

## **Publicidad y Buen Vivir**



**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

*Abel SUING,*

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

*Nancy Graciela ULLOA ERAZO*

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

*Rosa VALLEJO CASTRO*

CIESPAL, 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

**Cicilia 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](http://www.ciespal.org)

[www.revistachasqui.org](http://www.revistachasqui.org)

[chasqui@ciespal.org](mailto:chasqui@ciespal.org)

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

##### **Coordinadores Monográfico Chasqui 134**

Antonio Caro Almela y Marta Pacheco Rueda

**Suscripciones:** [isanchez@ciespal.org](mailto:isanchez@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 construcciones de la cultura Maya, presentes en Palenque, Chichén Itzá y Labná.

*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 Publicidad, Tiempo y Vida**

Francisco SIERRA CABALLERO

## **21 TRIBUNA**

### **23 La Unesco, la comunicación y el neoliberalismo**

Fernando QUIRÓS

## **33 MONOGRÁFICO. Publicidad y Buen Vivir**

### **35 Introducción: De la abstracción a la praxis, de las buenas palabras a los hechos**

Antonio CARO y Marta PACHECO

### **43 El Buen Vivir, entre las tácticas del consumo y las cosmogonías ancestrales**

Vanina PAPALINI

### **61 Marca País: una mirada crítica para América Latina inspirada en la filosofía del Buen Vivir**

Agrivalca Ramsenia CANELÓN SILVA

### **85 Promoción del hiperconsumo textil transnacional: la moda y el exceso como leitmotiv**

Arturo LUQUE GONZÁLEZ

### **107 Comunicación de la Identidad Cooperativa centrada en la Responsabilidad Social. Más allá de la publicidad comercial**

Clara Inés GARCÍA VILLAMIZAR

### **127 Publicidad, necesidades y decrecimiento. Hacia una comunicación publicitaria menos comercial**

Javier GARCÍA LÓPEZ

### **143 El publicista social en la convergencia del Buen Vivir y los ODS**

Catalina GONZÁLEZ-CABRERA

### **161 Trabajo doméstico y Buen Vivir: un desafío para las narrativas publicitarias**

Mariângela CAMUSSO

### **181 Representações do feminino na publicidade: estereótipos, rupturas e deslizes**

Milena Freire OLIVEIRA-CRUZ

### **201 Publicidad y cuestiones morales: provocaciones con jóvenes en el sur de Brasil**

Mariângela MACHADO TOALDO y Maria ATAIDE MALCHER

- 221 **Algunos interrogantes sobre la relación entre publicidad, consumo y Buen Vivir**  
Manuel CANGA SOSA

### **237 ENSAYO**

- 239 **Quadrinhos de aventuras no Brasil e na Argentina: quando o extraordinário se torna cotidiano**  
Roberto ELÍSIO DOS SANTOS y Laura VÁZQUEZ
- 263 **Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc**  
David MONTERO Y Francisco SIERRA CABALLERO
- 277 **O Anjo da Noite, horror gótico e tensões sociais brasileiras na década de 1970**  
Laura LOGUERCIO CÁNEPA
- 299 **Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica**  
Vander CASAQUI
- 315 **Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna**  
Beatriz PEÑA ACUÑA, David CALDEVILLA DOMÍNGUEZ y Pablo BATALLA NAVARRO

### **331 INFORME**

- 333 **O Circuito Fora do Eixo e as tensões no campo da produção cultural no cenário alternativo brasileiro**  
André AZEVEDO DA FONSECA
- 357 **O Mercosul na produção acadêmica brasileira de comunicação social: desafios e perspectivas**  
Monica NUBIATO MATOS
- 373 **¿Hacia una política digital para el cine del Mercosur? Nuevas orientaciones en la agenda regional**  
Marina MOGUILLANSKY y María Florencia POGGI
- 391 **Niveles de acceso a Internet de los estudiantes del bachillerato en Ecuador**  
Damian Marilú MENDOZA ZAMBRANO, Ramón TIRADO MORUETA e Isidro MARÍN GUTIERREZ
- 411 **Percepciones de las familias inmigrantes latinoamericanas en España sobre el espacio educativo: giro dialógico-decolonial**  
Bianca Fiorella SERRANO MANZANO y Agustín DE LA HERRÁN

### **429 RESEÑAS**



# Cuando la gente toma la palabra. Medios digitales y cambio social en la insurgencia de Oaxaca

Tommaso GRAVANTE

---

Editorial: Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Año: 2016

Páginas: 154

ISBN: 978-9978-55-143-1

Las Nuevas Tecnologías de Comunicación generan nuevas formas de participación de las organizaciones sociales, sirven como instrumento para aumentar la resonancia social y visibilidad política, bifurcan los canales dominantes de comunicación y renuevan los procesos reivindicativos, ampliando redes de asociación para la resistencia, y son espacios para producir contenidos autónomos. Esta hipótesis está presente en el libro *Cuando la gente toma la palabra. Medios digitales y cambio social en la insurgencia de Oaxaca*. El texto propone el uso de la etnografía como metodología para comprender el fenómeno como el net-activismo o activismo virtual relacionado a las nuevas formas de organización social y el uso que estas hacen de las herramientas tecnológicas.

El autor plantea repensar la comunicación y la acción colectiva desde la categoría de las emociones para interpretar las subjetividades en el contexto de la lucha social y la producción de significados para resistir a la hegemonía. Con este enfoque estudia el caso de la insurgencia popular de Oaxaca de 2006. En todo el recorrido del libro el autor se pregunta ¿Qué procesos se desencadenan cuando gente común y corriente se involucra en una protesta y decide tomar o dar vida a un medio de comunicación alternativo?

En el capítulo uno, *Medios alternativos de comunicación y prácticas de netactivismo*, indaga dos corrientes que han dominado los estudios de comunicación alternativa en América Latina, el primero fue el paradigma modernizador desde la visión conductista y funcionalista, que gestionó el dominio del modelo difusionista. Para esta escuela la comunicación significó la adopción de formatos dominantes y la difusión masiva de las tecnologías.

En cambio el paradigma participativo, significó el giro hacia la praxis, este movimiento epistemológico combinó la teoría crítica, el análisis situacional y la acción colectiva. Este modelo permitió gestionar la comunicación orientada hacia la reivindicación, como el acceso a la tierra, el agua, la soberanía alimentaria, la identidad cultural, la lucha social que buscó el cambio social y la apropiación de la comunicación para orientarla hacia la política, para crear contenidos propios y producir la participación de la comunidad. Aquí cuentan las experiencias a pequeña escala, aquellas que se caracterizan por el uso alternativo de las TICS, como líneas alternas o bifurcaciones en los sistemas de medios y canales dominantes. En los procesos de los medios alternativos emergen visiones particulares de la comunidad, están más próximas a la cotidianidad que viven los actores. El contenido en estos medios son narraciones que se identifican con la comunidad, al poner en común a través de diferentes medios como un grafiti, una canción popular, adagios, conversaciones cotidianas en las plazas y otros espacios de socialización.

El capítulo, *Repensar los movimientos sociales en América Latina a través del sujeto y de la dimensión emocional*, propone una metodología diferente para estudiar la acción colectiva, estudiarlo desde la perspectiva del sujeto a partir de la categoría emocional como variable de análisis, además, comprender las formas de apropiación de los TIC y otras formas de adopción de estas tecnologías a la cotidianidad comunitaria. No se trata de “dar voz a los sujetos, sino que ellos hablen por sí mismos”, es decir enfocarse en el sujeto para descubrir las subjetividades que emergen en las luchas sociales, las subjetividades que recrean cambios en la convivencia y en la cultura. Las emociones inciden en la apropiación de los medios de comunicación y para el cambio cultural de los miembros, estas motivan la acción colectiva y configuran la realidad de los actores, los estados de ánimo, como la “desesperación, el fatalismo, la resignación o el cinismo, pueden actuar contra la acción colectiva” (68), no obstante los estados de ánimo o su producción pueden ser utilizados de manera estratégica por los medios de comunicación dominantes y por los gobiernos, con fines validados para el poder. Las categorías emocionales son también vínculos afectivos que se unen en la acción política.

Estas luchas sociales se organizan en la autoconvocatoria y la autorepresentación, esta forma de organización bifurca los sistemas formales y dominantes de comunicación, de modo que articula otros medios para comunicar: hacia el interior del movimiento, para activar las redes familiares, en cambio, hacia el exterior del movimiento buscan activar los medios alternativos. La autoconvocatoria no se debe interpretar como una producción espontánea del movimiento social, más bien como una reproducción paulatina de la colectividad que va sumando el malestar social, la reproducción de un discurso oculto, infrapolítico que se distribuye en la cotidianidad a través de los medios informales. En este espacio se despliega la microresistencia y la movilización de recursos, son grietas que minan la hegemonía dominante.

El tercer capítulo, *La insurrección popular de Oaxaca: un breve recorrido*, realiza una lectura crítica del contexto del conflicto en Oaxaca, contado desde la dialéctica del conflicto social que viene desde décadas atrás. “Oaxaca es por tradición una tierra de resistencias y luchas en que el conflicto de 2006 es solo un episodio más”. En las protestas de mayo de 2006, organizadas por los maestros y trabajadores de la educación, estos se movilizaron por sus reivindicaciones salariales organizaron protestas significativas, las mismas que fueron reprimidas con violencia por el Gobierno. La violenta represión dio como consecuencia la solidaridad de otros grupos organizados, grupos indígenas, sindicatos. El conflicto demostró la solidaridad para sumar la participación, la creación de barricadas para la resistencia con el apoyo de las comunidades y la apropiación de los medios análogos y digitales de comunicación.

A su vez los medios alternativos jugaron un rol importante en las movilizaciones, en estas utilizaron videos, blogs y páginas Web, radio en *streaming*, todos esos instrumentos contribuyeron a romper el cerco mediático dominante. Entre los eventos que resaltan está la experiencia de la toma de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (Cortv) por parte de un centenar de mujeres oaxaqueñas. En esta acción colectiva son las ellas las protagonistas, con la reivindicación generan un cambio cultural; esto es, una reivindicación de género. En la toma de este medio está implicada la lucha contra otras formas de dominio más próximas a la propia comunidad. El capítulo cita los sentimientos de las mujeres que participaron en el proceso de apropiación del medio y las formas de organizar y producir contenidos desde los actores movilizadas.

El capítulo, *El proceso de apropiación como espacios de construcción individual y colectiva*, describe los procesos de apropiación de los medios vinculados a las prácticas cotidianas y las subjetividades políticas. Las represiones violentas del Gobierno sobre los maestros generaron el choque moral que activó los valores subyacentes, como la dignidad y la solidaridad, y de modo contrario aumentaron sentimientos de indignación hacia los medios de comunicación hegemónicos; por tanto, se produce la toma de los medios de comunicación para conseguir la difusión de la información producida por las organizaciones sociales. Este es el espacio que origina la necesidad de medios alternativos; por ejemplo una página web que respalde las acciones del movimiento con información producida desde los colectivos y difundida de manera directa.

También los sentimientos están en relación con los discursos ocultos que emergen y se hacen públicos en la sociedad oaxaqueña, aquellas acciones políticas y prácticas estatales de humillación, acciones que afectaron las valoraciones simbólicas de las geografías de la comunidad, por ejemplo, la explotación del bosque o la extracción de recursos por el Gobierno. Suman los sentimientos de indignación causados por las demandas de una educación de calidad, mejores ingresos para los profesores; son demandas que confluyeron en la movilización.

Las prácticas comunicacionales y organizaciones se convierten en un ejercicio de autodidactas desde el criterio, “hagámoslo nosotros mismos [...] Si algo no

sabemos y lo necesitamos, lo aprendemos, no hay otra” (108). El caso de Oaxaca revela que los procesos de aprendizaje se producen a partir de lazos y redes en la comunidad, el uso de las habilidades y la solidaridad de los actores y de los movilizados que hizo de los participantes un manual vivo. Cada uno intervino para aportar con su conocimiento para dar forma y sentido a la comunicación y la organización política. Sin conocer el manejo de las herramientas técnicas, las reglas y los protocolos de comunicación, el conflicto social determinó el lenguaje utilizado y el tiempo de producción.

*El cambio cultural como resultado de la protesta.* El último capítulo plantea el cambio cultural experimentado por los protagonistas en la dimensión comunicacional, política y la biográfica; el cambio se produce como efecto del proceso de empoderamiento.

La experiencia comunicacional de los actores lleva a pensar “otra” comunicación posible, las audiencias antes pasivas se transforman en sujetos críticos, quienes creen tener capacidad para provocar cambios. Otra consecuencia es la desconfianza sobre los medios masivos, se produce una brecha que separa a las organizaciones sociales y los partidos políticos vinculados con los medios de comunicación.

En las prácticas comunicacionales los movimientos sociales de Oaxaca abandonan la lógica binaria de producción acostumbrada por los medios tradicionales, esto es la denuncia del problema versus demanda de solución; más bien se enfocan en otras posibilidades de solución: maneras culturales y comunitarias de solucionar las demandas colectivas. Otra reflexión que surge es considerar la comunicación como un bien común, producto de la colectividad, accesible y sin limitaciones.

El cambio en lo político sucede la reelaboración de los valores y su percepción a participar e incidir en la práctica de otro tipo de política más apegada a las necesidades colectivas. También el cambio en lo personal y biográfico se produce con el desarrollo de nuevas relaciones sociales y el fortalecimiento de sentimientos de autoestima de los sujetos. Emerge una audiencia crítica de los contenidos y se multiplican los canales de difusión autónomos.

En conclusión, los movimientos colectivos organizan medios alterativos desde la resistencia, creados desde las apropiaciones colectivas, reproducen las narrativas propias utilizando las habilidades colectivas que desbordan las categorías formales, y lo más importante, logran producir un cambio cultural. El texto ofrece innovaciones de investigación, como la sistematización de la etnografía realizada sobre los actores del movimiento de Oaxaca, enfocado al tema de los medios alternativos. Otro aporte es el uso de la categoría de la emoción, los sentimientos presentes en los sujetos movilizados, estas subjetividades determinan la fuerza para la lucha social y crea vínculos y redes de solidaridad.

**José MORÁN**

*CIESPAL, Ecuador*