regímenes militares terminó teniendo una tendencia derechista y autoritaria más que nacionalista. Tras la globalización y la invasión del capitalismo internacional en Latinoamérica también la idea de Estado Nación se convirtió en una defensa vital frente al salvajismo de esta figura económica y cultural que como ya vimos, es una industria que no tiene una visión de diversidad si no de masificación. En algunos países esta figura ha permitido la aceptación de diversidad cultural, étnica y como en Ecuador una pluriculturalidad.

El problema real de hablar en Latinoamérica sobre Estados Nación, es que la teoría al respecto es Europea y sus parámetros y caracterización muchas veces se quedan cortos para Latinoamérica, es más los aquí citados como Anthony Smith y Gellner, expertos y líderes en el tema ni siquiera ejemplifican respecto a los países latinoamericanos, lo que hace que los estudios en relación a identidades nacionales apliquen parcialmente a Latinoamérica, ya que no existe aún una teoría formal del tema en nuestro continente.

Erick Hobsbawm hizo un aporte académico a la teoría relacionada a la constitución de Estado Nación en Latinoamérica, donde plantea que éstas son naciones como constructos políticos, capaces de sostenerse a pesar de su diversidad étnica y a lo que actualmente el nacionalismo latinoamericano ha planteado una retórica de inclusión donde se le abre la posibilidad a los marginados del Estado tales como los grupos indígenas, afros y demás para negociar su Status y derechos políticos, culturales y sociales (Miller, 2009).

Lomnitz (2009) como autor mexicano y desde una lectura latinoamericana plantea una crítica a la noción de nacionalismo expuesta por Anderson,

respecto a las relaciones fraternales que según él se dan de manera horizontal y como procesos de cooperación, Lomnitz dice que en realidad estas relaciones terminan siendo nexos de dependencia sustentados en relaciones jerárquicas de paternalismo y clientelismo. También critica la idea de Anderson de vinculación de la secularización con la idea de Nación, ya que en España, o en algunos países latinoamericanos la religión es un factor fundamental para sentirse parte de un territorio y es ampliamente reconocido, ya que ofrece un status social importante, lo cual aporta en el proceso de hacer unas lecturas propias y críticas sobre nuestros territorios.

Este último apartado, demuestra que la teoría europea ha tenido un mayor aporte respecto al concepto de nación, lo cual termina dificultando las lecturas frente a estos temas que nos importan a todos como latinoamericanos y las lecturas que se hacen y hacemos sobre nosotros y nuestras sociedades

Algunos escritos en relación sobre al cine y la identidad nacional

Continuando con el tema del cine como una expresión artística y cultural que evidencia las particularidades que hacen a una nación ser única, donde el lenguaje, las prácticas y los escenarios construyen una narrativa propia, encontramos que este hace un aporte a la construcción de identidad nacional de acuerdo al director y el país donde se gesta la producción; no es la intención de este trabajo hablar sobre la mala imagen que de manera tan frecuente suelen decir los espectadores, ha creado el cine colombiano, aunque es cierto que las algunas producciones giran en torno a temas como narcotráfico y conflicto interno, pero es la realidad del país lo que muestran.

El humor en el cine nacional es uno de los principales atractivos para los espectadores, sin embargo este humor ha utilizado nuestras prácticas sociales para vulgarizar y caricaturizar nuestra cultura. Diferentes países a

causa de la globalización han querido defender y promulgar a través del cine como constructor de una realidad social, una identidad nacional que preserve y promueva los sistemas de valores culturales de su nación, tal es el caso de Bolivia de acuerdo al texto de Cecilia Banegas donde se evidencia la construcción de identidad cultural nacional en tres periodos del cine.

Esta autora analiza cómo se construye la representación de la identidad cultural boliviana en su cine nacional y cómo evoluciona el imaginario de la cultura nacional desde el periodo del cine indigenista hasta el cine boliviano actual. Se analizaron tres periodos del cine boliviano; el cine indigenista, el boom del cine boliviano y el cine boliviano actual, a través del análisis de tres películas correspondientes una a cada periodo. En cuanto a instrumentos metodológicos son el análisis de contenido e indicadores de acuerdo a contexto, director y guionista de la producción, junto con la entrevista a profundidad los que le permiten hallar el sentido y la intención de las películas.

Concluye el artículo identificando una evolución de los discursos cinematográficos y la representación que hacen del ser nacional, así también de los grupos nacionales y las culturas representadas. Además afirma que en las tres películas analizadas no existe una identidad nacional boliviana, sino múltiples identidades regionales, locales y de clase, ancladas a los elementos primarios de la identidad cultural, donde predomina la segmentación de la sociedad según sus características raciales, étnicas y socioculturales. Por lo tanto, la identidad cultural nacional boliviana vendría a ser el conjunto de todas ellas, (Banegas, 2008).

Así también Asael Mercado Maldonado (2010) en el artículo el proceso de construcción de la identidad colectiva, concuerda con la idea del cine como una expresión cultural que permite generar procesos de construcción de identidad en esta era de globalización. El autor trabaja principalmente los procesos que generan la identidad colectiva y los procesos mediante los

cuales los sujetos construyen el sentido de pertenencia grupal, a través de una revisión teórica del tema, donde los **referentes identitarios** de los elementos culturales propios de un grupo son la etnohistoria, las creencias, los valores y normas, los lenguajes y las practicas colectivas.

Concluye describiendo la identidad colectiva como una construcción sociocultural, donde el sentido de pertenencia está estrechamente relacionado con las interacciones sociales, la cultura y el contexto social macro y micro, teniendo gran importancia las interacciones sociales cotidianas a través de las cuales se delimita lo propio de lo ajeno, (Hernandez & Mercado, 2010).

Continuando con Carlos García Benítez (2013) a través del articulo construcción, entronización y degradación de los símbolos de la identidad nacional en el cine mexicano contemporáneo, se describe la necesidad que genero la creación de los estados-nación de fortalecer los símbolos de identidad nacional, sin embargo alude a que actualmente el cine ha degradado los mismos repertorios simbólicos por lo que a través del análisis de dos películas una que retoma cada una de estas posturas plantea la humillación actual de los símbolos y la identidad cultural mexicana.

El autor analiza dos películas, la primera es el “Rio escondido”, que hace parte de la filmografía mexicana de la época de oro que evoca las construcciones simbólicas de la nación, esta película representa lo que significa ser un mexicano, mostrando el folclor, las costumbres y los paisajes del país, lo cual hace que el espectador se sienta identificado con su nación, en este caso el autor analiza es la difusión de las representaciones nacionalistas que muestra la película a través de los referentes simbólicos a los que apela, por lo que realiza un análisis de contenido de la misma.

La segunda película es “la ley de Herodes” la cual según el autor en su puesta en escena representa los símbolos patrios desde una crítica que impugna el poder del estado y ataca los emblemas patrios del país como respuesta ante una época critica que atravesó la elite política mexicana.

El autor resalta en su conclusión el cambio en la versión cinematográfica en un momento en el fortalecimiento de la identidad cultural y en otro la degradación de símbolos culturales que cuestionan los relatos tradicionales sobre nación a través de la vulgarización y la burla de los mismos, (García, 2013).

Así también Edward Goyeneche, escribe un artículo titulado las relaciones entre cine, cultura e historia: una perspectiva de investigación audiovisual, donde concuerda con todos los autores en la pertinencia del cine como instrumento que provee de identidad cultural a una nación a través de temáticas históricas que revitalizan los símbolos nacionales, de los estado-nación.

Además resalta la importancia del análisis de las codificaciones fílmicas y su vinculación con los procesos históricos desde una perspectiva ideológica, donde a través de un análisis teórico desde una perspectiva historicista del tema, concluye que la producción cinematográfica plantea una postura ideológica que sustenta unos aparatos políticos de procesos políticos y relaciones transnacionales,(Gomez, 2012).

Laura Prieto en su trabajo de grado tiene como concepto central la identidad, conectándolo con el cine como un instrumento dentro del proceso de reconocimiento cultural de una nación, ya que este representa a partir de sus historias, sus personajes y sus espacios la sociedad de la que hace parte, teniendo en cuenta la perspectiva del director, (Prieto, 2011).

Para terminar cito a Juana Suarez quien a través de su libro Cinembargo Colombia: el cine colombiano en clave de historia social y cultural, critica el hecho de que la producción cinematográfica colombiana no tiene una historia relacionada sino que se trata de diferentes historias aisladas, así también comparte la idea de que el cine permite mostrar una identidad contextual, de acuerdo a la globalización actual. Presenta también en su texto, un reconocimiento de construcción de memoria histórica por la industria del cine aunque muy pobre, donde a pesar de la distancia

cronológica entre las distintas películas consigue el libro comunicarlas entre sí y mostrar las constantes y las variables representaciones de, entre otros, aspectos como la distribución del poder, la vida rural y la urbana y los diversos tipos de violencia que han caracterizado nuestra historia,(Suarez, 2010).

Para finalizar, se evidencia en los estudios sobre cine e identidad nacional que se retomaron para esta investigación, una gran relevancia respecto a la relación entre cine e historia y como esta permite la construcción de imaginarios sociales sobre unas características especiales sobre los diversos países o culturas, teniendo el cine el poder de revitalizar o opacar algunas creencias o prácticas, dependiendo de la época, permitiendo así también la socialización de las nuevas creencias o posturas ideológicas. Después de este recorrido teórico sobre investigaciones y escritos realizados en torno al tema central de esta investigación, el trabajo abordara en los siguientes dos capítulos, lo referente a responder a partir de la aplicación de la metodología de investigación, la pregunta que guía este trabajo de grado.

Capítulo II:

Dago García en el cine comercial colombiano

Algunos antecedentes del cine latinoamericano: entre el cine comercial y la irrupción del cine arte

El cine latinoamericano tiene su mayor desarrollo a partir de los años 30, con la llegada del cine sonoro. Esta primera etapa se caracterizó por ser un cine comercial con producciones para la entretención del público, allí encontramos los melodramas rancheros del cine mexicano, las cabareteras musicales del cine argentino y las chanchadas o porno-chanchadas³ del cine brasileño, sin embargo el que tuvo mayor difusión en Latinoamérica fue el cine mexicano, de ahí que esta época fuera considerada la edad de oro del cine azteca hasta los años 60(Lillo & Chacon, 1998).

Otra etapa del cine latinoamericano es cuando se abre a la cultura popular y se convierte en un arma de denuncia y de transformación social, una postura totalmente distinta a la anterior, la cual se consideraba como alienante. De estas posturas hay que destacar en Argentina la de Octavio Getino y Fernando Solanas con la propuesta del “tercer cine”⁴ y en Cuba lade

³ Hace referencia a comedias calientes que utilizaban garotas semi desnudas para llamar audiencia

⁴En palabras de Getino: Se abre la necesidad de un Tercer Cine, de un cine que no caiga en la trampa del dialogo con quienes no se puede dialogar, de un cine de agresión, de un cine que salga a quebrar la irracionalidad dominante que le precedió: de un Cine Acción. La cual no significa que el cineasta deba abordar excluyentemente el tema de la revolución o de la lucha política, pero sí que ahonde en profundidad en cualquier aspecto de la vida del hombre latinoamericano, porque de hacerlo así tendrá que alcanzar de algún modo aquellas categorías de conocimiento, investigación y movilización de las que hablamos, (Getino, 1982).

Juan García Espinoza quien escribe “Por un cine imperfecto”⁵,(Lillo & Chacon, 1998).

“En los 60 se va definiendo, así, una actitud estética que busca una ruptura con el cine exclusivamente comercial”(Lillo & Chacon, 1998), Allí encontramos las primeras posturas críticas frente al cine comercial latinoamericano que exponían la problemática en relación a que este no aportaba a los receptores mayor cosa y que solo era una réplica que no permitía la creación de un cine realmente latinoamericano. Un ejemplo de esto es el manifiesto que presenta el boliviano Sanjinés “Por un cine junto al pueblo”, donde el autor expone la función política del cine. Todo esto nace en el contexto de la aparición de los movimientos políticos y académicos que se desarrollan en la época, tales como la teología de la liberación, la teoría de la dependencia y la pedagogía del oprimido, los cuales tienen en común las ideas marxistas que se presentan en Latinoamérica. Sin embargo, tras las dictaduras que se vivieron en los 70, estas ideas marxistas y de apuesta política con el cine, quedaron relegadas a la intimidad y a la privacidad de los cineastas. Debido a esta época de represión en las dictaduras, el humor en el cine tomó gran importancia y se relacionó directamente con el universo popular, representando a los reprimidos pero a través de la sátira.

Finalmente llegamos al cine latinoamericano actual, que se posiciona como una industria en varios países y que desde la democracia plantea una visión pesimista sobre la vida cotidiana y la falta de posibilidades de ascenso social a partir de la sátira y el humor. *“Este desplazamiento de lo dramático hacia la auto ironía describe bastante bien el cine actual”*(Lillo & Chacon, 1998, pág. 51), en esta nueva perspectiva cinematográfica se marca la ausencia de una dimensión política explícita y de la representación de la realidad y estas son creaciones que varían de acuerdo al estilo de los directores, guionistas y productores.

⁵Por un cine imperfecto es una postura que critica toda forma de ver el cine como una creación artística perfecta, ya que este se encuentra en constante perfeccionamiento y no se encuentra un lenguaje claro frente a la creación de producciones cinematográficas pero que sin embargo es a la que se debe apuntar.

En la actualidad se puede decir que el cine comercial latinoamericano desde una postura posmodernista e individualista de la vida cotidiana tiene como una de las características principales la utilización del mismo con fines netamente de entretenimiento y espectáculo lo que sin duda alguna provoca una la pérdida de ideales políticos, sociales o críticas en general a la sociedad con un sentido o como una apuesta.

Una breve historia del cine colombiano, ¿existe una industria cinematográfica en Colombia?

El cine en Colombia inicia con la llegada del cinematógrafo en 1897, máquina que permitía filmar y proyectar imágenes en movimiento. Las primeras proyecciones de cine colombiano eran paisajes y momentos de la vida colombiana en general. El primer largometraje que se produjo fue una cinta de ficción basada en la novela de Jorge Isaacs que lleva el mismo nombre del libro, María. Colombia tardó en hacer la transición del cine mudo al cine sonoro, lo cual retraso la producción del séptimo arte en el país.(Torres, 2007).

Ya para los años 40, diferentes productoras nacionales apuestan por el nacimiento de una industria del cine en el país, Ducrane Films, Calvo Film Company, Patria Films y Cofilma, las cuales estrenaron más de diez largometrajes en cinco años.

“Durante el segundo gobierno de Alfonso López Pumarejo se aprueba la Ley Novena, la cual establecía extensiones arancelarias y de impuestos con el propósito de fomentar la producción cinematográfica en el país”(Corporacion Colombia Digital, 2012). De esto nace la compañía de Fomento Cinematográfico FOCINE en 1978, la cual permitió el desarrollo de esta industria, administrando los recursos estatales destinados para este fin. Entre las producciones más conocidas que financió y apoyó FOCINE se encuentran: La estrategia del caracol, de Sergio Cabrera(1990), Rodrigo D No futuro, de Víctor Gaviria (1988), Camilo, el cura guerrillero, de Francisco Norden (1974) y El embajador de la India, de Mario Ribero(1986). FOCINE

fue liquidado en 1993 debido al decreto 2125 a raíz de problemas administrativos(El Tiempo, 1993).

En el 2003 se aprueba la ley del cine colombiano (ley 814), por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en el país. Con su formulación, el Gobierno Nacional ideó unos incentivos de inversión y generó unos mecanismos que tienen como fin desarrollar integralmente el sector y promover toda la cadena de producción cinematográfica colombiana: desde los productores, distribuidores y exhibidores, ya que en ella el cine es entendido como expresión de la identidad cultural colombiana.

“La Ley prevé tres mecanismos principales de fomento del cine colombiano: 1. La creación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico 2. El otorgamiento de estímulos tributarios para inversiones y donaciones a proyectos cinematográficos 3. La titularización de proyectos cinematográficos” (Proimagenes en Movimiento , 2004, pág. 6).

Así también esta ley determina que los dineros recaudados serán destinados de la siguiente manera, el 70% se utilizará en el desarrollo de proyectos, es decir, la preproducción, el rodaje, la postproducción y la promoción de películas colombianas. El 30% restante será destinado a el fortalecimiento de un sistema de información cinematográfico que ayude a la formación de públicos y de productores con el fin de fortalecer las cadenas de producción., el apoyo tecnológico a industrias relacionadas con el cine (sonido, fotografía, revelado, etc.), la preservación de la memoria audiovisual colombiana mediante la conservación de las producciones cinematográficas existentes, con el fin de evitar que el patrimonio fílmico del país se deteriore, el apoyo a la distribución de películas y acceso a mercados y finalmente a gastos de administración y control del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico Proimagenes Colombia.

En la actualidad y a través de una administración conjunta, Proimagenes y el Ministerio de Cultura siguen siendo las entidades encargadas de los recursos destinados para el cine. Sin embargo el posicionamiento del cine como una industria en Colombia ha sido difícil a pesar de la nueva ley y de

los beneficios que ofrece por la inversión en este campo, porque aun no existe un público colombiano que aprecie el cine nacional.

El cine colombiano actual: ¿Una apuesta por la representación de lo colombiano?

Como se evidencia anteriormente el crecimiento del cine nacional ha sido escaso y aunque la apuesta ha sido firme y constante al respecto, el cine colombiano no ha logrado ser rentable para consolidarse como una industria.

En Colombia el espectador ha sido muy exigente, por lo que el público ha sido escaso en las salas de cine cuando se trata de alguna producción nacional (Díaz, 2011).,en el pasado el cine colombiano tuvo una influencia fuerte desde el cine mexicano, lo que hacía que la competencia fuera desigual debido a las diferentes condiciones de producción, ya que México se consolida mucho antes como una industria Cuando las producciones colombianas. empezaron a apostar por historias que reflejaran las prácticas y costumbres del país los directores como Sergio Cabrera y Víctor Gaviria comienzan a visibilizar internacionalmente las producciones nacionales (Díaz, 2011).

Con la ley del cine actual, expuesta anteriormente, la industria del cine colombiano ha tenido mayor desarrollo, ya que el cine nacional ha atraído más de 16 millones de espectadores desde que entró en vigencia y a partir de esto se ha convertido en un negocio muy atractivo para distribuidores y exhibidores. La tabla siguiente expone los largometrajes apoyados por esta nueva ley y el monto de patrocinio con el que contaron, esta tabla evidencia un crecimiento en la producción cinematográfica en el país tal como se expuso anteriormente.

Tabla 1

Título proyecto	No. De certificados	Monto
Largometrajes		
Rosario Tijeras	7	530.000.000
Mi abuelo, mi papá y yo	1	280.000.000
El Trato	1	50.000.000
El Colombian Dream	18	873.060.000
Al final del espectro	23	1.243.403.748
Buscando a Miguel	2	361.642.742
La voz de las alas	1	267.000.000
Martinis al Atardecer	5	50.000.000
Otros	73	646.000.000
La historia del baúl rosado	1	16.989.520
Satanás	23	2.245.847.866
Soñar no cuesta nada	6	610.000.000
Bluff	5	550.000.000
Cartas del gordo	2	510.474.868
Paraiso Travel	4	579.988.000
Retratos en un mar de mentiras	1	163.700.783
La milagrosa	4	1.685.806.788
Perro come perro	15	939.000.000
El sueño del paraíso	2	218.500.000
Esto huele mal	7	517.343.656
Los actores del conflicto	1	100.000.000
El ángel del acordeón	2	450.000.000
Adiós Ana Elisa	1	70.000.000
Total largometrajes	205	12.958.757.971

Nota: Fuente: Diaz, J. C. (2011). Publicado en la revista *Razon y palabra*, Artículo: Una mirada al cine colombiano (pag.7).

Sin embargo el público en Colombia no corresponde a estos incentivos, por lo que la audiencia no ha sido la esperada en las salas de cine, “A pesar que la oferta de películas nacionales aumentó, el promedio de asistencia se mantuvo entre 300.000 y 400.000 espectadores. Exclusivamente un grupo de filmes lograron sobrepasar el millón de espectadores. Ahora bien, hubo otras que no superaron los 100. 000 espectadores y se convirtieron en un fracaso comercial”(Diaz, 2011).

Tabla 2

Año	Ranking	Película	Posición en ranking general	Asistencia	Taquilla \$ Constantes*
2007	1	Bluff	9	492.947	4.474
	2	Satanás	11	465.408	4.123
	3	Esto huele mal	12	423.363	3.803
	4	Las cartas del gordo	20	294.338	2.462
	5	Muertos de susto	28	196.196	1.765
2008	1	Paraíso travel	1	931.245	7.983
	2	Muertos de susto	13	471.444	3.857
	3	Perro come perro	23	295.681	2.552
	4	La milagrosa	32	181.000	1.495
	5	Los actores del conflicto	58	90.560	715
2009	1	El arriero	25	285.814	2.348
	2	La pasión de Gabriel	33	220.204	1.724
	3	Los viajes del viento	42	162.126	1.217
	4	Ni te cases ni te embarques	51	121.975	987
	5	Muertos de susto	55	132.777	916
2010	1	Infraganti	23	463.329	2.962
	2	Sin tetas no hay paraíso	33	328.817	2.219
	3	El paseo**	34	312.199	2.177
	4	Chance	70	117.393	670
	5	Del amor y otros demonios	72	76.665	635
Ene - Jun 2011	1	El paseo**	2	1.189.607	7.949
	2	Los colores de la montaña	11	378.177	2.783
	3	El jefe	13	318.441	2.175
	4	En coma	85	174.360	1.210
	5	Lecciones para un beso	86	95.544	616

Nota: Fuente: Díaz, J. C. (2011). Publicado en la revista *Razon y palabra*, Artículo Una mirada al cine colombiano (pag.11).

Entre las cinco películas más taquilleras de los últimos años se encuentran El paseo 1 y el paseo 2 de Dago García, quienes han superado el millón de espectadores, evidenciando una preferencia por parte del público por las producciones de este Director y guionista.

El cine colombiano actual de acuerdo a lo expuesto anteriormente tiene el desafío de modificar la cultura audiovisual del país y en ese camino formar públicos con criterio que puedan valorar las producciones nacionales, más allá de las hechas desde la comedia.

Dago García, el cine comercial y la identidad nacional colombiana: las películas que venden

Darío Armando García, como el individuo central para el estudio, se expondrá como un sujeto colectivo que además de representar sus intereses y preferencias personales también es referencia de una colectividad, como Dago Producciones Ltda. y canal Caracol . A continuación se evidenciarán sus posiciones políticas, sociales y culturales en relación a sus producciones, analizando las críticas al tipo de cine que este plantea.

Dago García es bogotano, nació en 1962, es hijo de Armando García Granados (ex empleado de Colseguros) y Ana Emperatriz (ama de casa), fue bautizado como Darío Armando García Granados, es el mayor de cinco hermanos y creció en el barrio San Miguel en Bogotá en un hogar de clase media.(Isaza, 2012).

Estudió comunicación social en la universidad Externado de Colombia y en los años 90 inicio su carrera como escritor de telenovelas, pronto se convirtió en un libretista exitoso. Entre sus producciones más conocidas en televisión se encuentra “Pedro el escamoso” en el 2001, “Pecados capitales” en el 2002 y “La Saga Negocio de Familia” en el 2004. Ha sido profesor de cátedra sobre guion en diversas universidades como El Externado, La Javeriana, La Jorge Tadeo Lozano, El rosario, La Universidad Central y La Minuto de Dios en Bogotá. En Cuba trabajo en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños.

Sus primeras grabaciones fueron con una cámara prestada por la universidad el externado, las cuales llegaron a las manos del director y actor Julio César Luna, quien le abrió la posibilidad de trabajar en televisión. Entró a la productora Punch e hizo libretos para las series “*Dobleseis*” e “*Imagínate*”(Isaza, 2012).

También ha sido guionista de cine, teatro y comunicación. En cine ha sido director y productor .En 1996 inicio con la película “la mujer del piso alto” y en 1998 “posición viciada”, de estas primeras películas se destaca el premio al mejor guion que le fue otorgado por La Cinemateca Distrital en la celebración de sus 25 años.

Aunque sus primeras producciones fueron de Drama, posteriormente la comedia se convirtió en su género por excelencia, incursionando en la creación de un discurso nacionalista acompañado por la sátira y el humor.

Con más de veinte películas en el mercado, Dago García ha consolidado una marca que tiene su propio estilo y que los colombianos consumen. Sus películas son promocionadas con su nombre debido a la fama que ha alcanzado entre los espectadores, entre las más conocidas se encuentran:“El carro” estrenada en el2003, “Muertos de susto”en 2007, “In fraganti” en 2009,“El paseo”estrenada en 2010,“Mi gente linda, mi gente bella”en 2012y “Uno al año no hace daño”, éxito taquillero del año 2014.

En 1995 nace la productora que inicio con el Director de fotografía Juan Carlos Vásquez, empresa que lleva su nombre, Dago García Producciones Ltda. Su producción en el cine colombiano ha sido importante, ya que desde 1999 ha logrado producir y distribuir al menos una película al año. Actualmente la compañía es dirigida por Dago García y funciona como una empresa familiar ya que allí trabajan sus hermanos Mario Iván García y Hernán García Granados el primero como productor ejecutivo y el segundo como director de arte.

Su dura relación con la crítica y su amorosa aunque a veces devastadora relación con la taquilla

“Al analizar la obra de Dago encontramos que ésta se centra en el colombiano clase media-baja y cómo él mismo ha reconocido, busca generar empatía entre la gente por medio de la identificación”(Olmos, 2015).

Esta frase describe en general la producción que Dago ha creado y desarrollado en el consumidor colombiano de cine de comedia. Después de la revisión de sus producciones se comprueba que efectivamente la representación de los colombianos se hace a partir de la familia.

Sus películas más representativas giran en torno a situaciones de la vida cotidiana en donde la familia de clase media- baja colombiana se convierte en la principal protagonista, un claro ejemplo se puede ver en la película “El carro”, en donde se narra la historia de la lucha que tiene una familia colombiana para la compra y el mantenimiento de un carro. Otro ejemplo es la película “El paseo” en la cual se narra la travesía de una familia para llegar a la costa. O para no ir tan lejos en el tiempo, en su más reciente película “Uno al año no hace daño” se evidencia la estrecha relación que tiene el trago con las reuniones y celebraciones típicas de la familia colombiana, *"Creo que mi paso por la familia tuvo que haber sido muy importante, porque casi todas las películas que hago es la misma película, es el mismo núcleo familiar, los mismos roles atravesando por diferentes historias"*, (Isaza, 2012).

En diversas entrevistas que se le han realizado, Dago García ha coincidido en afirmar que sus películas son resultado de experiencias personales que por lo general han sucedido en la historia de su familia. El ejemplo más claro es la película “El control” que habla acerca de su llegada a la familia clase media, donde se puede encontrar según anécdotas personales, la fobia que le tomo Dago a la televisión por un tiempo de terminado cuando las críticas que se hacían de la academia eran fuertes. Así también se encuentra la película el escritor de telenovelas que cuenta todas las travesías que le ha sucedido lo largo de su historia como escritor y libretista.

“De manera que Dago se pone a sí mismo como estándar del ciudadano normal, promedio; el colombiano prototipo. Es evidente que se trata de una doble invención: se inventa una identidad nacional normal, y todo lo que sea

distinto resulta aberrante; y se inventa para sí mismo una personalidad de ciudadano corriente que le permitiría comunicarse espontáneamente con el público”(La Pajarera del medio, 2010).

Un ejemplo de esto es que en sus producciones es normal ver la religión católica como un componente primordial para la representación de lo colombiano, todo esto parte de que él es un sujeto creyente y que profesa esta religión, según Isaza (2012) en su oficina se encuentra una imagen de la Virgen y del Sagrado Corazón de Jesús, elementos indispensables en algunas escenas familiares de sus películas, lo cual deja por fuera de la identidad nacional colombiana la secularización y la profesión de otro tipo de religiones.

Su producción efectivamente apuesta por generar empatía e identificación con los colombianos, en sus filmografías se encuentra en la mayoría de los casos marcas representativas de las tradiciones colombianas, como la celebración de ritos católicos, entre ellos el bautizo, la primera comunión, el matrimonio, la celebración del día de la virgen del Carmen, y otros como la celebración de los 15 años para las señoritas. Así también la conexión que tiene el colombiano con el fútbol como el deporte Nacional se convierte en un aspecto fundamental dentro de los temas que maneja el productor, en donde se hace una representación regionalista, que se distingue por los dialectos y costumbres de las diferentes zonas del país.

“La industria del entretenimiento comparte con el arte una necesidad comunicacional pero se separan en su objetivo. El entretenimiento busca comunicarle a la mayor cantidad de gente posible mientras que en el arte el objetivo comunicacional es del artista para consigo mismo, y quien se le pegue es ganancia”, (Olmos, 2015).

En este caso vemos la visión del cine como un producto del mercado, de consumo, a partir de una industria cultural que no pretende tener mayor

grado de responsabilidad respecto a los discursos y representaciones sociales que crea, plantea y expone. Como lo vimos en el capítulo anterior el cine como una industria cultural de la sociedad del espectáculo⁶no ofrece mayor alcance social, como industria de entrenamiento solo busca ofrecer un espacio de esparcimiento, lo cual en el discurso Dago García tiene muy claro. *“Al olvidarse las cabezas de una película que están vendiendo un producto, dejan de lado las estrategias de mercadeo que son claves para el éxito de una cinta siendo esto causante del fracaso rotundo de muchos proyectos en nuestra industria nacional”*,(Olmos, 2015).

Dago García vende entrenamiento y lo sabe, los éxitos alcanzados por sus producciones parecen evidenciar una fórmula para contar historias. En algunas utiliza un narrador (Te busco), en otras utiliza la división de escenas por subtítulos (Mi gente linda mi gente bella), en otras más utiliza ambas (El carro), o en otras simplemente hace uso de un personaje principal que es la víctima de todas las desgracias. En casi todos los casos, la relación con el trago, la violencia, la falta de diálogo y las peleas familiares se convierte en un elemento importante que le permite finalizar con una especie de reflexión en torno a la importancia de la familia. *“Al analizar su obra, tanto en teatro como en cine y televisión encontramos ambientes populares y propios del colombiano promedio”*, (Olmos, 2015).

“Gracias a esa identificación fabricada, Dago se aboga el derecho de informarnos qué nos gusta y cómo somos”(La Pajarera del medio, 2010), se puede decir, entonces que el sistema moral de sus películas, como en las telenovelas, es complaciente con los prejuicios del público masivo. Sin embargo, es más preciso decir que ese cine y esa televisión son los que están inyectando y reforzando constantemente esos prejuicios, masificando el público para hacer más sencillo y eficiente el mercadeo.

⁶La sociedad del espectáculo según Guy Debord en 1967 hace parte de la sociedad como un instrumento de unificación, que desde las condiciones modernas de dominación, presenta la producción como una acumulación inmensa de espectáculos, donde todo lo que es vivido directamente se aparta en una representación. *“El espectáculo es el discurso ininterrumpido que el orden presente mantiene consigo mismo, su monólogo elogioso. Es el autorretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia”*.(pág. 25)

Dago ha tenido una fuerte apuesta por el fútbol como detonante de identificación, la pena máxima y las cartas del gordo son dos películas que giran en torno a este deporte. Además, en películas como mi gente linda, mi gente bella, muestra este componente como un referente de identidad nacional muy importante, a partir de la reunión de la familia colombiana en torno a los partidos de fútbol de la selección, diversión que se acompaña con licor.

El éxito del cine que crea Dago García está acompañado de efectivas estrategias de marketing, apoyado en compañías colombianas muy grandes como Cine Colombia y Canal Caracol, quienes hacen publicidad de sus películas o en el caso de Caracol las presenta de forma constante los días domingos y festivos. Además Dago García usa en sus películas actores reconocidos de la televisión que generan empatía y eso lo refuerza con la explotación de estereotipos y lugares comunes para los colombianos, a eso le suma la marca distintiva que está creando con el estreno todos los 25 de diciembre de una película que hace la representación de prácticas familiares generalizadas en el país, como ejemplo tenemos la trilogía del “paseo”.

Como cine comercial de entretenimiento desde la comedia a nivel formal no hay mucho que decir, porque Dago García ofrece un tipo de cine sencillo, que no le exige al espectador mucho esfuerzo, no existen sentidos más allá de lo que se dice que el espectador debe intentar encontrar o interpretar. Ya que como industria cultural no pretende más que hacer que los receptores estén entretenidos o más bien quiere plantear y mantener un discurso que jerarquiza a los sujetos de acuerdo a prácticas y consumos para la perdurabilidad del statu quo que parece que los consumidores creen que existe.

A partir del planteamiento de Adorno Y Horkheimer sobre la producción masiva de objetos culturales considerados como mercancías, se evidencia para el caso de las películas que crea y comercializa Dago García una estandarización del gusto, que desde la cultura de consumo masivo hace

que los sujetos se pierdan en la homogeneidad que se plantea y donde es anulada su capacidad reflexiva.

Las mayores críticas que se hacen al cine que produce Dago García son en relación al tipo de historias que vende, las cuales son montadas desde un humor fácil, predecible y superficial que incluye adolescentes en bikini, ricos malos, amas de casa comprensivas y perros que se desaparecen y regresan miles de kilómetros después, como en la película “El paseo”. (Ospina, 2010).

Así también Adrian Zuluaga (2008), del Blog La Pajarera del Medio dice que el cine de Dago no es un cine para premiación ni nominaciones, solo es un cine de crispetas, ya que no tiene distinción entre producciones para televisión y producciones para cine. En sus películas siempre se encuentra la formula mala que suma las mismas cosas, contenidos livianos, humor sexista y planteamientos muy básicos.

“Desde esta forma de entender y elaborar lo popular se produce un cine altamente codificado, donde todos los elementos están calculados y previstos para obtener un máximo grado de identificación emocional por parte de los espectadores... y por supuesto se replica de maneras más o menos idénticas de película a película”(Zuluaga, 2008).

Este tipo de cine va dirigido claramente a un tipo de público, como ya se revisó desde las teorías de la comunicación, es un público que acepta cualquier tema, que exige solo la compensación instintiva de que ofrece el humor donde el espectador no debe trabajar con su propia cabeza, es decir que toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada. Ya que el cine comercial y al industria cultural tienen claro que la clave está en la repetición, sus innovaciones consisten en el mejoramiento de la producción en masa, siendo esta la industria de la

diversión, lo que termina siendo un cine que conecta con el público y su conformismo moral y político.

Así también como vimos con anterioridad el espectador cinematográfico busca reproducir lo que ve en la pantalla, por lo que hay que hacerle creer que el mundo exterior es la simple prolongación de lo que se le presenta en la película. El ideal consiste en que la vida no pueda distinguirse de la película a lo que Dago apunta claramente, el pretende calcar la realidad en sus películas para que se dé la relación identitaria con el espectador, sin embargo existe allí la reproducción de una imagen deformada que es aceptada por el receptor como verosímil o creíble por el efecto de su repetición como vimos en las teorías de la comunicación de masas.

Como existe un tipo de público que pide, consume y le gusta esto, Zuluaga (2008) plantea que este público hipotético considera que debe ser tenida en cuenta la dignidad de pagar la cuota del carro, el heroísmo del adulterio, los paseos a la finca. Que esta clase media se ve representada en estos personajes sienten que se les da voz para aquello que ocurre sin estridencias pero compone también el marco total de su vida.

Los Patrocinadores: ¿depredadores o impulsores de la creación?

“La ley cine actual hace el otorgamiento de incentivos tributarios para quienes inviertan en cine nacional. Quien hace la inversión puede deducir el 125 por ciento de ese monto de su renta gravable. Con las tasas tributarias vigentes, esto implica que el Estado devuelve alrededor de 41 pesos de cada 100 pesos invertidos en una película colombiana. Este instrumento se ha convertido en el factor más poderoso para atraer inversionistas al cine nacional”.(Reina, 2012).

Entre sus más grandes patrocinadores se encuentra, Cine Colombia y Canal Caracol, quienes con su apoyo le han permitido crear a manera de industria un cine colombiano, tanto así como para poder estrenar de dos a tres películas en un año, cada uno de estos patrocinadores tienen claro que

el cine de Dago es cine comercial de entretenimiento y que en las apuestas que ha tenido por fuera del humor ha caído y fallado como en la película “la captura” o “el escritor de telenovelas”. Estas dos grandes compañías colombianas han apoyado a Dago con estrategias de marketing para que el cine comercial que él hace se posicione en el mercado.

Radiodifusora Caracol se consolida como Canal Caracol en 1967 después de que el grupo empresarial Valores Bavaria adquiriera el control accionario, lo cual permitió que se diera su desarrollo administrativo y técnico. Como canal siempre apostado por el entretenimiento del pueblo colombiano y ofrecer la información que necesita a partir de Noticias Caracol.⁷

Canal caracol es un medio de comunicación nacional masivo que también tiene acogida en el exterior a través de Caracol Internacional, con el ánimo de informar a Colombia y el mundo de lo que sucede en el país, además de promocionar y vender de esta manera también los programas de televisión que produce.

Canal Caracol es uno de los inversionistas más grandes en la carrera de Dago García como productor y guionista, en televisión ha patrocinado su novela “Pedro el escamoso” y una de las primeras que apoyo en la industria cinematográfica fue la película “La pena máxima”, de esta manera dice el canal que apoya el talento colombiano.

Por su parte Cine Colombia se consolida al igual que Canal Caracol como una empresa de entretenimiento ofreciendo un espacio de diversión para

⁷El modelo mixto de los medios de comunicación en Colombia inicio en 1995 un año y medio después de la llegada de la televisión a Colombia, aunque en sus inicios esta última tuvo una apuesta educativa y cultural siendo administrada estatalmente se justifica la implementación de este modelo mixto argumentando que este acto permitirá el mejoramiento del servicio, a partir de un modelo de competencia entre canales públicos y privados. Sin embargo el Estado se reserva el derecho de aceptar o rechazar los programas que se transmiten para la protección de los intereses de los colombianos.

diversos tipos de consumidores, como compañía creó la Fundación Patrimonio Fílmico de Colombia donde se conservan las películas más antiguas del país.

En el año 2010 Cine Colombia empieza a ser parte también al igual que canal Caracol del Grupo Santo Domingo. Este último como el real actor colectivo que patrocina a Dago García, hace referencia a la familia más poderosa y adinerada del país, que controla la mayoría de los medios de comunicación colombianos, Como el periódico El espectador, Revista Cromos, inversiones CTV además de que como ya vimos Canal Caracol que maneja gran parte de la audiencia del país, (Revista Dinero, 2013).

Pero lo que está detrás de todo esto es la importancia que tienen los medios de comunicación masivos en la adquisición de poder, no solo económico, si no simbólico en tanto desde estos se construyen significados sociales, como ya lo vimos anteriormente la información y el manejo de esta les da el poder de manipularla.

Este patrocinio tiene unas implicaciones importantes a la hora de la creación y la puesta en escena de discursos hegemónicos, ya que como se ha revisado la obra de Dago plantea una estructura social jerarquizada que estipula estilos de vida, conductas, consumo y demás, que en una actitud casi pesimista son imposibles de cambiar. Sus películas terminan siendo además de cine de entretenimiento la posibilidad de ratificarle a los espectadores que las posiciones sociales a las que hacen parte, no hay posibilidad de cambiarlas. Sin embargo, a continuación con el análisis de su obra en general se abordara esta tesis con mayor claridad.

El proceso de construcción de las ideas sobre la identidad nacional colombiana en las películas de Dago García

Como ya se ha revisado el cine que crea Dago tiene una apuesta particular por la creación de estereotipos o de representaciones sociales en torno a una identidad nacional colombiana que busca generar en los espectadores empatía e identificación, a continuación se revisaran estas creaciones típicas del colombiano promedio con relación a imágenes y contenidos de su obra en general.

Dago comenzó su producción en 1996 con su película “la mujer del piso alto” su género fue ficción y nunca fue estrenada comercialmente, su director al igual que de su siguiente película fue Ricardo Coral. Inicio sus producciones con la historia de un cadáver que recorre la ciudad a partir de siete historias diferentes en las que se evidencian la corrupción y la violencia como componente principal, así también muestra la vida nocturna y su relación con la prostitución, el licor, la ilegalidad, el rebusque que se muestran como problemáticas sociales que existen alrededor del desempleo y de la delincuencia. Aunque esta película aún tenía un estilo muy teatral, se muestra como un cine más independiente que tuvo el apoyo de la productora Jasha Gelabert quien dice que la película es producto de la ayuda y colaboración de sujetos interesados en hacer cine.

Lo interesante de esta película como inicio de la carrera de Dago es encontrar que la idea de él no fue desde siempre hacer del cine un mercado que ofreciera y consumiera solo entrenamiento, sino que también tenía una clase de apuesta por tal vez una denuncia respecto a problemáticas sociales reales.

Con “Posición viciada” su siguiente película en 1998 ya Dago apuesta por el fútbol como un componente de identificación de los colombianos. Con “es mejor ser rico que pobre” al siguiente año, desde la ficción recrea una historia que plantea el dilema de las clases sociales y las diferencias en sus estilos de vida, en esta película es importante resaltar el estereotipo que

empieza a crear respecto al rol social de la mujer, la cual esta relegada al espacio privado para servicio del hombre.

Ya con “la pena máxima” en 2001 se produce el cambio de género a comedia, con el nacimiento de “Dago García producciones” y el cambio de Director porque esta vez trabaja con Jorge Echeverry, esta vez nuevamente apuesta por el futbol como componente de identificación y a esto le suma el uso de un personaje reconocido en televisión para hallar en el publico empatía a través de Robinson Díaz. Esta es la primera película de Dago que tiene una gran acogida del público y es donde Dago empieza a consolidar su forma de hacer cine.



Imagen 1: Recuperado de:<http://marhuilenses.blogspot.com/>

Su siguiente película en el 2002 fue “te busco” que tuvo como actor principal a Robinson Díaz y a lo que le sumo como estrategia de mercado a Andrea Guzmán que como mujer joven y hermosa atraería el consumo de público masculino, en esta película ya empezó apelar por representaciones de identidad nacional a través de celebraciones como la navidad con música de Pastor López como factores de identificación para los espectadores, además como factor motivacional incluyó un niño que como narrador llega a la emotividad de los consumidores.



Imagen 2: Recuperado de:<http://www.filmaffinity.com/es/film980088.html>

En el 2003 estreno “El carro” que además de las ya claras estrategias de mercadeo que estaba creando, empieza a gestar su estereotipo familiar que usará en la mayoría de sus siguientes películas, donde la trama siempre empezará a girar en torno a situaciones familiares, en este caso como la llegada del carro, aquí nuevamente se muestra el rol de la mujer relegado al hogar y los hijos en el espacio privado y se empieza a mostrar la religión como un componente esencial para la cultura colombiana, tanto que se manda a bautizar el carro para que sea bendecido por Dios.



Imagen 3: Recuperado de:<http://1080plus.com/sn4HTV4GsEI.video>

Del 2004 al 2005 apuesta por la ficción, con las películas “la esquina” y “mi abuelo, mi papa y yo”, ambas películas no tuvieron la acogida esperada en el publico, así Dago empezó también a construir sobre estos tropiezos su

fórmula para el éxito, porque aunque uso actores reconocidos como Miguel Varoni y Enrique Carriazo no fue suficiente.

Las cartas del gordo fue su regreso a la comedia en el 2006, con su fórmula mágica, teniendo una trama alrededor de la filiación por el futbol de los colombianos y la forma de tener triunfo en el exterior, que maneja la reflexión final sobre el valor de la familia y la amistad. En el 2007 con la película “Muertos del susto” donde utiliza como estrategia comercial a los comediantes Juan Ricardo Lozano (alerta o el cuenta huesos) y Don Jediondo muy importantes en la televisión colombiana y ellos les suma la participación de Johana Bahamon para atraer al público masculino.



Imagen 4: Recuperado de: <http://www.dinero.com/negocios/galeria/estas-peliculas-colombianas-mas-taquilleras/140522>

En “ni te cases ni te embarques” en el 2008, utiliza una mezcla entre ficción y comedia donde cuenta la historia del miedo al compromiso que tienen los hombres colombianos, que con la actuación de Víctor Hugo Cabrera nuevamente apuesta por un público de televisión. En el 2009 con “infraganti” nuevamente mezcla estos dos géneros, ficción y comedia, en donde Natalia Paris retoma el papel de mujer joven, hermosa y no muy inteligente que atrae a los hombres del cine que crea Dago.



Imagen 5: Recuperado de:
http://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=2221

Luego encontramos su tan famosa trilogía del paseo, en donde pone en pie todos sus componentes de mercado más fuertes y alcanza el millón de espectadores con su primera parte, en estas tres películas que van del 2010 al 2013, plantea la familia prototipo colombiana, desde la clase media, de religión católica que vive un montón de hazañas en la travesía de salir de paseo.



Imagen 6, 7, 8: Recuperado de:
http://www.latarde.com/zona_blogs/elgranojo/?tag=dago-garcia

Para el 2011 con la película “el escritor de telenovelas” que dice Dago es una producción muy personal, fracasa con tan solo cien mil espectadores, aunque es una película inspirada desde la comedia dicen los críticos que se pierde en una trama confusa que critica el medio en que se desarrolla la televisión.

Con su película “mi gente linda, mi gente bella” continúa su estrategia comercial que usa la identidad nacional colombiana como componente emotivo que genera en el espectador empatía por sus películas, esta vez presenta su visión de la típica familia colombiana como presentación de lo que es Colombia y sus costumbres a un personaje Sueco que se enamora de una mujer hermosa (Sara Corrales), esta película que es una de las seleccionadas para el estudio de caso será analizada con mayor detalle en el capítulo siguiente.

Así también en el 2013, con la película el control, los espectadores se encontraron con la representación de una familia estrato medio que socializa los espacios familiares a través de la televisión, en esta película se muestra con claridad el papel que Dago da a la mujer, donde su rol social es la crianza de los hijos y el mantenimiento del hogar, donde su espacio de desenvolvimiento es la casa y está relegado a lo privado.



Imagen 9: Recuperado de:<http://caratulasgratissek.blogspot.com/2013/10/el-control-dvd.html>

En el 2014 tuvo el estreno de dos películas que tuvieron bastante éxito en taquilla, estas son “carta al niño Dios” y “una al año no hace daño”, donde el argumento de la primera se basa en la solicitud de un niño de clase baja de una bicicleta al niño Dios y la búsqueda implacable por parte de sus familiares del dinero para conseguirla a costa de cualquier precio sin importar romper las leyes. Estas dos películas cumplen con toda la estrategia de marketing que ha creado Dago durante todos estos años, son estrenadas para una fecha emotiva y de celebración para los colombianos, como es la navidad y la despedida del año, utilizan actores importantes para la televisión colombiana, en su reparto hay mujeres muy hermosas que como ya vimos atraen al público masculino y además tienen un humor muy básico que cualquier espectador podría disfrutar.

Una al año no hace daño fue su último éxito taquillero, película que plantea la relación entre el trago y las reuniones o celebraciones familiares de los colombianos, en ella también se evidencia los ritos católicos que se llevan a cabo en el país y las relaciones sociales que se generan con las personas que se convive, vecinos, familiares, amigos.

Después de este largo recorrido por la vida y las producciones de Dago García podríamos concluir que su cine desde una postura comercial ha usado la cultura colombiana como componente primordial para generar empatía y emocionalidad con respecto a sus películas, porque si se observa la matriz general que se encuentra en anexos, más de la mitad de sus películas han llegado a más del medio millón de espectadores y sus últimas películas han sido un éxito taquillero, parece que si ha encontrado una fórmula para hacer cine comercial, claro está, en Colombia.

Dago tiene claridad del tipo de consumo que está generando desde el entretenimiento y la diversión, realmente no tiene una apuesta política, de crítica o denuncia, ya que al respecto su pronunciamiento es muy vago y en sus películas casi que ni se encuentra. Sin embargo sus creaciones plantean una pirámide social, desde el colombiano clase media baja, que tiene

posibilidades de cambio imposibles, como en su película “el control” o “el carro”.

Como selección del estudio de caso que se hará sobre su larga producción, se tomaron las películas “mi gente linda, mi gente bella” y “una al año no hace daño”, ya que estas a pesar de que su producción es sobre la cultura colombiana en general presentan un argumento centrado en mostrar en el caso de la primera y analizar en el caso de la segunda las prácticas sociales y culturales de los colombianos, que para el caso de nuestro estudio es muy pertinente para hallar las representaciones sociales que crea Dago acerca de los colombianos.

Capítulo III: El cine comercial de Dago García en “el país del Sagrado corazón de Jesús”: ¿recreación o farsa de la identidad nacional colombiana?

El caso de las películas: Mi gente linda, mi gente bella y Uno al año no hace daño. En este capítulo se expondrá el análisis de las películas “mi gente linda, mi gente bella” y “una al año no hace daño” seleccionadas para encontrar las representaciones sociales que crea el director, guionista y productor Dago García en sus películas, después de ya haber expuesto en los capítulos anteriores el argumento, la base teórica y la producción en general de Dago García.

La selección de estas películas para el análisis es debido a que su temática está relacionada directamente con las prácticas culturales de los colombianos, para así lograr evidenciar desde el estudio de caso específico, la visión y el discurso que plantea Dago en sus películas. Para el análisis de estas películas es importante tener en cuenta que, ya que hacen parte de las últimas películas de Dago, ya tienen impregnada toda la estrategia publicitaria, de mercado que plantea Dago y que caracteriza su forma de hacer cine, lo cual es muy nutritivo para el estudio.

Las películas y sus historias:

Mi gente linda mi gente bella



Imagen 10: recuperado de: <http://www.fiuxy.com/peliculas-gratis/2447443-mi-gente-linda-mi-gente-bella-2012-dvdr-comedia-drama-latino-pl-rapidshare-ss.html>

Comencemos con la película “mi gente linda, mi gente bella” ya que su año de estreno fue primero, en el 2012 fue el lanzamiento para el público en las pantallas de la compañía “cine Colombia”, el guion fue por supuesto de Dago García, su dirección estuvo a cargo de Harold Trompetero, fue producida por “Dago García Producciones Ltda.” y fue patrocinada por “Canal caracol”. Tuvo más de 600 mil espectadores y su género está en la comedia. Como actores principales tuvo la participación de Sara Corrales, Cesar Mora, Aida Morales, Conor James McShannon, este último es el personaje sueco que narra la historia de la película.

La película cuenta la historia desde un europeo específicamente sueco que cuestiona la forma de vida que lleva en un país “tan civilizado” como Suecia. Plantea que este estilo de vida es aburrido por lo que se encuentra en búsqueda de diversión, entre tanto, conoce una exótica colombiana, que con sus costumbres y expresiones lo deja maravillado al encontrar en ella una posible aventura extraordinaria.

Por su parte Norma “la colombiana” se muestra muy interesada en el sueco, por ser extranjero y por la posibilidad de encontrar en él un hombre adinerado. Ella se muestra ante él como una mujer sensual, que finalmente roba su atención y hace que este abandone su trabajo y su vida en Suecia para ir tras de ella a Colombia.

Ya en Colombia se encuentra con un país, bastante diferente al suyo, desorganizado, violento y con personas que no respetan las normas y leyes, lo cual le parece muy atractivo. En su camino por Colombia se encuentra con diferentes personajes de regiones colombianas, de los cuales puede extraer un poco de lo que es la cultura nacional, aunque con Norma en Colombia se da cuenta de que es una niña mimada que no valora su familia ni las tradiciones de su país, lo cual hace que el sueco se desencante de ella.

Sin embargo con tanta belleza colombiana el sueco termina enamorándose de la prima de Norma y encuentra en Colombia la aventura que buscaba,

como cliché el director muestra como el extranjero defiende lo nacional al encontrar el país como una aventura salvaje y extraordinaria, en contra posición a la gran civilización de la que viene.

Uno al año no hace daño



Imagen 11: Recuperado de: <http://www.las2orillas.co/uno-al-ano-hace-dano-cuando-la-basura-se-convierte-en-oro/>

Continuando con la película “una al año no hace daño”, estrenada el 25 de diciembre del 2014, con más de un millón de espectadores, dirigida por Juan Camilo Pinzón y escrita por supuesto por Dago García, apadrinada por Caracol televisión y publicitada por este mismo.

El argumento de la película se basa en la búsqueda de respuestas por parte de un estudiante sobre la asociación del trago a las celebraciones familiares y culturales de los colombianos, los efectos de la borrachera y el guayabo.

La historia comienza con esta frase: “Colombia es básicamente un país de chupadores” lo cual se justifica con las estadísticas que dicen que los colombianos consumimos más 300 millones de botellas de licor al año.

El desarrollo de la película habla sobre las consecuencias generales que tiene el consumo de licor, evidencia problemas personales y familiares de los personajes y la asociación del trago respecto a ellos. Adicionalmente

evidencia unas prácticas culturales asociadas a los ritos y creencias católicas con celebraciones acompañadas del trago.

La película finaliza con la solución de los inconvenientes familiares y una reunión de vecindad que evidentemente está acompañada de trago.

Análisis

En el siglo XXI una mentalidad colonizada:

Aunque la colonización en América sucedió hacia el siglo XV después de la llegada de Cristóbal Colón en 1492 y supuestamente finalizó con la independencia de Colombia hacia el siglo XIX en 1819, en la actualidad encontramos rezagos de esta época Colonial. Después de esto, Europa y Estados Unidos con el capitalismo y el imperialismo, nos dejan el papel de países subdesarrollados, en una escala inferior nuevamente a ellos. Lo que deja para Latinoamérica y sus habitantes una mentalidad colonizada como herencia maldita del colonialismo. En el siglo XXI se viene entonces el retraso de la llegada de la modernidad a estos países. En la actualidad encontramos además de una colonización económica, una social, política y cultural dada por las estructuras del neoliberalismo y los Estados Nación.

“Esta guerra cultural se propone que todos en todas partes acepten el orden que impone el capitalismo como la única manera en que es posible vivir la vida cotidiana, la vida ciudadana y las relaciones internacionales. Uno de sus objetivos cardinales es que olvidemos la gran herencia que nos brinda precisamente la acumulación cultural constituida por la historia horrorosa del colonialismo y la historia de las resistencias y las rebeldías de los pueblos.”(Martínez, 2012).

En estos cuestionamientos actuales se encuentra la representación que presenta Dago García sobre lo extranjero, lo cual se asocia directamente a lo civilizado, haciendo especial énfasis en su organización social, denotando un proceso de desarrollo interiorizado de los sujetos que hace que el

continente latinoamericano sea la posibilidad de aventura tras encontrar en el además del atractivo de las mujeres desde una posición machista vistas estas como un objeto sexual, también la travesía de encontrar países en subdesarrollo con personas que trasgreden las normas y aun no tienen una figura clara de Estado, lo cual los hace violentos, emocionales y desorganizados.

A esto se le suma el lenguaje como parte del colonialismo actual, donde el manejo del inglés como primera lengua mundial, deja en el retraso los países latinoamericanos que no han aprendido en su totalidad este lenguaje, esto se evidencia en las películas en el uso inadecuado de este idioma haciendo ver a los personajes colombianos con un retraso social importante.



Imagen 12: Recuperado de: <http://famiplay.com/video/mi-gente-linda-mi-gente-bella/>

Como ejemplo de esto tenemos esta imagen y este dialogo, en tanto resalta la importancia que se le da a lo extranjero de manera superior que a lo nacional, el papa de Norma le dice a Vigo: *“si no le gusto se jodio pingo... Yo querer para usted, hormigas culonas, carne oriada, carne seca, pipitoria, chanfaina, geta, cuadril, toda esa joda, mute y de repeso mano, darle su buena tutuma de guarapo...”* Pero ella no dejar, yo insistir pero ella sabotear”(Trompetero, 2012). Por lo que Norma lo lleva a un rincón y le pregunta porque está hablando como indio de película gringa a lo que él responde que es para que Vigo le entienda.

En esto se evidencia que el neocolonialismo no necesita la imposición de poder en el territorio como tal, sino que se presenta como un poder simbólico interiorizado por los sujetos que obedientes a él, son manipulados desde los medios de comunicación, los cuales expresan lo extranjero como superior racial y culturalmente en contraposición a unos nativos inferiores.



Imagen 13: <http://famiplay.com/video/mi-gente-linda-mi-gente-bella/>

En este caso Vigo es representado como un hombre alto y mono que junto al papa de Norma lo hace ver chico, gordo con una vestimenta muy particular, traje de paño y sombrero que lo hace ver como boyacense nuevamente asociando Dago el cuerpo y la vestimenta a las regiones colombianas.

Estas representaciones occidentalitas lo que hacen es evidenciar las diferencias culturales que se tiene con lo latinoamericano como la otredad, que en términos generales termina siendo una jerarquización etnocéntrica de diferencias culturales definida por el poder global de occidente (Coronil, 2000).

Lo interesante de todo esto, es que la representación de esta dicotomía es usada por Dago García como factor humorístico, donde se vulgariza la otredad, siendo esta los colombianos, sin embargo ubicando una diferenciación también designada a ciertos estratos, donde no existe solo otro sino multiplicidad de otros, los cuales tienen mayor o menor cercanía a

lo occidental, de acuerdo a los capitales económicos y culturales de los sujetos.



Imagen 14: Recuperado de: http://www.directoresav.com.ar/cgi-bin/sitio/vistadetallada.py?IDIOMA=interfase_LNG1&password=&email=&equipo=521&seccion=equipos

Un ejemplo de esto, se encuentra en la película *Uno al año no hace daño* en donde el jefe de Don Álvaro ocupa una posición superior a todos los demás personajes. En este caso Dago García hace un especial énfasis en mostrar las diferencias entre las clases sociales, que van desde las prácticas culturales hasta las formas de comportarse en los diferentes campos, donde don Álvaro representando una clase social baja busca el ascenso social a partir de la participación de su jefe en una práctica cultural familiar, al invitarlo a la celebración de los 15 años de su hija, sin embargo se evidencia que su jefe desde una posición superior menosprecia todas estas prácticas. Se evidencia así, una lógica discursiva, que privilegia lo occidental en la dicotomía en la que lo diferente es la otredad, con unas condiciones materiales que permiten la reproducción de esta ideología, de manera económica, política y social (Restrepo E. , 2010).



Imagen 15: Recuperado de:<http://filmigrana.com/2012/06/29/harold-trompetero-mi-gente-linda-mi-gente-bella-2012/>

A esta reflexión quisiera sumarle, esta escena final en la que la familia colombiana y el sueco van a viajar de vacaciones a Miami, estos son agredidos en el aeropuerto, tratados como narcotraficantes y ladrones, a lo que se le agrega que se utiliza como peyorativo su asignación como personas morenas, pequeñas e indias, evidenciándose la idea de una raza inferior en contraposición de una superior como lo es el sueco que por el contrario es tratado con respeto y los nativos americanos también.

Esta escena es muy interesante en tanto muestra el cliché de que los colombianos no son conscientes de lo rica que es su cultura, en amabilidad y compañía, sin embargo Dago García usa a Vigo como el extranjero que si es capaz de ver lo rico de la cultura colombiana y defenderla, ya que los personajes como se muestra en la imagen no tienen ni idea al no entender el inglés, de los mal que están siendo tratados y por ende sonríen a la señorita que los está menospreciando.

Las representaciones sociales de género y de los roles familiares

La representación social que crea Dago acerca de los colombianos apelando a referentes identitarios, es creada a partir de la construcción de un prototipo de familia tradicional, compuesta por padre, madre, hija e hijo,

familia nuclear que está acompañada por suegra o familiares de segundo grado como primos, tíos, etc.

Esta familia se caracteriza por profesar la religión católica y practicar todos los ritos que esta religión tiene, como el bautizo, la primera comunión, el matrimonio o celebraciones relacionadas con figuras representativas de esta religión como la virgen, el divino niño o el sagrado corazón. De acuerdo a esto Dago crea sus historias, para el caso específico de las analizadas, su apelación es directa en cuanto a prácticas y las formas de identidad nacional de los colombianos.

Aunque Dago plantea una familia nuclear realmente las relaciones sociales de esta se nutren de su interrelación con vecinos, familiares cercanos, compañeros de trabajo y amigos, lo que termina siendo una gran familia, ya que los espacios son compartidos la mayoría de veces.

Continuando respecto al tema de género Dago García hace una representación de la mujer donde esta pertenece o se determina a través de una relación de dominación, en la que por supuesto el hombre la toma como su propiedad, cuando es padre o cuando es esposo. Es decir que a lo largo de la vida, la mujer depende del hombre económica, social y culturalmente.

El sexo femenino es representado a través de las labores del hogar y su lugar siempre se encuentra junto a su esposo, si no es así y la mujer no está casada, esta se encuentra en busca de un esposo, que evidentemente debe brindarle una estabilidad económica. En tal sentido la mujer juega en el rol social que le otorga Dago García en sus producciones, de objeto de satisfacción para los hombres.



Imagen 16: recuperado de:<http://famiaplay.com/video/mi-gente-linda-mi-gente-bella/>

Como ejemplo evidencio el caso de la película Mi gente linda, mi gente bella, donde la mujer latinoamericana es representada como objeto de deseo para los extranjeros, los cuales son como idealizados por ellas para encontrar marido, la belleza de estas mujeres está asociado a medidas exuberantes que son exhibidas con ropa insinuante que presupone el uso de esto para obtener lo que se desea.



Imagen 17: Recuperado de:<http://www.las2orillas.co/uno-al-ano-hace-dano-cuando-la-basura-se-convierte-en-oro/>

De acuerdo a lo anterior, Dago García muestra mujeres cuyas vidas giran en torno a la belleza y el hombre, interesadas en conseguir hombres

adinerados, preferiblemente si son extranjeros. Existe una construcción social sobre el cuerpo muy marcada en este discurso, aunque se podría leer la exhibición del cuerpo de la mujer como una liberación femenina, en realidad se presenta esta como una subordinación al hombre, pues realmente esta es la forma que según el discurso de las películas las mujeres llaman la atención, buscando ser atractivas para el hombre, lo que sería realmente una forma de honrarlos a ellos, en este caso lo que se nos presenta es una mujer que desea la dominación masculina (caso de Norma en la película *mi gente linda mi gente bella*).

De la misma manera se evidencia el planteamiento de Dago García respecto a que el estatus de la mujer aumenta o disminuye de acuerdo al rol social que desempeña el esposo, dejando de esta manera el espacio de lo público también para lo masculino, por lo que a la mujer se deja el papel de compañera en momentos difíciles, como apoyo sentimental cuando el esposo ha fracasado.

Se evidencia una representación de la existencia de una relación de sumisión por parte de la mujer hacia el hombre, no solo en lo matrimonial, sino también en las relaciones sociales generales, cuando los hombre son contradecidos por mujeres las respuestas son agresivas y amenazantes, con signos significativos de posible violencia, un ejemplo es: “Usted podrá ser mi sobrina pero me le baja al tonito o si no juete es lo que hay” y efectivamente el señor Paniagua se quita el cinturón y busca pegarle a su sobrina (película *Mi gente linda mi gente bella*).

Así también Dago García ha utilizado como relación de género, la mujer joven y hermosa como componente publicitario de sus películas para así atraer la atención del público masculino, por ejemplo en “*mi gente linda mi gente bella*” Dago utiliza a Sara Corrales quien protagoniza a Norma como la representación de la belleza latina y en “*Uno al año no hace daño*” a Catherine Porto quien en la portada de la película es mostrada directamente en bikini.

Su representación de la mujer joven colombiana es a partir del uso del cuerpo como elemento primordial para la creación de una representación que asocia la necesidad de lo masculino en una relación de sumisión en el que la mujer busca el papel de esposa.

La mujer latina es representada a partir de atributos físicos que le hacen bella, sin mostrar mayor trasfondo en ellas más que esta virtud de ser hermosa, a estas no se les otorga puestos importantes de participación social. Su instinto es representado en relación al hombre como sujeto de deseo que debe ser honrado con toda la atención femenina, un ejemplo de esto, es cuando Norma se le desnuda a Vigo por ser extranjero y otra es cuando Laura le hace estriptis a su novio gringo.

A modo de conclusión el estudio evidencia la ausencia de roles para la mujer diferentes al hogar, las mujeres en las películas de Dago García no ocupan lugares en el espacio público que no estén en relación a los hombres, a pesar de que estas en la actualidad ocupen también espacios políticos, económicos y sociales en igualdad con los hombres, en las películas se evidencia una lectura retrograda sobre ellas, en donde el rol de la mujer es reducido en relación exclusiva al hombre.

Regionalismo y perspectiva étnica

El tema de regionalismo toma especial relevancia para el estudio en la medida que este permite evidenciar la diversidad cultural del país, Dago Garcia se vale de dichos, refranes, acentos y estereotipos generales para crear personajes de diferentes regiones, ejemplos claros encontramos en la película “mi gente linda mi gente bella” en el que muestra a los pastusos como personajes de tez morena, bajos, cordiales, puntuales y muy trabajadores, en algunas ocasiones ingenuos y con un acento muy representativo de esta región.



Imagen 18: Recuperado de: <http://www.fulldescargasdvd.com/mi-gente-linda-mi-gente-bella-dvdr-ntsc-full-espanol-latino-comedia-descargar-2012.html>

Sin embargo para el tema étnico, resuena su ausencia de representación en ambas películas, ¿lo que deja por fuera de la identidad nacional colombiana esto?. A pesar de la lucha de los grupos étnicos por su reconocimiento, igualdad y autonomía en los Estados Nación, en las representaciones sociales que plantea Dago como la identidad nacional del país, estos no se encuentran, lo que no es muy diferente de lo que sucede en los medios masivos de comunicación en general. Esto puede ser resultado de la intención de unas elites dominantes de imponer una hegemonía que deja por fuera todo lo que sea diferente.

En este caso la representación étnica que crea Dago está asociada normalmente a los personajes afro colombianos en este caso pertenecientes a la costa colombiana.

Silvia es el personaje costeño de la película “mi gente linda mi gente bella” a quien se acota además de ser una bastarda por ser hija fuera del matrimonio, el ser negro como un calificativo negativo. Así también a ella se asocia el folclore colombiano, esto representado desde lo escandalosos y rumberos que son los costeños y se dice que hace parte de un estrato

negativo, haciendo referencia a un estrato bajo y en quien no se puede confiar.



Imagen 19: Recuperado de:http://www.latarde.com/zona_blogs/elgranojo/?p=706

Respecto a los personajes Negros que se representan solo existe uno, en esta película que es enseñado junto a Vigo en la cárcel mostrándolo como un sujeto violento y asociándolo a la ilegalidad y el delito al encontrarse en la cárcel.

En la película uno al año no hace daño, la representación también se hace de un sujeto de la costa, muy bebedor, que acolita a los demás en temas asociados al licor y la parranda que no traen nada bueno para los personajes. Además este es quien comercializa el trago de manera ilegal, el cual por supuesto es adulterado.

Este punto quisiera concluirlo evidenciando el manejo de un discurso asociado a estigmas sociales, que terminan siendo racistas, en tal sentido, estas imágenes dan lugar a estereotipos marcados en la sociedad colombiana y reforzados por los medios de comunicación. Quisiera agregar a esto la ausencia de representaciones sobre los indígenas que cómo personajes étnicos del país son omitidos, a pesar de manejar un discurso

sobre identidad nacional, a estos no se les da ningún lugar. Queda pendiente para una futura investigación, una profunda reflexión respecto a las consecuencias de los usos de estos estereotipos marginalizados sobre las minorías en Colombia, en el cine actual.

El país del sagrado corazón de Jesús

La iglesia católica ha tenido un papel protagónico en la consolidación del Estado social y político colombiano, se encuentra presente en la redacción de las constituciones colombianas y hasta la anterior constitución (1886) el país se denominaba en su totalidad católico como el país del sagrado corazón de Jesús, hasta la constitución de 1991 se definió la libertad de culto, siendo todas las confesiones religiosas iguales ante la ley.

Como se ha evidenciado con anterioridad Dago García liga directamente la religión católica a la identidad nacional colombiana, mostrando como esta traspasa todos los campos de desarrollo de los colombianos, como el hogar, las celebraciones públicas, los deportes nacionales, etc. Lo cual evidencia como estas representaciones sociales tienen un tramado histórico y cultural que ha acumulado a lo largo de la historia la sociedad colombiana por lo que se identifican con ellas. De esta manera se identifica como usa Dago García estas representaciones como la forma de clasificar a los colombianos.

La imagen que crea Dago García sobre los colombianos consiste en utilizar los aspectos familiares para los sujetos a través de la clasificación de estos para estereotipar las formas de actuar y de vida de los colombianos. En este sentido, estas representaciones sociales nos permiten identificar el uso de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que tiene Dago para la creación de este discurso nacionalista.



Imagen 20: Recuperado de: http://www.latarde.com/zona_blogs/elgranojo/?p=706

Al fondo de la imagen se puede observar al Divino Niño que denota la creencia católica, pero que es asociada a celebraciones que acompañadas de licor se vuelven violentas. El problema es la forma negativa en que el director plantea las relaciones sociales de los colombianos asociadas siempre al licor, la violencia, la ilegalidad y las formas incivilizadas de actuar.

Sin embargo la representación social que hace Dago García sobre esta institución y creencia se muestra como una forma de cohesión social, en tanto sus ritos y prácticas reúnen a los personajes de diferentes clases y regiones, siendo un factor esencial de identidad nacional.

A modo de conclusión se evidencia una representación religiosa que no tiene en cuenta la secularización del país, la cual ha debilitado el poder de influencia moral y social de la iglesia católica en la sociedad colombiana actual, no se niega la influencia crucial de la iglesia católica en los colombianos, si no que se denota una visión política todavía apoyada en la visión moral y conservadora de la iglesia católica, (Gonzalez, 1997).

Y el Estado Colombiano ¿Dónde está?...

Dago García no hace una representación del Estado colombiano en ninguna de las dos películas, no existen relaciones burocráticas y las instituciones del Estado no se muestran, en muy pocas ocasiones la policía y en ningún caso como un ente eficiente del Estado.

A pesar de que Dago García no muestra ninguna posición política, en realidad si tiene una visión que muestra la sociedad colombiana como incivilizada e inculta, en un estado de subdesarrollo que no procura el progreso si no que reproduce constantemente los mismos escenarios sin posibilidad de cambio, porque aunque los sujetos asistan a la universidad estos no se muestran como sujetos críticos de la realidad social.

En cuanto a las coyunturas políticas y sociales del país no tiene una posición en sus películas y en las mismas no se muestra el conflicto interno armado del país, aunque si se muestra un constante caos social en la organización civil, es decir sistemas de transporte definidos desde la inadecuada manera de conducir y el constante uso del delito y la ilegalidad para alcanzar lo propuesto.

Estos resultados, evidencian que no es el interés político ni económico de las elites colombianas mostrar los conflictos internos políticos y económicos existentes en el país, como las guerrillas colombianas. En el lenguaje publico esto se manifiesta como terrorismo, pero no es evidenciado en la representación de la vida cotidiana que hace Dago García sobre los colombianos. Esta ausencia de representación, es el resultado de la negación del conflicto que hasta hoy en día, no es aceptada en relación a las causas estructurales especialmente económicas de su existencia.

La identidad nacional colombiana según Dago García (concepciones generales)

Dago plantea que la mayoría de sus producciones son resultado de experiencias propias que han alimentado y nutrido sus historias, sin

embargo es importante resaltar que aunque Dago se posiciona como un sujeto en sus inicios de clase media baja realmente nunca fue así. Como ya se evidencia en el capítulo anterior, Dago nace en una familia, que para la época tiene la posibilidad de ofrecerle una educación de elite en la universidad el externado. Además la llegada del televisor y el carro no fue para la clase baja del país, realmente el acceso a estos en sus inicios era muy costoso⁸.

Teniendo en cuenta esto y que realmente lo que se plantea es una lectura desde una clase social de elite sobre una clase social inferior se podrá entender porque muchas veces la representación se hace de forma caricaturesca pero grotesca.

Así también como ya se revisó con anterioridad Dago ha creado un cine con una estrategia publicitaria donde la identidad nacional juega un papel muy importante para generar emotividad en los espectadores o consumidores que en este caso es el público colombiano.



Imagen 21: Recuperado de: http://www.latarde.com/zona_blogs/elgranojo/?p=706

⁸Un televisor en su inicio costaba \$350 y el salario mínimo de los colombianos estaba en \$12

El estudio también evidencia el uso del fútbol como referente identitario de los colombianos que como deporte nacional une a personas de todas las regiones, ante partidos y campeonatos; en referencia a esto, Dago García también utiliza los reinados de belleza como componente primordial de la reunión familiar y social colombiana, ambos eventos mediáticos son representados en torno a la televisión.



Imagen 22: Recuperado

de:http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=2096

Así también, la investigación evidencia una jerarquización marcada por estratos sociales, donde las prácticas y las costumbres populares son vulgarizadas y son representadas desde aspectos negativos como la violencia y el abuso del licor, En este caso Dago representa el tejo como un deporte nacional de las clases bajas que termina siendo muy folclórico para la clase alta que por supuesto practica otro tipo de deportes en el club, como el tenis o el golf.

En cuanto al tema religioso se evidencia la importancia de la celebración de rituales católicos como formas de identidad de los colombianos, lo cual se vincula a una lectura del bien y del mal demarcada por esta creencia y como ya se expuso, el Estado no toma mayor importancia en las historias de Dago sin acoplar la idea de identidad nacional vinculada a una cultura política.

Finalmente se evidencia a partir del estudio de caso, el uso de componentes típicos de la cultura colombiana como formas de representación de la identidad nacional del país, apelando como ya se evidencio a dichos y regionalismos en relación al territorio, en cuanto a los estereotipos usados se encuentra la asignación de roles sociales de sumisión para la mujer.

Metodología de investigación

Los investigadores sociales en la búsqueda de darle sentido a la complejidad de la vida social identifican el orden y la complejidad de las acciones sociales de los sujetos. La investigación social es un proceso sistemático, crítico y empírico que permite el análisis de un fenómeno determinado. Diferentes enfoques a lo largo de la historia han surgido en la investigación, encontramos entre ellos el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo, la etnografía, el empirismo, etc., los cuales en la búsqueda sin fin del conocimiento proponen diversas rutas para su descubrimiento.

De Estas corrientes de investigación se encuentran dos grandes enfoques: la perspectiva cuantitativa y la perspectiva cualitativa. Ambas corrientes comparten algunos de los lineamientos para generar conocimiento, según Sampieri (2010) utilizan en términos generales cinco fases relacionadas entre sí: 1. Llevan a cabo la observación y evaluación de los fenómenos. 2. Establecen unas preguntas de investigación. 3. Plantean un problema. 4. Realizan un análisis metodológico desde el cual se plantean conclusiones y 5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para establecer, modificar y fundamentar futuras investigaciones o complementar los resultados de la actual. Sin embargo el autor también hace la salvedad de que a pesar de que estas perspectivas compartan estas estrategias generales, cada una tiene sus propias características.

Por ejemplo en el enfoque cuantitativo el observador actúa como agente externo del mundo investigado mientras que para el enfoque cualitativo existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales pueden variar su forma entre individuos, grupos y culturas, por lo que el investigador en este caso asume el mundo social como relativo, el cual solo puede ser entendido desde el punto de vista de los actores, (Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista, 2010)

Así también en ambos estudios son de gran importancia los conceptos que guían la investigación, ya que estos, extraídos del marco referencial de la investigación ayudan en el análisis, debido a que al ser contrastados con la realidad pueden transformarse, negarse o reafirmarse.

En el caso de la metodología cualitativa Ragin (1994) plantea que se usa para realzar los datos sociales, donde los investigadores pueden ver cosas acerca de los sujetos que podrían pasarse por alto en algunos casos, debido a que en la perspectiva cuantitativa los datos muchas veces son generales y no permiten estas conclusiones específicas, por lo que el uso de ambas perspectivas complementa y hace más completa una investigación.

Esta investigación aunque podría determinarse como cuantitativa si se dedicara a contar palabras, para hallar la frecuencia en que se usan en las películas y demás, tiene como fin analizar el cómo se utilizan unas representaciones sociales, cual es el efecto que el director quiere lograr y contextualizarlas con los colombianos como tal, por lo tanto de acuerdo a lo expresado anteriormente el método cualitativo es el seleccionado para la investigación. Debido a que este nos permite hallar la relación entre las categorías y contextualizarlas. Además esta metodología permite generar datos descriptivos de las películas para generar un análisis interpretativo de la información, siendo este el objetivo de la investigación.

Para el caso de éste estudio situado desde las ciencias sociales la postura metodológica sobre la cual se va desarrollar el análisis será la hermenéutica como teoría sociológica nacida después de la segunda guerra mundial.

Según Dilthey (1997, págs. 173-175), autor hermenéutico, los estudios humanos deben seguir el movimiento de comprensión desde lo externo hacia lo interno, ya que según él, siempre tratamos de comprender a los demás no solo a nosotros mismos, lo cual nos lleva a la búsqueda de un conocimiento común para la construcción de categorías generales. Donde la comprensión permite la superación de la limitación de la experiencia individual, extendiéndose sobre diversas personas, creaciones mentales y comunidades, lo cual ensancha el horizonte de la vida individual y abre el camino que conduce de lo común a lo general.

Continuando con el aporte que hace la teoría idealista desde la sociología cultural, encontramos que el objeto de los estudios humanos es el significado, no el motivo racional y objetivo y el interés que este crea. Pero no se trata del significado en sentido individual, como en el interaccionismo simbólico, sino que en la búsqueda de la experiencia se genera un alto grado de comprensión mutua y común. Donde la acción individual es profundamente afectada por asertos públicos y generales acerca del paso de la vida, juicios de valor, reglas de conducta, definiciones de metas y del bien y el mal, las cuales influyen en los individuos y su experiencia con forma de costumbre, tradición y opinión pública (Alexander, 1997, pág. 171).

El análisis hermenéutico finalmente es el estudio de los símbolos, siendo estos la fuente de información que determina las pautas para la vida humana, son mecanismos extra personales para la percepción, comprensión, juicio y manipulación del mundo. La hermenéutica descubre la comprensión en la generalidad cultural misma, es decir, se interesa en la forma objetiva de la sociedad, no en la mente subjetiva del individuo. En este sentido la cultura desde la hermenéutica consiste en símbolos

interrelacionados, no en general sino de una comunidad en particular, por lo que toda prueba a favor de una formulación hermenéutica es inevitablemente subjetiva(Alexander, 1997).

En cuanto al problema de la falta de objetividad para la creación de conocimiento desde la ciencia, la hermenéutica se plantea como una ciencia interpretativa no experimental ya que esta busca los significados de los fenómenos sociales.

Las técnicas a utilizar para la realización de la investigación serán el análisis de contenido y el análisis del discurso sobre las películas “mi gente linda, mi gente bella” y “una al año no hace daño” del guionista y productor Dago García, con el fin de analizar la identidad cultural colombiana que se plantea en ellas, estas técnicas son cruciales para la investigación en la medida que permiten ordenar la información de acuerdo a las categorías de análisis y permiten cruzar la información recolectada para evidenciar que se dice, como se dice y con qué fin se dice.

Luego de una breve descripción de las películas vendrá la interpretación que permitirá descifrar una nueva línea de representación en la que se encuentra el ingenio del investigador para dar orden, reagrupar y moldear la información que nos dan los documentos de análisis, en este caso las películas. Para el desarrollo de este punto se crearon matrices con varias categorías de análisis como la relación de género, la representación étnica, la representación nacional y la religión, todos estos factores decisivos para la creación de estereotipos y representaciones sociales sobre el país en el discurso que plantea Dago García en sus películas.

Teniendo en cuenta, que el trabajo se define desde la sociología de la cultura y la antropología, se retomara el concepto de Clifford Geertz (1992, págs. 26-28) sobre *descripción densa* como uno de los instrumentos para el análisis de contenido de las películas. Según el autor, en su libro “La

interpretación de la cultura”, la *descripción densa* es un análisis interpretativo en busca de significaciones donde se pone en evidencia el campo social en que se desenvuelven las acciones, con el fin de hallar su significado en la cultura en la que se desarrolla la conducta. En este sentido el autor entiende que la cultura es pública en tanto los significados de esta son entendidos por los miembros de la sociedad. Para el caso de nuestro estudio, éste concepto cobra importancia en la medida que nos permite hallar las estructuras de significación sobre las que Dago García y su equipo crean las películas.

Existe una discusión recurrente respecto al uso del *análisis de contenido* desde la perspectiva cualitativa, ya que en la aplicación muchas veces termina siendo la cuantificación de repeticiones, ya que los datos o la información recogida se disipa convirtiéndose en cifras que finalmente son análisis cualitativos.

El *análisis de contenido* es una técnica que busca revelar los sentidos que hay detrás de un mensaje o de un discurso, a través de categorías que permiten analizar con mayor claridad el sentido del texto o de lo que quiere expresar o demostrar. En este caso se utilizaran cinco categorías de análisis importantes para la investigación, retomadas del marco teórico, en este caso se tendrá en cuenta una perspectiva de género, étnica, religiosa, política y nacionalista con el fin de hallar los componentes que asocia Dago desde las representaciones sociales para describir a los colombianos.

El *análisis de contenido* se ubica dentro de las técnicas de la investigación sociológica y se define como una técnica indirecta, no como la observación directa de la realidad como las entrevistas, las encuestas o los cuestionarios. De acuerdo a esto, el análisis de contenido es una técnica que hace un análisis de la realidad social a través de los documentos o las producciones de una sociedad. Estas producciones pueden ser orales, escritas, visuales o audiovisuales, como es el caso de nuestro estudio.

Los motivos para escoger el *análisis de contenido* como técnica para el análisis o recolección de la información pueden ser variados, para este caso es pertinente en la medida que permite identificar los componentes culturales que representan las películas para la construcción de una identidad nacional colombiana a partir de la aplicación de las categorías de análisis expuestas con anterioridad.

El *análisis de contenido* cualitativo permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido. Adicionalmente en el análisis de contenido indirecto. Como es este el caso, el investigador busca extraer el contenido latente que se esconde detrás del contenido manifiesto, por lo que recurre a una interpretación del sentido de los elementos, de su frecuencia, de sus asociaciones, o de su relación con la hipótesis de la investigación. Siendo el contenido latente las intenciones del discurso y el contenido manifiesto, las conversaciones en general.

Según Krippendorff(1990, págs. 28-30) el análisis de contenido es aplicable a discursos, información, mensajes, textos, imágenes etc. y se puede optar por una modalidad de análisis que mezcle lo cualitativo y lo cuantitativo. Krippendorff se refiere a análisis de contenido como al conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos.

El análisis de contenido podría caracterizarse como una técnica de investigación del significado simbólico de los mensajes, así también el análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características especificadas dentro de un texto.

Krippendorff (1990, págs. 35-36) estructura un marco referencial simple para cuando el investigador va a utilizar el análisis de contenido: el autor dice que debe quedar claro que datos se van a analizar, ya que los datos son los elementos básicos y constituyen la superficie que el analista debe tratar de penetrar, así también debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos y anunciarse con claridad el objetivo de las inferencias respecto al objeto de estudio, otro punto clave en el proceso según el autor es hacer las inferencias respecto al objeto que permitan hallar los datos que son simbólicos y susceptibles de proporcionar información al analista. Por último

Krippendorff hace especial énfasis en que hay que especificar por adelantado el tipo de pruebas necesarias para validar los resultados, es decir, los resultados del análisis de contenido deben representar alguna característica de la realidad, y la naturaleza de esa representación debe ser en principio verificable.

El análisis de contenido pretende en la investigación averiguar, que se dice, como se dice, quien lo dice, porque lo dice y con qué efecto se dice, todo esto en pro de analizar las designaciones, atribuciones y aseveraciones que se hacen sobre el tema de estudio.

Continuando con la descripción de la apuesta metodológica del estudio se retoma a la Profesora Neyla Pardo desde su texto *Análisis crítico del discurso* para aclarar la forma en que se abordara el análisis de las películas, según la autora el discurso es un hacer decir social aprehensible en la interacción comunicativa, que tiene la potencialidad de materializar y movilizar la diversidad de formas de representar la realidad, (Pardo, 2007, p. 39).

De acuerdo a Pardo (2007) la aplicación metodológica debe ser a partir la construcción de matrices que permitan un análisis general del documento

base, esta fase es de identificación y caracterización de las unidades de análisis, que permite la clasificación y jerarquización de los componentes para posteriormente hacer las asociaciones pertinentes. Después la autora propone hacer un entrecruzamiento entre estos datos obtenidos y el análisis crítico que plantea el investigador respecto a su hipótesis y la investigación siendo de esta manera un proceso inminentemente hermenéutico.

Finalmente se retomara el análisis del discurso como un producto social que es resultado de la subjetivación de la realidad, que es capaz de materializar aspectos de la vida humana en sociedad, como en este caso, la construcción de una identidad nacional.

Se deja entonces claro que los instrumentos de análisis para la investigación como apuesta metodológica serán el análisis de discurso y de contenido de las películas seleccionadas para el estudio.

A modo de conclusión, estas técnicas fueron seleccionadas para resolver los objetivos de investigación, ya que se encuentran como los más precisos y pertinentes para el análisis de las películas.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta, todas las reflexiones anteriores acerca del cine como una industria cultural, el estudio de caso evidencia la construcción de discursos mediáticos influenciados por los intereses políticos y económicos del grupo Valorem, que en este caso desde Caracol, Cine Colombia y los diferentes medios de comunicación que controla en el país, ha planteado y reforzado clasificaciones otorgadas a los sujetos de acuerdo a diferentes representaciones sociales existentes en la cultura colombiana. No se está queriendo decir que estos medios de comunicación y sus dueños crean las representaciones, sino que las refuerzan y reproducen de diferentes maneras y con diversos medios, además de utilizar estereotipos para generar juicios morales y de clasificación del bien y el mal, desde una lectura unificadora del mundo.

Así también, de acuerdo a la discusión teórica inicial, se evidencia una forma de apelación respecto a la identidad nacional, que plantea su representación a partir de componentes como los regionalismos asociados al territorio y las formas de ligar a los sujetos a este, el género como factor de diferenciación de los roles sociales de los colombianos, las clases sociales en tanto categorizan y estereotipan y la religión desde la que se plantean los dilemas morales de las historias de las películas. Existe un aporte adicional, que se puede evidenciar como los hitos fundamentales que utiliza Dago García para la representación de la identidad nacional colombiana, los cuales se han reforzado desde los diferentes medios de comunicación como las formas de cohesión de los colombianos, estos son: los mundiales de fútbol y el reinado universal de la belleza. De acuerdo a esto, Dago García realiza reducción de la identidad nacional del país apelando a estos dos eventos mediáticos a partir de estas formas de estereotipos clásicos.

En cuanto al aporte que ha hecho Dago García a la creación de una industria cinematográfica en Colombia, el estudio evidencia que su producción ha sido mayor que la de los demás productores colombianos, sin

embargo parece también cobrar importancia, revisar a futuro con mayor profundidad la relación entre productor y patrocinador en un sentido más amplio y específico, ya que se podría decir, que esta financiación privada del cine colombiano como se expuso con anterioridad, está estrechamente ligada a unos intereses políticos y económicos, que impiden una libertad en la capacidad creativa del cineasta, no se plantea para el caso específico de Dago García, pero se propondría que es necesario pensar en una financiación pública para garantizar que el cine pueda plantear diversos cuestionamientos sobre la sociedad colombiana en general.

En cuanto a la producción cinematográfica específica de Dago García, el estudio encuentra y expone el proceso en que el guionista construye su estrategia de mercado, a partir de diversos componentes que apelan a la identificación del público con sus historias, utilizando elementos y personajes reconocidos de la televisión colombiana, que consume el tipo de público al que él apela, personas de clase media baja. De esta estrategia se evidencia su intención de mostrarse como un sujeto de clase media, diciendo en diferentes ocasiones que sus historias devienen de experiencias personales, sin embargo aspectos como el acceso a una universidad de elite en su juventud y el acceso a objetos de consumo como el carro o la televisión en esa época, dejan ver que el discurso sobre el que Dago García trabaja es solo una estrategia comercial y económica.

En cuanto a los resultados del estudio de caso, de acuerdo a las categorías de análisis, el trabajo evidencio las diversas formas de representación de la identidad nacional utilizadas por Dago García en sus películas. Respecto al tema de género, el guionista le otorga a la mujer el papel de sumisión y el espacio de lo privado para la casada, a la mujer joven la exhibe como objeto sexual de deseo, que procura llamar la atención del hombre en busca de una relación de dominación, en la que el hombre tome el control, lo cual termina siendo una perspectiva reducida del rol de la mujer colombiana.

Continuando con las formas de representación social que plantea Dago en sus producciones, también se puede evidenciar una apelación al uso de estereotipos para representar regionalismos, utilizando dialectos, trajes típicos y creencias asociadas a formas de actuar, para en diferentes ocasiones hacer uso de este recurso como forma de representar la identidad nacional colombiana en relación al territorio. En este aspecto es importante resaltar el problema de relacionar la delincuencia con algunas regiones, apelando a estereotipos negativos que clasifican a los sujetos como es el caso de los costeños, como se evidencio con anterioridad en el capítulo tres.

En el tema religioso, se vincula directamente la religión católica como forma de representación de la cultura colombiana y sus tradiciones, evidenciándose la celebración de ceremonias típicas de esta creencia. Esta representación homogeniza y determina una cosmovisión sobre el bien y el mal que deja por fuera las demás formas religiosas y hay que precisar que aunque se muestra la profesión de esta religión y sus ritos, no se evidencia el cumplimiento de la leyes de está.

Así también la familia y su representación es un componente primordial de la producción cinematográfica de Dago García, ya que como se muestra en el estudio, él ha usado un prototipo de familia nuclear colombiana, con unos roles de poder específicos, donde el hombre tiene la labor de trabajar y aportar el dinero en el hogar para que la mujer se pueda dedicar a los hijos.

Las historias de las películas del estudio de caso, evidencian la aplicación de un discurso que no implica reflexiones sobre la situación actual, por el contrario reflejan unos estereotipos. Estas películas no presentan historias en donde se confronten los poderes tradicionales, de hecho la representación que en la mayoría de sus producciones se hace sobre instituciones del Estado es idílica e irreal, por lo que se deja abierto el debate respecto a la apuesta política y las implicaciones sociales que tienen estos discursos prolongando la continuidad de la pasividad y la falta de acción política de las personas.

Como una gran conclusión se plantearía que estos productos ayudan en la producción de hegemonías culturales que tal como lo plantea Gramsci además de actuar desde las estructuras económicas y políticas, actúa e influye específicamente sobre los modos de pensar, de conocer y de entender de los individuos (Rodríguez & Seco, 2007). De esta manera se deja la discusión abierta sobre la posibilidad de una manipulación discursiva desde estos grandes grupos económicos y políticos, que se han adueñado del cuarto poder desde los diferentes medios de comunicación en Colombia, como en este caso el grupo Santo Domingo, los cuales buscan mantener las estructuras inequitativas actuales influyendo en las diversas esferas de la vida social, desde la moral, la cultura y la ideología.

De esta manera se deja abierta la discusión para futuras investigaciones acerca de la relación que existe de influencia entre los emisores y los receptores, como posibles formas de manipulación de masas y de mantenimiento de estructuras de dominación social, siendo importante una investigación desde un estudio de recepción.

Así también, cobra importancia revisar a futuro con mayor profundidad la relación entre productor y patrocinador en un sentido más amplio y específico, en cuanto al dilema que se planteó sobre la falta de creatividad que hace que los intereses políticos y económicos convierta el arte en un instrumento de manipulación de masas.

Finalmente, el estudio evidencia que estas formas de representación identitaria, son en realidad un producto que surge a partir de la debilidad identitaria de nuestro país. De este modo, se deja abierto al debate, la idea de que en realidad no existen una cohesión en cuanto a identidad, lo cual sería un reto para las ciencias sociales, ya que se dejaría a su cargo el aporte y la construcción de elementos identitarios mas allá de los posicionados desde los medios de comunicación, permitiéndose así la posibilidad de generar discursos contra hegemónicos.

Bibliografía

- Alexander, J. (1997). *Las teorías sociológicas desde la segunda guerra mundial: análisis multidimensional*. Barcelona: Gedisa SA.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas*. Madrid Fondo de cultura económica.
- Banegas, C. (2008). Cine e identidad: La construcción de la identidad cultural nacional en tres periodos del cine bolivariano. *Iberoamerica Global* , 71 - 95.
- Berger, & Luckmann. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blanco, I., & Garbisu, M. (2011). *Los niños y el negocio de la televisión*. Sevilla: Comunicacion social Ediciones.
- Carmona, M. d. (2010). *Flacso Andes*. Recuperado el 12 de 08 de 2015, de http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_220.pdf
- Catells, M. (2009). *Comunicacion y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Certeau, M. d. (1980). *La invencion de lo cotidiano*. Mexico: Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia Intituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Checa, F. (2011). De la "recepción"al "consumo": una necesaria reflexión conceptual. *FlacsoAndes* , 15.
- Coronil, F. (2000). Mas alla del occidentalismo: hacia categorías geohistoricas no-imperialistas. En E. Lander, *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas* (págs. 121-146). Buenos aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales .
- Corporacion Colombia Digital. (14 de febrero de 2012). *Colombia Digital*. Recuperado el 18 de abril de 2015, de <http://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/1419-cine.html>
- Debord, G. (1967). La sociedad del espectáculo. *Revista Observaciones filosoficas* , 1-71.
- Diaz, J. C. (2011). Una mirada al cine colombiano. *Razon y palabra* , 2-14.
- Dilthey. (1997). En J. Alexander, *Las teorías sociológicas desde la segunda guerra mundial: análisis multidimensional*. Barcelona: Gedisa SA.
- El Tiempo. (17 de enero de 1993). *El Tiempo*. Recuperado el 18 de abril de 2015, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-16871>

- Escobar, A. (2012). *Mas alla del tercer mundo: globalizacion y diferencia*. Bogotá: Instituto colombiano de antropologia e historia.
- Freud. (2003). ¿Quién necesita identidad? En S. Hall, *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires Madrid Amarrortu.
- Gadea, W. (2008). Ciudad, identidad y hegemonia politica en el contexto de la democracia radical ONU estudio sintético del pensamiento de Ernesto Laclau. *Astrolabio: Revista Internacional de Filosofía* 6 , 13-29.
- García, C. (2013). Construcción, entronización y degradación de los símbolos de la identidad nacional en el cine mexicano contemporáneo. *Nuevo Mundo* .
- Geertz, C. (1992). *La interpretacion de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gellner, E. (2008). *Naciones y nacionalismos*. Alianza Editorial.
- Getino, O. (2001). Las industrias culturales del Mercosur. *Observatorio de industrias culturales de la ciudad de Buenos Aires* .
- Gomez, E. (2012). las relaciones entre cine, cultura e historia: una perspectiva de investigacion audiovisual. *Palabra clave* , 387-414.
- Gonzalez, F. (1997). *Poderes enfrentados, Iglesia y Estado en Colombia*. Bogota: Cinep.
- Grossberg, L. (2003). ¿Quièn necesita identidad? En S. Hall, *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires Madrid. Amorrortu.
- Hall, S. (2003). *Cuestiones de identidad cultural* Buenos Aires Madrid. Amorrortu.
- Hall, S. (1990). Identity. En J. Rutherford, *Cultural identity and diaspora*. Londres: Lawrence y Wishard.
- Hernandez, A., & Mercado, A. (2010). El proceso de construccion de la identidad colectiva. *Convergencia: Revista de ciencias sociales* , 229-251.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. *Dialectica del iluminismo* .
- Isaza, J. (28 de Noviembre de 2012). *El tiempo*. Recuperado el 2 de mayo de 2015, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12405843>
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, *Psicología social II*. Barcelona : Paidos.
- Krippendorff. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. . Paidos.

La Pajarera del medio. (27 de diciembre de 2010). Recuperado el 2015 de mayo de 6, de <http://pajareradelmedio.blogspot.com/2010/12/el-paseo-millonario-las-fabulas-de.html>

Laclau, E. (2008). En W. Gadea, *Ciudadanía, identidad y hegemonía política en el contexto de la democracia radical ONU estudio sintético del pensamiento de Ernesto Laclau* (págs. 13-29). Astrolabio: Revista Internacional de Filosofía.

Lacolla, L. (Julio-Diciembre de 2005). Representaciones sociales: una manera de entender las ideas de nuestros alumnos. *Revista Electronica de la red de investigacion educativa* .

Lillo, G., & Chacon, A. (1998). El cine latinoamericano: del código realista al código postmoderno. *Revista de/Instituto de Análisis Semiótico de/ Discurso* 11.2 , 45-56.

Lomnitz. (2009). En N. Miller, *Historiografía sobre nacionalismos e identidad nacional en Latinoamérica*. Revista Historia Caribe.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos Editorial.

Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Mexico: Fondo de cultura económica.

Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SA.

Martinez, F. (20 de Diciembre de 2012). *CubaDebate*. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de El colonialismo en el mundo actual: http://www.cubadebate.cu/especiales/2012/12/20/el-colonialismo-en-el-mundo-actual/#.VcyumbJ_Oko

Melo, J. O. (2006). Contra la Identidad. *Revista el malpensante* .

Miller, N. (2009). Historiografía sobre nacionalismos e identidad nacional en Latinoamérica. *Historia Caribe* , 161-186.

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huemul SA.

Moscovici, S., & Hewstone, M. (1986). De la ciencia al sentido común. En S. Moscovici, *Psicología social II*. Barcelona: Paidós.

Olmos, E. T. (8 de Enero de 2015). *las2orillas*. Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de <http://www.las2orillas.co/dago-garcia-odiado-por-la-critica-amado-por-el-rating-la-taquilla/>

- Ospina, D. (21 de enero de 2010). *Revista Arcadia*. Recuperado el 6 de mayo de 2015, de Paseo Fallido: <http://www.revistaarcadia.com/opinion/critica/articulo/paseo-fallido/24174>
- Prieto, L. (2011). Proceso de construcción identitaria del cine en Colombia. *Escritos en la universidad* .
- Proimagenes en Movimiento . (2004). *La ley de cine para todos*. Bogotá: Ministerio de Cultura de la República de Colombia.
- Ragin, C. (1994). *la construcción de la investigación social: Introducción a los métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Reina, M. (28 de Febrero de 2012). *Revista Diners*. Recuperado el 21 de Mayo de 2015, de http://revistadiners.com.co/articulo/30_370_el-renacimiento-del-cine-colombiano
- Renan, E. (1882). ¿QUÉ ES UNA NACIÓN? *Conferencia dictada en la Sorbona*. París.
- Restrepo, E. (2010). Antropología y colonialidad. *Academia.Edu Universidad Javeriana* .
- Restrepo, E. (2009). *Identidad: apuntes teóricos y metodológicos*.
- Revista Dinero. (18 de Junio de 2013). *Grupo Santo Domingo*. Recuperado el Mayo de 07 de 2015, de Revista Dinero: <http://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/grupo-santo-domingo/177565>
- Rodriguez, R., & Seco, J. M. (2007). Hegemonía y Democracia en el siglo XXI: ¿Por qué Gramsci? *Cuadernos electronicos de filosofia del derecho* , 1-15.
- Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación (quinta edición)*. Mexico DF: interamericana editores SA.
- Schmitt, C. (1991). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza Editorial.
- Smith, A. (1997). *Identidad Nacional*. Trama Editorial.
- Smith, A. (1997). *La identidad Nacional*. Madrid: Trama editorial.
- Suarez, J. (2010). *Cinembargo Colombia: El cine colombiana en clave de historia social y cultural*. Cali: Programa Editorial U niversidad del Valle.
- Torrencillas, T. (2013). la medición Familiar en la recepción televisiva infantil. *Revista Nueva Epoca* .
- Torres, R. (2007). *Fundación Patrimonio Filmico Colombiano*. Recuperado el 18 de abril de 2015, de colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/1419-cine.html

Trompetero, H. (Dirección). (2012). *Mi gente linda mi gente bella* [Película].

Umaña, A. (2002). Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. (Flacso, Ed.) *Cuaderno de ciencias sociales* 127 .

Uribe Mallarino, C., & Pardo Perez, C. (2006). La ciudad vivida: movilidad espacial y representaciones sobre la estratificación social en Bogotá. *Universitas humanística no.62* , 169-203.

Vera, H. (2002). Representaciones y clasificaciones colectivas. La teoría sociológica del conocimiento de Durkheim. *Revista sociológica* , 103-121.

Vizcarra, J. F. (2009). *Representaciones de la modernidad en el cine futurista. El caso de Blade Runner*. Zaragoza, España: Tesis Doctoral de Sociología: Ciudad, cultura y desarrollo.

Zuluaga, A. (19 de mayo de 2008). *La pajarera del medio*. Recuperado el 6 de mayo de 2015, de <http://pajareradelmedio.blogspot.com/2008/05/nuevo-cine-colombiano-ficcin-o-realidad.html>

Matriz de análisis general de la filmografía de Dago García

Película	Año	Genero	Director y Guionista	Productores o Patrocinadores	Temática	actores principales
La pena máxima	2001	comedia	Dago García, y José Luis Varela (guionistas), Jorge Echeverry (director)	Dago García (Producción)	Esta película cuenta la historia de un hombre que se obsesiona con el triunfo de la selección Colombia en los preliminares al mundial por lo que apuesta todo lo que tiene y lo pierde pues la selección pierde contra argentina y es eliminada además de no poder asistir a la final por la muerte de su tío.	Enrique Carriazo, Sandra Reyes, Robinson Diaz, Álvaro Bayona, Consuelo Moure, Fernando Solórzano
Te busco	2002	comedia	Ricardo Coral (Director) Dago García (guionista)	Carolina Becerra y Dago García (producción)	cuenta la historia de un hombre que se enamora de una cantante por lo que emprende un viaje con una banda para estar con ella, junto su sobrino de 5 años quien en el viaje aprende sobre el amor,, la amistad y la traición.	Robinson Diaz, Álvaro Bayona, Enrique Carriazo, Andrea Guzmán, Jorge herrera, Julio Cesar Luna.
El carro	2003	comedia	Luis Orejuela (director), Dago García (guion)	Luis Orejuela, Dago García (producción)	la película cuenta la historia de los Vélez que como una típica familia clase media colombiana quieren comprar su primer automóvil, el cual transforma su forma de vida.	Mónica Lopera, Andrea Gómez González, Hansel Camacho, Cesar Badillo, Luly Bosa, Zaira Valenzuela
La esquina	2004	ficción	Dago García y Enrique Carriazo (Guionistas)	Dago García Producciones, Cobana Estudios, Caracol TV(productor),	la película se desarrolla en torno a la relación de dos amigos que tienen un grupo de comedia, uno de ellos siempre ejerce el liderazgo, tras la oferta a su compañero de trabajo en otro lugar, este intenta hacer lo necesario para que se quede con él.	Mérida Urquida, Enrique Carriazo, Katherine Vélez, Fabio Rubiano, Jairo Camargo
Mi abuelo, mi papa y yo	2005	ficción	Juan Carlos Vásquez y Dago García (directores), Dago García (GUIÓN)	Dago García Producciones (Productor)	esta historia describe tres tipos de amor de acuerdo a la edad de los personajes, el amor adolescente (el hijo), el amor matrimonial (el papa) y el amor maduro (el del abuelo).	Jaime Barbini, Miguel Varoni, Juan Fernando Sánchez, Patricia Ercole y María Helena Doering

Película	Año	Genero	Director y Guionista	Productores o Patrocinadores	Temática	actores principales
Las cartas del gordo	2006	Comedia	Juan Carlos Vásquez y Dago García (directores), Dago García (GUIÓN)	Dago García Producciones (Productor)	es la historia sobre la relación de dos amigos, uno es peluquero y el otro futbolista profesional, el gordo (peluquero) le enseña al flaco (el futbolista) a valorar nuevamente los pequeños detalles de la vida.	Diana Ángel, Álvaro Bayona, Felipe Calero, Bernardo García, Juan Ricardo Lozano, Fernando Solórzano, María Helena Doering
Muertos de susto	2007	Comedia	Harold Trompetero (director) Dago García y Cesar Betancur (guionistas)	Dago García y Jairo Carrillo (productores)	la película narra la historia de dos hombres que tienen una funeraria que tras la desaparición de un cuerpo que les llevaron para cremación entregan las cenizas del padre de uno de ellos, en su desarrollo se meten en diversos problemas en la búsqueda del cuerpo.	Juan Ricardo Lozano, Don Jediondo, Endry Carreño, Johana Bahamon, Teresa Gutierrez
Ni te cases, Ni te embarques	2008	Ficción – Comedia	Ricardo Coral (Director) Cesar Betancur y Dago García (guionista)	Dago García Producciones	cuenta la historia de un hombre que le tiene miedo al compromiso del matrimonio, pero que al conocer a su hija de 15 años que llega de París empieza a comprender la importancia para el compromiso, por otra parte su novia se cansa de esperar una decisión y lo abandona, por lo que él se llena de coraje para luchar por ella.	Víctor Hugo Cabrera, Andrea Noceti, Juliana Botero
In fraganti	2009	Ficción – Comedia	Juan Camilo pinzón (director), Cesar Betancur y Dago García (Guionistas)	Dago García Producciones	la historia se desarrolla en un motel, un 25 de diciembre, donde 3 parejas se dan cita sin saber que serán secuestrados, lo que más les preocupa es que la prensa nacional estaba rodeando el evento, a final después de diversas situaciones logran persuadir al policía que está a cargo del operativo de decir que todos eran agentes encubiertos para encontrar a un delincuente	Cesar Mora, Aida Morales, Martín Karpan, Natalia Paris, Cesar Mora, Ana María Sánchez

Película	Año	Genero	Director y Guionista	Productores o Patrocinadores	Temática	actores principales
El paseo 1, el paseo 2, el paseo 3	2010, 2012, 2013	comedia	Harold Trompetero (director) Dago García y Fernando Lora (guionistas)	Dago García Producciones	la trama de estas películas gira en torno a las diferentes situaciones que pasan los colombianos de clase media en los paseos o los viajes familiares	Antonio Sanint, Carolina Gómez, Jhon Leguizamón, Karen Martínez, Alberto Barrero, Claudia Liliana González
el escritor de telenovelas	2011	comedia	Felipe Dotheé Reichmann (director) Dago García (guionista)	Dago García Producciones	esta es la historia de un escritor de telenovelas que se convierte en un personaje de una de ellas, en donde se enfrenta con sus personajes y sus necesidades, este descubre allí que no conoce realmente los personajes que crea y para el final de la historia trata de complacer a los que conoció en su recorrido como personaje de una de sus telenovelas	Álvaro Bayona, Paula Barreto, Norma Nivia Giraldo, María Helena Doering
Mi gente linda, mi gente bella	2012	comedia	Harold Trompetero (director) Dago García (guionista)	Dago García Producciones	la historia de esta película gira en torno a un Hombre Sueco que viene a Colombia detrás de una caleña, la película muestra las diferencias entre las culturas, la aburrida vida del sueco en el increíble orden que vivía en su país y el tremendo caos que se vive en Colombia a diario.	Sara Corrales, Cesar Mora, Aida Morales, Conor James McShannon
El control	2013	Ficción - Comedia	Dago García (guionista)	Dago García Producciones	esta película es la historia un hijo y su padre en la lucha por mantener unida la familia en tiempos difíciles. La llegada del televisor es la perfecta excusa para ello, en medio de los ritos familiares y las ceremonias domésticas se afianza la identidad y se consolida la lucha diaria por el amor. La película muestra todo el tiempo la importancia de la familia y el amor.	Cristian Tapan, Cesar Mora, Alina Lozano, Kathy Rangel, Fabián Mendoza, Ana María Sánchez

Película	Año	Genero	Director y Guionista	Productores o Patrocinadores	Temática	actores principales
Carta al niño Dios	2014	Aventura	Dago García (guionista)	Dago García Producciones	cuenta la historia de un padre que hace hasta lo imposible por que el día de navidad su hijo reciba el regalo que desea	Antonio Sanín, Damián Maldonado, Diana Ángel, Fabio Rubiano, Omar Murillo
Una al año no hace daño	2014	comedia	Juan Camilo Pinzón (Director) Dago García (Guionista)	Dago García Producciones	la película se desarrolla en torno a la realización de un documental acerca de la familia colombiana, en ella se muestran tradicionales celebraciones como: El Bautismo, La Primera Comunión, Los Quince Años, El Grado, La Fiesta de la Empresa, El Cumpleaños y hasta El Matrimonio, donde la alegría Colombiana siempre está acompañada de un buen trago de licor	Waldo Urrego, Aida Morales, Walter Luengas, Helga Diaz, Jacques Toukmanian, Katerine Porto

Matriz general con categorías de análisis

Película	referentes étnicos	referentes de prácticas culturales	referentes de genero	referentes de territorio
La mujer del piso alto		Consumo de licor, Un mundo poblado de prostitutas, gamines, vendedores ambulantes, travestis, policías corruptos	La protagonista es una mujer prostituta	se presentan diversas personas con acentos diferentes dependiendo de la región que provienen, el rolo, el pastuso. En la película también se muestra una aparente afición de los colombianos por querer ser o aparentar ser de otros lugares menos colombianos.
Posición Viciada		el futbol como un componente muy importante para los colombianos	mujeres exhibidas como objeto sexual de deseo	
Es mejor ser rico que pobre			La mujer dedicada a las labores del hogar y a su marido, lavar ropa, oficio y en general esto, desde una posición de aceptación de rol y de sumisión. Una de las frases representativas seria. (mujer lavándole la ropa al Hombre, habla con otra diciendo que este acto hace que el hombre sepa que es tener una mujer a su lado y su amiga le dice que si eso es tener una mujer o una sirvienta a la otra no le importa el comentario de la otra) ella dice que siempre ha tenido que lavar la ropa a su papa y hermanos por ser la mujer de la casa. La mujer relegada al hombre como objeto sexual y sin importar ser amante o esposa.	
La pena máxima		el futbol como un el deporte nacional de mayor importancia que puede llegar hacer girar la vida de los sujetos entorno a este. El hombre quiere tener hijos varones para que sean futbolistas	la mujer sumisa al hombre que espera compromiso de este y no obtiene.	

Película	Referentes étnicos	Referentes de prácticas culturales	Referentes de género	Referentes de territorio
Te busco		la navidad como una fiesta familiar, todas las celebraciones y reuniones acompañadas por el licor, el futbol se ve como la forma de tener plata en la vida	Las mujeres se muestran como infieles. Las labores domesticas no pertenecen al rol del hombre. Mujeres muy interesadas pero desconfiadas porque se sienten codiciadas como un objeto sexual para los hombres	
El carro	los costeños se muestran como escandalosos y pachangueros	El trago asociado a las reuniones y celebraciones familiares. El matrimonio como un compromiso importante para los colombianos. El sexo como algo prohibido, se ve con morbosidad, no se habla abiertamente. Celebración de Navidad con Novena familiar. Celebración de 15 años como un paso importante de niña a mujer.	Al inicio de la película se comparan los seres humanos con los animales para decir que estos se deben preparar para gustarle al otro género, se muestra la mujer muy interesada diciendo que no importa el tipo de hombre sino que importa el tipo de carro. Acoso a las mujeres a través de piropos, se muestra que ellas les gusta esto. La mujer es mostrada como objeto de deseo, esta se muestra como entregada al hombre en una relación de dominación. Inicio de la vida sexual de las mujeres a temprana edad. La madre aconseja a sus hijas en torno al amor diciendo que no se debe entregar el corazón a un hombre porque la mujer termina entregándose al hogar y deja de hacer lo que le gusta. El hombre es representado como borracho y bebedor. La mujer debe ser virgen hasta el matrimonio de lo contrario se cuestiona su virtud	Frase del papa cuando cree que le han robado el carro: "este país es una mierda, aquí no se puede progresar, aquí solo hay corruptos y ladrones, este es un país de picaros, perezosos, mediocres, de oportunistas, de hijue... Uno debería recoger sus cuatro chiros y alzar vuelo para otro país. Donde respeten donde allá gente decente" cuando aparece el carro el mismo señor grita "viva Colombia carajo"
La esquina			Las mujeres son muy mostronas y buenas. Son vistas como un objeto sexual	
Mi abuelo, mi papa y yo	costeños escandalosos y violentos		La mujer como objeto de deseo y con buen cuerpo. El hombre en función de la mujer.	
Las cartas del gordo			mujeres hermosas, morbosidad todo el tiempo por las hombres, los cuales hacen referencia a ellas como que están muy "buenonas" y "ricas"	
Muertos de susto			mujeres que utilizan su belleza como forma de manipulación para los hombres	

Película	Referentes étnicos	Referentes de prácticas culturales	Referentes de genero	Referentes de territorio
Ni te cases, Ni te embarques			las mujeres ven en el matrimonio una forma de tener éxito en la vida como si la razón de la vida fuera estar al lado de un hombre	
In fraganti		celebración de la navidad	La mujer y el sexo son usados como la forma de obtener cosas que se desean. Además se muestra una cultura de infidelidad por parte de los dos géneros	diferentes dialectos y formas de vestir de acuerdo a la región a la que se pertenece
El paseo 1, el paseo 2, el paseo 3	Costeños escandalosos y folclóricos, indígenas como personas selváticas. Relación de la afrodecendencia a aspectos violentos		la mujer en este caso es representado desde la familia, como el sujeto de sumisión y acompañamiento del hombre, que se encarga de todas las cosas emocionales de la familia y la casa en general y la hija es la representación de la mujer hermosa exhibida como objeto sexual	dialectos, estigmas sociales referenciados a las regiones, costeños acosadores, etc.
el escritor de telenovelas		consumo de telenovelas muy importante en Colombia		
Mi gente linda, mi gente bella		El futbol y los reinados de belleza como consumo cultural de los colombianos. Se asocia la malicia indígena a cosas malas y fraudes	La mujer sumisa en el matrimonio e interesada cuando es soltera, no muy inteligente si muy hermosa y que busca en el hombre que le ofrezca un status social alto	relación por regiones de estilos de vida, pastusos no tan inteligentes, costeños escandalosos, paisas verracos, boyacenses bruscos en la forma de hablar, etc.
El control	costeños asociados a la delincuencia	Muestra la estrecha relación de los colombianos con la televisión y su estilo de vida. El futbol como un espacio muy importante para los colombianos cuando se puede ver los partidos en televisión, llegada de la modernidad al país. La televisión como entretenimiento. el futbol más importante que la mujer.	El hombre como el sujeto que tiene el poder en el hogar. La mujer dedicada al hogar. A la mujer solo se le da el reconocimiento de la belleza y de que la única forma de que se deje su ascenso social es con el matrimonio.	

Película	Referentes étnicos	Referentes de prácticas culturales	Referentes de género	Referentes de territorio
Carta al niño Dios		celebración de la navidad	mujer dedicada al hogar, el hombre se hace cargo de lo económico	religión católica
Una al año no hace daño		relación estrecha del trago con todas las celebraciones culturales de los colombianos	la mujer como ama de casa y cabeza del hogar dedicada a los oficios del hogar cuando es casada. Cuando es soltera es una mujer en busca de compromiso o liberada sexualmente pero que es exhibida aun como un objeto sexual para los hombres	costeños muy bebedores

Película	referentes religiosos	referentes de clases sociales	Posiciones políticas o representaciones de Estado	Familia	tipo de película y narración
La mujer del piso alto		Se muestran diferentes problemáticas sociales que existen alrededor del desempleo y de la delincuencia. La clase social baja tiene un acento mexicano muy marcado	Poca presencia estatal, Representación de la policía desde la corrupción. Enrique Carriazo interpreta un senador que es proxeneta lo cual vincula las figuras públicas de estado a la ilegalidad.		película de un estilo muy teatral
Posición Viciada	fe católica				
Es mejor ser rico que pobre	imágenes religiosas, como la cruz del calvario	El estilo de vida es uno de los referentes de clase más fuertes en la película, las condiciones en que se vive, casas viejas, sin acabados, lavaderos de piedra y demás para la clase baja y la importancia de la familia en este caso.			
La pena máxima		las relaciones sociales cotidianas de los sujetos de estrato medio bajo es violenta			
Te busco	prácticas religiosas católicas	las relaciones sociales cotidianas de los sujetos de estrato medio bajo son violentas		la mujer quiere formar una familia como una especie de forma de cumplir sueños, metas, como una práctica social generalizada que demuestra éxito en la vida	

Película	referentes religiosos	referentes de clases sociales	Posiciones políticas o representaciones de Estado	Familia	tipo de película y narración
El carro	Ir a la iglesia y poner a la familia delante de dios como una práctica religiosa. En la película es bautizado el carro por un cura para bendecirlo. Imágenes religiosas como protección de la familia	La felicidad es asociada a lo material. La familia que se representa es una familia clase media baja,	se asocia la política a la corrupción y las instituciones del Estado no se presentan mucho, aunque muestran la policía como un ente que de vez en cuando funciona	la familia como un espacio de reunión muy importante	se divide la película por capítulos como escenas con subtítulos que dan inicio a la siguiente sección
La esquina				familia nuclear,	película de un estilo teatral
Mi abuelo, mi papa y yo		clase media alta, estilos de vida diferente, gustos musicales diferentes, casas con buen acabado, pianos, carros, etc.		nuevos tipos de familia, hombres sin mujeres un caos	utiliza un narrador
Las cartas del gordo		clase media baja, el gordo es amigo de un futbolista de plata que se olvida de él, al tener triunfo		familia nuclear muy relacionada a los amigos y vecinos	
In fraganti	imágenes católicas en las casas	la infidelidad vista en todos los estratos, diferencia en la forma de representar los sujetos de diferentes estratos, el estrato bajo como personas que hablan bruscamente y que no tienen un dialecto correcto	la policía como un entidad del estado que funciona pero que al mismo tiempo es corrupta		

Película	referentes religiosos	referentes de clases sociales	Posiciones políticas o representaciones de Estado	Familia	tipo de película y narración
El paseo 1, el paseo 2, el paseo 3	imágenes católicas, encomendarse a dios	diferentes formas de consumo, entre los estratos, hoteles, piscinas, etc.	la selva como el espacio de la guerrilla y la ausencia del estado	la familia como referente importante de los colombianos, la reflexión final es que siempre la familia está en las buenas y en las malas	
Mi gente linda, mi gente bella	celebraciones relacionadas a la religión, día de la virgen del Carmen, imágenes como la del divino niño en las casas con velas, etc.	Diferenciación por estratos en estilos de vida, mujeres que buscan tener mejores estilos de vida con hombres adinerados y no con el estudio.	se muestran representaciones irreales sobre las instituciones del estado, un ejemplo es la cárcel donde se muestra uniformados a los presos y condiciones diferentes a las reales, además de esto se muestra una tendencia de los colombianos a romper las reglas y hacer cosas ilegales	la familia está compuesta en este caso además del núcleo familiar, de primos y familiares de primer grado cercanos con los que se comparte la vida y el trabajo familiar	división por segmentos con subtítulos
El control	matrimonio católico		el televisor como agente socializador y quien hace que los colombianos se enteren de que sucede en el mundo	socialización de los niños desde la violencia	división por segmentos con subtítulos
Carta al niño Dios	católicos		delincuencia para conseguir lo que se quiere	la familia es nuclear, es muy importante, pero da especial importancia a lo material	
Una al año no hace daño	celebraciones religiosas como el bautizo, el matrimonio, la primera comunión, etc.	diferenciación en prácticas y formas de hablar entre estratos, por ejemplo el juego del tejo para los estratos bajos, el consumo de whisky para los estratos altos, las casas, los estilos de vida, etc.	no se hace presentación de ninguna institución del estado	la familia nuclear pero en relación a los vecinos, amigos y familiares cercanos	un narrador

Matriz especifica

Película/Categorías	referentes políticos	referentes de genero	referentes de prácticas culturales o sociales
mi gente linda mi gente bella	no se presenta las instituciones del Estado de forma correcta (ej: en la cárcel colombiana no existen los presos uniformados)	Mujer ama de casa, dedicada a las labores del hogar, sumisión y obediencia para el marido, se muestra una acción pasiva por parte de la mujer casada, resignada a su papel en el hogar. La mujer joven es representada resaltando como componente principal su belleza, donde la mujer actúa como objeto de deseo para el hombre y como sujeto dependiente del hombre para poseer un mayor status social en la jerarquía social, por lo que se le muestra interesada y sometida a los gustos y necesidades del hombre. El hombre le dice a la mujer "Usted cállese la jeta mijá" Pura mierda... "Usted podrá ser mi sobrina pero me le baja al tonito o si no juete es lo que hay". Las mujeres lindas tienen cirugías hasta en la conciencia. Patiseca cazcorva, le heredo las tetillas al papa. Hombre flojo no goza mujer bonita. Mujer bonita no sabe de futbol	representación de lo colombiano como muy folclórico, música de papallera para recibir a alguien en el aeropuerto, celebraciones acompañadas por el licor, relación estrecha con el futbol como deporte nacional e identificación con las mujeres hermosas que se llevan a los reinados internacionales.
una al año no hace daño	no se evidencia referentes políticos	mujer ama de casa, dedicada a las labores del hogar, sumisión y obediencia para el marido, la relación de casados se reduce a la atención al marido y no hay relaciones amorosas o de compañía mas allá de en los actos sociales o públicos de celebraciones, además la mujer casada deja de ser atractiva desde una perspectiva sexual.	representación de lo colombiano a partir de las relaciones sociales que se establece con vecinos, compañeros de trabajo, amigos, familiares cercanos, además de la celebración de prácticas religiosas, sociales y culturales en las que se evidencian los tipos de vida de acuerdo a la clase social que se represente

Película/Categorías	referentes religiosos	referentes sobre territorio (regiones)	dichos y refranes
mi gente linda mi gente bella	se representa a los colombianos como sujetos de religión católica, muy devotos a la virgen María y al Sagrado Corazón de Jesús, imágenes en las casas, oraciones con rosario en mano para que no se pierda un partido, celebración del día de la virgen del Carmen en relación al licor	los referentes de patriotismo e identidad nacional están relacionados estrechamente con las prácticas culturales, como los dichos, las frases típicas, el licor que se consume, la música que se escucha, la religión que se profesa y los regionalismos, en este punto me parece interesante la apuesta de Dago con dichos y dialectos que distinguen a los colombianos entre sí, dependiendo de las regiones de donde provengan donde es Bogotá la ciudad capital que los acoge para su desarrollo económico, más que social y cultural, porque no se muestra un avance mayor en esto. Además a pesar de que la película intenta reforzar la idea de la existencia de una identidad colombiana se muestra especial importancia a las prácticas y costumbres extranjeras donde la sensación que se genera es de que ellos son más civilizados y por eso rescatan la aventura que da la travesía de encontrarse en un país todavía con tantos conflictos estatales, sociales y culturales.	<p>Huilenses: “va la agueta si no” Los del Huila con verraquera y sin pereza Pastuso: El gringo es muy apelo tardado. Lo que le hace falta al equipo es alimentarse bien, nutrirse bien, comer cuy para que replantear la estratagema. No sea chuchinga hombre, mato el tigre y se va asustar con el cuero. Virgencita del Carmen es que ser extranjero en este país es una bendición, aquí los gringos se la ganan fácil joven Vigo. “¿esta berriondera que?”.</p> <p>Encima de eso no llaman a nadie del pasto también. Virgencita del Carmen si clasificamos me voy de rodillas hasta Ipiales, si señor</p> <p>Boyacense: Hágale mano. Aguanta el taponaso. La sagrada familia señala el cuadro y dice “la nena, la fiera ser mujer mía, como todas las mujeres jode pero ser guena mujer” Donde está la plaga?. Esta si es entelegente. Ese pingo no tiene si no pinta, piojos y pulgas No joda pero hasta ahora se van a poner esos chiros. ¿Qué tal que ese pingo nos haga el paseo sueco? Levanta el codo, aprieta el jopo y mándeselo todo. (hablando de licor) Eso si es mucho comentarista hombre, gracias doctor, eso sí es cantar por el pico.</p> <p>Costeños: “Colombia te va a encantar” eso que no conoces la costa eso es más bonito todavía. Chútele ese cuero carajo. Que va a saber el burro de chivo si lo que come es pasto. Vengase para enseñarle lo que es bien bueno La costeña es agresiva Billetico, lukita, Estrato negativo, Mas caliente que negro , Hombres morenos en la cárcel</p>

Película/Categorías	referentes religiosos	referentes sobre territorio (regiones)	dichos y refranes
una al año no hace daño	sujetos muy religiosos, asocian la religión a las prácticas religiosas católicas, como el bautizo, la primera comunión, el matrimonio por la iglesia, etc. Las celebraciones religiosas se representan con mucho respeto pero se asocian al licor y la celebración.	los referentes asociados al territorio están dados por las creencias y las prácticas culturales, religiosas y sociales	eso no tomarse el trago en un brindis es de mala suerte,