

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación

TRABAJO DE TITULACIÓN

**“ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS PERSONAJES INTERPRETADOS POR JAIME
GARZÓN EN EL PROGRAMA TELEVISIVO DE INFOENTRETENIMIENTO ‘QUAC
EL NOTICERO’ EN CADENA UNO, PERIODO 1995-1997”**

Autora:

Nancy Elizabeth Diaz Zea

Tutor:

Msc. Vinicio Palacios

Riobamba - Ecuador

Año 2021



DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Tutor: Msc: Vinicio Palacios **Cédula:** 0603145848

Miembro tribunal: Msc: Galo Vásconez **Cédula:** 0604245332

Miembro tribunal: Msc: Ramiro Rúales **Cédula:** 06020330003

2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Diaz Zea

Nombres: Nancy Elizabeth C.I / **Pasaporte:** 1721313763

Título del Proyecto de Investigación "Análisis del discurso de los personajes interpretados por Jaime Garzón en el programa televisivo de infoentretenimiento 'Quac El Noticero' en cadena uno, periodo 1995-1997"

Dominio Científico: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA

Línea de Investigación: Comunicación y cultura

3. CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	Sí	
Resumen	Sí	
Introducción	Sí	
Objetivos: general y específicos	Sí	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Sí	
Metodología	Sí	
Resultados y discusión	Sí	
Conclusiones y recomendaciones	Sí	
Referencias bibliográficas	Sí	
Apéndice y anexos	Sí	



Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (x)** / NO() es favorable el dictamen del Proyecto escrito de investigación, obteniendo una calificación de 9.76 sobre 10 puntos.

Msc. José Vinicio Palacios
TUTOR

Msc. Ramiro Ruales Parreño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**GALO XAVIER
VASCONEZ
MERINO**

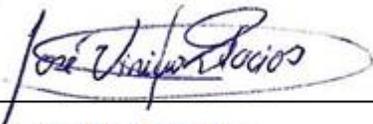
Msc. Galo Vásconez Merino
MIEMBROS DEL TRIBUNAL

INFORME DEL TUTOR

Yo, José Vinicio Palacios Carillo, en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación titulado: **“ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS PERSONAJES INTERPRETADOS POR JAIME GARZÓN EN EL PROGRAMA TELEVISIVO DE INFOENTRETENIMIENTO ‘QUAC EL NOTICERO’ EN CADENA UNO, PERIODO 1995-1997”**, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por la señorita Nancy Elizabeth Diaz Zea, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa publica y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, julio 2021

Atentamente,



Msc. Vinicio Palacios
TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo Nancy Elizabeth Diaz Zea, con cédula de identidad número 1721313763, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación titulado: **“ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS PERSONAJES INTERPRETADOS POR JAIME GARZÓN EN EL PROGRAMA TELEVISIVO DE INFOENTRETENIMIENTO ‘QUAC EL NOTICERO’ EN CADENA UNO, PERIODO 1995-1997”**

Riobamba, julio2020.

Atentamente,



Nancy Elizabeth Diaz Zea

CI: 1721313763

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a todos aquellos quienes, a pesar de las circunstancias, se levantan día a día y siguen soñando por un mundo mejor, por ver a su país con ojos de esperanza y creer en que todo puede mejorar; a aquellos que luchan por tener un futuro mejor y se comprometen consigo mismos; y claro está a Jaime Garzón que fue y será la voz de una Colombia en busca de la paz, y que impulsa cada vez a más jóvenes a luchar por la verdad, la justicia, y la libertad de expresión.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis maestros por no dejarme rendir semestre a semestre, por enseñarme cada día valores tan importantes como la perseverancia, el respeto, y el ser fiel a mis principios; especialmente a los docentes Ramiro Rúaes por su paciencia; Julio Bravo, por creer en mí aun cuando yo no lo hacía; Belén Avalos, por la confianza que siempre depositaba en mí y por mostrarme el mundo de una forma distinta; Guillermo Zambrano, por su forma tan particular de enseñar siempre con una sonrisa en el rostro; Myriam Murillo, por nunca dejarme rendir y que me impulsó a terminar la carrera semestre a semestre; Carlos Larrea, por siempre mostrarme lo obviamente lógico tanto en la academia como en la vida; Raúl Lomas, por su forma tan particular de enseñar; y, a todos a quienes hicieron parte de este viaje que es la universidad porque más que una carrera es una enseñanza y una prueba de valores.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN.....	II
INFORME DEL TUTOR	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
LISTA DE TABLAS	IX
LISTA DE GRÁFICOS	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I	1
1. MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Objetivos.....	2
1.2.1 General.....	2
1.2.2 Específicos.....	2
CAPÍTULO II.....	3
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1 Estado del arte.....	3
2.2 Comunicación	5
2.3 Teoría Funcionalista de la Comunicación.....	5
2.3.1 Modelo de Harold Laswell.....	6
2.3.2 La aguja hipodérmica.....	7
2.4 Infoentretenimiento.....	8
2.5 Televisión.....	9
2.5.1 Contenidos televisivos	10
2.6 Quac El Noticero.....	10
2.6.1 El discurso de Jaime Garzón.....	11
2.6.2 Representación.....	12
2.7 Construcción social.....	13
2.8 Responsabilidad social.....	14

CAPÍTULO III.....	15
3 MARCO METODOLÓGICO.....	15
3.1 Método de investigación	15
3.2 Tipo de investigación.....	15
3.2.1 Según la profundidad: descriptiva.....	15
3.2.2 Según la finalidad: básica.	15
3.2.3 Según el alcance temporal: sincrónica.	15
3.2.4 Según el carácter: cuali cuantitativa.....	15
3.3 Diseño de la investigación: no experimental	16
3.4 Población y muestra.....	16
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	16
3.5.1 Técnicas	16
3.5.2 Instrumentos.....	16
CAPÍTULO IV.....	17
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	17
4.1 Resultados de las matrices de análisis del discurso	17
4.1.1 Matriz del análisis de los personajes más relevantes interpretados por Jaime Garzón	17
4.2 Resultados de los cuadros de análisis	22
4.3 Resultados de las entrevistas.....	24
4.4 Discusión de resultados.....	29
CAPÍTULO V.....	31
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	31
5.1 Conclusiones	31
5.2 Recomendaciones	31
CAPÍTULO VI.....	33
6. PROPUESTA.....	33
6.1 Desarrollo del artículo científico.....	33
ANEXO	53
Anexo 1 Entrevista realizada a Andrey Vélez	53

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1.** Análisis de los personajes creados por Jaime Garzón ... ;**Error! Marcador no definido.**
Tabla 2. Análisis de los capítulos de 'Quac El Noticero' ;**Error! Marcador no definido.**
Tabla 3 Resultados de las entrevistas..... ;**Error! Marcador no definido.**

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1:** Aparición de los personajes en los 14 capítulos ;**Error! Marcador no definido.**
Gráfico 2: Temas tratados..... ;**Error! Marcador no definido.**
Gráfico 3: Expresiones usadas ;**Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

Análisis del discurso de los personajes interpretados por Jaime Garzón en el programa televisivo de infoentretenimiento ‘Quac el Noticero’ en cadena uno, periodo 1995-1997

Autora: Nancy Elizabeth Diaz Zea

Tutor: Msc. Vinicio Palacios

En los años noventa el periodista Jaime Garzón, difunde un programa de infoentretenimiento denominado ‘Quac El Noticero’, en la que analiza dentro de un contexto político social el narcotráfico, el abuso de poder, la corrupción y la impunidad. Jaime Garzón con el afán de ser un mediador de paz para Colombia propone la difusión de un espacio creativo y crítico en base al estado actual de lo que pasa en el país. Con una metodología cualitativa, se identifica seis actores protagónicos, mediante el análisis del discurso se describe su apariencia y personalidad que además analiza doce episodios de muestra que Colombia mantiene. El objetivo principal es dar relevancia y veracidad al infoentretenimiento contando con el desempeño de Jaime Garzón como periodista que planto y creo un espacio televisivo de crítica y entretenimiento, marcando un precedente, en los medios colombianos, al mostrar una forma innovadora en la época de dar información, con un toque de humor y sátira que hablaba de temas realmente importantes del país, llegando a más allá de una segmentación.

PALABRAS CLAVES: Infoentretenimiento, análisis del discurso, periodismo, información, televisión.

ABSTRACT

Analysis of the speech of the characters performed by Jaime Garzón in the infoentertainment television program ‘Quac el Noticero’ in cadena uno, period 1995-1997

Autora: Nancy Elizabeth Diaz Zea

Tutor: Msc. Vinicio Palacios

In the 1990s, journalist Jaime Garzon, broadcast an infoentertainment program called ‘Quac El Noticero’, in which he analyzes drug trafficking, abuse of power, corruption and impunity within a social political context. Jaime Garzon with the desire to be a peace mediator for Colombia proposes the dissemination of a creative and critical space based on the current state of what is happening in the country. With a qualitative methodology, six leading actors are identified, through the analysis of the discourse their appearance and personality are described that also analyzes twelve sample episodes that Colombia maintains. The main objective is to give relevance and veracity to infoentertainment, counting on the performance of Jaime Garzon as a journalist who planted and created a television space for criticism and entertainment, setting a precedent, in the Colombian media, by showing an innovative way at the time of giving information, with a touch of humor and satire that spoke of really important issues in the country, reaching beyond a segmentation.

KEY WORDS: Infotainment, discourse analysis, journalism, information, television.

Reviewed by:
Danilo Yépez Oviedo
English professor UNACH
0601574692

INTRODUCCIÓN

Se realizó él un análisis de los diversos personajes interpretados por Jaime Garzón en su programa televisivo “Quac El Noticero” en los años 95-97 del siglo pasado, siendo este un programa de infoentretenimiento con el objetivo de dar a conocer el aporte al medio social de programas con este formato para informar a la sociedad de temas con alto grado de relevancia, y que pasan desapercibidos por los noticieros tradicionales al usar palabras técnicas que en ciertas ocasiones no es entendible, ya sean de carácter legal, económicos, o políticos. Jaime Garzón un personaje polifacético, pionero del humor político en Colombia, empieza su trabajo con el programa llamado “ZOOCIEDADTV” realiza notas periodísticas sobre la política entre los años 90 y 93, a partir del 95 hasta el 97 con el programa “QUAC EL NOTICERO”, cuando este último fue cancelado su carrera emprendió una nueva travesía con el programa “LECHUZA Y CM&” que estuvo al aire desde el 97 hasta el día en que asesinaron a Jaime el 13 de agosto del 1999.

Puede ser remitidos los antecedentes que se aborda para este tema el trabajo realizado por Sara Ortells Badenes denominado “La Consolidación de los Programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español” este realiza un análisis del programa que se realizó en España y fue emitido por en la programación de Telemadrid en el cual ella llega a la conclusión de:

Estos nuevos programas distribuyen una secuencia de aspectos que, aun tomando como base, propiedades de géneros tan asentados como el informativo o la diversión, su forma de integrar los patrones productivos de ambos géneros da como resultado un estilo exclusivo que se transforma sin lugar a dudas en un género periodístico diferente. (Badenes, 2011)

El objetivo de este estudio es dar a conocer la importancia del infoentretenimiento dentro de los medios de comunicación y su relevancia entre las audiencias, a quienes se les debe una información más clara y entendible reduciendo el tecnicismo para una mayor comprensión de la realidad que vive la región/país. Por otra parte, dejar en alto el rol que desempeñó Jaime Garzón en su interpretación de varios personajes que eran más identificados por las audiencias.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Planteamiento del problema

Durante la emisión de “QUAC, EL NOTICERO” la revista semana realizn una nota periodística sobre este programa y menciona que el mismo, consolidó el humor político en la televisión durante la década de los noventa, se puede ver una frase jocosa hecha por la revista sobre el programa que menciona “no quedó títere con cabeza entre la clase dirigente colombiana, en una parodia de noticiero que le tomó el pulso minuciosamente al circo del país” (Semana , 1997). El programa fue emitido durante 30 meses, tuvo un total de 114 emisiones y su última trasmisión se realizó el 26 de abril de 1997.

Con Quac El Noticero, (Vargas F. A., 2017), menciona que: “se consolidó el humor político en la televisión colombiana, la figura de Jaime Garzón alcanza un gran protagonismo a nivel nacional por su original propuesta de difícil imitación ya que argumentaba entre un análisis político, el bufón de la política y el actor cómico mofándose de los excesos del estado dando a entender a la sociedad colombiana lo que realmente a su apreciación sucedía en el país” (p. 11).

La realidad que se vivía en ese entonces marcado por el contexto político-social, la corrupción, el narcotráfico, los abusos del poder, impunidad campeando en el país; Jaime encuentra los recursos necesarios para llegar con una propuesta creativa, crítica y aguda, que demandaba una atención profunda sobre la situación del país.

La irreverencia con que Jaime Garzon transmite las notas periodísticas hacen que sea un icono en contra de la política, rechazando lo que ha sido establecido por los anteriores políticos por medio de sus originalidad e ingenio para usar la comunicación como herramienta para criticar al régimen de turno, llegando al espectador con un mensaje fresco fácilmente digerible para el televidente

Jaime Garzón es inolvidable dentro de la televisión colombiana, puesto que marcó un antes y un después en la forma de tocar temas delicados y de gran importancia para el país y, a pesar de que ya pasaron 21 años de su asesinato, está presente en la memoria de los colombianos como aquel que no tuvo miedo de contar la verdad de un estado represor a pesar de las represalias que este le pudo haber implicado durante la realización de su programa.

Este tipo de programa invita a pensar que, si bien las audiencias piden temas de interés, al fin de cuentas no les prestan la debida atención, y esto se puede deber a la forma en que comunican el mensaje, puesto que la mayor parte de cosas que se dice o hace desde el gobierno son de carácter económico, político, legal, que el oyente en muchos casos no logra entender y termina aburriéndose fácilmente y acuda a programación que sea de su agrado, por lo tanto, el infoentretenimiento es una gran forma de captar a la audiencia, mientras entretienen a un público que está más condicionado a los programas de entretenimiento, se les va dando a conocer temas de interés nacional.

Es así que el infoentretenimiento puede entrar como una de las opciones adecuadas para llegar a las audiencias de una forma en la que el mensaje sea receptado adecuadamente, con ayuda de un lenguaje más simple y que cree un conexión entre audiencia y medios de comunicación; razón suficiente para realizar un análisis de un programa de este tipo durante un tiempo considerable y entender su importancia dentro de la televisión con la finalidad lograr entender las pautas que se pueden usar acorde a los tiempos de redes sociales.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- Analizar el discurso de los personajes interpretados por Jaime Garzón en el programa televisivo de infoentretenimiento ‘Quac El Noticero’ en cadena uno, periodo 1995-1997.

1.2.2 Específicos

- Analizar al infoentretenimiento como género periodístico.
- Identificar los elementos discursivos empleados por Jaime Garzón en el programa Quac El Noticero.
- Elaborar un artículo científico para el envío a una revista indexada a partir de los resultados del presente trabajo de titulación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

La visión de los siguientes estudios posibilita descubrir, desde la teoría, cómo el concepto de infoentretenimiento es de relevancia en los programas comunicacionales dentro de la televisión y la forma en cómo fue y se puede presentar al público.

Robles (2017), en su trabajo de grado “Análisis del infoentretenimiento en el periodismo deportivo *televisivo* en España: los casos de ‘Deportes Cuatro’, ‘Jugones La Sexta’, ‘El Golazo de Gol’ y el ‘Telediario 1’ de TVE” nos habla desde el punto de vista deportivo, a través nos da a entender que este tipo de programas de infoentretenimiento se está abriendo un gran espacio dentro de la televisión con la finalidad de captar más audiencia. “Este estudio inspecciona las propiedades del infoentretenimiento televisivo de hoy en los programas de deportes”, dentro de los horarios que tienen más fuerza para así dar a conocer el cambio por el cual están atravesando los medios de comunicación y más aún la televisión.

(Gonzalo, 2015, pág. 1), en su artículo indica que “examina de manera conceptual y empírica el desarrollo de espectacularización de la prensa de España de referencia desde la aplicación de los aspectos identificativos del Infoentretenimiento a las novedades económicas publicadas en los dos primordiales diarios de información general”, lo cual nos hace ver que así sea de una forma macro o micro se está estudiando el Infoentretenimiento en los distintos campos de la comunicación, y que se está tomando de una forma seria este tipo de información, en donde por medio de una nueva estrategia comunicacional se está tocando temas de relevancia.

De su lado, Claudia Delgado en el año 2014 describe en su trabajo de tesis “Los programas de infoentretenimiento en la tv peruana de señal abierta”. Relata que, los programas de infoentretenimiento “Brinda elecciones, fundamentadas en estudios de audiencias y expertos en medios, a uno de los inconvenientes del periodismo actual: la pelea entre información y diversión” (Delgado, 2014, pág. 6). Lo que en sí da lugar a una fusión entre lo que es considerado entretenimiento y lo que es información, un nuevo género televisivo que reúna las dos mejores partes de estos, algo que sea atractivo para las audiencias, y que aparte brinde un factor extra al ser enriquecido con temas de gran importancia e interés.

Por otra parte, Malaver (2014), en su trabajo de tesis “Tras las Máscaras de Jaime Garzón” otorga a comprender algo más a hondura sobre el aspecto humano de Garzón, tanto en su historia personal como en cada trabajo y personaje interpretado en la tv colombiana, en su programa de Infoentretenimiento Quac en el que interpretaba diferentes individuos que son en este momento icónicos dentro de la televisión de este país, los cuales fueron de enorme apego y aprecio dentro de las audiencias, Entretanto Gálvez (2014), en su trabajo “El infoentretenimiento en Ecuador: estudio de recepción de audiencias del programa de televisión ‘Vele, vele, vele’ en jóvenes de Quito” explica que en su primer capítulo se define lo que significa el infoentretenimiento y que este no fue estudiado a profundidad en el Ecuador, la forma en cómo se informa con el lenguaje coloquial y con el toque de entretenimiento que se le da al infoentretenimiento.

En el año 2012 Sara Ortells en su trabajo “Infoentretenimiento y periodismo político en televisión” da a conocer que, según estudios, los temas de carácter políticos son más consumidos por medio de la televisión en la cual el Infoentretenimiento está irrumpiendo y que afecta la construcción del mensaje informativo, convirtiéndose en sí, en un fenómeno dentro del periodismo con rasgos propios y con características inherentes al género entretenimiento (Ortells, 2012, pág. 9). Lo que hace ver que para llegar al público objetivo se deben emplear nuevas técnicas y formas de informar en donde se atraiga en interés del televidente.

Badenes (2011), en su tesis doctoral “El infoentretenimiento en el periodismo audiovisual, la transformación del género informativo en televisión”, investiga el fenómeno del infoentretenimiento entendido como un nuevo género periodístico que cuenta con sus propios programas, incluidos en las parrillas de programación de televisiones públicas y privadas” los cuales de una forma distinta a las habituales da información de una forma entretenida pero sin carecer la seriedad necesaria; esta nueva forma de informar da, en cierta parte, voz a los que no la tienen dentro del campo periodístico y da la posibilidad de inserción de personajes anónimos.

Ahora bien, analizando las diversas investigaciones sobre el Infoentretenimiento y el papel de Jaime Garzón dentro de este género el cual toma cada vez más fuerza dentro de la televisión en distintos países y es tomado como un recurso para poder hacer ciertos temas más digeribles ante las audiencias, podemos decir que será la forma en la cual los medios de comunicación toquen temas de gran importancia de una forma atractiva, pero no menos importante ante los públicos.

2.2 Comunicación

La comunicación es parte esencial en la vida del ser humano, es un proceso inevitable, un intercambio de ideas y pensamientos, esta existe desde el principio de los tiempos; ha evolucionado y adaptado a cada generación, a cada forma de vida, pero siempre mantiene su esencia el unir a los pueblos, aunque cabe recalcar que la mala utilización de esta también ha traído grandes problemas a lo largo de la historia y que, si bien todos tenemos derecho a comunicarnos, siempre habrá quien quiera silenciar a los que se atreven a decir o expresar ideas que no les convienen. Aun así, “la comunicación es siempre un encuentro sociocultural, pero no un encuentro cualquiera, sino uno que en “enactúa”, que hace emerger nuevas realidades (Massoni, 2017, pág. 14).

La comunicación entonces cumple como propósito establecer relaciones entre individuos o grupos de individuos. Esta necesidad recurrente por relacionarnos hizo que supongamos el lenguaje, el cual se convirtió en la base de la comunicación de hoy. Para lograr comunicar “algo”, es requisito buscar la forma de llevarlo a cabo, y es en ese lugar donde entra el complejo período de la comunicación. (Tamayo, 2013, pág. 11)

Decir que la comunicación entre todos los seres humanos es buena sería mentirnos, puesto que aparte de la diferencia de idioma se encuentran otros obstáculos como por ejemplo la ideología y la religión, es entonces que, aunque se puede llegar a comunicarse, siempre estarán influenciados por lo que creen o no correcto y es ahí donde se hace una gran grieta comunicacional.

2.3 Teoría Funcionalista de la Comunicación

Según Martínez (2009), la teoría funcionalista se enfoca al estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, tomando como base a sus primordiales autores y resaltando de sus teorías los elementos que coadyuvan a la comprensión de los medios masivos, con relación a la sociedad tanto desde su criterio individual como global.

Los efectos que se presentan en resultado de los medios masivos pueden ser constantes dentro de la sociedad, sin dejar atrás por supuesto, que toda persona reacciona de una forma distinta dependiendo su entorno y estilo de vida, si bien un medio masivo intenta llegar a un público en específico se utilizará un formato determinado el cual tampoco es que deje a un lado al resto de televidentes, pero que tiene como objetivo llevar un mensaje específico de forma global –

individual, en sí, a pesar de que el contenido esté dirigido a un público en específico se desea también llegar a que cada individuo, de una u otra forma, se sienta identificado.

El resolver problemas funcionales comunes de toda la sociedad es un gran reto, más aún si tenemos claro la gran diversidad de conductas que, de una forma u otra, son problemas tan similares como distintos, pero al fin problemas humanos.

2.3.1 Modelo de Harold Laswell

Harold Lasswell en el año de 1948 formula un modelo de análisis de comunicación en el que a través de 5 preguntas se puede conocer el proceso de comunicación ¿quién, dice qué, en que canal, a quién, y con qué efecto? (Tolé, 2020, pág. 10) Una breve opinión sobre Harold Lasswell es citada a continuación.

Lasswell se veía muy interesado en la teoría funcionalista se enfoca al estudio de los efectos de los medios de comunicación masiva, tomando como base a sus primordiales autores y resaltando de sus teorías los elementos que coadyuven a la comprensión de los medios masivos, con relación a la sociedad tanto desde su criterio individual como global. (Magaña, 2016).

Los tiempos han cambiado y la forma de comunicar ya no es solo de un grupo en específico, ahora un teléfono inteligente con acceso a internet puede transmitir la información en el acto, esto no quiere decir que la información sea fehaciente, ya que todas las personas pueden modificar el mensaje y a conveniencia propia, acorde a los públicos objetivos que estos tengan, sin embargo esto también a representado en formar una sociedad de titulares, en donde el titulo más grande y llamativo en las portadas de un periódico o redes sociales terminen generando una avalancha de críticas a favor o en contra del titular expuesto, Y es así que una persona se toma muy en serio el trabajo de comunicar y ha prouesto modelos para reconocer el efecto:

Para Lasswell los dos elementos más indispensables son el efecto y el receptor, por medio de estas superficies no tenemos la posibilidad de comprender el desarrollo de comunicación, y este modelo pervive en esta jornada, se utiliza para entablar las bases del estudio de la comunicación fundamenta los estudios de la comunicación por medio de su modelo hink, (Galeano, 1997, pág. 30).

El autor nos habla sobre el efecto y el receptor, pero no indica sobre lo que ahora se podría decir que es importante o al menos notable dentro del proceso de comunicativo que es la persona que

realiza la investigación o informa la nota periodística, el periodista pasa a ser una figura pública, la cual se va formando una reputación y sus palabras tiene impacto y consecuencias en el ámbito de la comunicación, si la persona que habla sobre un tema que puede ser una gran verdad, pero carece de credibilidad lo que diga no será creíble ante la sociedad, en comparación de alguien que tenga una buena reputación dentro del ámbito comunicacional, como fue el caso de Jaime Garzón, que, hablaba sobre los temas más relevantes de Colombia de una forma entretenida diferente al noticiero convencional, tenía acogida sobre el público que lo veía y escuchaba y se notaba que él podía influir en la opinión pública.

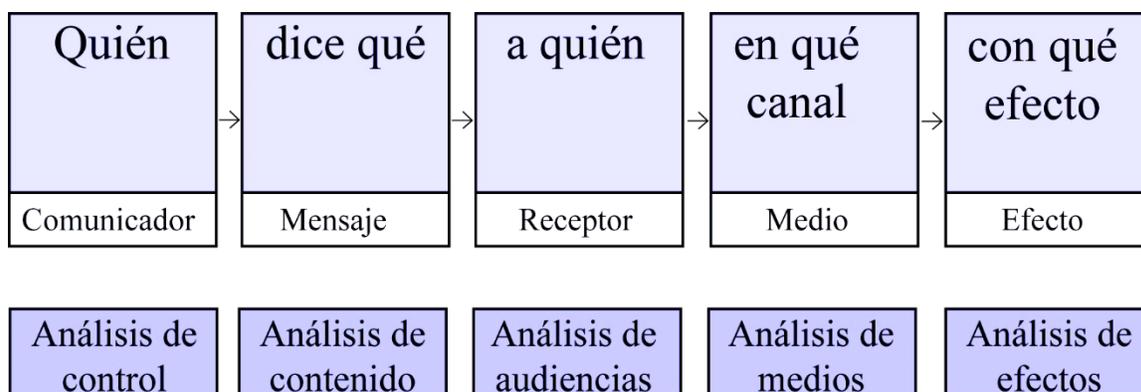


Ilustración 1 Modelo de Harold Laswell

Fuente: Elaboración Propia

2.3.2 La aguja hipodérmica

Teoría donde se trata de explicar cómo los medios de comunicación influyen sobre los espectadores, es como una inyección, como una medicina es la información que es inyectada y que, poco a poco, llega a cada parte del cuerpo, en esta analogía, la sociedad.

Magaña (2016), nos habla sobre Lasswell quien confirmaba que la publicidad es el exclusivo medio de apego hacia las masas. “La aguja hipodérmica” es como llama Lasswell a su teoría, la cual ofrece que los mensajes de los instrumentos sociales para informar y comunicar son recibidos de forma traje frente el público; los individuos están automatizados, masificados. Lo que nos da a entender que la información es receptada por las audiencias de una forma automática sin filtro alguno, esta teoría puede que haya cambiado con el pasar del tiempo puesto que ahora todo lo que los medios digan o informen es cuestionado por gran parte de la sociedad, ya todo pasa por filtros y esto puede ser por el simple hecho que ya se tiene más acceso

a la información, y gracias a personajes que utilizan esta teoría de una manera productiva por medio de programas en donde se empezaban a cuestionar la imagen de varios personajes y dándole relevancia a temas realmente importantes sin miedo alguno.

Fernández y Galguera (s, f. pag.101) mencionan que “la Aguja Hipodérmica, considera que la naturaleza básica de los individuos es uniforme, y que todos corresponden de forma determinada ante los estímulos mediáticos”. Sin embargo, como ya mencionamos en el párrafo anterior, esto ha ido cambiando a través del tiempo, aunque sin duda alguna, los individuos siguen ciertos patrones: ya no lo hacen de la misma manera, ya se ha dividido esta “uniformidad”.

2.4 Infoentretenimiento

Es una propuesta en la que el estilo de comunicar lo es todo, la esencia del contenido sigue estando intacto, el público es más objetivo considerando todos los estratos, pero con más énfasis en las personas de estratos bajos, ya que se encuentra una alta concentración de desinformación e ignorancia en temas políticos que le afectan directamente, Jaime Garzón traía los temas complejos de entender a un argot más popular, digerible para los espectadores, en este sentido el infoentretenimiento, Salome Berrocal, Eva Campos & Redondo (2012, pag.66) refieren que:

Desde la década de los 80s diferentes investigaciones, que son tomadas de universidades internacionales como nacionales, se tomaron en cuenta criterios que de una alteración en la naturaleza de la información de los espectadores la cual consistente en unir la información con el entretenimiento. Para referirse a este desarrollo se empezó a usar el concepto anglosajón infotainment y su traducción al español infoentretenimiento, un vocablo que expone la inclinación en el periodismo principalmente en la pantalla chica, a difuminar, las fronteras entre pretensiones comúnmente distantes y también opuestas. La expresión deja clara el desarrollo hacia la combinación de estos formatos para un mensaje audiovisual donde información y entretenimiento se unen.

Es entonces que el infoentretenimiento surge como una nueva forma de informar y se inició dentro del periodismo televisivo, claro está que también se fue desplazando a otros medios como lo son: radio y prensa, en donde de a poco se ha ido abriendo camino y es cada vez más común encontrar programas con este nuevo formato.

Gonzalo Berrocal, en el año 2004 destaca el tipo de periodismo que se transmite a través del infoentretenimiento, su contenido es diferente a los programas tradicionales y es maleable a los diferentes medios de comunicación como bien lo describe en la siguiente cita:

El fenómeno enraíza en el sensacionalismo informativo que se origina en la primera generación de la prensa popular destinada más al pasatiempo que a la información y hace referencia a una tendencia periodística hacia la representación de la realidad en clave espectacular que puede producirse en cualquier medio de comunicación. (Berrocal G. , 2015, pág. 81).

Avilés describe el proceso de la siguiente manera: “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de la forma más rigurosa posible” (Avilés, 2007, pág. 51)

2.5 Televisión

La Televisión es el medio de comunicación con mayor trascendencia en la forma de comunicar. Al ser una “ventana” de la realidad proporciona una experiencia más directa de los acontecimientos, la televisión transmite al espectador la información que el periodista, presentador o guionista quiere transmitir de la “realidad” que está sucediendo, y esto contribuye poderosamente a formar la opinión pública.

Existen estudios en diferentes regiones del mundo que tratan de explicar el comportamiento que impone la televisión en la sociedad. La imagen domina sobre la reflexión y transforma en obsoleto todo lo que no aparece en pantalla e incluso los medios digitales se han convertido en una “televisión” alternativa. En 1953 surge como estructura de comunicación y negocio, desde entonces hasta ahora es difícil pensar un mundo si ella. En la televisión se ha encontrado una forma de transmitir los mensajes más potentes que han quedado en la historia de la humanidad. Los ojos reciben en pocas horas más imágenes que durante cientos de años recibieron decenas de generaciones anteriores a la nuestra. (Fernandez M. , 2005).

Naranjo en el año 2011 describe con un breve párrafo lo que él considera ha sido el impacto en la sociedad la televisión.

La televisión la forma más habitual de los instrumentos sociales para informar y comunicar desde la década de 1950, más allá de que fue inventado años atrás, tres cadenas, NBC, CBS YABC, dominaron la tv en los 90s. Simultáneamente las redes de

cable comenzaron a hacer más configuraciones locales de tv que emiten a los afiliados, aunque sin dependencia en relación a propiedad. (Naranjo 2011, pag.29)

2.5.1 Contenidos televisivos

Los vemos a diario, contenidos de distintos formatos y clasificación, se han convertido en parte de la sociedad en la que actualmente vivimos y en la sociedad de hace 20 años, algunos cambian, otros solo evolucionan, y existen los que decidieron transformarse de acuerdo a los nuevos públicos y aquellos que decidieron buscar una nueva forma de hacer los contenidos para darse a entender y explicar las cosas a la sociedad de una forma más digerible y menos acartonada, sin dejar a un lado la importancia y la responsabilidad que se tiene con los televidentes.

Según Eva (2012)

los contenidos televisivos, radiofónicos y también los de la prensa seria buscan, como resultado, ser cada vez más entretenidos, lo cual transporta a despreciar o dedicar menos espacio a los habituales temas de interés público, a fin de buscar nuevos asuntos que despierten la curiosidad del receptor.

Sin embargo, el hecho de que sean entretenidos no significa que no sean de importancia e interés público, pues si bien si hay contenidos de carácter netamente entretenido, en los últimos años ha surgido un nuevo formato en donde se une el entretenimiento con la información, que también buscan además de recuperar audiencias, llamar la atención de nuevas generaciones, quienes cada vez más se están desplazando a las plataformas web.

El comienzo del fenómeno piensa la presencia en los informativos televisivos |tradicionales de novedades frívolas o superficiales que vienen a remover de la escaleta informativa novedades sobre asuntos serios, que corresponden a las superficies de política nacional e en todo el mundo. A esta circunstancia, se agrega el nacimiento de programas que parodian la política y de emisiones en las que ésta se mezcla con las novedades que se relacionan con hechos o al planeta del corazón. (Berrocal & García, 2012, pág. 7)

2.6 Quac El Noticero

Fue la respuesta a la carencia de tacto humano que se realizaban las noticias en Colombia, durante los años 90, y la corrupción de los medios de comunicación en aquel entonces; el transmitir los sucesos del país sin eufemismos o tecnicismos que en una gran parte de la

población pasaban desapercibidos por su forma de comunicar, el informar de una forma más coloquial y por qué no, humorista, sin pasar a la parodia fue la diferencia por la que este programa pasó a la historia. A continuación, se describe el dialogo con el que el programa empezaba:

“Buenas noches, bienvenidos a la mayor desinformación de Colombia y el mundo”, era el saludo con el que María Leona Santodomingo (Diego León Hoyos) y Jaime Garzón recibían a sus espectadores. Se trataba de ‘Quac el noticero’, un programa que resumía los acontecimientos sucedidos en la semana combinando el humor con la política, fue emitido entre 1995 y 1997.

El programa servía como una vía para criticar sucesos de actualidad de la realidad del país y a personajes públicos principalmente políticos. De allí salieron personajes célebres que solo Jaime Garzón con su ingenio pudo dar vida y hacer que el público se sintiera identificado: la cocinera Dioselina Tibaná que contaba chismes de sus empleadores el abogado conservador Godofredo Cínico Caspa, y el universitario John Lenin, el periodista William Garra. (Vargas T. M., 2013, pág. 6)

Personajes que retrataban a cientos de colombianos que laboraban en el oficio que Jaime Garzón realizaba su parodia porque expresaban en gran parte la visión que ellos entendían de los temas relevantes de ese entonces, y al mirar en la televisión personajes con los que el público se podía hasta en cierto grado sentir identificados, se formaba un vínculo entre el televidente y el personaje que, de una forma muy natural, cuestionaba todo y arrojaba su criterio sin tapujo alguno sobre los políticos colombianos.

2.6.1 El discurso de Jaime Garzón

Yo soy un tipo aburridísimo. Creo en la vida, creo en los demás, creo que este cuento hay que lucharlo por la gente, creo en un país en paz, creo en la democracia, creo que lo que pasa es que estamos en malas manos, creo que esto tiene salvación. Garzón (1998, min.4:22)

Palabras de Jaime Garzón que fueron immortalizadas, un personaje que marcó la vida de muchas personas en la década de los 90 época caótica en Colombia la guerrilla, el narcotráfico funcionarios públicos corruptos, medios de comunicación pautados para minimizar o exagerar los hechos era el contexto en el que Jaime Garzón se abría paso en la televisión, con su gran carisma y humor, nunca dejó a un lado la realidad de un país que ha sido golpeado por la violencia durante más de 50 años, y que idealizaba que en su país las cosas pueden cambiar para

bien, personaje amado por muchos, con enemigos en otros sectores, porque las verdades incomodan y mucho más a aquellos que su figura pública fuere amenazada por un periodista que cuenta una verdad con humor.

“Jaime Garzón, colombiano, nace el 24 de octubre de 1960 en Bogotá la capital. En sus primeros años de vida fue formado académicamente en el Seminario Conciliar de Bogotá y para seguir en el Colegio de la Universidad Libre”. (El Heraldo, 2016, pág. 4) “Su peculiar sentido de búsqueda de conocimiento lo llevó a estudiar física hasta aviación, para abandonarlo e ingresar a la facultad de derecho donde se graduó como abogado y pasa a ejercer como periodista. Pero, lo que marcó gran parte de su vida fue su sentido del humor lo cual derivó en aquel personaje único”. (CNN Español, 2018).

Jorge Garzón al ingresar en los medios de comunicación nacional hicieron de él un personaje reconocido y el pionero del humor político de los televisores colombianos, los televidentes sabían que podían divertirse mirando su programa. Por su forma de ser le hicieron cercano a notables personages de la política y grupos irregulares de tal forma que es vinculado a los procesos de paz entre los militares colombianos y los guerrilleros para la liberación de secuestrados en poder de las FARC. (Zeitgeist Media Festival, 2012)

Apareció por un breve periodo de tiempo en el programa 'Zoociedad' y en 'Locos videos', Garzón formó '¡Quac! el Noticiero' (1995-1997). Junto al actor Diego León Hoyos, dio vida a personajes que aún hoy en día tienen vigencia en las redes sociales y en la memoria colectiva de Colombia; Néstor Elí, Inti de la Hoz, 'compañero' John Lenin, 'repostero' William Garra, Godofredo Cínico Caspa o Dioselina Tibaná son los que aún existen personas que imitan sus más memorables interpretaciones. No se cumplió ni una década, y Jaime Garzón cosechó éxito y reconocimiento, convirtiéndose en una figura importante en la palestra pública que inspiraba a algunos e incomodaba a otros. (Sarmiento, 2019)

“Fue un 13 de agosto de 1999 en la que Colombia despierta con una fatal noticia. Dos sicarios acribillan a Jaime Garzón Forero, el hombre que con su peculiar forma humorística hacía reflexionar al país” (Caracol Radio, 2019).

2.6.2 Representación

“La representación mediática de la realidad social es la tarea fundamental de los periodistas” (Soria, 2013, pág. 5). La representación va más allá de vestir y actuar de una determinada

manera, esto lo podemos ver, más que todo, en los medios televisivos los cuales nos permiten ver tanto vestimenta como expresiones de quienes salen en la pantalla chica, pero si nos fijamos más allá de eso podemos ver que no se trata de una representación sino de una determinada parte de la población de aquellos quienes cuentan con los recursos para tener una imagen más “impecable”, eso sí es solo lo que vemos, detrás de eso no sabemos realmente como son , pues bien existen personajes que van más allá de solo una imagen pulcra y que quieren mostrar la otra cara de la moneda, el representar al pueblo sin burlarse de él, es tomarlo en cuenta y representarlo de una forma real y cotidiana, de expresar lo que el pueblo ¿piensa y tal vez no puede ser escuchado.

“Los medios están influenciados por la sociedad y a la vez influyen a la sociedad” (UNESCO, 2016) pero bien sabemos que aunque la sociedad influye a los medios en estos tiempos es una relación de amor odio , amor porque consumen sus contenidos de carácter entretenimiento pero a la hora de ser consumidos, no se sienten representados de la mejor manera ya que sienten que se les oculta algo y son burlados, no expresan lo que realmente el pueblo desea saber, y es entonces donde nos convertimos en una sociedad, donde los medios que deben representar la voz del pueblo se inclinan más a quienes tienen poder en el país.

2.7 Construcción social

La persona transforma su interpretación de la realidad a partir del entendimiento que se transmite en los medios de comunicación. Los medios pregonan varios aspectos de la realidad directa e indirectamente experimentada, expresan escenarios de diálogo y debate social, instrumentos de legitimación y socialización de contenidos, generan conocimiento, son tomados como referentes en el mundo cotidiano a la vez que instituciones que forman parte del espectro social como la academia u organizaciones no gubernamentales socializan aspectos con fuertes implicaciones en el ámbito cognitivo, socioeconómico y afectivo dada su capacidad para agendar sentidos que reproducen y representa la realidad social. (Echeverría, 2015)

Los seres humanos estamos conformados por lo que vemos, experimentamos, sentimos y vivimos, la aparición de la televisión ha hecho que se cambie la forma de percibir la vida, esa pequeña ventana que observa los ojos y que forman en los televidentes un nuevo criterio, conducta que puede direccionarse a la opinión pública, la televisión forma parte de la vida cotidiana de los seres humanos y contribuyen a la construcción social de las sociedades.

Es entonces cuando la televisión es manejada para controlar a las masas de una manera increíble, ya que mientras menos sepa el público es más manejable, así que se crean programas que entretienen, pero no dan más allá de eso, no hacen cuestionar nada ni preguntarse nada, solo consumir sin analizar, y, a los programas que han sido creados para pensar realmente pasan a segundo plano, por los mismos televidentes quienes ya están acondicionados a solo consumir y menos cuestionar.

La realización de programas como el que estamos analizando se enfoca en querer cambiar esa construcción que, si bien no está mal, esta algo errada en su propósito, en fusionar dos géneros, en este caso el entretenimiento y la información, son uno de los pasos indicados para cambiar la construcción social en la que vivimos.

2.8 Responsabilidad social

La Responsabilidad Social es un compromiso voluntario y ético-moral que asume una organización, la cual implica un comportamiento con determinadas conductas, acciones y políticas que cada organización va desarrollando de acuerdo con su propio contexto y realidad. La RS se concreta en la decisión de la organización de establecer buenas relaciones con todas las instituciones, grupos de personas o personas con las que se relaciona, es decir, con todos sus grupos de interés. Los medios de comunicación no escapan de este nuevo enfoque de gestión. (Lozano, 2012, pág. 4)

En este caso los medios se deben a la sociedad y la responsabilidad que tienen con ellos es demasiado grande, ya que es esta misma sociedad la que consume sus variados formatos de programas, si un medio de comunicación no es realista y sincero con las audiencias no está cumpliendo con tal responsabilidad con sus audiencias.

En la actualidad podemos ver la carencia de tal responsabilidad en los medios de comunicación, ya que, aunque se supone deberían ser parciales con todos los tipos de contenidos, siempre se ve su inclinación hacia cierto interés o ideales, ya sean políticas o ideológicas; sin embargo, se han abierto espacios más que todo en las plataformas digitales donde la responsabilidad social es una de las características de este tipo de contenidos.

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Método de investigación

Usando metodologías cuali-cuantitativa se procedió a realizar el análisis discursivo de los personajes que interpreta Jaime Garzón en su programa televisivo de Infoentretenimiento ‘Quac El Noticero’, se tomará en cuenta las características únicas en que se centraba los temas que él abordaba entre ellos a destacar, el enfoque en su discurso, cantidad de personajes interpretados, número de cuestionamientos realizados, cantidad de criterios vertidos sobre los temas abordados y a ser tomados en cuenta en cada emisión a investigar y para transmitirlos en los diferentes programas, por otra parte, se tomó en cuenta la opinión de expertos en la materia de programas de contenidos políticos, humorísticos, y el infoentretenimiento

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Según la profundidad: descriptiva.

La presente investigación es de tipo descriptiva, porque en base a la extracción de datos, se pretenderá determinar la importancia en el análisis de los 14 capítulos del programa de infoentretenimiento ‘Quac El Noticero’.

3.2.2 Según la finalidad: básica.

Tiene como finalidad conocer más sobre el Infoentretenimiento, y su implementación en la representación de personajes interpretados por Jaime Garzón.

3.2.3 Según el alcance temporal: sincrónica.

Se busca conocer qué impacto tuvo el Infoentretenimiento en el periodo de 1995.1997 en los personajes creados y puestos en escena por Jaime Garzón en la televisión con su programa ‘Quac el Noticero’ en el mismo período.

3.2.4 Según el carácter: cuali cuantitativa

Nos orientamos a la interpretación de los personajes interpretados por Jaime Garzón y a los criterios de profesionales en el tema.

3.3 Diseño de la investigación: no experimental

El análisis que se procede a realizar en el contexto social, difícilmente se puede describir de forma cuantitativa las percepciones sociales, o la conducta que adoptan a raíz de una forma de comunicación, la variabilidad de las respuestas está sujeta a la subjetividad de las personas que son objeto de estudio, tal como menciona Javier Murillo en el año 2014, con respecto a la investigación no experimental que se tiene por estudio e este trabajo:

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin maniobrar deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no formamos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en una investigación no experimental es estar a la mira fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo. (Murillo, 2014, pág. 24).

3.4 Población y muestra

Población: El programa Quac el Noticero

Muestra: 14 capítulos existentes, entre ellos el primero y último emitido en Canal Uno

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

- Entrevista
- Análisis del discurso

3.5.2 Instrumentos

- Guía de entrevista
- Ficha de análisis

CAPÍTULO IV

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de las matrices de análisis del discurso

4.1.1 Matriz del análisis de los personajes más relevantes interpretados por Jaime Garzón

Jaime Garzón una persona única en su género interpretó y creó diversos personajes para su programa de infoentretenimiento ‘Quac El Noticero’, pero no solo se limitó a dar vida a estos, sino que también imitó a un gran número de personajes importantes de los años 90, por lo tanto, el análisis es centrado en los personajes que, en cada programa, hacían que se diferenciara del resto agregando valor a la hora de dar las noticias. Se consideró para ello un esquema del análisis de los personajes que interpretaba Jaime Garzón, para describir sus facetas, tomando en consideración el perfil de estos.

Nombre: Jorge Garzón toma un nombre común de Colombia y lo une a un apellido jocoso que se asemeja a los temas que estos tratarán

Edad: Puesto que la opinión cambia conforme el individuo envejece, Jorge escoge para cada representación una edad en la que la opinión o el criterio, será similar a la de una persona de esa misma edad.

Ocupación: El grado de educación que tiene cada persona, forma parte de la opinión y dialéctica que maneja cada persona y hace que el espectador se sienta identificado o representado con aquella forma de hablar u opinar.

Actitud: La actitud es la parte con la que mayormente se sienten identificadas las personas porque se ven reflejadas así mismas en la forma de hablar comportarse, o mover en sociedad, Jorge entiende bien esto y en sus interpretaciones se puede sentir con los primeros segundos en los que interviene

Que representa: El personaje que Jorge crea es en algunos casos una exageración del personaje que se esperaría de la ocupación, la edad del papel que interpreta al momento de realizar sus reportajes periodísticos.

Apariencia: Cada papel que interpreta, mantiene una clásica vestimenta que es común ver en las personas que tienen el oficio que Jorge trata de representar.

Entorno: Jorge se apoya en el ambiente que propicio para comunicar al televidente de una forma jocosa, el tema de interés a transmitir, y que este ayude a comprender el mensaje que prepara para sus espectadores completando la estructura de infoentretenimiento.

Problemática: La problemática, es abordada dependiendo de cada personaje que va interpreta y para darle hacer que encaje el tema con el papel.

En la tabla 1 se describe los personajes en base a las características descritas.

Tabla 1. Análisis de los personajes creados por Jaime Garzón

PERSONAJES

Nombre	Edad	Ocupación	Actitud	Que Representa	Apariencia	Entorno	Problemática
William Garra	26	Periodista	Animoso, alegre y emocionado, poca expresión física	Típico periodista con gran actitud.	Camisa blanca y chaleco del programa, pantalones color caqui, Lentes cuadrados de aumento, peinado impecable.	Siempre cambia de entorno dependiendo de la nota periodística que daba, así sea campo, ciudad u oficinas.	crítica la forma toma de decisiones por parte del gobierno
Dioselina Tibana	35	Cocinera en “El palacio de Nariño”	expresiva, extrovertida chismosa	cocinera campesina que trataba para personas de eran poder	Con vestido tradicional de empleada doméstica de color blanco con negro, de cabello corto de labios pintados de rojo.	cocina con muchos platos y ollas, una gran mesa en la que prepara todas las recetas del poder polaina, rara vez aparece en aloma otra parte de la casa.	la forma en como es manejado el gobierno
Nestor Elf	28	Vigilante del Edificio Colombia	Expresivo con grandes gestos, chismoso	Hombre de clase baja trabajador colaborador chismoso y optimista	De bigote con traje típico de portero con gorro en ocasiones tiene puesto un poncho de lana	Entrada de un edificio, en ocasiones con muchos desechos a su alrededor, una mesa en donde se encuentran 2 teléfonos algunas guías siempre se graba desde afuera por medio de las personas que permanecen abiertas, hasta el último momento, cuando son cerradas	Habla sobre cómo está siendo manejado el gobierno
Inti de la Hoz	25	Reportera Juvenil	Gomela, con gestos muy expresivos, y con aires de superioridad	Chica de estrato alto, superficial y gomela	Ropa de colores brillantes o camisa manga larga y chaleco con adornos florales, cabello corto en ocasiones con capul, que cubre casi sus cejas reloj, anillos, aretes y gafas que si no las tiene puesta están en su cabello el cual siempre esta corto y en distintos colores	varios escenarios dependiendo de lo que se trate la nota informativa, en ciertas ocasiones solo sale en un fondo oscuro y en otras con imágenes atrás de ellas	Desnudar pensamientos tontos, verdades sociales
Jhon Lenin	20	Universitario	revolucionario, expresivo, eufórico, mueve solo el brazo derecho al hablar para dar más énfasis a lo que dice, y opositor al gobierno. la voz de los estudiantes	la voz de los estudiantes	Lentes redondos con suéter de lana, usa una shigra que utiliza de lado, en ocasiones utiliza poncho.	Paredes blancas con aseas, de alguna frase que se muestran al final.	presión por parte de las esferas de poder dentro de las universidades
Godolfredo Cínico Casca	60-70	Abogado Conservador	Satírico, político, severo con los medios de comunicación, aunque maneja una doble moral en algunos de sus discursos.	La ultraderecha	Con buso de intelectual lentes y camisa de manga larga	escritorio con tala biblioteca, personal en la parte de atrás, un lugar un poco oscuro y con una luz tenue que entra por un lado de la escena, con una apariencia de empolvado y antiguo	La exclusión entre clases, el abuso del poder en el país

En esta tabla podemos identificar las distintas características de los personajes principales interpretados por Jaime Garzón, demostrando así su personalidad y su inclinación, más que todo, política; la opinión de aquellos que, dentro de la sociedad, no son tan relevantes pero que sin saberlo se enteran de todo por el tipo de empleo que ejercen, convirtiéndose en ojos y oídos de un pueblo.

4.1.2 Matriz de los 12 capítulos analizados de ‘Quac el Noticero’

En la tabla 2 se describen los capítulos que fueron posibles encontrarlos en la web analizando el contenido de cada uno de ellos, la duración los personajes, las veces que aparecen, el tema tratado y la forma de comunicar el mensaje a través de la expresión que Jorge adopta.

Episodio: Los capítulos encontrados en la web de Quac el Noticero fueron 14 entre los cuales se encuentra el primero y el último lo cual nos permite ver la evolución durante el tiempo que estuvo al aire el programa.

Duración: Se tomó en cuenta la duración de los episodios, para ver si se encontraba algún tipo de variación con el pasar de los capítulos.

Nombre: El nombre de los personajes interpretados por Jaime Garzón en cada capítulo, nos ayuda a tener una idea de la relevancia de la cada uno de ellos.

Número de apariciones: Esto nos deja ver que personajes son más tomados en cuenta en cada capítulo

Temas: Los temas seleccionados para este análisis fueron considerados en torno a la situación del país en los años 90: política, narcotráfico, conflicto armado, corrupción, crisis política, economía y violencia.

Expresión: La expresión utilizada en cada una de las secciones de los programas es de gran importancia, ya que es ahí surgió y nació el infoentretenimiento; las expresiones encontradas son: contradicción, crítica, metáfora, ironía, sarcasmo, reflexión, opinión.

Tabla 2. Análisis de los capítulos de 'Quac El Noticero'

Capítulos		Personajes		Discurso	
Episodio	Duración	Nombre	# de apariciones	Temas	Expresiones
1	21:53	William Garra	2	Política	Contradictorio
		Inti de la Hoz	1	Narcotráfico	Crítica
		Diocelina	1	Conflicto armado	Metáfora
51	21:13	Inti de la Hoz	1	Política	Ironía.
		Néstor Eh	1	Corrupción	Sarcasmo
		Diocelina	1	Crisis política	Crítica
		William Garra	1	Política	Contradictorio
		Godofredo	1	Economía	Reflexión
52	21:41	Godofredo	2	Política	Sarcasmo
		Néstor Eli	1	Crisis política	Crítica
		Diocelina	1	Crisis política.	Crítica
		Inti de la Hoz	1	Política	Metáfora
		Godofredo	2	Economía	Crítica
		Jhon Lenin	1	Violencia	Opinión
77	20:06	Néstor Eh	1	Corrupción	Crítica
		Ilion Lenin	1	Política	Opinión
		Godofredo	1	Política	Crítica
84	20:25	Diocelina	1	Crisis política	Metáfora
		Néstor Eh	1	Conflicto armado	Sarcasmo
		Inti de la Hoz	1	Política	Ironía
		William Garra	1	Conflicto armado	Contradictorio
		Godofredo	1	Narcotráfico	Crítica
95	19:56	Jhon Lenin	1	Economía	Opinión
		Godofredo	1	Política	Reflexión
		Inti de la Hoz	1	Narcotráfico	Sarcasmo
96	22:37	Inti de la Hoz	1	Crisis política	Crítica
		Godofredo	2	Economía	Crítica
		Diocelina	1	Crisis política	Crítica
97	21:30	Diocelina	1	Política	Sarcasmo
		Jhon Lenin	1	Crisis política	Opinión
		Néstor Eli	1	Crisis política	Sarcasmo
		Godofredo	1	Crisis política	Ironía
98	21:27	Inti de la Hoz	1	Política	Metáfora
		Néstor Eli	1	Corrupción	Crítica
		Godofredo	1	Corrupción	Opinión
		Jhon Lenin	1	Economía	Metáfora
		Diocelina	1	Corrupción	Sarcasmo
99	21:24	William Garra	1	Conflicto armado	Reflexión
		Godofredo	1	Violencia	Ironía
		Irá de la Hoz	1	Violencia	Crítica
1(X,	21:53	Godofredo	1	Crisis política	Crítica
		Ilion Lenin	1	Narcotráfico	Ironía
117	20:49	Inti de la Hoz	1	Economía	Crítica
		Jhon Lenin	1	Política	Crítica
		Godofredo	2	Crisis política	Sarcasmo

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla podemos observar las temáticas y las expresiones utilizadas durante los programas, entre ellos resalta la crisis política, política y corrupción temas que por los años 90 sonaban mucho en la política colombiana, estos temas eran tocados más que todo con expresiones irónicas, sarcasmo, crítica y metáforas que aludían a personajes de la política de aquel entonces. Personajes como: Jhon Lenin, usaban la crítica y opinión desde un punto de vista de los más jóvenes y de las almas revolucionaras que siempre se encuentran en las Universidades; por otra parte, Diocelina siempre usaba un lenguaje lleno de metáforas y palabras

4.2 Resultados de los cuadros de análisis

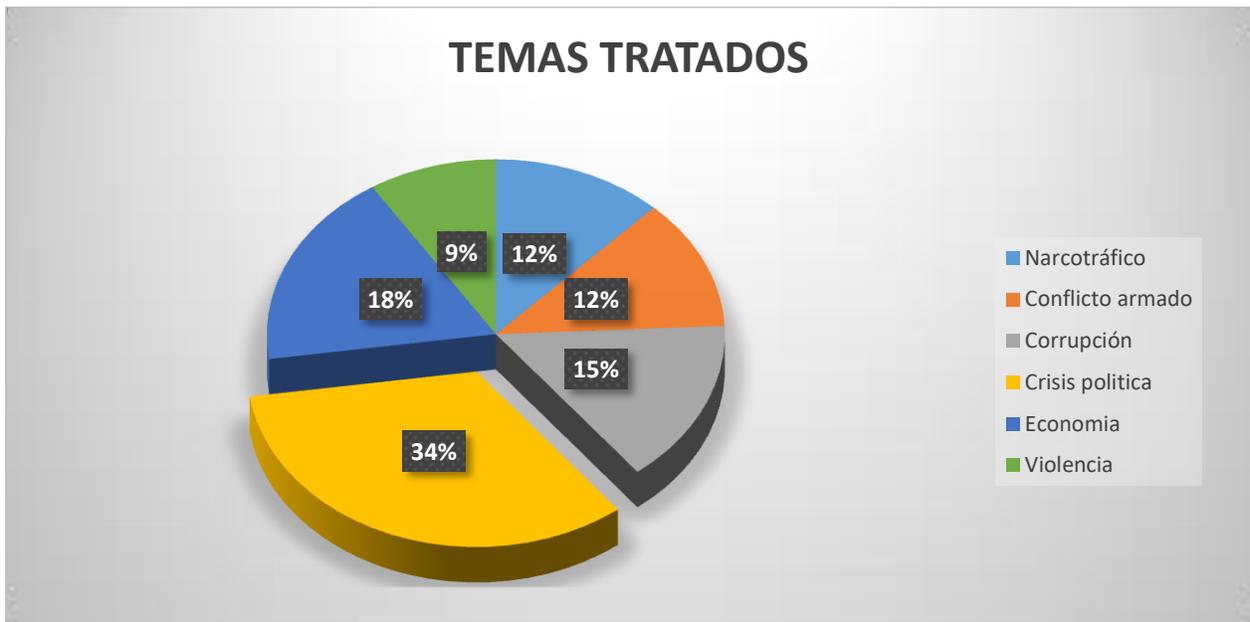
Gráfico 1: Aparición de los personajes en los 14 capítulos



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica podemos evidenciar que dentro de los 14 capítulos analizados la aparición del personaje de Godolfredo sobre sale con un 32% por encima de los demás, lo cual nos hace ver que esta interpretación sobre salió y fue de gran impacto dentro de los distintos episodios emitidos en canal Uno.

Gráfico 2: Temas tratados



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica podemos observar los temas que fueron tratados durante los 14 episodios analizados, pero el tema más relevante fue el de la crisis política la cual era evidente durante los años 90, seguido del narcotráfico, que siempre ha sido un tema controversial de mano con la corrupción en Colombia.

Gráfico 3: Expresiones usadas



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico observamos que la expresión más usada por Jaime Garzón en los distintos personajes interpretados es la crítica, la cual se puede observar claramente en cada uno de los capítulos y secciones del programa, una crítica contra un gobierno y un sistema que hasta el presente es cuestionado y criticado por algunos de los medios.

4.3 Resultados de las entrevistas.

La entrevista fue realizada al creador de la página de Instagram “Jaime Garzón vive”, Andrey mauricio Vélez de 34 años, Administrador de empresas, quien cree fervientemente en la labor que desempeñó Jaime Garzón antes de ser asesinado; busca seguir manteniendo la voz de Garzón aún viva después de la trágica muerte creyente en sus palabras y con deseos de hacer el sueño de Jaime realidad, el mejorar un país que ha pasado más de 50 años por penurias y por un largo registro de corrupción entre la política que silencia a las voces que, como Jaime, dieron la lucha y la vida por la verdad.

En esta entrevista se hace énfasis en la relación de Jaime Garzón con el infoentretenimiento en los años 90, y del impacto que este dejó en los medios de comunicación con su programa “Quac el Noticero” con el cual se tomó una nueva forma de informar en donde la, ironía, la sátira, el sarcasmo y la crítica eran expresiones comunes de los personajes a quienes Jaime daba vida.

Tabla 3 Resultados de las entrevistas

PREGUNTA	RESPUESTA	CONCLUSIÓN
El infoentretenimiento es una mezcla de lo formal con lo coloquial, mantiene ese espíritu de investigación periodística y lo mezcla con lo entretenido de una revista familiar; Para usted, ¿cuándo apareció por primera vez la necesidad de los medios de comunicación de crear esta nueva forma de informar?	R:/ Bueno, podríamos decir que la necesidad de comunicar y de informar siempre ha existido, sin embargo, en Colombia digamos que comenzó en los años 90's y quien se catalogaría como el creador e impulsador de esta formalidad es Jaime Garzón, sin embargo, no podemos desconocer que la globalización, ha permitido que herramientas como la tecnología tomaran un mayor auge y causaran una revolución en el mundo, dando paso a nuevas conexiones que transmitieran el verdadero sentido de la interacción entre estas plataformas web y más aún sin que se perdiera la esencia y la calidad de la información que se pretende dar a conocer.	<ul style="list-style-type: none"> Los años 90 marcaron un antes y un después en Colombia, más aún después de la muerte de Jaime Garzón ya que aun después de su muerte y con ayuda de los avances tecnológicos la informalidad de la comunicación ha tomado mayor auge y no solo en Colombia si no en el resto del mundo.
	R:/ Justamente, retornando a la primera pregunta, considero en su totalidad que Jaime	<ul style="list-style-type: none"> Jaime Garzón dejó el legado en Colombia

<p>¿Considera que Jaime Garzón fue pieza clave en la creación de contenidos de infoentretenimiento en los años 90? ¿por qué?</p>	<p>Garzón fue una pieza fundamental para iniciar la creación de este tipo de contenido, dejándonos como legado algo muy importante y es a lo que hoy consideramos libertad para expresar nuestra opinión, sin dejar de ser informativos.</p>	<p>la libertad de opinión sin dejar de ser informativo y así se convierte en infoentretenimiento</p>
<p>Refiriéndonos a la televisión como un medio masivo, los cambios de formato al mezclar la información con el entretenimiento, que ha existido en estos últimos años, ¿usted considera que están revolucionando la comunicación o cómo los definiría?</p>	<p>R:/ Considero que la televisión como medio de comunicación, viene en una evolución ya que se interactúa de la mano con el internet, por lo tanto, es necesario darle un buen uso ya que son medios masivos y se puede construir un entorno o destruir este mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La televisión en su progreso y evolución en conjunto con el internet se convierte en un medio de comunicación aún más fuerte ya que son dos armas elementales en la construcción o destrucción de información.
<p>¿Considera que Jaime Garzón marcó un precedente en la televisión colombiana? ¿Por qué?</p>	<p>R:/ Sí él marcó un antes y un después, de tal forma mostrándonos una nueva forma de hacer periodismo y de hacer televisión, informándonos con un nuevo estilo cuyo creador fue Jaime Garzón.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jaime Garzón creo el infoentretenimiento en Colombia, enseñó a informar de una manera criolla, pero sin dejar la seriedad del tema a un lado
<p>Desde su percepción, ¿por qué cree que surgió este formato en los medios de comunicación?</p>	<p>R:/ Por la necesidad de mostrar otra forma de hacer periodismo, es decir, cuando un país tiene tantas dificultades con sus gobernantes, lo que menos desean las personas es recibir las noticias o la información de una manera cruel, pero sin que se pierda la realidad de las cosas, es incluso eso, lo que Jaime más nos ayudó a transmitir y es el saber mostrar la verdad de las situaciones que se presentan en el país, sin embargo, no podemos desconocer el hecho de que las personas hoy en día se interesan por saber las cosas de otra manera, en donde haya más contacto con el diverso mundo tecnológico y bajo el fin del entretenimiento y es justamente, bajo la necesidad de querer captar más la atención de las personas, que nace la idea de impulsar este formato que hoy por hoy manejan los medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La necesidad de un país en recibir la información de una manera en donde se llegue a las personas sin lastimar su sensibilidad claro está que eso era en esos tiempos y que ahora las audiencias buscan información de otra forma, aun cuando el infoentretenimiento se esté utilizando para poder captar la atención.
<p>Haciendo proyecciones a unos años, y considerando las lógicas de consumo de las nuevas audiencias, ¿usted cree que este será el futuro de la</p>	<p>R:/ Sí, porque al transcurrir de los años se ha perdido ese miedo de realizar esta forma de hacer periodismo, por lo tanto, en el medio actual se identifican nuevos personajes con similitudes a la propuesta crítica como lo hizo Garzón.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El infoentretenimiento es el futuro de la comunicación ya que podemos ver día a día que existen más personajes

<p>comunicación?</p>		<p>capaces de dar a conocer las noticias de una manera dinámica, pero sin perder la formalidad.</p>
<p>¿Cree usted que el infoentretenimiento es una técnica periodística para obtener más atención de las audiencias?</p>	<p>R:/ Claro, pues justamente como lo mencionaba, estas se convierten en técnicas de captación hacia el público y es cuya forma de informar cautivando a todo tipo de audiencia desde jóvenes hasta los mayores, con esto se quiere decir, que se pretende llegar a toda clase de público para que la información se disipe entre toda la comunidad y así lograr no solo el objetivo de informar sino de entretener a quien le llega esta clase de información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera que el infoentretenimiento Sí es una técnica periodística para obtener más atención de las audiencias de una forma cautivadora, y no solo para los jóvenes sino también para los adultos lo que quiere decir que la información llegará todo tipo de público no solo a una pequeña segmentación.
<p>¿Siente usted que las nuevas generaciones se inclinan más por el infoentretenimiento que por la información tradicional? ¿Por qué?</p>	<p>R:/ Sí, porque en la forma tradicional en la que se venía informando, solamente se cautivaba una parte de la audiencia, por lo tanto, con el infoentretenimiento se logra llamar la atención de todo tipo de público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las formas tradicionales en la que se venía informando estaba muy fuertemente segmentada, por otra parte, el infoentretenimiento logra llamar la atención de nuevas y futuras generaciones.
<p>¿A qué tipo de públicos cree que está direccionado el infoentretenimiento como estilo de difusión de información?</p>	<p>R:/ Como lo he mencionado, el infoentretenimiento se direcciona justamente a toda clase de público y por ello mismo, es que ha tomado tanto auge, pues en esta clase de comunicación no hay distinción ni exclusión alguna para que la información llegue a los demás.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El infoentretenimiento se direcciona a toda clase de público y es este el motivo por el cual ha tenido tanto auge dentro de programación, por lo tanto, la exclusión de audiencia no está

		presente.
<p>¿Qué tan importante considera que es el que existan personajes como lo fue Jaime Garzón, capaces de decir cosas que algunos medios de comunicación, por influencias políticas o ideológicas, no son capaces de hacerlo?</p>	<p>R:/ Si, son súper importante porque personas como Jaime son aquellas que hacen que exista un país democrático, él nos enseñó a decir las cosas con humor, pero siempre sin dejar de ver la realidad de un país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la importancia de personajes como Jaime Garzón dentro de los medios es de gran importancia porque son estos quienes dicen las verdades que necesita saber el público de una forma humorística sin perder la seriedad del asunto, y así fomentar una democracia.
<p>La tecnología está cada día en evolución, y la forma de pensar de las personas igual. ¿que sugiere que los medios de comunicación deberían hacer para poder cumplir los nuevos estándares comunicacionales de las nuevas generaciones?</p>	<p>R:/ Así como evoluciona la tecnología, tiene que evolucionar la manera de informar, de esta forma poder seguir llegando a todo tipo de público, usando todo tipo de alternativas para lograrlo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la tecnología es clave importante en la difusión de contenidos, en llegar cada vez a más audiencias sin importar en qué parte del mundo se encuentren
<p>¿Usted considera que el infoentretenimiento es bueno o malo para la formación de criterio de las nuevas generaciones?</p>	<p>R:/ Lo bueno o lo malo se califica en cómo se contextualiza la información y el propósito que esta pretenda tener al momento en que llegue a las personas que reciben dicha noticia, sin desconocer también, lo que termine haciendo el público con dicha información, es decir, si la pasan por alto o si por el contrario genera controversia en estos mismos, es entonces como podemos decir, que las acciones que tomen las personas ante cualquier información, es en donde podemos catalogarla si es buena o mala para una generación receptora de contenidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No se puede medir al infoentretenimiento por bueno o malo, ya que las acciones que tomen las audiencias dependen de ellos y de su formación como tal, ya que o bien pueden hacerse los de la vista gorda,

	informáticos.	o bien tomar alguna acción al respecto.
¿Cree que si Jaime Garzón aún se encontrara con vida seguiría en la lucha para hacer de Colombia un país mejor? ¿Por qué?	R:/ Claro que sí, porque siempre fue una persona constante, disciplinada y con mucho compromiso y, sobre todo, una persona fiel a sus ideales y en donde conocía a la perfección la causa por la cual hacía las cosas y entre esas el defender al pueblo de las opresiones que se presentaban en ese momento y su manera de hacerlo era a través del humor y la capacidad de informar sin dignificar nada ni a nadie.	<ul style="list-style-type: none"> • Si Jaime Garzón siguiera con vida, estaría en pie de lucha, siempre defendiendo al pueblo de la opresión de un gobierno que hasta el día de hoy se vive, el humor era su arma más importante y letal, contra la injusticia.
¿Quién fue Jaime Garzón para usted?	R:/ Jaime para mí, fue mi ejemplo a seguir, un ídolo de carácter muy importante no solo para mí sino para muchas personas, fue quien me enseñó el valor de la verdad, el valor de luchar por lo que se quiere y él únicamente es sinónimo de lealtad y grandeza, pues solo quienes se atreven a hablar y alzar la voz, tienen la capacidad de ser catalogados como héroes.	<ul style="list-style-type: none"> • Jaime Garzón marcó precedente en Colombia, es y será un ejemplo a seguir de cientos de personas, mostró a un país la importancia de la verdad el valor de la lucha por lo que se quiere y la lealtad a uno mismo y a su tierra.

Fuente: Elaboración propia

4.4 Discusión de resultados

Jaime Garzón no fue solo un hombre que con risas decía verdades que dolían en Colombia, sino que dio esperanza a todo un país en los 90 y que aun después de su muerte sigue llegando a cientos de corazones de un país que agoniza, entre corrupción y muerte, después de la entrevista Andrey Vélez empezó un movimiento el cual se llama “Jaime Garzón Vive” en donde personas de todas las partes del país se unen en una sola voz para cumplir el sueño que Jaime.

También pudimos constatar que el infoentretenimiento tomó gran fuerza en aquel entonces y que, con el pasar del tiempo, se ha ido posicionando en los distintos medios de comunicación como un nuevo género, el cual se ha utilizado con más frecuencia para llamar la atención de las audiencias las cuales no necesariamente deben estar segmentadas, ya que por su estructura es llamativa y con ayuda de la tecnología se ha ido expandiendo aún más.

La importancia de este nuevo género va más allá de lo que se puede pensar ya que ayuda a construir un criterio desde otro punto de vista, desde la verdad oculta en risas, el infoentretenimiento se creó para quitar las máscaras de lo que se supone es la verdad, y que los medios se han encargado de ocultarla durante años para su propio beneficio.

La información está cada vez más cerca y es más fácil acceder a ella, el cómo sea utilizada o ignorada ya depende de cada uno de los lectores, televidentes, y radioescuchas el cómo la manejen, y el cómo la tomen según sus propios criterios.

Por otra parte, los personajes que Jaime Garzón interpreto el en programa televisivo “Quac en Noticero” fueron y son de gran relevancia dentro de la cultura colombiana ya que han servido de inspiración para que profesionales y ciudadanos tomen más conciencia sobre lo que en verdad en el país.

Estos personajes, aunque todos tuvieron su nivel de importancia, se pudo constatar que el personaje más sobresaliente fue el de Godofredo Cínico Caspa Satírico, político, severo con los medios de comunicación, quien en ocasiones manejaba una doble moral en las opiniones vertidas en su sección, quien representaba muy bien a la extrema derecha de aquel entonces.

Talvez la razón por la cual este personaje tenia mas protagonismo era por que en todo el programa daba su versión desde la extrema derecha, lo cual era importante porque se daba un pequeño balance en las trasmisiones.

La teoría funcionalista estudia los efectos de los medios masivos de comunicación, en la sociedad de forma que los secciona por categorías o mejor dicho, la segmenta, pero lo que hizo el infoentrenimiento fue romper de alguna forma en parte esas segmentaciones, y se convirtió en algo más global, porque, llama la atención de las audiencias sin importar su edad, ya sea por su duro criterio o por la forma en que aterriza sobre cada tema, el decir las cosas con la verdad pero de una forma más agradable las hace más digeribles para la población en general, sin importar su nivel de educación o estrato social.

Laswell nos hablaba de la Aguja hipodérmica sobre cómo era que los medios vertían la información a las masas para en sí controlarlas, pero nunca considero tal vez ¿hasta qué punto se podrían dominar o manejar? Pues si bien sabemos que, si vertimos mucha azúcar en una taza tarde o temprano esta se va a desbordar, y es esto exactamente lo que paso, las audiencias empezaron a dudar de lo que les daban y se empezaron a cuestionar cada palabra que decían los medios y así encontraron la verdad o las verdades que los medios ocultaban, y estos lo hacen por cuidar sus intereses.

Está de más decir que al menos en Colombia quien se atreva a ir en contra de los intereses políticos y tenga el valor para decirlo en cadena nacional va a terminar muerto, que se derraman lagrimas por años con la incertidumbre de saber si se tendrá justicia por alguien que lo único que quería era exponer la verdad, una verdad que duele y seguirá doliendo si no se hace o dice nada al respecto.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El infoentretenimiento, encasillado como un género periodístico, se adentra a las necesidades de comunicar la información a los receptores que permita entender de una manera más didáctica los acontecimientos que suceden en la sociedad, siendo el lado político el menos entendido y el que más afecta a la población con bajos recursos económicos y es en donde existen mayor cantidad de personas. Se adaptó a los públicos del siglo XXI, y construye un contenido que aborda las 3 funciones básicas de los medios de comunicación: educar, informar y entretener; lo que provoca la creación de una opinión o criterio sobre un tema que hasta entonces no era tomado en cuenta.
- Jaime Garzón, en el programa ‘Quac El Noticero’, recurre a elementos discursivos verbales y no verbales según el lenguaje. Al diseñar un discurso se puede identificar que es usado las jergas de la población o términos coloquiales en conjunto de la entonación periodística por el mismo concepto del programa; en cuanto a los recursos discursivos según el contenido, echa mano de la comparativa, ejemplifica, recapitula y sintetiza. La construcción audiovisual formada por el tipo de diálogo, la escenografía y los atuendos utilizados responde al género de infoentretenimiento; su argumentativa crítica y satírica de la realidad, las injusticias, problemas y corrupción forma parte de opinión pública colombiana a finales de los 90 que en parte tiene que ver “Quac, El Noticero”.
- Partiendo del presente trabajo de investigación se redactó un artículo científico que será enviado a la convocatoria para el volumen 4, número 7 de Kairós, revista de ciencias económicas, jurídicas y administrativas.

5.2 Recomendaciones

- En esta ocasión, se tomó como población de análisis a ‘Quac El Noticero’, un programa colombiano de gran trascendencia que brindaba contenido de infoentretenimiento; por lo que se sugeriría para próximas investigaciones que la población incluya, o se centre, en programas ecuatorianos, acercándonos geográficamente a la realidad del infoentretenimiento como género periodístico en Ecuador.

- Para identificar los elementos discursivos con mayor exactitud, se recomienda que se desarrollen matrices por cada personaje interpretado; haciendo un análisis de discurso individual y después consolidarlo en una matriz general que permita identificar las similitudes discursivas que mantenía Jaime Garzón en sus personajes.
- Para futuros trabajos de titulación se recomienda que la propuesta de investigación sea el envío de un artículo científico a alguna revista indexada porque permite aportar a la academia, en especial sobre el infoentretenimiento como género periodístico, del cual aún falta tener bases teóricas que ayuden a consolidarlo de una manera más estructurada.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 Desarrollo del artículo científico

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS PERSONAJES INTERPRETADOS POR JAIME GARZÓN EN EL PROGRAMA TELEVISIVO DE INFOENTRETENIMIENTO ‘QUAC EL NOTICERO’

ANALYSIS OF THE SPEECH OF THE CHARACTERS INTERPRETED BY JAIME GARZÓN IN THE INFO-ENTERTAINMENT TELEVISION PROGRAM ‘QUAC EL NOTICERO’

Elizabeth Zea, (Autor)
Universidad Nacional de Chimborazo
nelizabeth.fpcs@unach.edu.ec

Resumen

En un contexto político social marcado por la corrupción, el narcotráfico, los abusos del poder y la impunidad; Jaime Garzón, periodista y mediador de paz en Colombia, en los noventa difunde ‘Quac El Noticiero’, un programa de infoentretenimiento como una propuesta creativa y crítica que demandaba una atención profunda sobre la realidad del país. Con una metodología cualicuantitativa, a través del análisis del discurso, se identifica a 6 personajes protagónicos; describiendo su apariencia, personalidad, y temas de diálogo al analizar 12 episodios de muestra. Teniendo como objetivo recalcar la importancia del infoentretenimiento y dejar en alto el rol que desempeñó Jaime Garzón en construir un programa televisivo crítico y entretenido con una sátira a los conflictos colombianos de la época.

Palabras clave: infoentretenimiento, Jaime Garzón, periodismo, televisión colombiana.

Abstract

In a social political context marked by corruption, drug trafficking, abuses of power and impunity; Jaime Garzón, journalist and peace mediator in Colombia, in the 1990s broadcast 'Quac El Noticiero', an infotainment program as a creative and critical proposal that demanded in-depth attention to the reality of the country. With a qualitative and quantitative methodology, through discourse analysis, 6 leading characters are identified; describing their appearance, personality, and dialogue themes by analyzing 12 sample episodes. Aiming to emphasize the importance of infotainment and highlight the role played by Jaime Garzón in building a critical and entertaining television program with a satire on the Colombian conflicts of the time.

Keywords: infotainment, Jaime Garzón, journalism, Colombian television.

Introducción

El presente trabajo de titulación abordará el tema "Análisis del discurso de los personajes interpretados por Jaime Garzón en el programa televisivo de infoentretenimiento 'Quac El Noticiero' en Cadena Uno, período 1995-1997" el propósito es dar a conocer la importancia del infoentretenimiento dentro de la televisión y el aporte que este da en el plano de temas delicados de tratar, pero de gran importancia para la ciudadanía, tomando como referencia el caso de Jaime Garzón, humorista, activista, locutor, periodista y mediador de paz en Colombia, pionero en el humor político en los años noventa con el programa Zoociedad TV, dedicado al humor político y social entre 1990 y 1993; y, en 1995 hasta 1997 estuvo con el noticiero ¡Quac!, dos programas donde se afrontaban temas de interés nacional de una forma humorística. Cuando ¡Quac! fue cancelado vino el paso de Garzón por Lechuza y CM&, donde estuvo de 1997 hasta su muerte, registrada el 13 de agosto de 1999.

Para entender aún mejor este tema es necesario tener como referencia trabajos anteriores a este sobre el mismo tema, como lo es en trabajo de Sara Ortells Badenes en su trabajo llamado "La Consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español" en donde nos habla sobre el primer programa de este tipo que se instauró dentro de la parrilla de programación en Telemadrid; y el cual también daba a conocer que:

Estos nuevos programas comparten una serie de rasgos que, aun tomando como base, características de géneros tan asentados como el informativo o el entretenimiento, su

manera de aunar las pautas productivas de ambos da como resultado un estilo único que lo convierte indiscutiblemente en un género periodístico diferente. (Badenes, 2011)

El objetivo de este estudio es dar a conocer la importancia del infoentretenimiento dentro de los medios de comunicación y su relevancia entre las audiencias, a quienes se les debe una información más clara y entendible. Por otra parte, dejar en alto el rol que desempeñó Jaime Garzón en su interpretación de varios personajes que eran más identificados por las audiencias.

Métodos

Se empleó el método cuali cuantitativo a través del análisis del discurso de los personajes interpretados por Jaime Garzón en el programa televisivo de infoentretenimiento ‘Quac El Noticiero’, en donde se enfocaron varios puntos de realce como lo son: tipo de temas, intencionalidad del discurso, número de personajes interpretados, número de cuestionamientos realizados, número de criterios vertidos sobre los temas tomados en cuenta en cada emisión a investigar. Por otra parte, se tomará en cuenta la opinión de expertos en la materia de programas de contenidos enfocados en el infoentretenimiento.

A su vez, la investigación es no experimental, de tipo descriptiva, con una finalidad básica y de alcance temporal sincrónico. Además, en cuanto a las técnicas se recurrió a la entrevista y al análisis del discurso, por lo que los instrumentos utilizados fueron la guía de entrevista y fichas de análisis.

Posee como población la emisión total del programa televisivo transmitido en Cadena Uno, de Colombia, desde 1995 hasta 1997; de los cuales se tomó 12 como muestra, incluyendo el primero y el último, que fueron emitidos en Canal Uno, en Ecuador.

Resultados

Jaime Garzón al ser una persona multifacética que interpretó, y creó, varios personajes dentro del programa de infoentretenimiento ‘Quac El Noticero’. Por otra parte, también imitó a un gran número de personalidades públicas, tanto políticas como periodísticas y de farándula importantes de los años 90; por lo que la investigación se centra en aquellos personajes que programa a programa le daban un toque especial a la hora de dar las ‘noticias’. Se identificó un listado de 6

personajes, a los que se analizó aspectos que buscan explicar el origen y la finalidad de su concepción.

Tabla 1: Análisis de los personajes creados por Jaime Garzón.

PERSONAJES							
NOMBRE	EDAD	OCUPACIÓN	ACTITUD	QUÉ REPRESENTA	APARIENCIA	ENTORNO	PROBLEMÁTICA
WILLIAM GARRA	26	PERIODISTA	Animoso, alegre y emocionado, poca expresión física	Típico periodista con gran actitud.	Camisa blanca y chaleco del programa, pantalones color caqui, lentes cuadrados de aumento, peinado impecable.	Siempre cambia de entorno dependiendo la nota periodística que daba, así sea campo o ciudad, oficinas.	crítica la forma toma de decisiones por parte del gobierno
DIOSELINA TIBANÁ	35	cocinera el palacio de Nariño	expresiva, extrovertida, chismosa	cocinera campesina que trataba para personas de gran poder	Con vestido tradicional de empleada doméstica de color blanco con negro, de cabello corto, de labios pintados de rojo.	cocina con muchos platos y ollas, una gran mesa en la que prepara todas las recetas del poder político, rara vez aparece en alguna otra parte de la casa.	la forma en como es manejado el gobierno
NESTOR ELI	28	Vigilante del edificio Colombia	expresivo, con grandes gestos, chismoso	hombre de clase baja, trabajador colaborador, chismoso y optimista.	De bigote, con traje típico de portero con gorro, en ocasiones tiene puesto un poncho de lana	Entrada de un edificio, en ocasiones con muchos desechos a su alrededor, una mesa en donde se encuentran dos teléfonos, algunas guías, siempre se graba desde afuera por medio de las persianas que siempre están abiertas, hasta el último momento, en donde se cierran.	actitudes tanto del pueblo que solo se queja sin hacer nada y de los gobiernos corruptos
INTI DE LA HOZ	25	REPORTERA JUVENIL	Gomela, con gestos muy expresivos, y con aires de ser de mejor familia	chica de estatura alta, superficial y gomela	Ropa de colores brillantes o camisa manga larga y chaleco con adornos florales, cabello corto en ocasiones con sapul que cubre casi sus cejas, con reloj, anillos, aretes y gafas que si no las tiene puestas están en su cabello el cual siempre está corto y en distintos colores.	varios escenarios dependiendo de lo que se trate la nota informativa, en ciertas ocasiones solo sale en un fondo oscuro y en otras con imágenes atrás de ellas.	Desnudar pensamientos tontos, verdades sociales
JHON LENIN	20	UNIVERSITARIO	revolucionario, expresivo, eufórico, mueve solo el brazo derecho al hablar para dar más énfasis a lo que dice, y opositor al gobierno.	la voz de los estudiantes	Lentes redondos con suéter de lana, una shigra que utiliza de lado, en ocasiones utiliza poncho.	Paredes blancas con grafitis, de alguna frase que se muestran al final.	presión por parte de las esferas de poder dentro de las universidades
GODOLFREDO CINICO CASCA	60-70	ABOGADO CONSERVADOR	Satírico político, severo con los medios de comunicación, aunque maneja una doble moral en algunos de sus discursos	la ultraderecha	con chaleco de intelectual, lentes y camisa de manga larga	escritorio con un una biblioteca personal en la parte de atrás, un lugar un poco oscuro y con una luz tenue que entra por un lado de la escena, con una apariencia de empolvado y antiguo.	la exclusión entre clases, el abuso del poder en país

Fuente: Elizabeth Zea, 2021.

En este sentido, también se realizó una ficha de análisis respecto a las intervenciones de estos personajes en los cada uno de los capítulos de muestra, obteniéndose los siguientes datos:

Tabla 2: Análisis de los capítulos de ‘Quac El Noticiero’

CAPÍTULOS		PERSONAJES		DISCURSO	
EPISODIO	DURACIÓN	NOMBRE	Nº APARECE	TEMAS	EXPRESIÓN
1	21:53	Willian Garra	2	Política	Contradictorio
		Inti de la Hoz	1	Narcotráfico	Crítica
		Dioselina	1	Conflicto armado	Metáfora
51	21:13	Inti de la Hoz	1	Política	Ironía
		Nestor Eli	1	Corrupción	Sarcasmo
		Dioselina	1	Crisis política	Crítica
		Willian Garra	1	Política	Contradictorio
		Godolfredo	1	Economía	Reflexión
52	21:41	Godolfredo	2	Política	Sarcasmo
		Nestor Eli	1	Crisis política	Crítica
		Dioselina	1	Crisis política	Crítica
		Inti de la Hoz	1	Política	Metáfora
		Godolfredo	2	Economía	Crítica
		Jhon Lenin	1	Violencia	Opinión
77	20:06	Nestor Eli	1	Corrupción	Crítica
		Jhon Lenin	1	Política	Opinión
		Godolfredo	1	Política	Crítica
84	20:25	Dioselina	1	Crisis política	Metáfora
		Nestor Eli	1	Conflicto armado	Sarcasmo
		Inti de la Hoz	1	Política	Ironía
		Willian Garra	1	Conflicto armado	Contradictorio
		Godolfredo	1	Narcotráfico	Crítica
95	19:56	Jhon Lenin	1	Economía	Opinión
		Godolfredo	1	Política	Reflexión
		Inti de la Hoz	1	Narcotráfico	Sarcasmo
96	22:37	Inti de la Hoz	1	Crisis política	Crítica
		Godolfredo	2	Economía	Crítica
		Dioselina	1	Crisis política	Crítica
97	21:30	Dioselina	1	Política	Sarcasmo
		Jhon Lenin	1	Crisis política	Opinión
		Nestor Eli	1	Crisis política	Sarcasmo
		Godolfredo	1	Crisis política	Ironía
98	21:57	Inti de la Hoz	1	Política	Metáfora
		Nestor Eli	1	Corrupción	Crítica
		Godolfredo	1	Corrupción	Opinión
		Jhon Lenin	1	Economía	Metáfora
		Dioselina	1	Corrupción	Sarcasmo
99	21:24	Willian Garra	1	Conflicto armado	Reflexión
		Godolfredo	1	Violencia	Ironía
		Inti de la Hoz	1	Violencia	Crítica
100	21:53	Godolfredo	1	Crisis política	Crítica
		Jhon Lenin	1	Narcotráfico	Ironía
117	20:49	Inti de la Hoz	1	Economía	Crítica
		Jhon Lenin	1	Política	Crítica
		Godolfredo	2	Crisis política	Sarcasmo

Fuente: Elizabeth Zea, 2021

Discusión y Conclusiones

‘Quac El Noticero’, fue un programa que consolidó el humor político en la televisión en los años 90, fueron dos años y medio en los que como lo dijo la revista Semana “no quedó títere con

cabeza entre la clase dirigente colombiana, en una parodia de noticiero que le tomó el pulso minuciosamente al circo del país” (Semana , 1997). Este fue emitido durante 30 meses, tuvo un total de 114 emisiones y su última transmisión se realizó el 26 de abril de 1997.

Con Quac El Noticero, (Vargas F. A., 2017), menciona que: “se consolidó el humor político en la televisión colombiana, y es así como se disparó la figura de Jaime Garzón con una original propuesta de difícil encasillamiento que se debatía entre el análisis político, el bufón de la política y el actor cómico, fue una burla de los excesos del poder dando a entender a la sociedad colombiana lo que realmente estaba sucediendo con el país” (p. 11).

En un contexto político-social marcado por la corrupción, el narcotráfico, los abusos del poder y la impunidad era fácil encontrar los insumos para una propuesta creativa, crítica y aguda, que demandaba una atención profunda sobre la realidad del país.

Este autor también da a conocer que Jaime Garzón fácilmente se convirtió en un ícono irreverente de la contra política, esa que rechazaba el statu quo y que, sin embargo, solo tenía el poder de la palabra como herramienta de concientización social.

A través de la puesta en escena que daba claras señales de representación pantomímica de varias situaciones de la palestra política y de conflicto social en el país, Garzón evidenció y criticó satíricamente la realidad colombiana, en una época en la que la auto censura era inminente.

Además, hay que considerar que, si bien las audiencias piden temas de interés, al fin de cuentas no les prestan la debida atención, o si lo hacen tienden a aburrirse muy rápidamente y esto hace que su atención sea dirigida a programas de otro carácter, por lo tanto, el infoentretenimiento es una gran forma de captar a la audiencia, toda vez que mientras entretienen a un público que está más condicionado a los programas de entretenimiento, se les va dando a conocer temas de interés nacional.

Es así que el infoentretenimiento puede entrar como una de las opciones adecuadas para llegar a las audiencias de una forma en la que el mensaje sea receptado de la forma correcta, con ayuda de un lenguaje más popular y que cree un vínculo entre audiencia y medios de comunicación; por esta razón es de suma importancia realizar un análisis de un programa de este tipo durante un tiempo considerable y entender su importancia dentro de la televisión.

Salome Berrocal, Eva Campos, & Redondo (2012, pag.66) nos dice que:

Desde los años 80 distintos estudios, tanto internacionales como nacionales, han dado cuenta de una variación en la naturaleza de la información televisiva consistente en combinar la información con el entretenimiento. Para referirse a este proceso comenzó a utilizarse el término anglosajón infotainment y su traducción castellana infoentretenimiento, un vocablo que pone de manifiesto la tendencia en el periodismo –principalmente televisivo–, a difuminar las fronteras entre aspiraciones tradicionalmente distantes e incluso divergentes. La expresión deja clara la evolución hacia la hibridación que vive el mensaje audiovisual donde información y diversión aparecen unidas.

‘Quac El Noticiero’ responde a la descripción anterior, a través de la representación de sus personajes y las analogías de sus discursos analiza temas de respuesta periodística, presentados de una forma entretenida para que las audiencias entiendan el mensaje.

Existen dos ejes principales en los que se enmarca la puesta en escena de Jaime Garzón con ‘Quac El Noticero’; el primero está enmarcado en sus personajes, y el segundo en los temas que aborda. Por lo que, para poder abarcar mejor la información, se desarrolló dos matrices de análisis de contenido que responden a las características de los personajes, y luego, a cómo estos intervienen en los episodios.

En la primera matriz, centrada en los personajes, se analiza a los seis perfiles más interesantes y representativos que tuvo Jaime Garzón en el desarrollo de su programa, permitiendo que se identifiquen similitudes y diferencias entre cada uno de ellos.

A primera vista se puede notar que todos representan a personas ‘normales y comunes’, cada uno tiene un perfil que responde a grandes grupos focales de la población, dado que, estamos hablando de un periodista, una cocinera, una vigilante, una reportera, un universitario revolucionario y un abogado conservador; entre todos ya cubren al 50% de la población colombiana que en general tiene esas ocupaciones; lo que ayuda a que el impacto del mensaje crítico de los discursos de estos personajes sea menos agresivo y genere cierto tipo de familiaridad.

Las masas a los que se dirigían los medios de comunicación han cambiado a lo largo del tiempo, aunque se sigue manteniendo una base de la forma de comunicar los comportamientos ante cierto tipo de campañas, publicidad o contenidos comunicacionales.

La linealidad de transmisión como de recepción también ha cambiado con el devenir del tiempo, ha pasado de ser lo primero (antes se creía todo lo que los medios decían, como, por ejemplo: “el anuncio del fin del mundo” de hace 71 años en Radio Quito, que terminó en caos y en un incendio de la emisora y de la sede de diario El Comercio, cuando en realidad solo era una adaptación de la novela La guerra de los mundos, de H. G. Wells) a algo totalmente cuestionable. Por parte, tanto de las masas como de otros medios, ya nada es tomado tan a la ligera y cada día todo es más cuestionado, ahora podemos decir que los medios no manipulan a las masas, sino que los gobiernos manipulan a los medios.

El infoentretenimiento como género periodístico responde a las necesidades de captar la atención de los receptores de una manera más didáctica que permita entender un tema noticioso mientras se informa al respecto. Adaptándose a los públicos del siglo XXI, generando una estructura de contenido que cumple con las 3 funciones básicas de los medios de comunicación: educar, informar y entretener; lo que provoca una mayor retención del mensaje transmitido.

Para Lasswell los dos elementos más importantes son el efecto y el receptor, a través de estas áreas nos podemos conocer el proceso de comunicación, y este modelo pervive hoy en día, sirve para establecer las bases del estudio de la comunicación fundamenta los estudios de la comunicación gracias a su modelo Lippman, Green (2014).

El autor nos habla sobre el efecto y el receptor, pero no nos habla sobre lo que ahora se podría decir que es importante o al menos relevante dentro del proceso de comunicación que es el emisor, ya que en estos tiempos quien también diga las cosas tiene peso, por su reputación y su recorrido dentro del campo comunicacional, dado que si quien emite la información carece de credibilidad lo que diga no tendrá gran efecto sobre los receptores en comparación de alguien que tenga una buena reputación dentro del ámbito comunicacional como lo fue en el caso de Jaime Garzón, que, aunque tocaba los temas más relevantes de Colombia de una forma entretenida, lograba tener un gran efecto sobre el público que lo veía y escuchaba.

Podemos decir que Quac El Noticero fue la respuesta a la poca humanidad que se le daba a las noticias en Colombia, durante los años 90, y a la falta de transparencia por parte de los medios de comunicación de aquel entonces; el decir las cosas como realmente estaban pasando de una forma más coloquial y por qué no, humorista, sin pasar a la parodia, fue la alternativa más, y que sin saber marco a todo un país.

“Buenas noches, bienvenidos a la mayor desinformación de Colombia y el mundo”, era el saludo con el que María Leona Santodomingo (Diego León Hoyos) y Jaime Garzón recibían a sus televidentes. Se trataba de ‘Quac el noticero’, un programa que combinaba el humor con la política y que fue emitido entre 1995 y 1997.

El programa servía como plataforma para criticar hechos de actualidad del país y a personajes de la clase política. De allí salieron personajes célebres que se convertiría en la firma de Jaime Garzón: el abogado conservador Godofredo Cínico Caspa, el periodista William Garra, la cocinera Dioselina Tibaná que contaba chismes de sus empleadores y el universitario John Lenin. Vargas (2013)

Personajes con los cuales se identificaron cientos de colombianos por que expresaban en gran parte lo que ellos creían sobre los temas relevantes de ese entonces, y el hecho de que alguien los dijera de una manera tan clara y entendible creaba un vínculo entre el televidente y el personaje interpretado por Jaime Garzón que, de una forma muy natural, cuestionaba todo y daba su criterio sin tabú alguno sobre los personajes de la política colombiana.

En la segunda matriz, donde ya se analiza el guión literario de los capítulos, se identifica que los personajes manejan un discurso particular que responde a la personalidad que representa. En ese sentido, se recalca que William Garra maneja opiniones contradictorias; Godolfredo tiende a ser muy sarcástico, utiliza la ironía para expresar su postura crítica; Dioselina habla con metáforas y reflexiones; Jhon Lenin en cambio da más opiniones; Inti de la Hoz se expresa en un sentido crítico por medio de metáforas, a veces también tiende a ser irónico; mientras que Nestor Eli, por su parte, es crítico y sarcástico.

Además, cada uno abarca un área específica en donde se discute sobre los temas más controversiales de la vida diaria, haciéndolo desde diferentes puntos de vista, pero con esa misma carga crítica camuflada por la sátira que, a más de informar, también entretiene a las audiencias.

Uno de los aspectos a notar también es que dentro de los personajes se reflejan temas propios de cada clase social que compone a Colombia, y cómo cada uno de ellos ve la situación del país en esa época. Centralizando también a cada personaje un tema de lucha, y lo que representa en el trajín político.

Los modos de discurso a los que recurre Garzón según el lenguaje son verbal y no verbal; verbal a través de los diálogos de los personajes, y no verbal al notarse características especiales en cuanto a la gestualidad, el lenguaje corporal, la kinesia y la vestimenta.

Según el tipo de texto se identifica que principalmente recurre a lo coloquial, seguido de una entonación periodística por el mismo concepto del programa, incluyendo en ocasiones un texto literario que se identifica en las metáforas de algunos diálogos que hace principalmente Dioselina Tibaná, la cocinera del palacio de Nariño. Finalmente, respecto a los recursos discursivos según el contenido, utiliza elementos de a comparación, ejemplificación, recapitulación y síntesis.

Todos son manejados dentro de los diálogos de cada personaje, construyendo una puesta en escena de contenido audiovisual que responde al género de infoentretenimiento; con argumentos críticos en una sátira a la realidad, sus injusticias, problemas y otras situaciones de la opinión pública colombiana a finales de los 90.

Aunque los temas que abordan son a veces difíciles de tratar en la opinión pública, sobre todo por la censura en los medios de comunicación, Jaime Garzón habla a través de sus personajes sobre temas como la política, el narcotráfico, conflicto armado, economía y violencia con posturas críticas, siendo sobre todo muy sincero y tajante con guiones que construyen un mensaje claro sobre lo negativo de normalizar esos abusos de poder del Estado.

Yo soy un tipo aburridísimo. Creo en la vida, creo en los demás, creo que este cuento hay que lucharlo por la gente, creo en un país en paz, creo en la democracia, creo que lo que pasa es que estamos en malas manos, creo que esto tiene salvación. Garzón (1998, min.4:22)

Eran las palabras de Jaime Garzón, un personaje que marcó la vida de muchas personas en los 90, con su gran carisma y humor, nunca dejó a un lado la realidad de un país que ha sido golpeado por la violencia durante más de 50 años, y que soñaba en que las cosas pueden

cambiar, una inspiración para unos, pero una amenaza para quienes no deseaban que saliera a flote secretos y revelaciones que pudieran perjudicar su imagen.

“Jaime Garzón, para quienes no lo conocen, nació el 24 de octubre de 1960 en Bogotá. Durante sus primeros años su formación académica fue en el Seminario Conciliar de Bogotá y posteriormente en el Colegio de la Universidad Libre” El Heraldó, (2016). “Su curiosidad lo llevó a estudiar temporalmente desde física hasta aviación, para terminar, siendo abogado y ejerciendo como periodista. Pero, lo que marcó gran parte de su vida fue el humor y lo que hizo con él” CNN Español (2018).

Su ingreso en los medios de comunicación nacional lo harían un personaje reconocido y el pionero del humor político en la televisión colombiana. Su trayectoria y cercanía a notables personalidades lo pusieron en un punto relevante de los procesos de paz entre los actores armados y en los procesos de liberación de secuestrados en poder de las FARC. Zeitgeist Media 2012 (2012)

Después de un breve paso que hizo en paralelo con 'Zooiedad' en el programa 'Locos videos', Garzón se enlistó en '¡Quac! el Noticiero' (1995-1997). En compañía del actor Diego León Hoyos, dio vida a personajes que aún hoy en día tienen vigencia en las redes sociales y en la memoria colectiva de Colombia; Néstor Elí, Inti de la Hoz, 'compañero' John Lenin, 'repostero' William Garra, Godofredo Cínico Caspa o Dioselina Tibaná son algunas de sus más memorables interpretaciones. En menos de una década, Jaime Garzón cosechó éxito y reconocimiento, y se convirtió en una figura importante en la palestra pública que inspiraba a algunos e incomodaba a otros. Sarmiento (2019)

“El 13 de agosto de 1999 Colombia se despertó con una nefasta noticia. Dos sicarios acribillaron a Jaime Garzón Forero, el hombre que con su crítica humorística hacía reflexionar al país” Caracol Radio (2019).

El individuo modifica sus representaciones de la realidad a partir de la recepción de discursos mediáticos. Los medios ponderan diversos aspectos de la realidad directa e indirectamente experimentada, devienen escenarios de diálogo y discusión social, instrumentos de legitimación y socialización de contenidos, generadores de conocimiento, referentes en el mundo cotidiano a la vez que instituciones socializadoras con fuertes implicaciones en el ámbito cognitivo y socio-afectivo dada su capacidad para agendar sentidos que reproducen y significan la realidad social. Echeverría (2015)

En sí los individuos somos lo que vemos y vivimos, pero desde la aparición de la televisión podemos decir que todo entra por los ojos y que lo que nos presentan los medios de televisión se ha convertido en la guía de lo que creemos y hasta llegamos a pensar en cierta parte, ya que todo lo que se ha dicho o se diga en la televisión nos forma un criterio, es entonces cuando programas de televisión nos muestran la construcción social de la cual todos hacemos parte y ayudamos a construir.

Es entonces cuando la televisión es manejada para controlar a las masas de una manera increíble, ya que mientras menos sepa el público son más manejables, así que se crean programas que entretienen, pero no dan más allá de eso, no hacen cuestionar nada ni preguntarse nada, solo consumir sin pensar y a los programas que han sido creados para pensar realmente pasan a segundo plano, por los mismos televidentes quienes ya están acondicionados a solo consumir y menos cuestionar.

La realización de programas como el que estamos analizando se enfoca en querer cambiar esa construcción que, si bien no está mal, está algo errada en su propósito, en fusionar dos géneros, en este caso el entretenimiento y la información son uno de los pasos indicados para cambiar la construcción social en la que vivimos.

- Avilés, J. A. (2007). *core.ac.uk*. Obtenido de El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea: <https://core.ac.uk/download/pdf/13271691.pdf>
- Badenes, S. O. (2011). *Dianet* . Obtenido de El infoentretenimiento en el periodismo audiovisual la transformación del género informativo en televisión: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=173639>
- Badenes, S. O. (2011). *El infoentretenimiento en el periodismo audiovisual la transformación del género informativo en televisión*. Obtenido de Dianet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=173639>
- Badenes, S. O. (2011). *repositori.uji.es*. Obtenido de La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bembibre, C. (junio de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de Definición de audiencia: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/audiencia.php>
- Berrocal, G. (2015). *Depositorio Academico digital Universidad de Navarra*. Obtenido de La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/41929>
- Berrocal, S., & García, E. C. (24 de octubre de 2012). *www.usc.es*. Obtenido de El "infoentretenimiento" político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube: <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/697/691>
- Caracol Radio. (13 de agosto de 2019). *Caracol Radio*. Obtenido de ¿Quién fue Jaime Garzón?: https://caracol.com.co/radio/2019/08/13/nacional/1565669890_309302.html
- Castillo, N. (12 de abril de 2015). *wordpress.com*. Obtenido de teorías de la comunicación I: <https://teoriascomunicacionsocial.wordpress.com/>
- CNN Español. (15 de agosto de 2018). ¿Quién era Jaime Garzón y por qué una condena 19 años después de su asesinato es noticia en Colombia?
- Delgado Garaycochea, C. P. (2014). *Registro nacional de trabajos de investigación* . Obtenido de Los programas de infoentretenimiento en la televisión peruana de señal abierta la lógica y los temas del infoentretenimiento en tres programas de señal abierta, sus

- cambios a través de los años y un análisis de las expectativas:
<http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/40267>
- Delgado, C. (14 de Marzo de 2014). *Los programas de infoentretenimiento en la televisión peruana de señal abierta*. Obtenido de Repositorio.uarm.edu.pe:
https://repositorio.uarm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12833/25/Delgado_Garaycochea_Claudia_Paola_Tesis_Licentura_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Echeverría, A. J. (1 de abril de 2015). *El país*. Obtenido de Construcción social, globalismo y comunicación: <https://www.elpais.cr/2015/04/01/construccion-social-globalismo-y-comunicacion/>
- El Heraldo. (15 de septiembre de 2016). ¿Quién es Jaime Garzón. Colombia.
- Eva, C., Salome, G., & Redondo, M. (1 de enero de 2012). <https://www.researchgate.net/>. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras:
https://www.researchgate.net/publication/270377867_Una_aproximacion_al_estudio_de_l_infoentretenimiento_en_Internet_origen_desarrollo_y_perspectivas_futuras
- Fernandez, C., & Galguera, L. (s.f.). *Teorías de la comunicación*. MCc Graw Hill.
- Fernandez, M. (9 de Noviembre de 2005). *Dialnet*. Obtenido de La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926025>
- Galeano, E. (1997). *Modelos De Comunicacion*. Bogota Colombia: Macchi. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Antioquia.
- Gálvez Parra, C. G. (2014). *Repositorio de la Pontificia Universidad Catolica del Ecuador*. Obtenido de El infoentretenimiento en Ecuador : estudio de recepción de audiencias del programa de televisión" Vele, vele, vele" en jóvenes de Quito:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10929>
- Garzon, J. (14 de febrero de 1997). Conferencia en Cali. *Jaime Garzon, Conferencia en Cali, 1997 (completo)*. cali, valle del Cauca, Colombia.
- Garzon, J. (1998). Charlas con Pacheco. (F. G. Pacheco, Entrevistador)
- Gonzalo, S. B. (2015). La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia. *Communication & Society*, 16.
- INEC. (2011). *Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres*. Recuperado el 11 de Mayo de 2020, de Ecuador en Cifras:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/sitio_violencia/presentacion.pdf

- Jordan, R., & Panchana, A. (27 de noviembre de 2009). *the handbook of Spanish Language Media*. Obtenido de Los medios de Comunicación en Ecuador: <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Lozano, J. R. (31 de octubre de 2012). *www.correspondenciasy analisis.com*. Obtenido de Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión: http://www.correspondenciasy analisis.com/pdf/v2/rp/2_responsabilidad_social.pdf
- Magaña, J. (15 de mayo de 2016). *teoriasdelacomunicacionjimmag.blogspot.com*. Obtenido de Teorías de la comunicación: <http://teoriasdelacomunicacionjimmag.blogspot.com/2016/05/teoria-de-los-efectos-limitados.html>
- Malaver Gallo, L. P. (2014). *Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de Tras las Máscaras de Jaime Garzón: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20025>
- Martinez, A. (2009). <https://www.infosol.com>. Obtenido de funcionalismo y comunicación: https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/Funcionalismo-Comunicacion.html#.XjhFIJzb3g
- Massoni, S. (1 de febrero de 2017). Sandra Massoni: La comunicación como encuentro sociocultural que enactúa. (C. León, Entrevistador)
- Murillo, J. (2014). *Metodos de la investigación de Enfoque Experimental*. Madrid. Obtenido de EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA I: INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL.
- Naranjo, C. L. (2011). *Administración de empresas de comunicación social*. Riobamba: pedagógica Freire.
- Nieto, D. V. (julio de 2010). <https://revistas.javeriana.edu.co>. Obtenido de La comunicación como proceso de construcción de ciudadanía y de agencia política en los colectivos juveniles: [file:///C:/Users/jatunwasi/Downloads/2530-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8770-2-10-20131213%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jatunwasi/Downloads/2530-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8770-2-10-20131213%20(1).pdf)
- Ortells Badenes, S. (2012). *Repositori Universitat Jaume I*. Obtenido de Infoentretenimiento y periodismo político en televisión: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80555>
- Ortells, S. (18 de Septiembre de 2012). *Universitat Jaume*. Obtenido de Repositorio Universitat Jaume: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80555>
- pedro, V. S. (1997). *Audiencias y medios de comunicación - Dialnet*. Obtenido de audiencias y medios comunicacion: de los placeres pos moderna las instituciones ruidosas.: [file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion-2901249%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion-2901249%20(1).pdf)

- Quintanilla, J. C. (diciembre de 2007). *El portal de la tesis*. Obtenido de Análisis de los discursos de los Jefes de Estado y de Gobierno en las Cumbres Iberoamericanas de Naciones : <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/4944/TESIS%20DOCTORAL%20JCPQ.pdf?sequence=1>
- Robles, M. L. (2017). *Universitat Jaume I*. Obtenido de "Análisis del infoentretenimiento en el periodismo deportivo televisivo en España: los casos de 'Deportes Cuatro', 'Jugones La Sexta', 'El Golazo de Gol' y el 'Telediario 1' de TVE": http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168638/Mario%20Lupi%C3%B3n%20Robles_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- S. Berrocal Gonzalo, M. R. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 85-103. Obtenido de "La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española".
- Salomé Berrocal Gonzalo, M. R. (23 de julio de 2012). <http://repositori.uji.es>. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53439/69-118-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salome Berrocal, Eva Campos, & Redondo, M. (23 de julio de 2012). www.researchgate.net. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras: https://www.researchgate.net/publication/270377867_Una_aproximacion_al_estudio_de_l_infoentretenimiento_en_Internet_origen_desarrollo_y_perspectivas_futuras
- Sarmiento, D. J. (10 de octubre de 2019). *Señal Colombia*. Obtenido de ¿Por qué era tan especial Jaime Garzón?: <https://www.senalcolombia.tv/documental/por-que-era-tan-especial-jaime-garzon>
- Sayago, S. (2014). *Revistas.uchile.cl*. Obtenido de El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales: <file:///C:/Users/Zea/Downloads/30331-1-101130-1-10-20140228.pdf>
- Semana . (1997). 'Quac', el programa de humor que disparó a la fama a Jaime Garzón, llega a su final este mes. ¿Qué pasó? *Semana* .
- Soria, P. B. (22 de abril de 2013). revistadigital.uce.edu.ec. Obtenido de Medios de comunicación, periodistas y representación de la realidad social: <http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/899/905>

- Tamayo, N. A. (mayo de 2013). *repositorio.usfq.edu.ec/*. Obtenido de La Comunicación: el impacto de su transformación a través de los años en las empresas: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2706/1/109123.pdf>
- think, Green eyes. (7 de marzo de 2014). *greeneyesthink.wordpress.com*. Obtenido de MODELO DE LA COMUNICACIÓN DE LASSWELL: <https://greeneyesthink.wordpress.com/2014/03/07/modelo-de-la-comunicacion-de-lasswell/>
- Tolé, C. (2020). EL PERFIL DE FACEBOOK COMO MENSAJE QUE COMUNICA UNA IDENTIDAD VIRTUAL . *Universidad Cooperativa de Colombia*, 50.
- UNESCO. (24 de Junio de 2016). *Media Information Literacy for Teacher*. Obtenido de MÓDULO 3: REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/modules/modulo-3-representacion-en-los-medios-e-informacion/?lang=es>
- Vargas, F. A. (2017). *biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co*. Obtenido de Historias de sátiro posmoderno: Quac El Noticero y Jaime Garzón en la colombia de los años noventa: https://biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co/docs/digital_35572.pdf
- Vargas, T. M. (13 de agosto de 2013). El Espectador. *Jaime Garzón según Diego León Hoyos*.
- Zeitgeist Media Festival. (2012). *sites.google.com*. Obtenido de ¿Quién fue Jaime Garzón?: <https://sites.google.com/site/zmfcol2012/-quien-fue-jaime-garzon>
- Avilés, J. A. (2007). *core.ac.uk*. Obtenido de El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea: <https://core.ac.uk/download/pdf/13271691.pdf>
- Badenes, S. O. (2011). *Dianet* . Obtenido de El infoentretenimiento en el periodismo audiovisual la transformación del género informativo en televisión: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=173639>
- Badenes, S. O. (2011). *repositori.uji.es*. Obtenido de La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bembibre, C. (junio de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de Definición de audiencia: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/audiencia.php>

- Berrocal, S., & García, E. C. (24 de octubre de 2012). *www.usc.es*. Obtenido de El "infoentretenimiento" político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube: <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/697/691>
- Berrocal-Gonzalo, S. R.-G.-C. (2015). *Depositorio Academico digital Universidad de Navarra*. Obtenido de La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia : <http://dadun.unav.edu/handle/10171/41929>
- Caracol Radio . (13 de agosto de 2019). Obtenido de ¿Quién fue Jaime Garzón?: https://caracol.com.co/radio/2019/08/13/nacional/1565669890_309302.html
- Castillo, N. (12 de abril de 2015). *wordpress.com*. Obtenido de teorías de la comunicación I: <https://teoriascomunicacionsocial.wordpress.com/>
- CNN Español. (15 de agosto de 2018). ¿Quién era Jaime Garzón y por qué una condena 19 años después de su asesinato es noticia en Colombia?
- Delgado Garaycochea, C. P. (2014). *Registro nacional de trabajos de investigación*. Obtenido de Los programas de infoentretenimiento en la televisión peruana de señal abierta la lógica y los temas del infoentretenimiento en tres programas de señal abierta, sus cambios a través de los años y un análisis de las expectativas: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/40267>
- Echeverría, A. J. (1 de abril de 2015). *El país*. Obtenido de Construcción social, globalismo y comunicación: <https://www.elpais.cr/2015/04/01/construccion-social-globalismo-y-comunicacion/>
- El Herald. (15 de septiembre de 2016). ¿Quién es Jaime Garzón. Colombia.
- Eva, C., Salome, G., & Redondo, M. (1 de enero de 2012). <https://www.researchgate.net/>. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras: https://www.researchgate.net/publication/270377867_Una_aproximacion_al_estudio_de_l_infoentretenimiento_en_Internet_origen_desarrollo_y_perspectivas_futuras
- Fernandez, C., & Galguera, L. (s.f.). *Teorías de la comunicación*. MCc Graw Hill.
- Gálvez Parra, C. G. (2014). *Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de El infoentretenimiento en Ecuador : estudio de recepción de audiencias del programa de televisión " Vele, vele, vele" en jóvenes de Quito: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10929>
- Garzon, J. (14 de febrero de 1997). Conferencia en Cali. *Jaime Garzon, Conferencia en Cali, 1997 (completo)*. cali, valle del Cauca, Colombia.
- Garzon, J. (1998). Charlas con Pacheco. (F. G. Pacheco, Entrevistador)

- Jordan, R., & Panchana, A. (27 de noviembre de 2009). *the handbook of Spanish Language Media*. Obtenido de Los medios de Comunicación en Ecuador: <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- Lozano, J. R. (31 de octubre de 2012). *www.correspondenciasy analisis.com*. Obtenido de Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión: http://www.correspondenciasy analisis.com/pdf/v2/rp/2_responsabilidad_social.pdf
- Magaña, J. (15 de mayo de 2016). *teoriasdelacomunicacionjmemag.blogspot.com*. Obtenido de Teorías de la comunicación: <http://teoriasdelacomunicacionjmemag.blogspot.com/2016/05/teoria-de-los-efectos-limitados.html>
- Malaver Gallo, L. P. (2014). *Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de Tras las Máscaras de Jaime Garzón: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20025>
- Martinez, A. (2009). <https://www.infosol.com>. Obtenido de funcionalismo y comunicación: https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/Funcionalismo-Comunicacion.html#.XjhFIJzb3g
- Massoni, S. (1 de febrero de 2017). Sandra Massoni: La comunicación como encuentro sociocultural que enactúa. (C. León, Entrevistador)
- Naranjo, C. L. (2011). *Administración de empresas de comunicación social*. Riobamba: pedagógica Freire.
- Nieto, D. V. (julio de 2010). <https://revistas.javeriana.edu.co>. Obtenido de La comunicación como proceso de construcción de ciudadanía y de agencia política en los colectivos juveniles: [file:///C:/Users/jatunwasi/Downloads/2530-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8770-2-10-20131213%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jatunwasi/Downloads/2530-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8770-2-10-20131213%20(1).pdf)
- Ortells Badenes, S. (2012). *Repositori Universitat Jaume I*. Obtenido de Infoentretenimiento y periodismo político en televisión: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/80555>
- pedro, V. S. (1997). *Audiencias y medios de comunicación - Dialnet*. Obtenido de audiencias y medios comunicacion: de los placeres pos moderna las instituciones ruidosas.: [file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion-2901249%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-AudienciasYMediosDeComunicacion-2901249%20(1).pdf)
- Quintanilla, J. C. (diciembre de 2007). *El portal de la tesis*. Obtenido de Análisis de los discursos de los Jefes de Estado y de Gobierno en las Cumbres Iberoamericanas de Naciones : <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/4944/TESIS%20DOCTORAL%20JCPQ.pdf?sequence=1>

- Robles, M. L. (2017). *Universitat Jaume I*. Obtenido de "Análisis del infoentretenimiento en el periodismo deportivo televisivo en España: los casos de 'Deportes Cuatro', 'Jugones La Sexta', 'El Golazo de Gol' y el 'Telediario 1' de TVE": http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168638/Mario%20Lupi%C3%B3n%20Robles_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- S. Berrocal Gonzalo, M. R. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 85-103. Obtenido de "La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española".
- Salomé Berrocal Gonzalo, M. R. (23 de julio de 2012). <http://repositori.uji.es>. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53439/69-118-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salome Berrocal, Eva Campos, & Redondo, M. (23 de julio de 2012). www.researchgate.net. Obtenido de Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras: https://www.researchgate.net/publication/270377867_Una_aproximacion_al_estudio_de_l_infoentretenimiento_en_Internet_origen_desarrollo_y_perspectivas_futuras
- Sarmiento, D. J. (10 de octubre de 2019). *Señal Colombia*. Obtenido de ¿Por qué era tan especial Jaime Garzón?: <https://www.senalcolombia.tv/documental/por-que-era-tan-especial-jaime-garzon>
- Sayago, S. (2014). *Revistas.uchile.cl*. Obtenido de El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales: <file:///C:/Users/Zea/Downloads/30331-1-101130-1-10-20140228.pdf>
- Semana . (1997). 'Quac', el programa de humor que disparó a la fama a Jaime Garzón, llega a su final este mes. ¿Qué pasó? *Semana* .
- Soria, P. B. (22 de abril de 2013). revistadigital.uce.edu.ec. Obtenido de Medios de comunicación, periodistas y representación de la realidad social: <http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/899/905>
- Tamayo, N. A. (mayo de 2013). repositorio.usfq.edu.ec/. Obtenido de La Comunicación: el impacto de su transformación a través de los años en las empresas: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2706/1/109123.pdf>
- think, Green eyes. (7 de marzo de 2014). greeneyesthink.wordpress.com. Obtenido de MODELO DE LA COMUNICACIÓN DE LASSWELL:

<https://greeneyesthink.wordpress.com/2014/03/07/modelo-de-la-comunicacion-de-lasswell/>

unesco.mil. (s.f). *Media Information Literacy for Teacher*. Obtenido de MÓDULO 3: REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/modules/modulo-3-representacion-en-los-medios-e-informacion/?lang=es>

Valdes, J. R. (2002).

Vargas, F. A. (2017). *biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co*. Obtenido de Historias de sátiro posmoderno: Quac El Noticero y Jaime Garzón en la colombia de los años noventa: https://biblioteca.bucaramanga.upb.edu.co/docs/digital_35572.pdf

Vargas, T. M. (13 de agosto de 2013). El Espectador. *Jaime Garzón según Diego León Hoyos*.

Vilchez, N. (s.f). <https://www.academia.edu/>. Obtenido de Diseños no experimetales de investigación .

Zeitgeist Media festival 2012. (2012). [sites.google.com/](https://www.google.com/). Obtenido de ¿Quién fue Jaime Garzón .

ANEXO

Anexo 1 Entrevista realizada a Andrey Vélez

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Comunicación

Nombre: Andrey Vélez

Profesión: Administrador de empresas y creador de Garzón vive

Edad: 34 años

Correo: andreyhaceelcambio@gmail.com

- 1. El infoentretenimiento es una mezcla de lo formal con lo coloquial, mantiene ese espíritu de investigación periodística y lo mezcla con lo entretenido de una revista familiar; Para usted, ¿cuándo apareció por primera vez la necesidad de los medios de comunicación de crear esta nueva forma de informar?**

R:/ Bueno, podríamos decir que la necesidad de comunicar y de informar siempre ha existido, sin embargo, en Colombia digamos que comenzó en los años 90's y quien se catalogaría como el creador e impulsador de esta formalidad es Jaime Garzón, sin embargo, no podemos desconocer que la globalización, ha permitido que herramientas como la tecnología tomaran un mayor auge y causaran una revolución en el mundo, dando paso a nuevas conexiones que transmitieran el verdadero sentido de la interacción entre estas plataformas web y más aún sin que se perdiera la esencia y la calidad de la información que se pretende dar a conocer.

- 2. ¿Considera que Jaime Garzón fue pieza clave en la creación de contenidos de infoentretenimiento en los años 90? ¿por qué?**

R:/ Justamente, retornando a la primera pregunta, considero en su totalidad que Jaime Garzón fue una pieza fundamental para iniciar la creación de este tipo de contenidos dejándonos como legado algo muy importante y es a lo que hoy consideramos libertad para expresar nuestra opinión, sin dejar de ser informativos.

- 3. Refiriéndonos a la televisión como un medio masivo, los cambios de formato al mezclar la información con el entretenimiento, que ha existido en estos últimos años, ¿usted considera que están revolucionando la comunicación o cómo los definiría?**

R:/ Considero que la televisión como medio de comunicación, viene en una evolución ya que se interactúa de la mano con el internet, por lo tanto, es necesario darle un buen uso ya que son medios masivos y se puede construir un entorno o destruir este mismo.

¿Considera que Jaime Garzón marco un precedente en la televisión colombiana? ¿Por qué?

R:/ Si, él marcó un antes y un después, de tal forma mostrándonos una nueva forma de hacer periodismo y de hacer televisión, informándonos con un nuevo estilo cuyo su creador fue Jaime Garzón.

4. Desde su percepción, ¿por qué cree que surgió este formato en los medios de comunicación?

R:/ Por la necesidad de mostrar otra forma de hacer periodismo, es decir, cuando un país tiene tantas dificultades con sus gobernantes, lo que menos desean las personas es recibir las noticias o la información de una manera cruel, pero sin que se pierda la realidad de las cosas, es incluso eso, lo que Jaime más nos ayudó a transmitir y es el saber mostrar la verdad de las situaciones que se presentan en el país, sin embargo, no podemos desconocer el hecho de que las personas hoy en día se interesan por saber las cosas de otra manera, en donde haya más contacto con el diverso mundo tecnológico y bajo el fin del entretenimiento y es justamente, bajo la necesidad de querer captar más la atención de las personas que nace la idea de impulsar este formato que hoy por hoy manejan los medios de comunicación.

5. Haciendo proyecciones a unos años, y considerando las lógicas de consumo de las nuevas audiencias, ¿usted cree que este será el futuro de la comunicación?

R:/ Si, porque al transcurrir de los años se ha perdido ese miedo de realizar esta forma de hacer periodismo, por lo tanto, en el medio actual se identifican nuevos personajes con similitudes a la propuesta crítica como lo hizo Garzón.

¿Cree usted que el infoentretenimiento es una técnica periodística para obtener más atención de las audiencias?

R:/ Claro, pues justamente como lo mencionaba, estas se convierten en técnicas de captación hacia el público y es cuya forma de informar cautivando a todo tipo de audiencia desde jóvenes hasta los mayores, con esto se quiere decir, que se pretende llegar a toda clase de público para que la información se disipe entre toda la comunidad y así lograr no solo el objetivo de informar sino de entretener a quien le llega esta clase de información.

6. ¿Siente usted que las nuevas generaciones se inclinan más por el infoentretenimiento que por la información tradicional? ¿Por qué?

R:/ Si, porque en la forma tradicional en la que se venía informando, solamente se cautivaba una parte de la audiencia, por lo tanto, con el infoentretenimiento se logra llamar la atención de todo tipo de público.

7. ¿A qué tipo de públicos cree que está direccionado el infoentretenimiento como estilo de difusión de información?

R:/ Como lo he mencionado, el infoentretenimiento se direcciona justamente a toda clase de público y por ello mismo, es que ha tomado tanto auge, pues en esta clase de comunicación no hay distinción ni exclusión alguna para que la información llegue a los demás.

8. ¿Qué tan importante considera que es el que existan personajes como lo fue Jaime Garzón, capaces de decir cosas que algunos medios de comunicación, por influencias políticas o ideológicas, no son capaces de hacerlo?

R:/ Si, son súper importante porque personas como Jaime son aquellas que hacen que exista un país democrático, él nos enseñó a decir las cosas con humor, pero siempre sin dejar de ver la realidad de un país.

9. La tecnología está cada día en evolución, y la forma de pensar de las personas igual.

¿que sugiere que los medios de comunicación deberían hacer para poder cumplir los nuevos estándares comunicacionales de las nuevas generaciones?

R:/ Así como evoluciona la tecnología, tiene que evolucionar la manera de informar, de esta forma poder seguir llegando a todo tipo de público, usando todo tipo de alternativas para lograrlo.

10. ¿Usted considera que el infoentretenimiento es bueno o malo para la formación de criterio de las nuevas generaciones?

R:/ Lo bueno o lo malo se califica en cómo se contextualiza la información y el propósito que esta pretenda tener al momento en que llegue a las personas que reciben dicha noticia, sin desconocer también, lo que termine haciendo el público con dicha información, es decir, si la pasan por alto o si por el contrario genera controversia en estos mismos, es entonces como podemos decir, que las acciones que tomen las personas ante cualquier información, es en donde podemos catalogarla si es buena o mala para una generación receptora de contenidos informáticos.

11. ¿Cree que si Jaime Garzón aún se encontrara con vida seguiría en la lucha para hacer de Colombia un país mejor? ¿Por qué?

R:/ Claro que sí, porque siempre fue una persona constante, disciplinada y con mucho compromiso y sobre todo, una persona fiel a sus ideales y en donde conocía a la perfección la causa por la cual hacía las cosas y entre esas el defender al pueblo de las opresiones que se presentaban en ese momento y su manera de hacerlo era a través del humor y la capacidad de informar sin dignificar nada ni a nadie.

12. ¿Quién fue Jaime Garzón para usted?

R:/ Jaime para mí, fue mi ejemplo a seguir, un ídolo de carácter muy importante no solo para mí sino para muchas personas, fue quien me enseñó el valor de la verdad, el valor de luchar por lo que se quiere y él únicamente es sinónimo de lealtad y grandeza, pues solo quienes se atreven a hablar y alzar la voz, tienen la capacidad de ser catalogados como héroes.