

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/169

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): WINNY CAROLINA APELLIDOS: SANABRIA NIÑO

NOMBRE(S): CAMILO ANDRÉS APELLIDOS: PÉREZ DELGADO

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): CAROLINA APELLIDOS: GARCÍA PINO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): EL CONCEPTO DE NACIÓN DE LOS JÓVENES DE DÉCIMO GRADO DEL COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, A PARTIR DE LA RECEPCIÓN TELEVISIVA DE LA SELECCIÓN COLOMBIA.

RESUMEN

Se investigó el concepto de nación de los jóvenes de décimo grado del Colegio Sagrado Corazón de Jesús, a partir del consumo televisivo que hacen de la Selección Colombia y de cómo las instituciones a las que pertenecen, la situación en la que hacen el consumo y el medio tecnológico influye en la forma en la que los sujetos procesan los contenidos y dan significado a lo visto.

Los sujetos de estudio fueron adolescentes de décimo grado de diferentes estratos socioeconómicos. En un primer momento se aplica una encuesta de consumo televisivo a la totalidad de los estudiantes, luego se hace una serie de entrevistas entre grupos de consumidores de la Selección Colombia, no consumidores y mujeres.

Los resultados demuestran que en la construcción del concepto de nación son vitales las instituciones a las cuales el individuo pertenece, pues son estas el lugar de creación de la autoimagen nacional. El consumo de la Selección Colombia influye de manera indirecta en esta creación en tanto es un espacio de reafirmación y celebración de la nacionalidad.

PALABRAS CLAVE: SELECCIÓN COLOMBIA, RECEPCIÓN TELEVISIVA, JÓVENES, NACIÓN

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 169 PLANOS: ___ ILUSTRACIONES: 15 CD ROOM: ___

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

EL CONCEPTO DE NACIÓN DE LOS JÓVENES DE DÉCIMO GRADO DEL COLEGIO
SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, A PARTIR DEL CONSUMO TELEVISIVO DE LA
SELECCIÓN COLOMBIA

CAMILO ANDRÉS PÉREZ DELGADO

WINNY CAROLINA SANABRIA NIÑO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

EL CONCEPTO DE NACIÓN DE LOS JÓVENES DE DÉCIMO GRADO DEL COLEGIO
SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, A PARTIR DEL CONSUMO TELEVISIVO DE LA
SELECCIÓN COLOMBIA

CAMILO ANDRÉS PÉREZ DELGADO

WINNY CAROLINA SANABRIA NIÑO

Proyecto de grado presentado para optar por el título de:
Comunicador social

Directora:
CAROLINA GARCÍA PINO
Magíster en Estudios Culturales y Sociales

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

*ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

FECHA: San José de Cúcuta, 23 de Abril de 2018

HORA: 14:00 horas

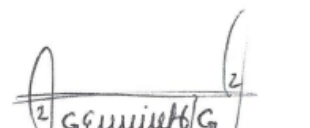
LUGAR: Sala de Imagen Segundo Piso Edificio de Comunicación Social

*TITULO: "EL CONCEPTO DE NACIÓN DE LOS JÓVENES DE DÉCIMO GRADO DEL
COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, A PARTIR DEL CONSUMO TELEVISIVO DE
LA SELECCIÓN COLOMBIA"*

*Director (a): CAROLINA GARCIA PINO
Comunicador Social*

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L</i>
<i>WINNY CAROLINA SANABRIA NIÑO</i>	<i>1330544</i>	<i>4.5</i>	<i>MERITORIA</i>
<i>CAMILO ANDRÉS PÉREZ DELGADO</i>	<i>1330543</i>	<i>4.5</i>	<i>MERITORIA</i>


EDGAR GIOVANNI LIZCANO


ERWIN JACOME CASTILLA


FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS


FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social

Avenida Gran Colombia No. 12E-96 Barrio Colsag
Teléfono (057)(7) 5776655 - www.ufps.edu.co
oficinadeprensa@ufps.edu.co San José de Cúcuta - Colombia

Creada mediante decreto 323 de 1970

Tabla de contenido

Introducción	11
1. Descripción del Problema	13
1.1. Título	13
1.2. Planteamiento del problema	13
1.3. Formulación del problema	16
1.4. Objetivos	16
1.4.1. Objetivo general	16
1.4.2. Objetivos específicos	16
1.5. Justificación	17
2. Marco de Referencia	20
2.1 Antecedentes	20
2.1.1. Fútbol e identidad	20
2.1.2. Fútbol y medios de comunicación	26
2.1.3. Recepción televisiva e identidad	36
2.1.4. Sobre los caminos de encuentro entre el consumo cultural del fútbol, la recepción como proceso de mediación y la construcción de identidad	42
2.2 Marco Teórico	45
2.2.1 Estudios culturales, mediación y recepción	45
2.2.2 Fútbol como producto televisivo	54

2.2.3 Nación	57
2.3 Marco contextual	67
3. Diseño Metodológico	72
3.1. Método y metodología	72
3.2. Sujetos de estudio	73
3.3. Fuentes y procedimientos para la recolección de la información	74
3.3.1. Encuesta	74
3.3.2. Entrevista	77
3.3.3. Procedimientos para el procesamiento e interpretación de la información	79
4. Resultados	81
4.1. Los sujetos de estudio como audiencia	82
4.1.1. Características demográficas	83
4.1.2. La primacía del televisor	85
4.1.3. La familia, referente inamovible	88
4.1.4. La fiesta del fútbol	91
4.1.5. La audiencia de la Selección Colombia	93
4.2. Una experiencia holística	95
4.2.1. El evento social	95
4.2.2. Colombia	106
4.2.3. La Selección Colombia	118

4.2.4. La nación	134
4.2.5. La experiencia holística	139
Conclusiones	143
Recomendaciones	150
Referencias	152
Anexos	160