

En Juego: cada deporte es una historia por narrar

Autores:

Johann Mateo Arias González
Estudiante de Comunicación Social UCO.
C.C 1.038.414.900

Sebastián Hincapié García
Estudiante de Comunicación Social UCO.
C.C 1.036.961.589

Resumen:

La experiencia de **En Juego como medio de comunicación deportivo del Oriente Antioqueño**, le ha permitido, en sus cuatro años, crear diferentes productos y estrategias transmedia que han sido exitosas por diversos aspectos que han permitido, además, su posicionamiento. Esto llevó a que el objetivo final de un trabajo de investigación que se ha realizado durante varios años, concluya en un **análisis de contenido** de los mismos productos. Es por eso, que en este trabajo se revisa históricamente y de forma detallada la manera en que se realizó un programa de radio semanal durante año y medio, trabajo que exige encontrar una historia constante y que sea narrada a través de formatos audiovisuales, periodísticos y gráficos, el permitir la visibilización de actores con canales estratégicos, el contar las noticias de manera creativa y diferente, el hacer énfasis en deportes alternativos y el permitir crear procesos de transformación social que constantemente le están marcando goles a la vida.

Palabras claves:

Deporte aficionado, comunicación, historia de vida, estrategias de comunicación, En Juego

Planteamiento del problema y antecedentes de la investigación:

Las ganas de discutir acerca del deporte en la región fueron la premisa principal con la que, inicialmente, dos estudiantes de Comunicación Social de la “Universidad Católica de Oriente”, inquietos por contar lo que veían en las canchas de sus barrios, unidades deportivas y otros escenarios, se atrevieron a desarrollar la idea de crear un “Magazine Radial”. Uno de los estudiantes, entusiasmado y fanático de la radio, crea la estructura del programa con ayuda de su profesor de Radio de la Universidad Católica de Oriente; el otro se encargó de buscar los contenidos y, además, de encontrar dos personas más para que hicieran parte del equipo de trabajo de dicho programa. Finalmente, con el grupo conformado, en total fueron seis estudiantes quienes se dieron a la tarea de crear e iniciar con En Juego Radio.

Treinta minutos de contenidos deportivos de la región del Oriente antioqueño, todos los jueves a las 8:30 a.m., fue el primer espacio que se le dio a esta iniciativa en la Emisora Sinigual FM Estéreo 93.3. El programa se pre-grababa la noche anterior y todos los jueves estaba al aire en las horas de la mañana. ¿Qué contenido se emitía? El programa se hizo bajo

una filosofía, la cual era: “Cada deporte es una Historia”. Es por eso que, desde el primer minuto, las historias eran lo esencial durante todo el magazine, la estructura permitía que los deportistas y las organizaciones deportivas tuvieran voz.

En su quehacer como medio de comunicación el equipo se propuso nuevos retos, el interés por llevar las historias a nuevos formatos y narrativas fue una de las características por las cuales En Juego logró darse a conocer en el Oriente antioqueño.

“Con el motor encendido, el estar dentro de En Juego ha permitido que los integrantes puedan encontrar el lugar y el momento para realizar lo que desde niños soñaban ser. El periodismo deportivo se ha convertido en esa ruta que les ha permitido identificarse como profesionales, el trabajar en equipo les ha permitido lograr objetivos que antes veían imposibles de realizar. Para los integrantes también ha sido bastante positivo poder influenciar en la región a la que pertenecen, estar inmersos en lo social los hace crecer como equipo. El estar aprendiendo constantemente se convierte en un aspecto fundamental porque se convierte en una escuela donde se aprende lo visto en la academia”, resalta los integrantes de En Juego en los testimonios, los cuales fueron parte del resultado obtenido por la investigación en objetivos anteriores, al hacer un estudio de vida de cada uno de los personajes que conforman En Juego.

Más tarde, esta iniciativa ya no solo estaría en la radio, también migraría al mundo digital, inicialmente en Facebook, logrando tener una muy buena recepción al estar en cubrimientos deportivos y creando un contenido propio al cual se le denominó como Cápsula Informativa; un contenido audiovisual que se convirtió en la mirada de muchos medios, deportistas, clubes e institutos, no sólo porque la manera de contar la noticia era diferente, sino también porque se puso el interés en disciplinas que no eran tenidas en cuenta por los demás medios de comunicación.

Desde ese momento, En Juego se interesó por tener más incidencia en el mundo transmedia, es así como empieza a crear diversos productos audiovisuales, gráficos y textuales en plataformas como página web, Instagram y Facebook. Estas estrategias le permitieron proyectarse como un medio de comunicación competitivo en la región, diferenciándose de los demás por la creatividad al realizar sus productos comunicacionales y por su interés en el deporte aficionado y en las historias alternativas de las nuevas disciplinas que han surgido en el territorio del Oriente antioqueño.

Con la intención de hacer un análisis profundo y determinar los productos y las estrategias comunicacionales más exitosas de En Juego, que permitieron no sólo la visibilización de deportistas de la región, sino también la de organizaciones e instituciones deportivas, e incluso de los mismos integrantes, se realizó el tercer objetivo de la investigación, que ha permitido conocer las historias de vida de cada uno de los integrantes que han pasado por el medio de comunicación e identificar la importancia para el público y otros diversos actores, a través de instrumentos aplicados como la entrevista a profundidad y el cuestionario, realizados a un total de 10 deportistas de la región y a cinco organizaciones deportivas con las que En Juego ha trabajado durante estos 4 años.

Durante esta tercera parte de la investigación se realizó un análisis de contenido, tomando como referencia a autores como Bardan (1986), quien afirma que “Realmente, toda comunicación, es decir, todo transporte de información y/o significación de un emisor a un receptor, controlado o no por aquél, debería poder ser descrito y descifrado por las técnicas de

análisis de contenido” (148), lo que ha permitido conocer a profundidad por qué utilizar ciertos canales ha sido exitoso, igualmente, identificar una reseña clara del producto y la parte técnica de la realización mediante el conocimiento del trasfondo y el significado de cada estrategia. Al realizar el filtro de aproximadamente 15 productos y estrategias comunicacionales, se escogieron cinco productos de En Juego teniendo en cuenta la forma de producción, la estrategia planteada, el impacto en la comunidad objetiva, los resultados que se pudo obtener, la visibilización de los deportistas, el protagonismo de las personas -donde sobresalía más significativamente-, la influencia del medio de comunicación entre los deportistas y organizaciones, el cambio social y la calidad del producto como tal.

Justificación:

Ante el alto flujo de contenido realizado durante cuatro años de trabajo en conjunto con la comunidad deportiva, tanto entrenadores, institutos, deportistas que se valen por su afición, y también los mismos integrantes del trabajo investigativo, la situación se volcó y dio paso a la necesidad de que de cada uno de esos contenidos creados, emitidos y con tan buen impacto, entren a ser reconocidos los más exitoso, durante esa corta pero fructífera trayectoria de En Juego como medio de comunicación.

Justamente, saber que se ha realizado durante ese tiempo y conocer cuál es la importancia de analizar un contenido exitoso, radica en que abre indiscutiblemente las puertas a conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social. De lo más antiguo a lo más nuevo, interpretar cada palabra, cada entrega visual y sonora, estudiar la interpretación de la audiencia, el por qué fue exitosa, es así como se realiza esta tercera parte de la investigación. Berelson (1952) sostiene que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (p. 18). Es ahí donde público y audiencia juegan un papel provechoso, debido a que todo análisis será una técnica cuantitativa brindada por ellos y para ellos, en gran medida los seguidores son también investigadores.

Pregunta de Investigación:

¿Cómo ha sido la experiencia que han tenido los integrantes, los deportistas y las organizaciones deportivas con En Juego?

Objetivos

General:

Determinar los aportes comunicacionales más exitosos de En Juego, desde la vivencia con los integrantes, deportistas y organizaciones deportivas.

Específicos:

- Describir el desarrollo profesional de los integrantes del colectivo en la experiencia con En Juego.
- Identificar los aportes de En Juego como medio de comunicación a los deportistas aficionados, alternativos y a las organizaciones deportivas de Marinilla, Rionegro, El Carmen de Viboral, Sonsón, El Santuario y Granada.
- Reconocer las acciones comunicacionales más exitosas del colectivo En Juego.

Marco Teórico:

Siguiendo a Luis Ramiro Beltrán cuando propone: “para que pueda existir un cambio social a partir de los grupos es importante que estos conozcan su propia realidad, se formen sus propios puntos de vista, tomen conciencia de su realidad y tomen sus propias decisiones” (2016, p.132), inició el interés de conocer la historia de vida de cada uno de los integrantes que iniciaron con el medio de comunicación En Juego. Desde allí se pretendía obtener algunos resultados claves para considerar que seis estudiantes de Comunicación Social se encuentran bajo el mismo interés de crear un medio de comunicación en una región donde el deporte cada vez es más fuerte.

Como afirma Valdés, “El proceso de reconstrucción de cada historia de vida contiene un significado especial para el entrevistado: reconocer y reapropiarse de la vida misma, compenetrarse con su realidad, con una vivencia, y al mismo tiempo tomar cierta distancia con ella, objetivar con un alto componente de alegría y de dolor. Relatar la vida, no es vaciar una sucesión de acontecimientos vividos, sino hacer un esfuerzo para dar sentido al pasado, al presente y a lo que éste contiene como proyecto”, (1988, p. 297). El conocer el pasado y el presente de cada uno de los integrantes de En juego, dejó claridad sobre el motivo de un medio de comunicación, además, permitió identificar por qué de ciertos gustos al realizar algunas tareas en específico y, por último, se observó que algunos de los integrantes a través de su conocimiento y esfuerzo dedicado al proyecto identificaría su rol como integrante.

¿Qué es el deporte amateur o aficionado? Muchos pensarán que son los mismos espectadores jugando o que son personas muy devotas a algún equipo de cualquier deporte jugando o, en su defecto, haciendo deporte. La triste noticia es que no, de pronto muchos medios han vendido haciendo la idea de esta categoría del deporte, de esa manera es como ellos lo definen, o en algunos casos ni se menciona **y por eso resulta ignorancia respecto al tema.** Dice José María Cagigal que “La Humanidad siempre ha hecho deporte, he aquí el porqué de que el deporte sea digno de estudio” (1952,40). En consecuencia, con esta afirmación, son las altas dimensiones de este fenómeno las que han deteriorado a la sociedad, lastimosamente. Es decir, desde un punto de vista menos monetario, las administraciones públicas y dirigentes acondicionan el concepto a su manera, de modo que no ejecuta su verdadero significado y un sinnúmero de procesos de deportistas aficionados los dejan en el olvido; recalando lo que afirma Cagigal, se ha estudiado tanto, y en muchos contextos, que el concepto de deporte se ha convertido una total basura, cuando se piensa en relacionarlo con otros aspectos de la academia o que se quieren llevar a ejecución, el proceso es totalmente errado.

El amateurismo deportivo es aquel que realiza una persona por vocación y sin ningún fin específico, el fin es la diversión, el compañerismo con el otro, el servirle a la otra persona, en este caso, el juego y el deporte son dos palabras que se la llevan muy bien, puesto que el único fin es el de sentir a plenitud la actividad deportiva, sentirse bien consigo mismo, pero también con el otro, es aquí cuando el carácter del fenómeno social trasciende.

“El deporte es algo que existe, intrínseco a la naturaleza humana, que se manifiesta, que se ha manifestado siempre donde el hombre ha existido. El deporte es una *propiedad metafísica* del hombre. Es decir, que dondequiera que se da el hombre se da el deporte; y sólo en el hombre se puede concebir” (1950, 30), así lo determina Cagigal, como un acto de pasión, como un hecho que debe suceder, no por un valor monetario, no porque las marcas de prendas deportivas, lo hayan dictado, es aquí donde el ser se conecta y determina cuál será su razón de ser, si lo será monetariamente o será por un acto de amateurismo y de deporte aficionado.

Esa es la gran diferencia, el deporte como un poder que vende ideología y que le da mucho dinero a grandes empresas y gobiernos, o el deporte que se hace por el simple hecho de tener una sonrisa cada vez que se haga y tener la satisfacción de la diversión y el juego, debido a que, como expresa Cagigal, “El juego deportivo y el juego representativo han vivido con el hombre, como dos esferas de un reloj, inseparables y perfectamente sincronizadas” (1950, 23).

El deporte aficionado que, según el profesor Esteban Petitti, “Es el deporte entendido como actividad no profesional, que presenta un componente a menudo olvidado: la generosidad del esfuerzo. Mientras la mayor parte de las acciones y gestos humanos tienen un trasfondo muy utilitario, sirven para algo, a través de ellos se obtienen algunas cosas, el deporte supone un despilfarro de energías porque sí” (2009.12), y en este caso nos lleva a adentrarnos en un mar de definiciones y conclusiones a través de la historia, cuál ha sido su evolución y transformación, pero también cómo es su relación con la sociedad actual.

¿Qué son las narrativas transmedia? Scolari (2013) las define así: “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013.03). Alejándose de la mera adaptación de un programa de radio, esta definición que brinda el autor da cuenta de la extensión o diversificación del relato en diversos medios y plataformas, situación en la cual, En Juego, durante el tiempo, se ha visto involucrado, en el que cada plataforma hace lo que mejor sabe hacer y a la vez da lugar a las audiencias, que son las grandes protagonistas en estas nuevas formas de narrar.

El interés por la singularidad de En Juego al contar la noticia desde otra perspectiva y alternativa, llevó a investigar y a conocer los encuadres de la noticia que propone el Efecto Framing, al definir que la información y el efecto de esta depende ciento por ciento de la postura del medio de comunicación o, en algunos casos, del periodista, puesto a que “Los rasgos que aparecen en los discursos noticiosos son variables dependientes que evidencian el condicionamiento del comunicador en su función de definir la realidad. Por ello, el análisis se centra en cómo las normas, los valores sociales o institucionales, las presiones de diversos grupos de interés, las rutinas informativas y la propia ideología de los periodistas influyen en la forma de encuadrar las noticias” (SHOEMAKER; REESE 1991; TUCHMAN, 1978) (Shoemaker y Reese, 1995, p. 252).

Marco Metodológico:

Esta investigación está enmarcada bajo el método descriptivo, puesto que este es considerado como el procedimiento que permite identificar y describir las características de un fenómeno, en este caso de En Juego, un medio de comunicación deportivo, donde está ocurriendo algo importante, digno de observar y describir, además, cuenta con diferentes sujetos y una población cuyos miembros se convierten en actores claves para realizar el estudio y poder entender cómo ocurren algunos procesos, que durante cuatro años se han estado llevando a cabo.

En ese orden de ideas, esta investigación propone diferentes categorías descriptivas claves en cada uno de los objetivos planteados, las cuales han sido piezas fundamentales para poder obtener los resultados a través de diferentes técnicas e instrumentos que, en su momento, se aplicaron con la población objetiva del estudio. Como dice Catherine Martínez (año), el

modelo descriptivo “suele realizarse previamente a cualquier tipo de investigación analítica, ya que la creación de diferentes categorías ayuda a los científicos a comprender mejor el fenómeno que deben estudiar”

La información suministrada desde esta investigación, de alcance descriptivo, es sistemática, precisa, detallada y fundamentalmente verídica, lo que es claro de entender, es que se está estudiando un fenómeno social o problema real, a través de acciones comunicacionales realizadas por los integrantes de En juego, lo que permite tener un efecto tanto en los integrantes como en la población a la cual dirigen sus contenidos, en este caso, deportistas del Oriente antioqueño, instituciones deportivas públicas y privadas.

Aunque el medio de comunicación ha tenido la experiencia de trabajar con más de 100 deportistas de la región y con diferentes institutos deportivos del Oriente antioqueño, se realizó de manera crítica y con fundamentos claves propuestos en el objetivo 1 y 2 de la investigación la selección de la muestra clave, que se redujo a diez deportistas y cinco institutos deportivos.

El primer objetivo de esta investigación, el cuestionario escrito (Historia de vida) fue fundamental para la recolección de la información requerida. Allí la prioridad era identificar de manera detallada la vida de cada uno de los integrantes del colectivo En Juego que se conformó con seis estudiantes de Comunicación Social, con los que se llevó a cabo dos pasos: **el primero**, un cuestionario donde la vida del entrevistado era la prioridad y, como **segundo**, se realizó una entrevista a profundidad a todos los integrantes de En Juego. Este ejercicio se hizo con un total de 6 integrantes que hacían parte en ese momento del medio de comunicación En Juego.

Con la intención de conocer la historia de vida de cada integrante de En Juego, se decidió realizar una matriz de análisis con las siguientes categorías: desafíos vitales, influencias positivas y negativas, futuros alternativos, relatos culturales, valores e ideologías.

El segundo objetivo se realizó una base de datos de los deportistas y las organizaciones con las que el medio de comunicación En Juego ha interactuado durante estos cuatro años. Se logró identificar a más de 100 deportistas y aproximadamente 10 organizaciones públicas y privadas. Con esto claro, se inicia con la muestra teniendo en cuenta aspectos como la edad, municipio, disciplina deportiva y género, sin dejar a un lado las organizaciones con las que el medio tuvo mayor vínculo, definido por horas de trabajo y contenidos realizados. Las entrevistas a profundidad se realizaron bajo 3 niveles claves: descriptivo, estructural y de contraste.

Para desarrollar el objetivo número tres se decidió utilizar como instrumento la técnica de análisis de contenido, la cual permitirá identificar a profundidad las estrategias comunicacionales más significativas de En Juego.

Para la realización de este instrumento se contó con la claridad que el análisis de contenido “es la técnica más elaborada y la que goza de mayor prestigio científico en el campo de la observación documental” (2002, p.169), según expone López Noguera.

Además, cabe resaltar que en sus inicios el análisis de contenido tuvo un papel fundamental para llevar a cabo la cuantificación de elementos o materiales de comunicación, lo que se

refiere a que fue utilizado para contenidos como revistas, periódicos y programas de radio” (Noguera 2002, 175).

Según aclara López Noguera (2002), en su artículo de investigación “El análisis de contenido como método de investigación, este tipo de análisis “se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva, pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor de medición” (168. 2002).

Así mismo, se entendió que todo proyecto de investigación que lleve a cabo el análisis de contenido deberá contar con los siguientes pasos:

“1.- Determinar el objeto o tema de análisis. 2.- Determinar las reglas de codificación. 3.- Determinar el sistema de categorías. 4.- Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización. 5.- Inferencias” (López, 2002, p. **).

Al identificar los pasos esenciales para llevar a cabo el análisis de contenido, se comprendió que el instrumento aplicado permitirá explicar diversos datos y resultados de toda la investigación, incluyendo los objetivos 1 y 2. Mediante la aplicación del instrumento también se identificaron algunas tendencias a futuro sobre el trabajo actual que realiza En Juego.

En cuanto al trabajo con medios de comunicación utilizando el análisis de contenido, existe la posibilidad que no solo se puedan identificar datos y resultados significativos para la investigación, es posible, también, que aplicando este instrumento se puedan evidenciar de una forma más efectiva **tendencias, cambios personales e ideológicos durante tiempos determinados, interacciones significativas entre el medio de comunicación, deportistas e instituciones deportivas, que han trabajado con En juego; y principalmente para el trabajo del objetivo número 3**, este ejercicio permitió encontrar los elementos claves de los productos estratégicos que han permitido el posicionamiento de En Juego como un medio de comunicación deportivo en municipios del Altiplano del Oriente Antioqueño.

Es gracias a autores como Bardan (1986), quien deja claro que “realmente, toda comunicación, es decir, todo transporte de información y/o significación de un emisor a un receptor, controlado o no por aquél, debería poder ser descrito y descifrado por las técnicas” (2013,137). Con relación a los 5 pasos que propone López Noguera, se decidió identificar las estrategias (productos comunicacionales) más exitosos de En Juego.

Al realizar el filtro de aproximadamente 15 productos y estrategias comunicacionales, se decidió escoger cinco de ellos, teniendo en cuenta la forma de producción, la estrategia planteada, el impacto con la comunidad objetiva, los resultados que pudimos obtener, la visibilización de los deportistas, el protagonismo de las personas -donde sobresalía más significativamente- y la calidad del producto como tal.

Luego de identificar los cinco productos se determinó algunas reglas que permitió tomar claridad para trabajar con cinco categorías que consideradas claves: 1. reseña del producto, 2. canal de emisión, 3. público al que va dirigido, 4. impacto cualitativo y estadísticas en redes sociales, 4. realización de la estrategia y 5. éxito de la estrategia.

Además, con estos productos o estrategias comunicacionales más exitosas de En Juego también se trabajó el “Efecto Framming”, un efecto que está relacionado con la memoria

implícita y por el cual la exposición de estímulos influye en los comportamientos y pensamientos de la audiencia. Este se da a través de palabras, expresiones e imágenes. Es así como se tuvieron en cuenta las cuatro categorías de análisis que propone este efecto: asuntos de la información, cobertura en el tiempo, tipo de información y qué emociones quiere despertar.

Resultados:

Primer objetivo:

A continuación, se darán a conocer los diferentes hallazgos identificados en la aplicación del instrumento n° 1. En esta investigación, la historia de vida fue la estrategia elegida para trabajar el primer objetivo; la reconstrucción de experiencias personales permite conocer las diferentes versiones alternas de la vida social de cada uno de los integrantes del colectivo En Juego.

El programa radial En Juego, liderado por el colectivo comunicacional del mismo nombre, es una iniciativa que lleva más de un año al aire. En este espacio se aborda el deporte aficionado, se encuentra en él, una de las formas como más activamente se desarrolla la comunicación para el cambio. La experiencia, que llevó a los integrantes del grupo a los más diversos municipios de la región del Oriente antioqueño para contar historias de deportistas y comunidades, ha obtenido múltiples reconocimientos, reta permanentemente a sus integrantes, y da suficientes motivos para animar a hacer una sistematización de la experiencia.

Se encontró que existen similitudes en acontecimientos críticos de cada uno de los integrantes del colectivo.

Para los integrantes del colectivo, la familia ha sido un factor indispensable, se nota la importancia de ese apoyo en cada uno de ellos, pues ha contribuido al desarrollo personal y profesional. En algunos casos se encuentra mucho apego familiar, lo que en algunos casos no permite que este sujeto sea autónomo a la hora de tomar sus decisiones. En otros sujetos, se evidenció que las rupturas y la pérdida de algún ser querido ha sido factor de caída para su vida personal y profesional, sin dejar a un lado las ganas y los sueños.

Respecto a la infancia de los integrantes del colectivo En Juego, es posible decir que cada uno ha tenido claro desde niño sus sueños y sus objetivos. Todos los integrantes, desde muy temprana edad, se han interesado por algún deporte, sea convencional o sea alternativo. Para muchos de los integrantes su infancia se desarrolló del lado de los medios masivos de comunicación, lo que permitió crear un gran interés por estos.

Cada uno de los integrantes se vio en problemas luego de terminar el bachillerato e ingresar a la universidad, algunos buscaron alternativas de estudio diferentes a lo que hoy estudian, otros se vieron en crisis por problemas económicos para estudiar, sin embargo, esto no fue problema para que los integrantes del colectivo entraran al programa Comunicación social, un sueño que implícitamente existía desde la niñez de cada uno.

El ingresar a la Universidad Católica de Oriente, se convirtió en uno de los retos más importantes para cada uno de los integrantes, debido a que se han encontrado con

conocimientos y conceptos que les ha permitido ver y entender el mundo de otra manera. La academia es y será siempre un cambio significativo para sus vidas.

Las relaciones personales dentro del colectivo, permite que cada uno de los integrantes pueda desenvolverse de manera confiable consigo mismo y con sus compañeros, convirtiendo el colectivo en una familia, que no solo se encuentra para trabajar en pro de lo laboral y lo académico, sino también para interactuar y crear momentos de recreación.

Las influencias de cada uno de los integrantes durante su vida ha permitido que cada uno de ellos se posicione y adquiera más radicalismo frente a sus metas y sus objetivos; todos han estado rodeados de familiares, compañeros y profesores que de una u otra manera les han contribuido para desarrollo profesional y personal.

Es importante resaltar que existe un factor común entre las influencias positivas, y es que cada uno de los integrantes se ha dado cuenta que las ciencias sociales son el camino que siempre estuvieron buscando. El trabajo en equipo se convierte en un factor positivo, dado que es un trabajo que se realiza de manera profesional, cada sujeto tiene sus tareas, sus responsabilidades y su rol dentro del colectivo.

El deporte siempre ha convivido con cada uno de los integrantes, ya sea por querer ser como algún deportista, realizar profesionalmente alguna disciplina o por la sencilla razón que desde la cultura familiar se ha evidenciado gusto e interés por temas deportivos. El gusto por los medios de comunicación siempre ha existido en la mayoría de los integrantes del colectivo y es ahí donde cada uno ha encontrado en este quehacer la posibilidad de integrar sus gustos personales.

Los integrantes han demostrado interés por relacionarse con diferentes personajes representativos tanto de la universidad como del mundo laboral. Al relacionarse con cada una de estas figuras es posible decir que se está adquiriendo de alguna u otra manera una influencia positiva, que genera transformación profesional y personal en cada uno de los sujetos.

La pasión y el gusto por lo que se hace es el combustible para que En Juego funcione, dado que a la hora de emprender un proyecto o un colectivo se necesita de mucho trabajo humano y un sustento económico. Los integrantes de En Juego se han visto bastante influenciados por el colectivo, y ya son aproximadamente dos años de experiencia en el campo de los medios y de la comunicación sin obtener el título académico.

Las influencias positivas han sido bastantes para cada uno de los integrantes, pero también existen algunas influencias negativas que están sucediendo sin que ninguno se entere. La vida social y familiar se está dejando en un 5to plano, el estar tan atentos del proyecto o el colectivo genera una forma de olvido hacia los seres queridos; se ha evidenciado por parte de las familias esa inconformidad dado que se les está olvidando.

El contexto ha permitido dejar muchos hábitos a un lado, el hecho de estar tan ocupados los cohibe de diferentes situaciones negativas que antes de entrar a la universidad se presentaban.

El hecho de que cada integrante esté rodeado de tantas personas se puede convertir en un valor negativo, porque por posibles situaciones no deseadas se puede generar controversias o sucesos poco provechosos para el equipo y para el individuo.

Para los integrantes, el colectivo es visto como una máquina donde se crean, se moldean y se materializan los sueños. Gracias a todo el trabajo, el interés y las ganas que cada uno ha puesto sobre el proyecto, se ha permitido que cada uno aplique las teorías, los conceptos aprendidos en cada uno de los cursos vistos en la carrera, permitiendo el reconocimiento de su trabajo en el territorio y abriendo posibles ofertas laborales y académicas.

Todos los integrantes se ven siendo parte de la experiencia de En Juego en cinco o en diez años, haciendo parte de la junta directiva de una empresa de comunicación reconocida en la región, por ser el medio oficial del deporte. Todos demuestran interés por el trabajo en pro de lo social y ven en el deporte la posibilidad de contar historias de la comunidad para el mundo, resaltar esos deportistas que vienen, que son o que fueron importantes por algún motivo en el territorio o en el mundo, sin perder su propuesta de valor y su esencia, que es el deporte aficionado.

Se puede evidenciar el gusto por crecer profesionalmente, debido a que casi todos los integrantes respondieron que querían seguir estudiando diferentes especializaciones, maestrías o hasta doctorados. Todo esto, con el fin de poder contribuir desde lo personal, aportando un granito de arena al proyecto para que siga consolidándose y obteniendo credibilidad.

Materializar los sueños es una de las similitudes que se encontró entre los sujetos pertenecientes al colectivo. Ven la oportunidad de trabajar en equipo para lograr los objetivos individuales, posicionarse más en el ámbito de la comunicación y poder demostrar que se puede narrar el deporte de una manera diferente.

En Juego ha permitido materializar varios sueños que cada uno de los integrantes tenía, el colectivo ha devuelto esa confianza de soñar en grande, porque sí se puede llegar o alcanzar lo que cada individuo se propone.

Dentro del equipo predomina una lista de valores que ha permitido la conformación del grupo, que se mantenga en constante funcionamiento y que cada uno se proyecte hacia futuro. Todos y cada uno de estos valores son los que permiten que En Juego se diferencie de otros colectivos u organizaciones. Valores como el amor, la amistad, la dedicación, el compromiso, el trabajo en equipo, la humildad, la tolerancia, la comprensión, la felicidad, la honestidad y el entendimiento son los principales causantes de que En Juego siga hacia el camino del éxito y que cada integrante se forme mejor como persona y como profesional.

Crear, luchar y disfrutar es la ideología con la cual comulga el colectivo. Desde su consolidación, luchar por los sueños ha sido la meta principal, crecer como persona y creer en los demás hace que el colectivo En Juego tenga su propia ideología de superación y pasión por lo que se hace. Cuando se escucha la palabra En Juego, se debe escuchar también la palabra soñadores.

Segundo Objetivo:

La rutina diaria de los deportistas está enlazada principalmente con el deporte, la academia, el trabajo, el círculo social y el familiar. La vida deportiva se considera altamente prioritaria

debido a que lo practican, también, los fines de semana y en los tiempos libres; en ese contexto, la disciplina es fundamental para la vida del deportista.

Para la mayoría de los deportistas entrevistados el deporte nunca estuvo como proyecto, ni fue una prioridad para la vida; sin embargo, llegaron a él por diferentes razones como casualidad, enfermedad o por el simple hecho de divertirse. La formación deportiva de los entrevistados crece desde semilleros donde el gusto gana más que la competitividad.

La experiencia de los deportistas entrevistados por En Juego es una relación entre amigos, de vínculos sociales y de interacciones; de orgullo y de satisfacción en el ámbito personal. Se trata de un reconocimiento por engrandecer a los deportistas *amateur* como a los profesionales. La experiencia también se convierte en sinónimo de alternatividad y de querer seguir emprendiendo en el deporte. En Juego influye como canal para que el deportista encuentre una visión diferente frente al deporte.

Los entrevistados ven a En Juego con una primera impresión de familia, como si fueran amigos de toda la vida, como un colectivo enfocado y realizador de un trabajo *fuera del molde*. Para algunos de los deportistas es increíble saber que hay un medio de comunicación que hable de lo no habitual. La máxima impresión de casi todos los deportistas entrevistados es la de *asombro*.

Los entrevistados reconocen que en competencias y torneos de la región han estado presentes otros medios del Oriente, como canales comunitarios o algún ente administrativo; pero que esa circunstancia se presenta, eventualmente, solo si hay alguna información relevante que se desprende del hecho deportivo, como si el deportista obtuvo un título, un torneo o una medalla. Muchos medios han hablado, pero solo de manera informativa, acerca de sucesos que, vistos en perspectiva, no dejan de ser hechos aislados. En las entrevistas, los deportistas reconocen que En Juego va más allá: está más pendiente e interesado en el trabajo y la vida del deportista, abre puertas a otros espacios; no solo informa, sino que también motiva. Una frase que sintetiza este sentir es: “Ustedes han sido el único medio”.

En las entrevistas se reconocen fuertes vínculos entre los deportistas del Oriente antioqueño; la rivalidad es mínima, la amistad es protagonista. Por su parte, en cuanto a la ubicación geográfica de los municipios, el mal llamado *Oriente lejano*¹ abre las puertas a los deportistas que residen en el *Oriente cercano*. De esta forma, hay interacciones que muestran un vínculo fuerte e intenso, una especie de comunidad que comparte unas mismas convicciones, prácticas y valores frente a la vida.

Incluso, en su condición misma de espacio físico, el Oriente antioqueño es visto por los deportistas como un *paraíso terrenal*: un territorio que crece a pasos agigantados, en renovación constante.

Como hecho característico, no hay consenso frente a lo positivo o negativo de esta condición de crecimiento y transformación del espacio, para unos es bueno que este proceso de urbanización traiga placas y unidades deportivas que permitan la práctica de las diversas disciplinas, para otros, en cambio, no es bueno, ya que cada vez aparecen más edificios que zonas verdes, lo cual impide ciertas interacciones deportivas y torna al territorio como un

espacio volcado al turismo deportivo (que se caracteriza por tener más matices de industria que de vínculo social o comunitario).

En su lectura de lo aficionado, los deportistas entrevistados difieren de la acción de los medios (tradicionales), las instituciones deportivas y las percepciones de muchos habitantes (e incluso deportistas) de la región. Esto sucede porque, en primer lugar, los deportistas tienen claro el concepto de lo que es el *deporte aficionado* (para la mayoría es: pasión, diversión, *goma*, autogestión; valores que incluso se pueden convertir en poco compromiso, gusto, el no rendir cuentas a nadie). Una frase captada en las entrevistas permite recoger esa sensación de autonomía, libertad y diversión: [en el deporte aficionado] “soy solo yo”.

En segundo lugar, los deportistas difieren de la visión social sobre el deporte aficionado porque, mientras ellos diferencian y reconocen una gran variedad de disciplinas deportivas (*slackline*, escalada deportiva, motocross, enduro, *streetworkoud*, *breakdance*, BMX *freestyle*, patinaje agresivo, parapentismo, *kayak*, rúpel y torrentismo), muchas de las personas que hacen parte del Oriente antioqueño pasan por alto estas disciplinas que se realizan en el territorio y que además se han convertido en una de las estrategias para promover el turismo extremo y de naturaleza.

Respecto a lo anterior, reconocen que En Juego es el canal para cambiar el paradigma, aunque falta un poco de masificación de los contenidos que produce el colectivo, el trabajo se ha hecho de la mejor manera, teniendo en cuenta que apenas se completan (los primeros) dos años. En ese sentido, reconocen la búsqueda constante por parte del colectivo para cubrir disciplinas, torneos, deportistas y logros que no encuadran en la agenda de los medios regionales o locales, las instituciones deportivas ni la gente del común.

Resultados análisis de contenido (3er objetivo):

Actualmente, en una época en donde los nativos digitales son los protagonistas, donde el término de “prosumidor” es cada vez más fuerte; hoy las redes y los procesos de comunicación son el causante del consumo y generación de cultura.

En Juego, sin pensarlo y sin entender mucho sobre el camino de los canales comunicacionales, se aventuró a darse a conocer en un medio clásico y tradicional: la radio. Cuatro años más tarde, ese canal clásico y apasionante fue el causante y el génesis de cada uno de los contenidos exitosos, es decir, la creación de un producto para radio y una sección para un programa deportivo universitario, dio pie para crear más de diez contenidos para otras maneras de comunicar.

Hoy la audiencia y los receptores están vinculados con una era digital con una gama alta de herramientas comunicativas, es por eso que se inicia con la radio para el análisis de un ecosistema de medios. Es así como de lo tradicional se evolucionó a lo digital bajo la misma premisa y el mismo objetivo de narrar historias: Facebook, como garante para visualizar la magia de la radio con las transmisiones En Vivo, e igualmente, para la creación de contenido de video y contenido gráfico; Instagram aparece también como una nueva manera de mostrar historias a través de un formato más estético y de mejor calidad; YouTube y la plataforma de Podcast, que son también utilizadas para generar intercambios entre los usuarios y para interpretar los contenidos expuestos desde un medio masivo como es la radio.

Es necesario seguir hablando del término “transmedia” y de todas sus incidencias en los contenidos, debido a que, el estudio de ellos, se debe en gran medida a la recepción del público. En un inicio, el público del programa de radio era variado y diverso, debido al enfoque de la emisora; sin embargo, el público joven siempre era mayor.

Los jóvenes de 15 a 25 años son el principal público. Existe, también, un porcentaje en la población adulta considerable, este público sigue el contenido debido a que los adultos en este caso se encargan de organización de eventos y son patrocinadores de muchos de ellos, pero, el público objetivo es el de la edad ya mencionada, que pide a gritos más y más difusión.

Principalmente la audiencia de En Juego era diversa, debido a que el contenido se fue convirtiendo en un concepto transmedia, la radio inicialmente fue un público más adulto joven, pero, acto seguido, el formato podcasts consiguió una audiencia más de redes y más joven; por último, en los video-podcasts y entrevistas en redes, se fusionó un poco de los dos públicos.

El impacto positivo desde el 2017 no se hizo esperar. Los deportes más extraños y llamativos empezaron a ser protagonistas en todos los contenidos, pero primordialmente en redes sociales y el contenido de video e imagen. Junto a los deportes estaban los grandes deportistas e incluso colectivos que encontraban en En Juego un apoyo inmenso de difusión y apoyo para todo lo que querían realizar. Hasta el día de hoy es así.

Visualizar la identidad de un pueblo contada desde un deportista, hizo que las personas de esos pueblos amaran cada uno de los productos, que son pensados siempre como un contenido grande y fuerte, tanto en la realización como en la difusión e impacto.

El impacto se da también al deportista; el personaje es vital para que el contenido tenga un impacto mayor, es decir, la difusión de una entrevista o cápsula es más fuerte cuando el líder y protagonista lo hace viral.

El éxito de los contenidos radica en darle importancia a los eventos menos importantes, es decir, los eventos que no son cubiertos por medios regionales o cualquier medio. En Juego es el número uno y así se le fue dando una muy buena mirada a otros deportes, incluso entre deportistas.

El hecho de realizar un programa con un tinte juvenil en una emisora de un público adulto ya demostraba un poco ese éxito. Lo más importante era el cómo se daban a conocer los deportistas que no tenían voz, y que son de suma importancia para la región.

El éxito radica, asimismo, en la participación activa de deportistas, colectivos, clubes privados y administraciones deportivas, las cuales se vinculan de manera amplia y generosa con los cubrimientos y dejan en alto lo alternativo en la región.

Contar de manera detallada una historia bajo la premisa de un deporte popular en el municipio protagonista y junto al personaje principal, determinaba un impacto, debido a que los otros deportes del municipio se sentían representados y orgullosos, ejemplo de ser granadinos, de ser marinillos o de ser sonsones, entre otros. Con el solo hecho de verse en un medio, el deportista ya se está enalteciendo y sintiéndose orgulloso de lo que hace, sea

radio, redes o podcast, de ahí el éxito del producto al generar crecimiento emocional y social al deportista.

La realización de este producto constaba de: creación de guión, creación de contenidos por secciones, producción general del programa. Un equipo audiovisual en lo técnico y un invitado, en lo humano eran la combinación perfecta para hacer magia con el contenido planteado en esta ocasión. Los paisajes, la velocidad, los motores, la rapidez, los vuelos, eran elementos de vital importancia para llevar un lenguaje extremo a nuestros seguidores.

La Pre-Pro y Post Producción de este contenido era más fuerte que el de los otros, debido a que existía un desplazamiento a otros municipios, donde también teníamos unas personas que contactar para realizar entrevistas y charlas con ellos. Un trabajo en equipo bien ejecutado es el éxito de la realización de la serie web. Se inicia con conseguir el personaje, posteriormente se trabaja un análisis y estudio de la persona a entrevistar. La premisa para este contenido es: entre menos se conozca de él, mejor va ser la historia a contar.

Producción y post-producción, con ayuda de una cámara, en algunos momentos, un micrófono tradicional de nota periodística y la mejor actitud ante el evento, lo más necesario para la realización de este contenido.

Conclusiones

1. En la vida de cada uno de los integrantes han existido diferentes desafíos vitales, que los han puesto de frente a sus miedos, a sus realidades, estos han sido motor para situarse nuevos retos, creer en sí mismos y en sus compañeros. El hecho de que estén en En Juego ha permitido que se sientan bien con lo que hacen y en confianza con cada uno de los integrantes.
2. En Juego se ha convertido en ese puente para pasar de un mundo académico a uno laboral, por diferentes razones. El colectivo ha permitido a los integrantes poder adquirir un carácter profesional, enfrentarse y relacionarse con diferentes organizaciones, deportistas y profesionales del campo de la comunicación, permitiendo así un crecimiento de cada uno de ellos. Por consiguiente, emocionalmente el cambio de contexto demostró nuevos desafíos y nuevos retos que, En Juego, durante el tiempo que lleva, ha resuelto y actualmente resuelve de manera asertiva.
3. En Juego se convierte, para los integrantes, en el núcleo que guarda sueños, objetivos, y experiencias en común, lo que permite que esas metas no se queden en una utopía, sino que con el apoyo de cada uno de ellos se obtengan resultados en conjunto bastante placenteros para cada uno. Profesionalmente, En Juego ha permitido que todos los integrantes crezcan juntos, pues el colectivo da la posibilidad de enfrentarse a nuevos retos.
4. Culturalmente, cada uno de los integrantes, aunque ninguno ha sido deportista destacado, ha llevado el deporte en su corazón. Por parte de algunos, el interés por

este crece a través de la familia, mediante los gustos inculcados, en otros, el interés surge de parte individual por consumir diferentes medios deportivos internacionales.

5. El Oriente antioqueño se convierte en el escenario perfecto para ser testigo de la materialización de los sueños de seis jóvenes que nunca imaginaron tener impacto en el territorio que tanto aman. Aunque algunos integrantes no son del Oriente, demuestran su interés y su sentido de pertenencia por este, son testigos del crecimiento exponencial que este ha tenido durante los últimos años, y es ahí donde se han encontrado con la necesidad de narrar las historias de vida, la cultura, la forma de vida de los orientales para mostrarla al mundo.
6. En suma, para los deportistas está claro que En Juego promueve la transformación social. Por un lado, en escenarios de municipios que apoyan poco el deporte, aunque haya muchos deportistas que luchan por sus sueños, En Juego cumple el papel de mostrar a esos *luchadores*; por otro, en escenarios donde sí existe un apoyo institucional más claro, los programas radiales dan a conocer y promueven a la participación del deporte, y esto agrega un interés adicional a lo propiamente deportivo. El deporte cambia la vida de las personas. En Juego es un canal que amplifica lo que sucede con el deporte aficionado desde adentro de los deportistas (sus vivencias, sus miedos, sus retos...), desde lo comunitario (los torneos, los encuentros...), desde lo institucional (los programas, los proyectos de alcaldías e institutos deportivos), y, en síntesis, desde lo social, ayuda a fortalecer un tejido de relaciones que se encuentran en crecimiento y consolidación.
7. Desde sus percepciones, los deportistas consideran diferentes aspectos que, En Juego, como colectivo, motiva a realizar: la satisfacción de ver que el deporte permite el cambio de vida, les motiva a verse a sí mismos como profesionales, enfatizar en su formación como personas y, luego, como deportistas. En este punto, según los deportistas, En Juego motiva, porque no informa solo cuando ellos ganan, sino que también se encarga de su historia y el proceso que hay detrás.
8. En este punto, reconocen que En Juego influye cada vez más en su proceso como aficionados; para ellos es sinónimo de satisfacción y motivación llegar a ser entrevistados y reconocidos en un medio deportivo como este. En Juego, afirman, motiva a los pequeños deportistas a que crean en ellos mismos, dado que la [mass]mediación resignifica las sesiones de entrenamiento, los regímenes de disciplina, las dietas, las horas de competencia, y los convierte en motor para volverse competitivo y dar más de sí.
9. Para los entrevistados es muy importante que se evidencien los procesos del deportista, el trasfondo y la historia, puesto que deportistas y logros hay muchos, pero hay pocos medios que se centren en la historia (en el cómo se han logrado los triunfos, cómo se han vivido las derrotas, y, sobre todo, cómo se insertan estas marcas externas en las biografías de cada quien).
10. Estas valoraciones son importantes porque el potencial de los deportistas del Oriente antioqueño cada vez es mayor, y En Juego surge como *la voz* de los deportistas locales y, a la vez, es el canal para romper estigmas frente algunas disciplinas deportivas que usualmente no reciben atención de los medios (ni de la sociedad). Es, en resumen, un medio que permite la visibilización de *lo alternativo*.

11. Al conocer el seguimiento de los contenidos digitales más exitosos de En Juego como medio de comunicación, ha quedado claro que las redes sociales le han permitido a En Juego convertirse en un canal deportivo idóneo para contar historias de diferentes deportistas del territorio, además la estrategia de utilizar diferentes formatos periodísticos como la crónica, la entrevista y los perfiles en diferentes formatos digitales han permitido ha sido el factor diferenciador a los demás medios de comunicación deportivos del Altiplano del Oriente Antioqueño.
12. El génesis de En Juego como colectivo, nace de una iniciativa radial, la cual perdura en el tiempo en diferentes diales de la región, además, como un contenido transmedia que evoluciona a otro formato, llamado Podcast, llegando a una conclusión de este contenido, podemos decir que, hemos estado siempre ligados con este medio tradicional de la comunicación.
13. Se puede definir que los contenidos digitales de En Juego se han convertido en exitosos debido a que ningún otro medio de comunicación deportivo Oriente antioqueño se ha interesado por contar las historias de deportista aficionados de forma creativa, con contenidos en redes sociales y a través de las nuevas tendencias del periodismo.
14. Los contenidos digitales de En Juego han generado una sensación diferente en el público local, el sentimiento que brinda a los deportistas verse en los contenidos ha permitido que ellos, familiares y amigos repliquen el contenido y que más personas lo vean, esto gracias a las estrategias utilizadas en redes sociales.
15. En juego está generando agenda informativa y narrativa deportiva en el Oriente Antioqueño, esto le ha permitido posicionarse como medio de comunicación, además, está generando opinión pública desde sus contenidos y las historias de deportistas significativos para la región.
16. Es importante resaltar que En Juego y sus contenidos mediáticos están fundamentados epistemológicamente gracias al programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente por ser quienes hacen de sus estudiantes profesionales íntegros y con las capacidades de generar impacto a través de estrategias comunicacionales como las que aplica En Juego.
17. La sección de deportes alternativos y extremos “Extreme Sesión”, se ha convertido en una de las acciones comunicacionales de En Juego más exitosas del proyecto, esto debido a que, a diferencia de otros medios de comunicación, En Juego, encontró un interesante nicho de mercado que lo reconoce como el medio de comunicación que habla de este tipo de deportes y de deportistas. Cabe resaltar que en base a esto En Juego ha sido visto por proyectos locales como DUMNT, Ruta y Roca y diferentes grupos el medio de comunicación idóneo para contar sus historias. Así mismo Extreme Sesión ha posibilitado el reconocimiento de disciplinas emergentes que en ocasiones son desconocidas por la comunidad local.
18. Según todo el trabajo analizado, En Juego arrojó resultados los cuales ya estamos viendo y siendo parte de esa realidad, es decir, el hacer radio es una necesidad del

colectivo, es algo que debe hacerse si o si, la radio es un medio que posibilita de nuestra mirada aficionada, una gran participación de los deportistas.

19. Los contenidos digitales de En juego han permitido que los mismos estudiantes de la UCO y de otras Universidades piden estar en el proyecto porque han visto una buena manera de hacer periodismo deportivo alternativo.
20. Por último, resaltar que En Juego, como proyecto de investigación se ha convertido en un medio de Comunicación Deportivo importante y necesario para el territorio. Esto gracias al trabajo de cuatro años que han permitido que en juego sea un modelo de negocio exitoso, que se mantiene económicamente y que cada vez crece más en público y en integrantes de trabajo.

Referencias (Citadas)

- **Tinto Arandes, José Antonio, 2013**, El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen **137**
- <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
- López Noguero Fernando, 2009 El Análisis de Contenido como método de investigación, 168
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>
- Beltrán Luis Ramiro, el pensamiento comunicacional propio y emancipador en Latinoamérica rebelde, 128
- Martínez Katherine, Investigación Descriptiva: Tipos y Características, 3
<file:///C:/Users/Asus/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Natalia Aruguete, Framing. La perspectiva de las noticias, 73,
<https://core.ac.uk/download/pdf/61699529.pdf>
- Carlos Scolari, 2013, Barcelona, Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan, 249.
<https://rii.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/624/Narrativas...%20rese%C3%B1a.pdf?sequence=1>
- Yolanda Puyana V. Juanita Barreto G., Universidad Nacional de Colombia, **La historia de vida: Recurso en la investigación cualitativa Reflexiones metodológicas**, file:///C:/Users/Asus/Downloads/historia_de_vida.pdf
- Albert Vidal Raventós, *Simbólics psicoteràpia*, fecha 19 de diciembre del 2015. En línea: <http://www.simbolics.cat/cas/historia-de-vida-que-es-y-como-hacerla/>
-

- Chárrez Cordero, M. *Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa*- Revista Griot (ISSN 1949-4742) Volumen 5, Número. 1, Diciembre 2012.
-
- Gazeta de Antropología, 1998, 14, artículo °10. Historias de vida como método de acercamiento a la realidad social. En línea:
http://www.ugr.es/~pwlac/G14_10JuanCarlos_Checa-Angeles_Arjona.html o
http://digibug.ugr.es/handle/10481/7548#.WMdLzdI1_IU
-
- Henao Duque, S. *Etnografía desde el interaccionismo simbólico: historia de vida de Eduardo*, 2013. Dialnet