



Chasqui
Revista Latinoamericana
de Comunicación **132**
agosto-noviembre
2016

**Cine, política audiovisual
y comunicación**



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cícilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadora Monográfico Chasqui 132

Susana Sel

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **Nuevas pantallas y política audiovisual**
Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

- 23 **La comunicación en clave latinoamericana**
Erick TORRICO VILLANUEVA

37 MONOGRÁFICO

Cine, política audiovisual y comunicación

- 39 **Introducción: Cine, política audiovisual y comunicación**
Susana SEL
- 47 **El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades**
Lucila HINOJOSA CÓRDOVA
- 65 **Montañas rusas de gozo vano. Industria cultural, leyes y cine nacional**
Jorge Luis SERRANO
- 77 **Cine chileno y capitalismo neoliberal. Apuntes para una crítica de la economía política de la producción cinematográfica**
Roberto TREJO OJEDA
- 101 **Celso Furtado. Cultura e política cinematográfica**
Anita SIMIS
- 113 **Breve caracterización del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos como industria cultural**
Hansel Pavel ORO ORO y Dasniel OLIVERA PÉREZ
- 127 **Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente**
Diego ROSSI
- 147 **Adentro y afuera del multiplex. Los estudios comerciales de audiencias del cine en América Latina**
Juan Carlos VALENCIA y María Alejandra BELTRÁN LÓPEZ
- 165 **2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana**
Andrés BARRADAS
- 183 **A configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro**
José Guibson DELGADO DANTAS, Gardia RODRIGUES
- 205 **Hollywood, el copyright y el TPP**
Karina LUCHETTI

223 ENSAYO

- 225 **A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo**
Leonel AZEVEDO DE AGUIAR y Angela SCHAUN
- 245 **Predicación, verdad y sujeto colonial: genealogías de la obediencia en contexto mapuche**
Patricio LEPE-CARRIÓN
- 261 **La institución de la ciberpolítica: gobernanza y código**
Lucas Emmanuel MISSERI
- 277 **La evolución del derecho a la comunicación ante la emergencia de la ciudadanía digital**
Francisco Javier MORENO GÁLVEZ
- 293 **A fugaz temporada para a leitura do suplemento *Sabático* (2010-2013) e o lugar da literatura na imprensa escrita latino-americana**
Wilson ALVES-BEZERRA

307 INFORME

- 309 **La construcción retórica de la corrupción**
Adriana ÁNGEL
- 329 **El discurso del periódico digital mapuche *Werken.cl* en torno al territorio: una aproximación semiótico-decolonial**
Juan Alfredo DEL VALLE ROJAS y Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
- 351 **La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado**
Alexander BUENDÍA ASTUDILLO
- 369 **Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil**
Beatriz CAVENAGHI, María José BALDESSAR y Cristiane FONTINHA MIRANDA
- 385 **Perspectiva comparada entre iniciativas de comunicación comunitaria de TV en Brasil y España: primeros apuntes**
Adilson VAZ CABRAL FILHO

399 RESEÑAS

Reseñas



A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura

Norval BAITELLO JUNIOR

Editorial: Paulus. São Paulo, Brasil.

Año: 2014

Páginas: 160

ISBN: 978-85-349-3993-5

A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura es un libro clave en la destacada obra de investigación de Norval Baitello Jr., iniciada hace más de tres décadas en Berlín (Alemania), donde se doctoró con una tesis sobre las relaciones entre el dadaísmo y la antropofagia (corriente de ruptura estética surgida en Sao Paulo en las primeras décadas del siglo XX). El libro posterior, *Dadá-Berlín*, fue prologado por Haroldo de Campos, uno de los referentes de las primeras obras de Baitello y referencia fundamental de los estudios semióticos y literarios, o lo que hoy llamaríamos estudios culturales, en América Latina. Pero fueron *O animal que parou os relógios* (Annablume, 1999), libro escrito ya en su retorno a Sao Paulo, y la fundación del Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (CISC), los dos hechos que transformaron a Norval Baitello en una de las principales referencias, no solo de los estudios semióticos, sino de comunicación primero en Brasil, luego en América Latina y en Europa.

En 1990 el Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia realizó uno de sus primeros encuentros, con Harry Pross e Ivan Bystrina, y se abordó el tema: ¿el periodismo pierde el pie de la historia? A partir de esa reunión científica, las presencias de Vicente Romano (catedrático español, muerto en fechas recientes, potenciador de la ecología de la comunicación y del pensamiento crítico), Dietmar Kamper (sociólogo de la comunicación), Ryuta Imafuku, Siegfried Zielinski, Tomas Bauer, Hans Belting, Gunter Gebauer, Christoph Wulf –entre otros de una larga lista de teóricos e investigadores–, en diálogo con el CISC, ya tenían en la escritura de Norval Baitello Jr. un espacio de efervescencia teórica.

En ese contexto, la iconofagia comienza a transitar por sus escritos y los de otros teóricos latinoamericanos (como Rodrigo Browne de Chile), al principio de forma precaria y con los años como uno de los dispositivos claves para articular una teoría crítica sobre la comunicación y la cultura. Rigurosidad y creatividad son dos ámbitos que en la escritura de Norval Baitello no son incompatibles, sino aparatos de escritura e investigación. La primera versión del texto fue publicada en el año 2002 (editorial Hackers), traducido al castellano en 2004 (editorial Arcibel, Sevilla). No obstante, esta edición no es, simplemente, una segunda de aquella primera de 2002, sino un texto que, acompañado de imágenes, permite retomar su lectura y considerar la actualidad que presenta el texto.

A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura, en efecto, trabaja tres áreas fundamentales: la comunicación, la imagen y la cultura. Los tres dispositivos se cruzan, entrelazan, dialogan y entran en conflicto entre ellos. Es decir, no es posible comprender la comunicación sin una lectura de la imagen y la cultura que ponga en cuestionamiento cómo han sido considerados estos conceptos con anterioridad en el campo científico. Cuestiona, por lo tanto, las lecturas funcionalistas y funcionales de la comunicación, la reducción de la imagen a la semiótica, el arte o la estética y la cultura como demarcación entre antropología y obra de arte. No es casual que Norval se iniciara con los dadaístas, leyendo a Walter Benjamin, Vilém Flusser, Harry Pross o Ivan Bystrina; con la antropofagia (Oswald de Andrade, Tarcila do Amaral), Haroldo de Campos y muy cercano a Eduardo Peñuela Cañizal (uno de los pioneros en los estudios de la semiótica de la imagen en América Latina). Su particular y 'original' lectura de las imágenes (como icono, no en el sentido semiótico sino como desplazamiento cultural), su interés por el cuerpo (o los cuerpos), por el nomadismo como crítica a la sociedad sedentaria (sedada, adormilada, 'dominada') y por los elementos marginales de las culturas (podríamos hablar con Flusser de las ciencias de la basura o con Warburg de las ciencias sin nombre), transforman su texto en uno de los escritos claves sobre comunicación de las últimas décadas. Cuando la comunicación, en muchos momentos, parece que está atravesando una etapa de 'cansancio' epistémico, y se repiten –texto tras texto– los mismos postulados, Norval golpea “a martillazos” (Nietzsche) las bibliotecas, las aulas y los despachos universitarios. Abre agujeros e intranquiliza la serenidad de quienes pensaban que 'ya está bien' de 'quemarnos la cabeza', de tanto pensamiento crítico, y se regodean de manual en manual citando lo ya dicho.

La originalidad de Norval está en la “diferencia” (Deleuze), en lo 'diferente', en la postvida y sobrevida de las imágenes (Warburg), en las cajas negras (Flusser). Iconofagia es devorar pero, de manera fundamental, ser devorado por las imágenes. La subjetividad 'sin' sujeto (a-sujetado), es decir, como proceso de cambio y transformación, como crítica a la técnica cada vez más mecanicista. La imagen pierde sustento, indescriptibilidad, y se acomoda para el consumidor-consu-

mido (otra versión de la iconofagia, esta vez en la sociología de Moulián). Se reciben imágenes ‘repetidas’ (como fue el caso del atentado a las Torres Gemelas) pero agobiantes para un consumidor que ‘ve’ la diferencia donde no hay más que ‘formas’ sin ‘fondo’. La cultura pantallizada e irrepresentable, de un *homo ludens* ya transformado en *homo imagónico*.

Víctor SILVA ECHETO

Universidad de Zaragoza, España / vecheto@gmail.com