

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 62 - JUNIO 1998

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín
Fernando Checa Montúfar
Lucía Lemos
Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,
Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Efraín Andrade Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

Las prácticas sociales constituyen un escenario donde la efectividad de las versiones mediáticas hegemónicas de la realidad se relativizan: los perceptores aceptan, negocian o rechazan -para plantearlo desde una perspectiva esquemática- esas versiones. El **dossier Comunicación y prácticas sociales** parte de entender la comunicación fuera de los ejes tradicionales de análisis de los medios de comunicación. Es decir, la comunicación entendida como dimensión básica de la vida y de las relaciones sociales, en donde se producen acciones comunicativas que construyen interacciones políticas, procesos de organización social, producción simbólica, etc. Presentamos ensayos e informes de investigación que indagan las diversas formas de relación y expresión de actores sociales en diferentes contextos y situaciones, y en el marco de diferentes gramáticas culturales. Son análisis relativos a esos tres componentes básicos -según Martín-Barbero- de las prácticas sociales: socialidad, ritualidad y tecnicidad. En todos ellos está la comunicación -no los medios- como parte y producto de esas prácticas: la moda, los gestos y el cuerpo como escenarios de signos y simbolizaciones, expresiones musicales contemporáneas recreadas en matrices culturales específicas, danzas y teatralidad centenarias aún vigentes que constituyen "microresistencias que fundan microlibertades", recursos técnicos modernos (la cámara fotográfica) que permiten "miradas" de culturas ancestrales, la ciudad... Frente a la creciente masmediación de la sociedad, el reto es fortalecer las prácticas democráticas, pues -como dice Guillermo Orozco- ellas "son acciones reflexionadas entre interlocutores que colectivamente producen sentidos a su comunicación y configuran significados a su acción, a su agencia".

La proliferación creciente (nuevas ediciones y reediciones) y la trascendencia de los límites empresariales para los que fueron creados (llegan a universidades, instituciones y público en general) son dos hechos que han caracterizado al "fenómeno" de los **Manuales de estilo** de medios de comunicación, en los últimos años. ¿Responde esto a una verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o a una estrategia de *marketing*? Según Martín Yriart, estos textos no solo son manuales de producción (que atienden a aspectos léxicos, semánticos, gramaticales, etc. y que buscan que el producto sea lo que el editor quiere que sea), son también parte de una estrategia para legitimar el producto frente a sus consumidores, proclamar su calidad y son instrumentos de formación de imagen, por ello cree que no son necesarios excepto en las grandes agencias de información. En este **dossier** presentamos dos artículos muy críticos (Rodríguez e Yriart), dos que reseñan lo que han sido, son y proyecciones de manuales de importantes medios españoles: *EFE* y *ABC* (no obstante el reiterado pedido, no contamos con aportes de medios latinoamericanos) y uno que, ante la carencia, propone normas de estilo para divulgadores científicos. Creemos que estos textos suscitarán un gran debate al respecto.

Contrapunto es una nueva sección. Con ella queremos motivar el debate; abrir un espacio dedicado a "contrapuntear", matizar y complementar temas tratados en ediciones anteriores; y dar un seguimiento a los mismos. En este número, el tema de la sección es "Crónica roja: espectáculo y negocio", **dossier** publicado en la *Chasqui* 60. Reiteramos nuestra invitación para "contrapuntear" y ser parte activa de la revista: ¡tome la posta!


Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACION Y PRACTICAS SOCIALES

Al margen de los medios de comunicación, aunque su influjo es inevitable, existen diversos procesos, expresiones y formas comunicacionales altamente significativas. Algunas de ellas son analizadas por los autores que presentamos en este dossier.



22 Neoliberalismo: sofisma científico y fascinación comunicativa
José R. García Menéndez

26 La danza aymara como resistencia
Jaime Iturri Salmón

30 La fotografía para una etnología de la comunicación
Sarah Corona Berkin

34 Ciudades andinas: la dialéctica del escape
Eduardo Kingman Garcés



MANUALES DE ESTILO

Dos hechos han caracterizado al "fenómeno" de los manuales de estilo en los últimos años, en Iberoamérica: cada vez más medios los producen y los manuales han trascendido los límites para los cuales fueron creados. ¿Verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o afán de prestigiar el producto ante sus consumidores?

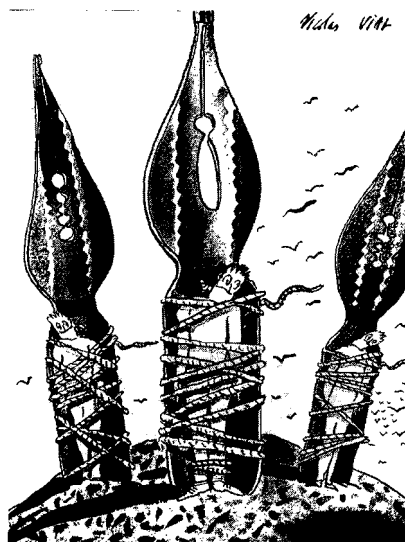
4 Las prácticas en el contexto comunicativo
Guillermo Orozco Gómez

7 El cuerpo de la comunicación: del gesto a la cosmética
José Sánchez-Parga

11 Ciudad, sociedad civil y comunicación
Claudio Flores Thomas

15 De la calle a la pasarela
Valmir Costa

17 México: movimiento punk e identidad femenina
Inés Cornejo Portugal
Maritza Urteaga



37 Qués, para qués y cómo del manual de estilo
Hernán Rodríguez Castelo

43 ¿Para qué sirve un manual de estilo?
Martín F. Yriart

48 El Manual de Español Urgente de EFE
Alberto Gómez Font

53 ABC: ¿un libro de estilo más?
Joaquín Amado

55 Estilo para divulgadores científicos
Manuel Calvo Hernando

CONTRAPUNTO

Nueva sección para "contrapuntear", matizar, complementar temas tratados en ediciones anteriores. En este número, la crónica roja (Chasqui 60) da lugar a la reflexión en torno a una experiencia interesante.

- 58 Crónica roja: hacia un periodismo del abrazo
CISALVA

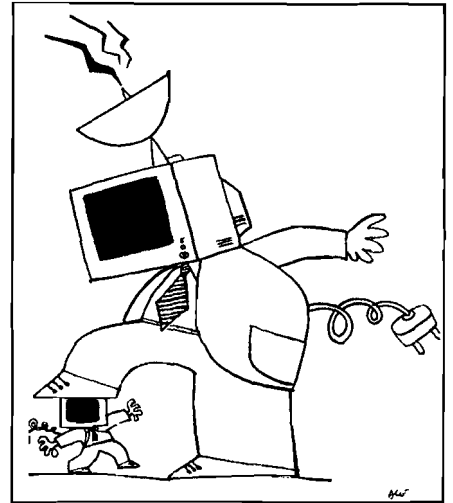


APUNTES

- 62 ¿Quién es el culpable?
La semiótica de Eco
Iván Oñate
- 65 Plan para desactivar cerebros
Carlos Morales
- 68 Los lenguajes prohibidos
Luis Dávila Loor
- 71 El video y sus luchas por expresar
Nancy Díaz Larrañaga
- 74 Los medios y las identidades de género
Celia Aldana
- 79 ¿La imitación o el arte de copiar?
José Luis García

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 El ciberespacio colonizado
Carlos Eduardo Cortés

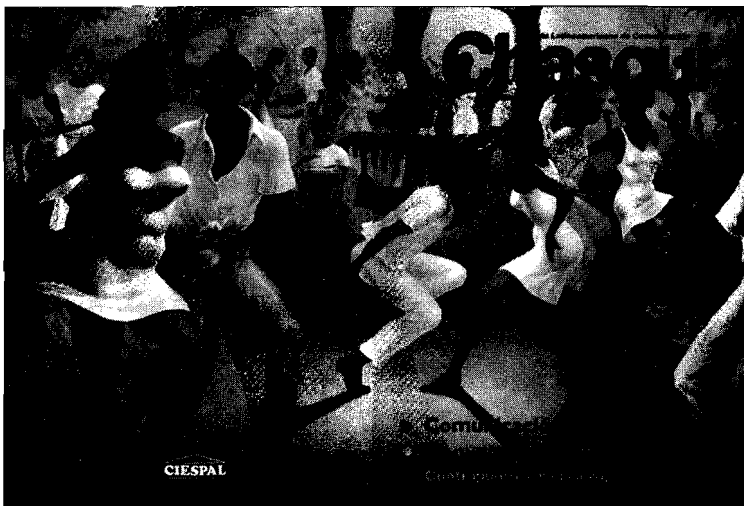


- 86 NOTICIAS

- 88 ACTIVIDADES DE
CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la televisión iberoamericana
Daniel E. Jones
- 92 Libros



PORTADA Y CONTRAPORTADA

EFRAIN ANDRADE VITERI

Ecuatoriano

"MARIMBA", 1991
Oleo sobre tela 1.00 x 1.30

Libros sobre la televisión iberoamericana



Nuevas realidades, en varios aspectos, está viviendo últimamente la TV iberoamericana, que anuncian enormes cambios cualitativos. Esto ha preocupado a muchos expertos en el tema que han dado una importante producción bibliográfica. Aquí se hace un breve análisis de ella y se reseñan algunos libros que, al respecto, se han publicado entre 1995 y 1997.

La televisión iberoamericana, que comenzara su andadura hace casi medio siglo, está viviendo en la actual década un proceso de importantes cambios de orden tecnológico, económico, político y de contenidos como no ha vivido nunca en etapas anteriores. A uno y a otro lado del Atlántico están apareciendo realidades nuevas por la desregulación administrativa (la ruptura del monopolio público en España y en Portugal), la competencia del vídeo doméstico, la implantación acelerada del cable, la consolidación cre-

ciente de la televisión directa por satélite y, más recientemente, las plataformas de televisión digital por satélite (Canal Satélite Digital y Vía Digital en España, y Galaxy Latin America y Sky Latin America al otro lado del Atlántico).

Los grandes grupos empresariales de la comunicación oriundos del área iberoamericana (como los españoles Prisa y Telefónica, los brasileños Globo y Abril, el mexicano Televisa, el venezolano Cisneros y el argentino Clarín), además de los norteamericanos de cobertura global, con intereses crecientes en la región (como Walt Disney, Viacom, News Corp., Time Warner o Westinghouse CBS), están modificando en la actualidad el panorama televisivo.

Este final de siglo se caracteriza por el nacimiento de alianzas empresariales intercontinentales de carácter estratégico, la implantación de nuevas tecnologías cada vez más sofisticadas, la previsible integración entre televisor y ordenador personal, la creación de mercados especializados (sectoriales, regionales, locales), la aparición de nuevos usos sociales del medio, la ruptura de todo tipo de monopolios, la crisis de las inversiones publicitarias debido a la multiplicación de la oferta, la aparición de la televisión pagada y la necesidad de nuevas producciones para atender a una oferta cada vez más saturada.

Todo este agitado panorama se desenvuelve en medio de un capitalismo agresivo y omnipresente, en el

Daniel E. Jones, español. Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor en la Universidad Autónoma de Barcelona y en la Universidad Ramón Llull.

abandono de antiguas políticas de comunicación que intentaban regular los mercados nacionales, en la desaparición de todo tipo de fronteras (ideológicas, políticas, geográficas) y en una aceleración tecnológica imprevisible a medio plazo.

Los analistas y expertos iberoamericanos especializados en el medio televisivo no son ajenos a estos cambios, aunque es cierto que les resulte cada vez más difícil hacer un mapa global sobre todo lo que está ocurriendo. Desde distintas atalayas (en especial universidades y centros de investigación) establecidas en diferentes ciudades y países, algunos teóricos están publicando en los últimos años unos libros que intentan analizar aspectos parciales de la cuestión.

Es cierto que todavía abundan los trabajos sobre la evolución histórica del medio en distintos países, pero también hay otros que se ocupan de la actualidad en los distintos ámbitos o espacios comunicativos: global, macro regional, estatal y hasta microrregional. Algunos autores se interesan por las políticas y estructuras del medio, y otros por la producción de programas, la financiación y el *marketing*, los aspectos jurídicos, los cambios tecnológicos y empresariales, su papel cultural y moral. A continuación se presenta una selección de los libros publicados, entre 1995 y

1997, sobre la televisión iberoamericana.

Almeida, Candido José Mendes de ; Maria Elisa de Araújo (orgs.): *As perspectivas da televisão brasileira ao vivo* (Rio de Janeiro: Imago, 1995). Obra colectiva sobre diferentes facetas del medio: la aplicación de las nuevas tecnologías, la producción independiente, los telediarios, las audiencias, la hegemonía de *Rede Globo*, la legislación, el mercado y los diferentes tipos de programas.

Alvarez Monzoncillo, José María: *Imágenes de pago* (Madrid: Fragua, 1997). Los pormenores del nuevo modelo de televisión que se está implantando en España: Canal Plus, desde 1990, y Canal Satélite Digital y Vía Digital, desde 1997.

Brunner, José Joaquín; Carlos Catalán: *Televisión: libertad, mercado y moral* (Santiago de Chile: Los Andes, 1995). La centralidad de la televisión en el sistema mediático, la regulación pública, la libertad de expresión y el orden moral de la sociedad chilena.

Cádima, Francisco Rui: *Salazar, Caetano e a televisão portuguesa* (Lisboa, 1996). Repaso a la historia política de esta modesta televisión, desde su nacimiento en 1957 hasta la Revolución de los Claveles en 1974.

Campo Vidal, Manuel: *La transición audiovisual pendiente* (Barcelona: Ediciones B, 1996). Los cambios que se han producido en el mercado televisivo español con la implantación de los canales privados desde 1990, que han llevado a una crisis irreversible a la televisión pública TVE.

Díaz, Lorenzo: *La televisión en España: 1949-1995* (Madrid: Alianza Editorial, 1995). Cuenta, de una manera amena y bastante anecdótica, la historia de la programación y de los profesionales que hicieron posible TVE a lo largo de cuatro décadas, y culmina con la aparición de los canales regionales y privados.

Faus Belau, Angel: *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión* (Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995). Pormenorizado análisis de la evolución tecnológica y

profesional de estos medios que han revolucionado el siglo XX: desde la telegrafía sin hilos hasta los satélites.

Fernández Farreres, Germán: *El paisaje televisivo en España: características e insuficiencias del ordenamiento de la televisión* (Pamplona: Aranzadi, 1997). Analiza los cambios producidos en el ordenamiento jurídico de la televisión en España, tras la ruptura del monopolio público estatal en 1982.

Fox, Elizabeth: *Latin American Broadcasting: From Tango to Telenovela* (Lutton: University of Lutton/John Libbey, 1997). Recorrido histórico de la televisión latinoamericana, la aplicación de las diferentes políticas nacionales de comunicación, la penetración norteamericana y los casos específicos de México, Brasil, Venezuela, Perú, Colombia, Argentina, Uruguay y Chile.

Giordano, Eduardo; Carlos Zeller: *Polítiques de televisió a Espanya: model televisiu i mercat audiovisual* (Barcelona: Fundació Jaume Bofill, 1996). Analiza, desde una perspectiva económica y política, los cambios que se han producido en el panorama audiovisual en los últimos años: ruptura del monopolio público, aparición del vídeo doméstico, del cable y del satélite, y expansión del mercado interior.

Gómez Mont, Carmen (coord.): *La metamorfosis de la TV* (México DF: Universidad Iberoamericana, 1995). Presenta una panorámica plural sobre los cambios que se están produciendo en las televisiones mexicana y española: cambios tecnológicos, pero también políticos, industriales y financieros.

Hullebroeck, Joëlle ; María Teresa Quiroz: *Estudio cualitativo y cuantitativo de la programación televisiva en el Perú* (Lima: Unión Latina, 1995). Realiza un estudio cuantitativo y cualitativo de la programación televisiva: por tipos de emisoras, por lenguas de producción y emisión, por procedencia de los programas y por audiencia.

Ibáñez Serna, José Luis: *Orígenes y desarrollo de Euskal Telebista, 1982-1992: una aproximación a la historia de la televisión vasca* (Bilbao:



La telenovela ha dado una prolífica bibliografía.

UPV, 1995). Analiza la trayectoria de la primera televisión regional española, con un canal en lengua vasca desde 1982 y otro en lengua española desde 1986.

Mazziotti, Nora (comp.): *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas* (Buenos Aires: Colihue, 1995). Esta obra colectiva estudia la producción y el consumo del relato melodramático en las televisiones colombiana, mexicana, peruana, brasileña y argentina.

Mazziotti, Nora: *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina* (Buenos Aires: Paidós, 1996). Se ocupa de esta genuina producción audiovisual latinoamericana, sobre todo en Argentina, pero con referencias a los principales productores: Brasil, México y Venezuela.

Moragas, Miquel de ; Nancy K. Rivenburgh ; James F. Larson (dirs.): *Television in the Olympics* (London: John Libbey, 1995). Analiza el papel de las ceremonias de inauguración y de clausura de los Juegos Olímpicos de Barcelona'92 desde una óptica mundial: cómo se presentaban a sí mismos los diferentes países participantes y cómo eran vistos por los demás.

Moragas, Miquel de ; Carmelo Garitaonandia (eds.): *Decentralization in the Global Era: Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union* (London: John Libbey, 1995). Pormenorizado análisis de la televisión en las regiones y pequeños países europeos, la descentralización política, administrativa y cultural en los grandes Estados y los diferentes modelos de implantación de un modelo televisivo de proximidad.

Murray, Simon (dir.): *Latin American Television* (Shrub Oak: Baskerville Communications, 1995). Importante fuente estadística sobre la región y por países, que cuenta con datos útiles sobre tipo de emisoras, programación y audiencia.

Orozco Gómez, Guillermo (coord.): *Miradas latinoamericanas a la televisión* (México DF: Universidad Iberoamericana, 1996). Presenta diferentes aproximaciones al medio

televisivo en la región, de carácter político, educativo y cultural.

Perla Anaya, José: *La radiotelevisión: espectro del poder y del futuro* (Lima: CICOSUL, 1995). Analiza, desde una perspectiva política, la radio y la televisión en el Perú.

Prieto Barrero, Manuel et al.: *Televisión y cultura* (Valencia: RTVV, 1995). Diferentes aproximaciones al fenómeno cultural de la televisión: como medio hegemónico de la cultura de masas y como canalizador de la alta cultura.

Raventós, Joan et al.: *La televisió a l'era digital: primeres jornades parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisual* (Barcelona: Columna, 1997). Incluye una serie de ponencias de expertos sobre los retos que supone, desde el punto de vista jurídico, político, económico y tecnológico, este tipo de televisión que se está implantando en España desde 1997.

Sánchez Tabernero, Alfonso et al.: *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España* (Pamplona: EUNSA, 1997). Analiza el mercado televisivo español, la reforma del marco legal, la programación, la producción, la promoción y distribución, la gestión publicitaria, las audiencias, las estrategias de marketing y la televisión digital.

Schneider Madanes, Graciela (dir.): *L'Amérique Latine et ses télévisions: du local au mondial* (Paris: Anthropos/INA, 1995). Analiza especialmente los mercados más desarrollados (Brasil, Argentina y México), la producción de telenovelas y otros casos singulares (Venezuela, Chile y Perú); incluye anexos estadísticos continentales y fuentes de documentación.

Sirvén, Pablo: *El rey de la TV: Goar Mestre y la historia de la televisión* (Buenos Aires: Clarín/Aguilar, 1996). Trayectoria empresarial de este magnate de origen cubano, que tuviera uno de los papeles más destacados en la implantación del medio televisivo no solo en Cuba, en los años cincuenta, sino también en Venezuela y Argentina, en la década siguiente.



Villanueva, Ernesto: *Régimen jurídico de la televisión privada en Europa e Iberoamérica* (Madrid: Fragua, 1997). Describe los fundamentos constitucionales y el marco legal de la televisión privada en Argentina, Colombia, España, México y Portugal, entre otros países.

Varios autores: *La protección jurídica de la obra audiovisual* (Madrid: Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales, 1995). Como consecuencia de la multiplicación de los canales de comercialización de producciones audiovisuales en el mercado español, se ha hecho cada vez más necesario proteger los derechos de propiedad intelectual de las obras originales, tanto nacionales como extranjeras.

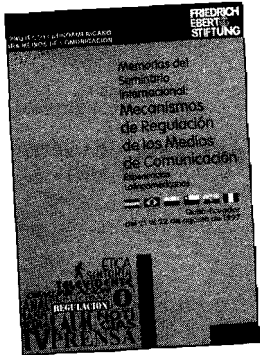
Varios autores: *La nueva perspectiva audiovisual: el reto de la televisión pública regional* (Madrid: Telemadrid, 1995). Presenta una panorámica de este tipo de emisoras que se han desarrollado desde 1982 en seis regiones españolas: País Vasco, Cataluña, Galicia, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid.

Varios autores.: *Televisión por cable en Chile, 1995* (Santiago de Chile: Consejo Nacional de Televisión, 1996). Ofrece una panorámica sobre el desarrollo de esta tecnología en el país, que se está implantando con velocidad, siguiendo el ejemplo argentino. ●

MECANISMOS DE REGULACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION,

Experiencias latinoamericanas.

Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación. Fundación Friedrich Ebert. Quito, 1997.



Fenómenos políticos como el ascenso y la caída de personajes mediáticos (Collor de Melo, en Brasil, o Abdalá Bucaram, en Ecuador) reafirman un hecho hoy incuestionable: los medios de comunicación se han convertido, de entidades interesadas

que influyen en las agendas de opinión, en actores sociales decisivos en la arena política.

A raíz de este nuevo papel de los medios -y dada la creciente politización, concentración y globalización de ellos- se ha iniciado una discusión sobre la necesidad de regular su actuación para impulsar una mayor democratización de la comunicación.

En el centro del debate están algunas inquietudes. Por ejemplo, cómo lograr equilibrar el deber de informar, es decir la obligación del Estado y de las instituciones políticas de volver sus acciones más transparentes y accesibles para la ciudadanía; el deber y derecho de informar, lo que implica defender por parte de las empresas y profesionales de la comunicación el derecho fundamental de la libertad de expresión, conscientes de que ello exige una ética profesional y una actitud pluralista; y el derecho de la ciudadanía a acceder a información plural y útil para poder formarse su propia opinión y, por ende, participar con criterio en el proceso democrático.

Frente a esta problemática, el Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert organizó el seminario internacional "Mecanismos de regulación de los medios de comunicación", en agosto de 1997, en Quito. En él participaron expertos de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y Perú con el objetivo de discutir la función de los medios en sociedades democráticas, intercambiar y analizar las experiencias latinoamericanas con distintos mecanismos de regulación de los medios (sus objetivos, alcances y limitaciones en la práctica) y establecer la necesidad y viabilidad de regulaciones, para elaborar propuestas adecuadas.

Dada la actualidad del tema y el alto nivel de lo expuesto en dicho seminario, la institución organizadora creyó oportuno proporcionar, a un público más amplio, esta publicación, con las ponencias, resúmenes de las discusiones y las conclusiones, como un aporte a la discusión que busca estructuras más democráticas y participativas de las comunicaciones.

Dörte Wollrad

PONGA SU INFORMACION EN TODO EL MUNDO



No sea solo un espectador en Internet, forme parte de la red mundial de información más grande del mundo. Por sólo 20 dólares al mes mantenemos su sitio web en Internet, lo suscribimos a las mejores herramientas de búsqueda, alojamos su sitio web en 2 servidores para mayor facilidad de acceso y mucho más...

INTEGRESE A NUESTRO SERVIDOR DEDICADO A LA INFORMACION SOCIAL



DIRECCION: Av. Orellana 1791 y Av. 10 de Agosto, Edf. Francisco de Orellana, 6to. Piso, TELEFONO: 523527 - 553553 FAX: (593-2) 227014 CASILLA: 17-12-566 Quito-Ecuador E-MAIL: intercom@ecuanex.net.ec INTERNET: http://www.ecuanex.apc.org