

# Formas del sentir en medios periodísticos, una mirada al discurso de la informalidad

Valery Andrea Medina

Giordano Dario Alvarado

## **Documento de Trabajo**

Alianza EFI - Colombia Científica

Octubre 2020

*Número de serie: WP7-2020-002*



**ALIANZA**EFI  
economía formal e inclusiva

## **Formas del sentir en medios periodísticos, una mirada al discurso de la informalidad**

### **Ways of feeling in journalistic media, a look at the discourse of informality**

**Resumen:** Este artículo presenta el proceso y los resultados de un estudio basado en la metodología de análisis de la construcción discursiva de las emociones en la prensa escrita, con el objetivo de conocer cómo se aborda el fenómeno de la informalidad en los discursos hegemónicos que circulan en medios informativos, donde se evocan imaginarios sociales y emociones ('formas del sentir') en torno a la economía informal. Este trabajo hace parte de los diferentes procesos de la Alianza EFI Economía Formal e Inclusiva, un proyecto que busca diagnosticar, examinar e intervenir factores y barreras que afectan la inclusión social y productiva de los agentes económicos. Para este estudio se analizó el contenido de 129 noticias de los medios El Tiempo, Portafolio, El Espectador y Revista Semana, lo que evidenció que la mirada que más se destaca frente a la informalidad en estos medios periodísticos es de carácter negativo.

**Palabras Clave:** Medios de comunicación, Emociones, Análisis del discurso, Imaginario social.

**Abstract:** This article presents the process and results of a study based on the methodology of analysis of the discursive construction of emotions in the written press, with the main objective of knowing how the phenomenon of informality is approached in the hegemonic discourses that circulate in the media, where social imaginaries and emotions ('ways of feeling') are evoked around the informal economy. This work is part of the different processes of the Alianza EFI Economía Formal e Inclusiva (Formal and Inclusive Economy), a project that seeks to diagnose, examine and intervene factors and barriers that affect the social and productive inclusion of economic agents. For this study, the content of 129 news items from El Tiempo, Portafolio, El Espectador and Revista Semana was analyzed,

which showed that the most outstanding view of informality in these journalistic media is negative.

**Keywords:** Mass media, Emotions, Discourse analysis, Social imaginary.

**Sumario:**

1. Introducción
2. Las emociones en el contexto de la Economía Formal e Inclusiva
3. El estudio de las emociones en la investigación social
4. Aproximaciones teóricas
  - 4.1 El discurso hegemónico en los medios de comunicación
  - 4.2 El Imaginario Social en la construcción de la realidad
  - 4.3 Emociones y sentimientos como Formas del Sentir
5. Metodología
  - 5.1 Primera fase: rastreo de noticias
  - 5.2 Segunda fase: análisis de noticias en Atlas.Ti
6. Análisis de resultados
  - 6.1 Trabajo Informal: desempleo e inmigrantes
  - 6.2 Vendedores ambulantes: ¿Preferencia o subsistencia?
  - 6.3 Sector Informal: ilegalidad
  - 6.4 Informalidad en el reciclaje: peligro
  - 6.5 Informalidad y agricultura: zonas rurales
  - 6.6 Informalidad y emprendimiento: oportunidad de crecimiento
  - 6.7 Informalidad: Vivienda informal y niveles de pobreza
7. Conclusiones
8. Referencias bibliográficas

## 1. Introducción

En la sociedad existen una infinidad de actividades que configuran y dan forma a lo que cada sujeto conoce como vida cotidiana, en ella, se pueden incluir elementos que se relacionan con las costumbres culturales, el lenguaje, la forma en que éste es utilizado y todas aquellas interacciones que se dan en espacios de aprendizaje como la escuela y la familia. En este marco, la recepción de los productos mediáticos es un elemento fundamental que condiciona las coordenadas de sentido que dimensionan la vida del sujeto. (Thompson, 1998).

Con esto en mente, es preciso adentrarse en la forma en que los medios presentan la información, puesto que “los individuos que reciben los productos mediáticos se ven generalmente envueltos en un proceso de interpretación a través del cual dan sentido a esos productos.” (Thompson, 1998, Pág. 64). De esta manera, en los medios de comunicación se presenta un contenido, le atribuyen relaciones de significado y de sentido a esos contenidos; y son los sujetos los que llevan a cabo un ejercicio de interpretación a partir de herramientas conceptuales. En ese proceso se atribuyen sentidos y se configuran formas de pensar y ‘formas del sentir’ atravesados por la circulación y el consumo de productos mediáticos.

Bajo estos argumentos, es evidente que existe la posibilidad de condicionar la forma en que se presenta el contenido, donde existen además, elementos del discurso que engranan formas de construir el sentido mismo de la interpretación y las maneras de asumirlo. Es así que a través de los medios de comunicación se tiene la posibilidad de nombrar al mundo, de presentar conceptos que transitan en formas de significado muy diversas y que contribuyen de manera definitiva a configurar elementos presentes en la percepción que el sujeto tiene del mundo que le rodea. En otras palabras, esos escenarios de sentido que se mueven a través de los medios masivos de comunicación, son los encargados de inducir determinadas experiencias emotivas, y al ser aceptados y reproducidos terminan en ideas, imaginarios o representaciones que rara vez son cuestionados.

En el texto *Sentidos y Sensibilidades: Exploraciones sociológicas sobre cuerpos y emociones*, Rafael Sánchez Aguirre (2015) realiza una compilación de varias investigaciones, donde se despliegan otras miradas para entender los fenómenos sociales; allí, se evidencian las acciones que determinan la forma de entender la vida cotidiana, donde es indispensable pensar la dimensión emocional como un factor determinante para el análisis social. Desde esta perspectiva, el presente trabajo busca explorar cómo a través de los medios de comunicación se tiene la posibilidad de generar unos ordenamientos específicos a partir de los discursos que reproduce y de las emociones que éstos evocan, ya que de esta manera influyen en lo que el sujeto asume su experiencia.

La presente investigación hace parte de la Alianza EFI<sup>1</sup>, un proyecto que busca diagnosticar, examinar e intervenir factores y barreras que afectan la inclusión social y productiva de los agentes económicos. Al hacer parte de este proyecto, el interés del trabajo aquí presentado es observar cómo se construyen ‘formas del sentir’ en torno a la economía informal en medios informativos escritos. Las preguntas que se plantean son ¿Cuáles son los discursos sobre informalidad presentes en los medios escritos? y ¿Cómo estos discursos han generado unas ‘formas del sentir’ en torno a la informalidad, a partir de las emociones a las que apelan dichos discursos?. Por tanto, se busca explorar cómo se narran las situaciones y a los sujetos dentro de la informalidad a través del análisis de algunos medios de prensa escrita.

## **2. Las emociones en el contexto de la Economía Formal e Inclusiva**

La Alianza EFI Economía Formal e Inclusiva es “una alianza constituida y escogida por la convocatoria Colombia Científica, que presentó como propuesta el Programa Científico denominado: Inclusión productiva y social: programas y políticas para la promoción de una economía formal” (Alianza EFI, 2020). Este programa científico cuenta con la participación de 24 actores, entre los cuales se encuentran

---

<sup>1</sup> Para más información visitar: <https://alianzaefi.com/>

instituciones educativas nacionales e internacionales, empresas y organizaciones sociales. La alianza tiene por objetivo diagnosticar, examinar e intervenir factores y barreras que afectan la inclusión social y productiva de los agentes económicos desde una perspectiva sistémica. Para ello se desarrollan estudios cualitativos y cuantitativos, en el marco de un ecosistema con diversos actores y sectores económicos y sociales. En otras palabras, buscan ideas viables para co-crear soluciones o estrategias desde varios ámbitos (social, académico, político, cultural, comunicativo) para generar procesos transformadores en la economía informal.

Los siete proyectos<sup>2</sup> de la Alianza EFI son: 'Emprendimiento, desarrollo de capacidades empresariales e inclusión productiva', 'Hacia mercados laborales inclusivos', 'Barreras y retos a la formalización económica y social en el sector rural', 'Las ciudades como escenarios para la inclusión social', 'Aspectos globales sobre las causas y consecuencias de la informalidad', 'La mente de los agentes económicos informales'. Y por último, el 'Laboratorio social: herramientas para la gestión y apropiación del conocimiento', en el cual se ubica el presente estudio. Este último proyecto pretende generar estrategias de apropiación social del conocimiento a través de la implementación de intervenciones piloto que conlleven a la formalización e inclusión social y productiva de diferentes agentes económicos.

En el Proyecto 7 se encontró la necesidad de abordar cómo se define la informalidad, donde a partir de una recolección teórica se plantea la importancia de tener en cuenta una definición integral desde cuatro perspectivas: político, económico, cultural y hábitat. Primero, se abordó la definición de informalidad desde una mirada económica, donde se encontró que es concebida "como una afectación negativa a la economía productiva, acompañada por unos efectos en las condiciones en las que se realizan dichas actividades económicas, con lo cual, desde esta mirada, la informalidad es leída desde una caracterización y su comportamiento histórico" (Morales, Espejo y Arias, 2020). Posteriormente, desde la mirada política se encontró que "la informalidad representa el incumplimiento a la

---

<sup>2</sup> Para conocer cada proyecto ingresar a: <https://alianzaefi.com/programa-cientifico/>

norma, la ilegalidad, la evasión tributaria y esa “economía escondida”, que está por fuera del radar del Estado.” (Morales et al., 2020). Por último, se buscó complementar estas definiciones con las miradas cultural y hábitat, allí se encontró que “la informalidad está naturalizada, es decir, es parte de su vida -del sujeto en la informalidad-, su quehacer, de su sobrevivencia y su constitución de ser productivo.” (Morales et al., 2020).

En el Proyecto 7 no se pretende desligar estas cuatro miradas, puesto que todas influyen entre sí. Por el contrario, las estrategias que se han planteado en Colombia para abordar el fenómeno de la informalidad, se ajustan más a las miradas política y económica, y las cifras continúan siendo muy altas. Según el ‘Departamento Administrativo Nacional de Estadística’ DANE (2020), en el trimestre diciembre 2019 - febrero 2020, para el total de las 23 ciudades y áreas metropolitanas de Colombia el total de sujetos trabajando en la informalidad fue 47,9%. Por esta razón, tanto para el presente trabajo como para el Proyecto 7, se considera preciso ampliar y redimensionar cómo es vista la informalidad en la sociedad, en este caso, analizando las emociones que se evocan en el contenido de medios periodísticos hegemónicos, para así tener la posibilidad de generar estrategias que aborden otras perspectivas de la informalidad, como los son las miradas cultural y de hábitat.

### **3. El estudio de las emociones en la investigación social**

En general, en los estudios académicos sobre medios informativos, prensa escrita y análisis del discurso no se suelen tener en cuenta la manera en que los discursos hegemónicos construyen emociones en los sujetos, y cuál es la influencia que esto puede llegar a tener. Aquí, cabe resaltar la importancia del estudio de las emociones en productos periodísticos, porque socialmente se suele atribuir cierta relevancia y veracidad a los medios informativos hegemónicos. Por esta razón, este trabajo se sustenta en el estudio realizado por Silvia Gutiérrez y Erick Vargas (2017) quienes presentan una propuesta de análisis para el estudio de las emociones que son transmitidas en la prensa escrita. Allí concluyen “que aunque los diarios se

presentan como fuentes objetivas, en el uso de las palabras, la jerarquización de la información, las fotografías seleccionadas se apela de una u otra forma a las emociones que pretenden despertar en sus lectores” (Gutiérrez y Vargas, 2017, Pág. 135).

Así pues, es evidente que prestar atención a este tipo de reflexiones posibilita otro nivel de análisis al fenómeno social y amplía la mirada acerca de cómo se está entendiendo el papel que tienen la prensa escrita en la configuración de emociones frente al fenómeno de la informalidad. Puesto que “Los medios de comunicación propagan emociones, podríamos decir incluso que en algunos casos su objetivo es despertar emociones en las personas que los consumen. Es por tanto importante estudiar cómo estos medios con frecuencia relatan hechos dramáticos que se introducen en nuestro mundo de vida, transformando nuestra percepción de la cotidianidad.” (Gutiérrez y Vargas, 2017, Pág 116).

De este modo, se busca desenmascarar la sutil forma en que el discurso hegemónico condiciona el fenómenos de la informalidad, al evidenciar a través de él, posicionamientos que disponen emociones alrededor de la informalidad, y modifican la experiencia de la vida cotidiana. Teniendo en consideración que si ya el discurso tiene un poder por sí mismo, éste se amplifica al ser comunicado de manera masiva a través de los medios de comunicación, los cuales tienen un papel fundamental en la construcción del mundo social, por medio de ellos se sustentan y reproducen ideas sobre la forma en que se “debe” ver el mundo. Entonces, es necesario encontrar elementos de análisis que fortalezcan la mirada frente a la investigación social y que tengan como propósito develar las relaciones entre la dimensión emocional, el discurso hegemónico que circula en la prensa escrita y el papel que cumplen los medios de comunicación, en tanto que aportan coordenadas de sentido que construyen el mundo social.

En este orden de ideas, es necesario resaltar la importancia de esta propuesta para el Proyecto 7 de la Alianza EFI, en el cual se pretende generar estrategias de

apropiación social del conocimiento. Por esto, la forma en que aquí se plantea abordar el fenómeno de la informalidad resulta de gran utilidad, ya que al dimensionarlo desde las emociones, se abre la posibilidad de pensar de otro modo la creación de estrategias de comunicación. Tal cambio de perspectiva, permite plantearse y buscar otras narrativas, otras formas de acercarse al fenómeno de la informalidad en medios de comunicación, donde las 'formas del sentir' se puedan replantear y se cuestionen las que han sido reproducidas por los medios hegemónicos. Este ejercicio investigativo abre la posibilidad de pensar y cuestionar cuáles son los mecanismos que construyen los sujetos para repetir, accionar y legitimar emociones a través del discurso que circula en los medios de comunicación en prensa escrita, donde se normalizan vivencias relacionadas con el fenómeno de la informalidad.

Asimismo, en este proceso de establecer estados emocionales como parte del imaginario social, es fundamental reconocer en el discurso su capacidad de regular los actos humanos, estipular relaciones entre los sujetos, determinar y aprobar formas de pensamiento, y así, legitimar emociones. El discurso es un escenario que atraviesa toda la dimensión social, por esta razón, en este ejercicio de investigación se cuestiona la forma en que se evocan las emociones en los medios informativos hegemónicos a través del discurso que circula en ellos; de esta manera, este trabajo permite analizar las herramientas que se utilizan en el caso de la prensa escrita para consolidar el discurso hegemónico que contiene.

## **4. Aproximaciones teóricas**

### **4.1 El discurso hegemónico en los medios de comunicación**

Los medios de comunicación cumplen un papel fundamental en la forma en que el sujeto construye y le da sentido a la vida cotidiana, donde se tiene la posibilidad de representar y reproducir las ideas e interpretaciones que tiene el sujeto sobre lo que le rodea, de manera que en los medios hegemónicos se pueden difundir imaginarios sociales masivamente a través del discurso que circula en ellos. Por tanto, resulta

imprescindible abordar cómo se comprende el discurso en este ejercicio investigativo, y las implicaciones que tienen los medios en la construcción de la realidad.

Para efectos de este trabajo, se va a entender el discurso como “un mecanismo autónomo que, funcionando en el interior de un dispositivo, constituye tanto lo representado y lo expresado como al sujeto mismo” (Larrosa, 1995, Pág. 29). Es decir, el discurso contiene la forma en que el sujeto ve todo lo que le rodea, ya que en él se estructura la información de manera que se inducen determinadas experiencias (no solo) emotivas, que producen horizontes de sentido y que contribuyen en la comprensión de su propia vida. Así, “la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar sus poderes y peligros (...)” (Foucault, 2005, Pág. 14) e intervienen de forma directa en la manera en que el sujeto asume el mundo en el que vive. Por tanto, es a través del discurso donde se logran plantear ideas que configuran lo que socialmente es aceptado y lo que no, tal y como lo afirma Foucault (2005) “el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.” (Pág. 15).

En este orden de ideas, es necesario reconocer un elemento crucial para comprender el papel que tienen los medios de comunicación en la distribución y circulación de sentidos, y que, justamente, transitan en algo que Michel Foucault (2005) ha llamado el Comentario, éste:

“permite decir otra cosa aparte del texto mismo, pero con la condición de que sea ese mismo texto el que se diga, y en cierta forma, el que se realice. La multiplicidad abierta y el azar son transferidos, por el principio del comentario, de aquello que podría ser dicho, sobre el número, la forma, la máscara, la circunstancia de la repetición. Lo nuevo no está en lo que se dice, sino en el acontecimiento de su retorno.” (Pág. 29)

Es decir, el Comentario tiene la capacidad de estar presente en el discurso y pasar por desapercibido. En el caso de los medios de comunicación y específicamente en la prensa escrita, estos comentarios son aquellas palabras que hacen parte de un entramado discursivo que no aparentan mayor importancia y los cuales suelen estar normalizados, pero en realidad, se le han atribuido escenarios de sentido que controlan y re-distribuyen la experiencia del sujeto al presentarlas desde una carga emocional.

Por otro lado, es importante mencionar el trabajo que desarrolló John B. Thompson (1998) en su texto 'Los media y la modernidad', donde se centra en cómo el uso de los medios de comunicación implicó la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad moderna, nuevos tipos de vínculos sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo. A partir de este trabajo, se devela el papel fundamental de los medios de comunicación en la construcción de la vida social, gracias al «poder simbólico» que estos tienen, es decir, la “capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas.” (Thompson, 1998, Pág. 34).

Para John B. Thompson (1998) “La recepción de los productos mediáticos debería verse, además, como una actividad rutinaria, en el sentido de que constituye una parte integral de las actividades regularizadas que configuran la vida cotidiana.” (Pág. 63) Desde esta perspectiva, los medios de comunicación son una de las herramientas que posibilita la circulación y distribución de formas de relacionamiento que construyen la experiencia, por ende, pensar en el papel de los medios de comunicación, donde circula el discurso, resulta fundamental para comprender cómo se construye el imaginario social y cuál es el papel que tiene en la construcción de la realidad de los sujetos.

## **4.2 El Imaginario Social en la construcción de la realidad**

En primer lugar, es necesario entender el papel que tienen los medios de comunicación en la construcción de la realidad y su funcionamiento en la estructuración del imaginario social. Para ello, se tomó la definición de Imaginario Social del artículo 'La sociología fenomenológica como fuente epistemológica de los imaginarios sociales', donde José Cegarra (2011) presenta una revisión bibliográfica en torno a este término, relacionando sus orígenes y fundamentos epistemológicos con la sociología fenomenológica que estudia la realidad social. En este contexto, se definen los imaginarios sociales como aquellos que "le dan sentido a nuestra vida con las distintas significaciones, conocimientos y actitudes que institucionalmente se transmiten a los individuos dotándolas de sentido y significancia social en el mundo de la vida cotidiana." (Cegarra, 2011, Pág. 89).

En esta medida, el imaginario social está presente en el discurso y presenta una forma de comprender y dar sentido a lo que el sujeto conoce y puede conocer. Aquí, resulta pertinente el texto 'La construcción social de la realidad', donde Peter L. Berger y Thomas Luckmann (2003) plantean la construcción social de la realidad como los "procesos por los que cualquier cuerpo de "conocimiento" llega a quedar establecido socialmente como "realidad"." (Pág. 13). Es decir, la realidad se construye a partir de conocimientos validados socialmente a través de diferentes procesos, y uno de esos procesos es la circulación del discurso en los medios de comunicación. Por tanto, si se entiende que el discurso tiene la capacidad de inducir experiencias (no solo) emotivas, y así mismo, "los imaginarios circulan como esquemas de interpretación y de sentido" (Cegarra, 2011, Pág. 84), es necesario reconocer la importancia de los medios de comunicación, ya que en ellos circula el discurso cargado de significaciones.

## **4.3 Emociones y sentimientos como Formas del Sentir**

Ahora bien, resulta relevante presentar las definiciones que se tendrán en cuenta para comprender a qué se hace referencia cuando en este trabajo se utiliza el término 'formas del sentir'. Para ello, se ha tomado como referencia a Anna María

Fernandez Poncela (2011) y su artículo 'Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos', donde se aborda la diferencia entre emociones y sentimientos. Por un lado, "Las emociones son básicamente –si tuviésemos que elegir una definición– procesos físicos y mentales, neurofisiológicos y bioquímicos, psicológicos y culturales, básicos y complejos" (Fernández, 2011, Pág. 3). Las emociones están ligadas a los sentimientos, estos "son las emociones culturalmente codificadas, personalmente nombradas y que duran en el tiempo." (Fernández, 2011, Pág. 3).

En otras palabras, se puede afirmar que las emociones son una reacción física, lo que percibe y traduce el cuerpo, por tanto, influyen en la forma en que actúa el sujeto a partir de lo que siente. Las emociones no se desligan del sentimiento, el cual se relaciona a la forma en que el sujeto piensa y la perspectiva que tiene de lo que le rodea. Por consiguiente, la emoción es un resultado del sentimiento, ya que según cómo piensa el sujeto va a experimentar determinadas emociones. Desde esta mirada, se plantean las emociones como el aspecto individual, donde no se puede suponer que hay una manera de decirle al sujeto cómo se debe sentir. Mientras que el sentimiento está relacionado a lo colectivo, donde sí hay una influencia externa, pues socialmente se condicionan situaciones y formas de pensar.

Esta mirada de las emociones y los sentimientos, fue planteada desde la antropología, un abordaje relevante para este trabajo ya que como afirma Anna María Fernández Poncela (2011):

"La antropología ve las experiencias emocionales como un asunto cultural desde que los individuos definen sus realidades emocionales individuales en relación con los esquemas de la cultura local. Pero las culturas son parte de un sistema dominante que se vale de estructuras colectivas, que son sociales en el más amplio sentido y constituyen el campo de los órdenes morales que penetran en nuestras vidas de un modo u otro, en especial en la formación de nuestras emociones culturalmente diferentes." (Pág. 13)

Esto permite contextualizar la manera en que serán abordadas las emociones y cómo influyen en el proceso en que el sujeto construye la realidad. De esta manera,

se puede observar el papel de la prensa escrita cuando pone en circulación, legítima y distribuye las emociones que los sujetos asumen en su propia experiencia de la vida cotidiana.

La dimensión emocional hace parte de los imaginarios sociales presentes en el discurso que circula a través de los medios de comunicación, en la prensa escrita se legitima y distribuyen sentimientos y emociones que los sujetos asumen en su propia vida. En el presente artículo, para hablar de la dimensión emocional se hace uso de la expresión ‘formas del sentir’, que busca referirse a la relación entre la emoción y el sentimiento. De esta manera, al afirmar que el discurso hegemónico reproduce y acciona unas ‘formas del sentir’, se está haciendo referencia a que este apela a unos condicionamientos y formas de pensar, que generan determinados sentimientos, y estos se reflejan en el sujeto a través de sus emociones que influyen en la forma en la que actúa en sociedad.

Por último, es imprescindible mencionar que las emociones “dan significado personal a nuestra experiencia... No sólo guían, sino que también ayudan a mejorar la toma de decisiones y la resolución de problemas... Nos informan de aquello que nos es significativo, aquello por lo que estamos interesados...” (Fernández, 2011, Pág. 7). Siendo así, el sujeto percibe las emociones desde su propia subjetividad, y construye sus sentimientos a través de elementos que circulan en los medios masivos, teniendo en cuenta que a través de los medios de comunicación se puede influir en las formas de pensar. Por estas razones, el estudio propuesto se centra en la construcción de escenarios de sentido, a través de los discursos que presentes en la prensa escrita que tienen la capacidad de evocar ‘formas del sentir’, y a partir de este proceso, se generan unos ordenamientos sociales desde lo sensible.

## **5. Metodología**

Este trabajo es de corte cualitativo, y la metodología es el análisis del discurso, más específicamente, es el análisis de la construcción discursiva de las emociones en la

prensa escrita. Como se mencionó en apartados anteriores, esta metodología es una propuesta de los investigadores Silvia Gutiérrez y Erick Vargas (2017), con ella se busca captar y reconstruir la manera en que la prensa escrita, en sus diferentes materiales periodísticos, difunde, propaga y desencadena ciertas emociones en sus lectores, lo que ellos denominan como “Experiencias emocionales”. Estos autores plantean un modelo de análisis a partir de unos topoi, principios y reglas, los cuales se utilizan como una guía que permite categorizar el contenido en el material periodístico, y evidenciar así las emociones que evocan.

Cabe señalar que “el estudio de la emoción nunca es sencillo porque las emociones forman parte de un proceso vivo y pueden sufrir múltiples y enigmáticas transmutaciones, voluntarias e involuntarias, conscientes e inconscientes.” (Gutiérrez y Vargas, 2017, Pág 135). Por tal motivo, este estudio de análisis social “parte de la idea de que las emociones participan de un sistema de sentidos y valores que son propios de un conjunto social, es decir, considera a las emociones como experiencias construidas y compartidas socialmente.” (Gutiérrez y Vargas, 2017, Pág 117). De este modo, se entiende que los resultados no tienen la capacidad de reflejar de manera exacta la atribución que realice el sujeto al contenido que recibe, para saber cuál fue dicha atribución se requiere de otro tipo de estudio que pueda confirmar las emociones experimentadas. Lo que permite este trabajo es evidenciar la posición del medio periodístico, y de las inclinaciones que presenta respecto a la construcción de ciertos imaginarios y ‘formas del sentir’.

El proceso planteado por los autores es ideal para analizar un producto periodístico a la vez, pero ya que en este caso se planteó el estudio de varias noticias en diferentes medios, se ajustaron algunos de los elementos a lo largo del trabajo investigativo, estos serán explicados más adelante. A grandes rasgos, el trabajo se dividió en dos etapas, primero, se realizó el rastreo de noticias, a partir de la selección de palabras clave que brindarían una guía y se delimitaron cuáles serían los medios de prensa escrita para analizar. En segundo lugar, se utilizó el programa informático de investigaciones cualitativa Atlas.Ti, para realizar el proceso de

selección de argumentos dentro de los textos periodísticos, y posteriormente se analizó el contenido, a partir de unos topoi, principios y reglas, basados en los que presentan Silvia Gutiérrez y Erick Vargas (2017).

### **5.1 Primera fase: rastreo de noticias**

En esta fase, se definieron 7 palabras clave relacionadas con la informalidad: 'Trabajo Informal', 'Vendedores Ambulantes', 'Sector Informal', 'Informalidad - Reciclaje', 'Informalidad - Agricultura', 'Informalidad - Emprendimiento' e 'Informalidad'. Para la selección de las tres primeras palabras clave se tuvo en cuenta cuáles eran las temáticas más mencionadas en los medios de comunicación, esto se evidenció durante una búsqueda previa que se realizó con el fin de observar qué contenido se repetía de manera más evidente. Las demás palabras clave, fueron definidas acorde a las comunidades con las que probablemente se trabajará en el proyecto 7 de la Alianza EFI.

Se seleccionaron 4 medios para el rastreo de noticias: El Tiempo, El Espectador, Portafolio y Revista Semana. Estos medios son algunos de los más leídos en Colombia, por tanto se puede considerar que la información que circula en ellos es de carácter hegemónico, y en ellos se encontró gran cantidad de noticias en la mayoría de palabras clave. Ya con estos elementos claros, se planteó la pregunta ¿Cómo se construye el discurso mediático de la informalidad en la prensa escrita? para tener una dirección clara en el momento de seleccionar las noticias que serían analizadas.

En el rastreo de la primera fase se tuvieron en cuenta dos criterios, por un lado, se seleccionaron principalmente noticias del año 2019, y por otro lado, de cada palabra clave se trató de escoger mínimo 5 noticias en cada medio. Estos criterios fueron una guía, por tanto, cuando fue requerido se añadieron noticias de otros años y en algunos medios se seleccionaron más noticias, mientras que en otros no se encontró la cantidad estipulada. El resultado de este primer momento fue una selección de: 41 noticias de El Tiempo, 30 noticias de Portafolio, 38 noticias de El

Espectador y 20 noticias de la Revista Semana, para un total de 129 noticias analizadas.

## **5.2 Segunda fase: análisis de noticias en Atlas.Ti**

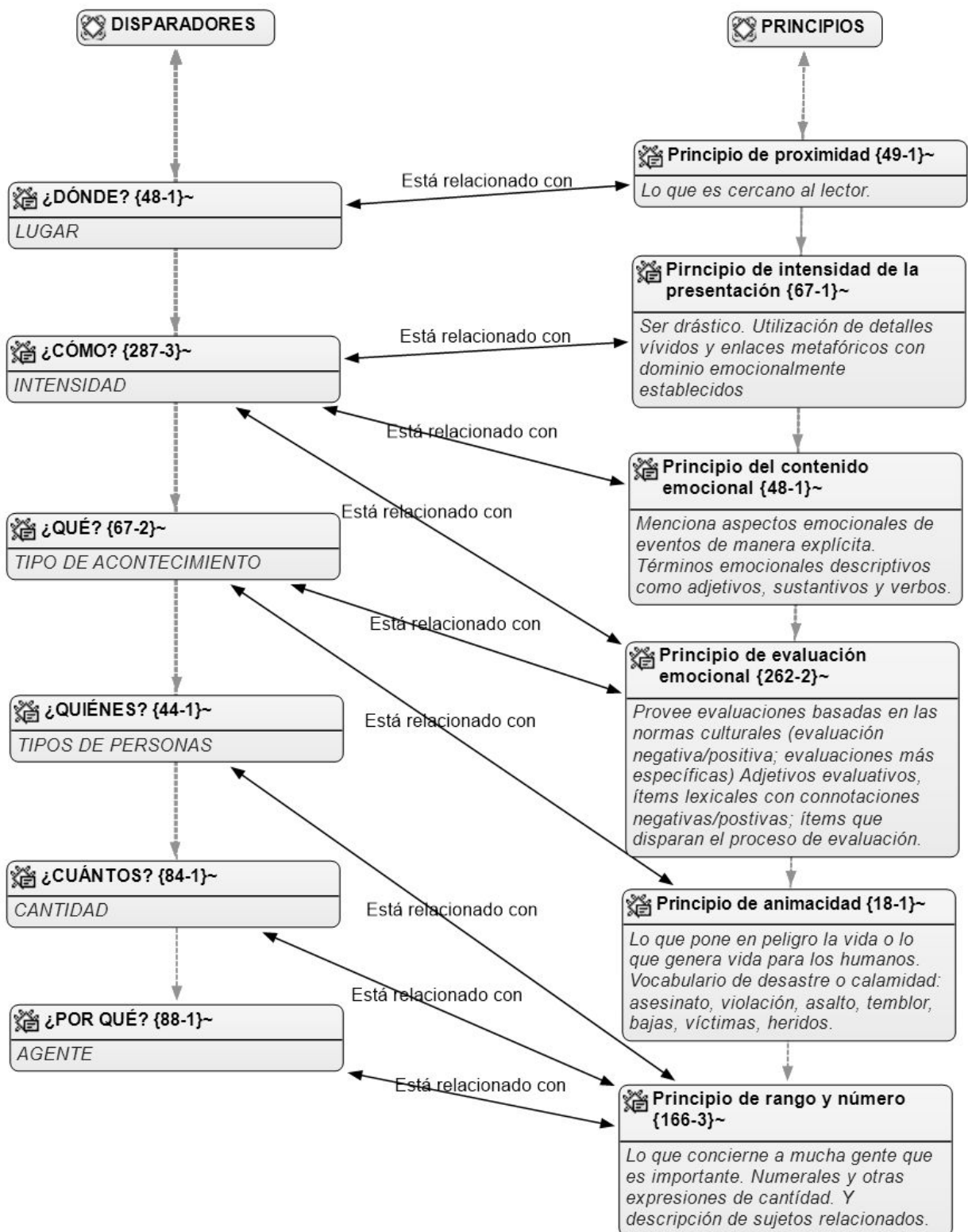
En el segundo momento, para realizar el análisis, se organizaron las noticias en Atlas.Ti., esta plataforma posibilita organizar el material de manera esquemática y facilita la selección de segmentos y su análisis a partir de unos códigos. Así mismo, para los resultados, esta plataforma cuenta con varias herramientas que permiten visualizar los diferentes códigos planteados en el proceso, es un programa versátil y sencillo de manejar. Para este trabajo, los códigos están organizados en dos familias: los códigos de las partes analizadas y los códigos de disparadores y principios.

Los códigos de las partes analizadas sirven para dividir y organizar la información seleccionada en cada material periodístico, donde se tuvo en cuenta las partes que conforman la noticia, es decir: Titular, Subtítulo, Lead, Cuerpo y Conclusión. Lo que permitió hacer un análisis a partir de lo que se conoce en el periodismo como pirámide invertida. Esto se relaciona al orden de la información según la importancia, de más relevante a menos relevante, para así clasificar la información que se analizaría con base en el nivel de importancia que se le atribuye.

Los códigos de disparadores y principios están planteados a partir de los topoi, principio y reglas del trabajo de Silvia Gutiérrez y Erick Vargas (2017). Los disparadores son lo que ellos denominan como topoi, estos permiten identificar quién hizo qué, cuándo, dónde, cómo, por qué, etc. Son los disparadores lingüístico-argumentativos, es decir, la guía que permiten delimitar qué información se está obteniendo del argumento seleccionado. Al tener identificado el disparador, se selecciona el principio que pueda estar aplicando, esto permite observar y analizar a qué emociones apela y de qué manera. En el siguiente gráfico construido con las herramientas de Atlas.Ti se puede observar la relación entre los disparadores y los principios, e incluye la descripción de cada uno.

# Gráfico I

## Relación entre disparadores y principios



Con los códigos definidos, el proceso que se llevó a cabo fue el siguiente: primero, se hizo la lectura completa de la noticia para seleccionar los argumentos del texto que se analizarían. Aquí se seleccionaron las frases o párrafos que llamaron la atención por la forma en la que se abordaba la temática o porque brindaban información específica y directamente relacionada a la informalidad. Para esto, se utilizaron los códigos de las partes analizadas. Luego, se hace la lectura de cada argumento para determinar cuál es el disparador, usualmente en el paso anterior, se tiene en cuenta que en el argumento seleccionado haya un disparador, puesto que éste delimita la información que es de interés para analizar sobre la temática. Por último, el disparador da una guía para saber qué principio está relacionado, respecto al cual se hace alguna observación.

Por último, después de realizar este proceso en cada una de las noticias, se obtuvo 7 listas (por palabra clave) de cada medio, donde se ubican los hallazgos y observaciones realizadas en la selección de códigos. Aquí se evidenciaron los resultados obtenidos de todo este proceso, se pudo analizar las palabras o términos con los que relacionan la informalidad, los cuales apelan a las emociones de manera directa o indirecta. También, se observó la forma en que se aborda la informalidad, y cómo se relaciona con otras temáticas. Además, se obtuvieron datos de ubicación geográfica, descripción de personas relacionadas a la informalidad, las voces de autoridad citadas para dar relevancia al tema abordado en las noticias, entre otros.

## **6. Análisis y Resultados<sup>3</sup>**

A continuación, se presentarán los resultados más relevantes del análisis de noticias realizado en Atlas.Ti., donde se analizaron 360 argumentos en total. Por esta razón, y con el fin de exponer de manera más oportuna la manera en que el discurso en la prensa escrita evoca determinadas 'formas del sentir', aquí se abordarán las tensiones más relevantes encontradas en cada palabra clave, y se presentarán

---

<sup>3</sup> Para acceder a todas las noticias analizadas, ya que aquí solo se mencionan algunos ejemplos, es posible ingresar a este link: <https://drive.google.com/file/>

algunos argumentos analizados en Atlas.Ti. Estas tensiones permiten abordar las temáticas más destacadas en cada palabra clave, y posibilita presentar ejemplos puntuales de cómo se desencadenan experiencias emocionales en la prensa escrita.

### **6.1 Trabajo Informal: inmigrantes y desempleo**

La primera palabra clave es 'Trabajo Informal', aquí se encuentran las noticias relacionadas a la situación de personas que se desempeñan en un empleo informal. En este caso, las temáticas que más se destacaron fueron la forma en que se abordó el desempleo y el rol de los migrantes venezolanos. El primer argumento que se presentará como ejemplo es de la noticia del 30 de septiembre de 2019, titulada 'Desde 2015, por cada puesto nuevo salen 2 personas a buscar trabajo' del periódico El Tiempo. De esta noticia se analizó el Lead, es decir, el primer párrafo donde se presenta de manera concreta el contenido más relevante de la noticia, el cual dice:

“Rubén Darío Martínez trabaja por cuenta propia; el ingeniero venezolano Giomer Farías vende aguacates en la calle; Leonardo Páez tiene un taller pero no volvió a contratar empleados. Estas historias, que hacen parte del informe 'Las caras del desempleo en Colombia', son algunos de los rostros de la difícil situación del empleo en el país.” (Economía, 2019)

Aquí se analizó el principio de intensidad y el principio de evaluación emocional, puesto que hay una descripción que pretende exponer la situación del desempleo utilizando la expresión 'son algunos de los rostros de la difícil situación', y en esa misma expresión se califica como 'situación difícil' el desempleo. En la noticia se aborda el trabajo informal, y desde un inicio se habla de dificultades, también de desempleo (una situación que suele generar preocupación), estos términos contextualizan al lector y lo ubican en una perspectiva negativa en relación a la informalidad.

En general, en las noticias de esta primera palabra clave se utilizan así mismo términos como desafortunados, preocupación, situación crítica, entre otros, que

continúan reforzando una mirada negativa a la situación del trabajo informal. También se observó que en ocasiones utilizaban el término ‘desocupados’ para referirse a los desempleados, otro término con una inclinación negativa, y el cual se repetía en los diferentes medios analizados, excepto en El Espectador.

## **6.2 Vendedores ambulantes: ¿Preferencia o subsistencia?**

La segunda palabra clave es ‘Vendedores Ambulantes’, aquí la temática más destacada es la relación constante entre vendedores ambulantes y subsistencia, y también la situación del espacio público. Por ejemplo, en la noticia del 1 de marzo de 2019, titulada ‘Los conflictos del Código de Policía con la informalidad en el país’ del medio El Espectador, se analizó el siguiente argumento:

“En varias de las críticas que hubo en contra de la norma, que entró en vigencia en enero de 2018, se señaló que, si bien hay una necesidad de preservar el espacio público en las ciudades del país, también se debe tener en cuenta las tasas de informalidad y de ciudadanos que se dedican a estas economías como alternativa al desempleo y como forma de subsistencia.”  
(Política, 2019)

En este caso las ventas ambulantes se describen como forma de subsistencia, además se habla de preservar el espacio público. Por un lado, en varias noticias se utilizaron términos como recuperar el espacio, desorden, desbordado, inundación, para describir la situación del espacio público en relación a las ventas ambulantes, presentando una relación negativa, y asociando al lector a una situación incómoda. En relación a la subsistencia, la mayoría de noticias utilizaban palabras como sustento, ganarse la vida, sobrevivir, con estos términos relacionan constantemente las ventas ambulantes con necesidad.

## **6.3 Sector Informal: ilegalidad**

En la tercera palabra clave ‘Sector Informal’ también se evidenció esa relación de subsistencia, pero se encontró que algunos casos las personas ven el trabajo informal como otra opción viable, aún si cuentan con la oportunidad de acceder a un trabajo formal. Por ejemplo en la noticia del 28 de agosto del 2019, titulada ‘El

drama de una madre que terminó en la cárcel por extorsión' de El Tiempo, se analizó lo siguiente:

“Ingrid Bernal duró más de 16 años trabajando en una empresa, pero renunció hace cinco, cuando el dinero que ganaba dejó de alcanzarle. En ese momento vivía en Juan Pablo II, en Ciudad Bolívar, y montar un puesto de arepas fue la mejor opción que encontró.” (Sección Bogotá, 2019)

En este argumento se puede observar una evaluación emocional, ya que se utiliza la descripción 'mejor opción' para comparar el empleo formal con la informalidad.

Además, la tensión más relevante en esta palabra clave es la relación constante entre el sector informal y la ilegalidad, pues la mayoría de noticias se trataron sobre alguna situación ilegal o que pone en riesgo la vida. En la noticia mencionada se analizó el titular, donde se habla de cárcel y extorsión, marcando desde un inicio la forma en que el lector verá sector informal, que puede interpretar como un sector problemático o que afecta la vida. Cabe aclarar que las noticias de esta palabra clave son de varias temáticas, pero en su contenido asocian la situación general al sector informal, en este ejemplo el sector relacionado es el de rutas de tránsito informales.

#### **6.4 Informalidad en el reciclaje: peligro**

La cuarta palabra clave es 'Informalidad - reciclaje', estas palabras se utilizaron juntas en la búsqueda para poder observar qué relación se hacía entre ellas. En este caso la tensión que más sobresale es en relación al peligro, por ejemplo en la noticia del 29 de enero de 2019, titulada 'Cada año, el mundo bota a la basura 62.000 millones de dólares en desechos electrónicos' de el medio El Espectador, se analizó el siguiente argumento:

“El 80% restante termina en basureros o siendo reciclado de forma ilegal. En ambos casos, tanto el suelo como las aguas subterráneas y los recicladores informales se exponen a sustancias cancerígenas y peligrosas como el mercurio, el plomo y el cadmio.” (Redacción vivir, 2019).

En este caso se aplicó el principio de animacidad, ya que se relaciona el reciclaje informal con la exposición a sustancias cancerígenas, esto puede causar en el lector la sensación de inseguridad respecto al reciclaje, percibirá esta actividad informal como una situación que atenta con la vida. Por otro lado, en este caso, diferente a las anteriores palabras clave, se observó que hay una relación positiva entre entre reciclaje con opciones laborales y la posibilidad de cuidar el medio ambiente, aunque en estas situaciones no se relacionaban al reciclaje informal.

### **6.5 Informalidad y agricultura: zonas rurales**

La quinta palabra clave es 'Informalidad - agricultura', donde principalmente se encontraron noticias sobre la situación de las zonas rurales. Para abordar este tema, en las noticias utilizan cifras de informalidad, las cuales pueden generar en el lector preocupación. Por ejemplo, en la noticia del 6 de agosto de 2019, titulada 'Lo que debe hacer el Gobierno para impulsar el sector agrícola' del medio Portafolio, se analizó el siguiente argumento:

“Jorge Bedoya, presidente del gremio, señala que frente a la parte laboral uno de los principales problemas tiene que ver con la formalización, dado que la informalidad llega al 86 por ciento, cuando en el promedio en el país es de alrededor del 44 por ciento. “Lo que se quiere ahí es cambiar el régimen de contratación laboral para las actividades agrícolas y pecuarias”, dice.” (Portafolio, 2019).

En este caso el principio utilizado para analizar el argumento fue el rango y número, puesto que además de presentar una cifra, la sustenta utilizando una voz de autoridad. Esto influye en la credibilidad y atención que el lector le da a la cifra presentada, la cual en este caso refleja una situación que se puede percibir como alarmante.

### **6.6 Informalidad y emprendimiento: oportunidad de crecimiento**

Así mismo, en las noticias de la sexta palabra clave 'Informalidad - emprendimiento', hay una relación positiva al describir las posibilidades que puede brindar el emprendimiento si este se relaciona a la formalidad, pero cuando se relaciona a la

informalidad ya no hay una descripción de la situación tan positiva, esto se puede observar en la noticia del 2 de abril de 2019, titulada 'Excelente prioridad: pacto por la equidad' de Portafolio, donde el lead dice:

“Colombia es uno de los países con mayor concentración del ingreso y riqueza del mundo, aparte de poseer altos niveles en materia de estancamiento de la productividad, baja diversificación productiva, fortalecimiento de las actividades ilegales, alta informalidad y costos regulatorios, y vulnerabilidad ambiental y climática, factores que afectan la remuneración, las oportunidades laborales y la vida plena en la sociedad de muchos ciudadanos.” (Portafolio, 2019)

El principio analizado en este argumento fue el de contenido emocional, ya que utiliza el término 'afectar', para describir la relación entre la informalidad con la remuneración, las oportunidades laborales y la vida plena, evidentemente es una relación negativa que tiene la posibilidad de causar en el lector rechazo a la informalidad.

### **6.7 Informalidad: vivienda informal y niveles de pobreza**

Por último, se realizó una búsqueda general de noticias utilizando únicamente la palabra 'Informalidad', en este caso cabe destacar cómo los medios presentan la situación de la vivienda informal. Por ejemplo, en la noticia del 10 de diciembre de 2019, titulada 'Vivienda informal sigue siendo la solución para los más pobres' de El Tiempo, se analizó este argumento:

“Todo indica que los hogares vulnerables están acudiendo a la informalidad para solucionar el problema, pues la oferta formal no cubre las necesidades, como lo demuestra un estudio de Olga Lucía Ceballos Ramos, profesora asociada de la facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Javeriana, que tomó el déficit del 2003 al 2017 y lo comparó con las viviendas iniciadas durante los gobiernos locales de ese periodo.” (Sección Bogotá, 2019)

Aquí se utilizó el principio de evaluación emocional, ya que se califican como vulnerables los hogares que acuden a la informalidad, presentando de esta manera una relación entre el nivel socioeconómico y la informalidad; incluso el titular de la

noticia, describe a las personas relacionadas a la vivienda informal como ‘los más pobres’, por tanto, el lector puede interpretar que el acceso a la vivienda informal es caótico y desordenado, lo que le puede generar incomodidad.

## **7. Conclusiones**

Llegados a este punto, conviene destacar algunos de los aspectos que más resaltaron durante el proceso de análisis. En todos los medios se encontró que el uso de las citas permite hacer comentarios que llevan contenido emocional, así mismo, estas citas son de personajes relevantes e incluso entidades con algún tipo de autoridad. Este es un recurso que en periodismo permite dar mayor veracidad a la información presentada, pero gracias a este análisis se puede concluir que estas citas también tienen la posibilidad de ser un elemento esencial para evocar ‘formas del sentir’.

Otra situación que vale la pena mencionar, es que en el análisis aquí presentado se utilizaron los ejemplos más llamativos, la mayoría provenientes de El Espectador, El Tiempo y Portafolio, puesto que en la Revista Semana no se encontró la misma cantidad de contenido sobre el tema. Adicionalmente, la clasificación de los argumentos permitió observar que en el cuerpo de la noticia es donde más se encuentra el contenido que evoca emociones, pero también se encontraron titulares y leads bastante sugestivos, los cuales tienen mayor impacto en el lector al ser lo primero que leen, y en ocasiones, lo único.

Ahora bien, después de realizar el proceso presentado en este artículo, es posible afirmar que la mirada que más se destaca frente a la informalidad en estos medios periodísticos es de carácter negativo. Dicho esto, hay que tener en cuenta que este es el discurso hegemónico que predomina y tiene la capacidad de difundir masivamente ‘formas del sentir’ relacionadas al rechazo del fenómeno de la informalidad, esto nos permite plantear la importancia de generar espacios para encontrar discursos diferentes que apelen a otros imaginarios y otros

ordenamientos. Los laboratorios sociales que se realizarán en el Proyecto 7 de Alianza EFI, son un espacio donde se pueden abordar otros discursos y otras narrativas al proponer un acercamiento directo a la población que se desempeña en trabajos informales, quienes pueden tener una mirada diferente a la que presentan los medios. De esta manera, se pueden construir discursos que no solo generen un impacto negativo, sino que permitan reconocer desde la propia experiencia la manera en cómo se asume la informalidad.

Es oportuno señalar que claramente hay razones para hablar de las dificultades que presenta el fenómeno de la informalidad, como la falta de pensiones, la falta de seguridad social, trabajos mal pagados, altas cifras de desempleo, etc; a fin de cuentas esto es lo que pretende informar la noticia. La cuestión, es que esto no es únicamente lo que se puede encontrar allí, hay personas que se han dedicado a estos oficios por generaciones, o incluso quienes tomaron la decisión de cambiar un trabajo formal por uno informal, lo que demuestra que también es una situación que atraviesa lo cultural. Sin embargo, al tener una mirada negativa, y al abordar la informalidad únicamente como un problema que se debe erradicar, no permite que haya un acercamiento a la población que no lo vive de esta manera, para quienes simplemente es otra opción de vida válida. Y cabe preguntarse si en este caso funcionan las mismas políticas públicas, puesto que aunque puedan haber personas en la informalidad que están en condiciones precarias, es probable que muchos otros no perciban su labor de manera negativa, por ende, no les interesa dejar de trabajar informalmente.

Por último, al reparar en el panorama general que brindó este estudio en relación a las 'formas del sentir' y cómo esto influye en la manera en que el sujeto construye su realidad, se denota la importancia de este tipo de análisis y se propone utilizarlo con otras temáticas. De esta forma, se puede analizar cómo los discursos en los medios periodísticos abordan temas más controversiales como el racismo, clasismo o machismo, y así se pueden llegar a develar cuáles son los imaginarios presentes en el discurso actual frente a estas situaciones. Porque, como bien se pudo

observar en este trabajo, se puede ver que se comunican muchas más ideas de las que se dicen textualmente, es decir, no se dicen en voz alta, pero se piensan al leer una palabra o una frase puntual y repetitiva; y tienen la capacidad de generar en el lector emociones que influyen en cómo el sujeto da sentido a su vida cotidiana, sin darse cuenta de cómo construye los elementos que componen su realidad.

## 8. Referencias bibliográficas

- Alianza EFI. (2020). *Programa científico*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://alianzaefi.com/programa-cientifico/>
- Alianza EFI. (2020). *Sobre la alianza*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://alianzaefi.com/sobre-la-alianza/>
- Berger, Peter y Luckmann, Thomas. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores S. A.
- Cegarra, José. (2011). "La sociología fenomenológica como fuente epistemológica de los imaginarios sociales". *Revista Investigación y Postgrado*, (26)1, 65 - 90. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/658/65828406004.pdf>
- DANE. (2020). *Empleo informal y seguridad social*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>
- Economía. (30 de septiembre de 2019). Desde 2015, por cada puesto nuevo salen 2 personas a buscar trabajo. *El Tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/que-esta-pasando-con-el-dese-mpleo-en-colombia-418034>
- Fernández Poncela, Anna María. (2011). "Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos". *Revista Versión Nueva Época*, (26). ISSN: 0188-8242.
- Foucault, Michael. (2005). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores, S.A.
- Gutiérrez, Silvia y Vargas, Erick. (2017). "Emociones y medios de comunicación, una propuesta de análisis". *Revista Conexão Letras*, 12(18), 115-138. <https://doi.org/10.22456/2594-8962.79462>

Larrosa, Jorge. (1995). *Escuela, Poder y Subjetivación*. Madrid: Ediciones de La Piqueta.

Morales, Yomary Angélica, Espejo, Jaime, y Arias, Jefferson. (2020). Otras miradas de la Informalidad como Insumo de orientación del laboratorio social en el marco de la Alianza EFI. *Alianza EFI*. Recuperado de:

<https://alianzaefi.com/documentos/>

Política. (1 de marzo de 2019). Los conflictos del Código de Policía con la informalidad en el país. *El Espectador*. Recuperado de:

<https://www.elespectador.com/noticias/politica/los-conflictos-del-codigo-de-policia-con-la-informalidad-en-el-pais/>

Portafolio. (2 de abril de 2019). 'Excelente prioridad: pacto por la equidad'.

*Portafolio*. Recuperada de:

<https://www.portafolio.co/revista-portafolio/excelente-prioridad-pacto-por-la-equidad-528105>

Portafolio. (6 de agosto de 2019). Lo que debe hacer el Gobierno para impulsar el sector agrícola. *Portafolio*. Recuperado de:

<https://www.portafolio.co/economia/crecimiento-y-rentabilidad-la-deuda-con-el-campo-532333>

Redacción vivir. (29 de enero de 2019). Cada año, el mundo bota a la basura 62.000 millones de dólares en desechos electrónicos. *El Espectador*. Recuperado de:

<https://www.elespectador.com/noticias/tecnologia/cada-ano-el-mundo-bota-a-la-basura-62000-millones-de-dolares-en-desechos-electronicos/>

Sanchez Aguirre, Rafael. (Comp.)(2015). *Sentidos y Sensibilidades: Exploraciones sociológicas sobre cuerpos y emociones*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. Recuperado de:

<https://issuu.com/cieseditora/docs/sentidossensibilidades01>

Sección Bogotá. (28 de agosto de 2019). El drama de una madre que terminó en la cárcel por extorsión. *El Tiempo*. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/bogota/historia-de-la-calibradora-de-rutas-informales-que-fue-a-la-carcel-por-extorsion-405700>

Sección Bogotá. (10 de diciembre de 2019). Vivienda informal sigue siendo la solución para los más pobres. *El Tiempo*. Recuperado de:  
<https://www.eltiempo.com/bogota/vivienda-informal-sigue-siendo-la-solucion-p-ara-los-mas-pobres-442450>

Thompson, Jhon. (1998). *Los media y la modernidad*. Una teoría de los medios de comunicación. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

## **Agradecimientos**

Esta serie de documentos de trabajo es financiada por el programa “Inclusión productiva y social: programas y políticas para la promoción de una economía formal”, código 60185, que conforma Colombia Científica-Alianza EFI, bajo el Contrato de Recuperación Contingente No.FP44842-220-2018.

## **Acknowledgments**

This working paper series is funded by the Colombia Científica-Alianza EFI Research Program, with code 60185 and contract number FP44842-220-2018, funded by The World Bank through the call Scientific Ecosystems, managed by the Colombian Ministry of Science, Technology and Innovation.