

Carta a nuestros lectores

El periodismo actual vuelve a encontrarse envuelto en un profundo debate sobre la presencia o ausencia de la ética en la práctica de su profesión y en la democracia. El nuevo siglo, con sus innovaciones, arrastra una serie de cuestionamientos sobre las actividades que cumplen los medios tradicionales de la comunicación. Entre ellos se destaca el impacto de Internet que ha trastornado los usos y costumbres de la sociedad actual.

José Zepeda Varas, Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland Wereldomroep, y Daniel Prieto Castillo, investigador, profesor universitario y autor de varios libros de comunicación, analizan la necesidad de escribir sobre los valores éticos en situaciones que pueden exigir, incluso, que el periodista se juegue la vida.

El maestro francés Alain Bouldoires, basado en su experiencia didáctica europea, presenta en la columna de Opinión un tratamiento provocativo de cuestiones relativas a la construcción de la identidad que se convierte en una condición indispensable de la comunicación.

En el mundo latinoamericano causó enorme impacto el cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV) que se convirtió en canal estatal. Andrés Cádizález, investigador de comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, examina las consecuencias de esta acción gubernamental.

En este número de Chasqui también encontrará el lector material interesante sobre cómo el populismo utiliza los medios de comunicación; la dificultad que afrontan los jueces para informar debidamente a la opinión pública sobre los casos encomendados a su resolución; la situación de la libertad de expresión en la Argentina y el análisis de los nuevos géneros periodísticos que surgen con el nacimiento de lo que ahora se conocen como "tics" (nuevas tecnologías de comunicación e información).

Muchos se preguntan cuál es la imagen de los Estados Unidos que los medios de comunicación proyectan en el extranjero. Presentamos, para responder en parte a esta inquietud, el trabajo de investigación llevado a cabo en el Endicott Collage de Beverly, Massachusetts, en seis periódicos digitales de Brasil, España, México, Italia y Argentina. Paúl Alonso nos dice que, lejos de desaparecer las revistas que se publican indistintamente cada semana o cada mes, están cobrando nueva actualidad.

Para los profesionales de la comunicación que buscan insistentemente información sobre nuevos formatos de la programación televisiva, Inmaculada Gordillo, profesora de la Universidad española de Sevilla, entrega datos que calmarán en parte esa inquietud.

La variedad de temas que presentamos a nuestros lectores se complementa con un estudio de la telenovela mexicana *Amor en custodia*, el relajamiento de la radio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los detalles del marketing municipal actualmente en desarrollo y una novedad tecnológica que alterará en breve el actual panorama científico de la electrónica: la informática cuántica.

Chasqui

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.

Universidad Central del Ecuador

Maria Fernanda Espinosa

Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.

Ministro de Educación

Héctor Chávez V.

Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.

Organización de Estados Americanos

Carlos Ruano

Oficina de UNESCO para los países
andinos

Héctor Espín R.

Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.

Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.

FENAPE

Edgar Jaramillo S.

Director General del CIESPAL

Teléfonos.: (593-2) 250-6149 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

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

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Nueva redacción periodística para medios on-line	
<i>Juan Luis Cebrián</i> -----	3	<i>Inma Martín Herrera</i> -----	50
Portada		Prensa	
Sobre el periodismo, la ética y la democracia		Prensa cosmopolita: Etiqueta Negra y El Malpensante	
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i> -----	4	<i>Paúl Alonso</i> -----	56
Opinión		Televisión	
Bricolages identidad y movilizaciones comunitarias		La telenovela <i>Amor en custodia</i> una telaraña sentimental	
<i>Alain Bouldoires</i> -----	10	<i>Manuel de Jesús Corral Corral</i> -----	60
Ensayos		Viejos y nuevos formatos en la televisión del siglo XXI	
Después de RCTV, El servicio público como coartada		<i>Inmaculada Gordillo</i> -----	66
<i>Andrés Cañizález</i> -----	14	Radio	
Tránsito por la comunicación, la identidad y la cultura		Radio ONU inicia servicio digital de noticias	
<i>Jorge H. Massucco</i> -----	20	<i>Laura Kwiatkowski</i> -----	72
Mercadeo neopopulista en los medios de comunicación		Dudas y Rupturas	
<i>Alejandra Valdés C.</i> -----	26	El convidado de piedra	
Medios necios que acusáis a la justicia... ¿sin razón...?		<i>Juan Manuel Rodríguez</i> -----	76
<i>Inés Ghiggi</i> -----	34	Informática	
La imagen de los Estados Unidos en seis periódicos extranjeros		Pensar la informática cuántica	
<i>Sergio Inestrosa</i> -----	40	<i>David Alejandro Yanover</i> -----	78
Argentina, Libertad de prensa recortada		Periscopio Tecnológico -----	82
<i>Alexis Socco</i> -----	46	Bibliografía sobre Comunicación -----	84
		Actividades del CIESPAL -----	92

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Nº 99 Septiembre 2007

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor
Luis Eladio Proaño
Email: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial
Lolo Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Asistente de edición
Jorge Aguirre
Email: chasqui@ciespal.net

Portada y diagramación
Mayra Cajilema C.

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de
Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América
Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y
Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

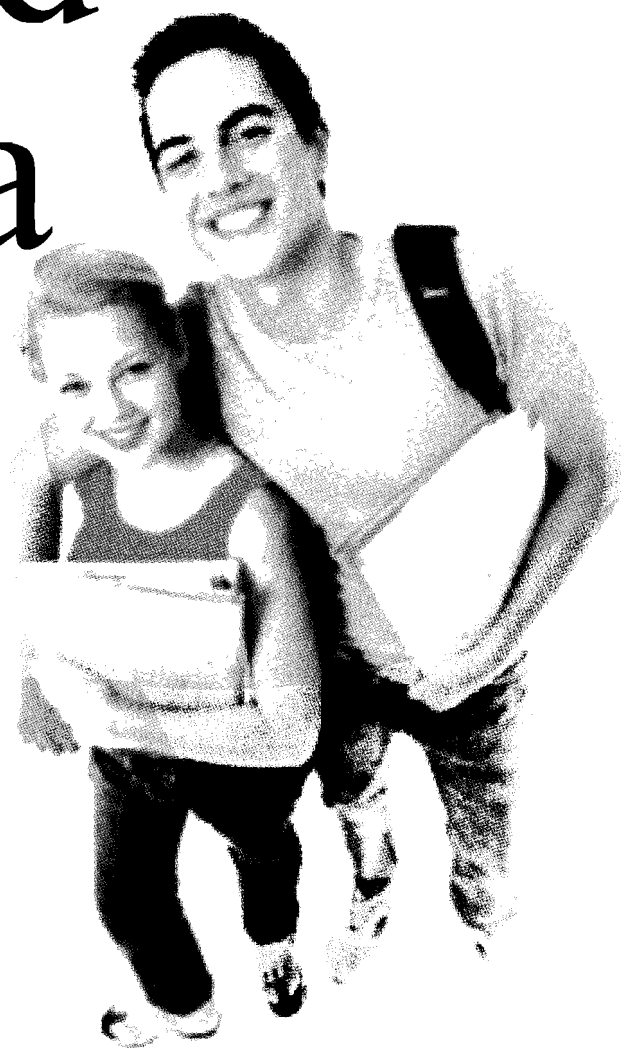
De la universidad a la ciudadanía

Tránsito por la comunicación, la identidad y la cultura

Jorge H. Massucco ■

El propósito de este artículo es reflexionar sobre la función de las Universidades en la formación de la ciudadanía, analizar algunas alternativas que están siendo aplicadas y considerar una experiencia particular que se viene realizando desde 1998 en la cátedra de Animación Cultural en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Nuestras universidades, que aparecen con la colonia y evolucionan según los modelos de los países hegemónicos, arrastran una pesada carga de contradicciones propias de nuestra sociedad, frente a la cual no atinan a hacer propuestas conceptuales que respondan con originalidad a la realidad que vivimos aquí.



■ *Jorge H. Massucco, argentino, licenciado en comunicación social y fotógrafo. Profesor, investigador y ensayista.
Correo-e: jorgemassucco@gve.satnet.net*

Pablo Estrella, desde la Universidad de Cuenca, sostiene que el eje vertebrador de la universidad actual debe ser la práctica cultural, porque su destino es crear una educación que tenga una nueva concepción del desarrollo humano. Si la práctica cultural es producir manifestaciones identitarias, el proyecto universitario debe promover la consolidación de estos procesos, haciendo ciudadanos a través de las profesiones.

No hay dueños de la cultura

Nuestros países no tienen la homogeneidad

sociocultural de los países centrales. Estos han desarrollado formas culturales que, trasladadas a América del Sur, se erigen en modelo y paradigma de quienes quieren ser "cultos". Así, la élite, se constituye en el interlocutor válido y *exclusivo* (que excluye al "otro") de la cultura europea.

Pero, ¿quién es el "otro" excluido, sino el vecino inserto en los procesos de la cultura popular?

Las *paraculturas*, manifestaciones paralelas de *nuestra* cultura, pueden ser caracterizadas según el siguiente cuadro:

CULTURA DE ÉLITE	CULTURA POPULAR
Información previa	Espontánea
Más dinero	Menos dinero
Exclusiva	Abierta
Innovadora	Rutinaria
Para adultos	Diversidad etaria
Público pasivo	Público activo
Público selectivo	Público indiscriminado
Contemplativo	Participativo
Formal	Informal
Espacios cerrados	Espacios abiertos
Círculos cerrados	Indiscriminados
Racionalidad	Emotividad
Reflexión crítica	Acriticidad
Moderna	Tradicional
Reciente	Antigua
Días hábiles	Días festivos
Horarios nocturnos	Horarios diurnos
Espacios ad hoc	Espacios invadidos
Individualista	Comunitaria
Espacios centrales	Espacios periféricos
Espacios privados	Espacios públicos
Autoral	Anónima
Intención "cultural"	Desinterés "cultural"

Subyugada por la cultura europea, la élite se somete, la reproduce y la venera en un esfuerzo por buscar el gesto aprobatorio de sus mayores, dejando a un lado las formas y expresiones populares que deberían ser su abrevadero.

Cuando Milton Cáceres acuñó la frase *no somos atrasados con relación a Europa sino con relación a nuestras potencialidades*, hizo algo más que llamarnos la atención: nos dijo que estamos (nosotros, la élite cultural) de espaldas al país y con la mirada en los centros hegemónicos del poder.

Nada de esto tendría mayor importancia si no fuese porque contribuye a ahondar las contradicciones y confrontaciones al interior de nuestra realidad social, mientras los de afuera se entretienen observándonos.

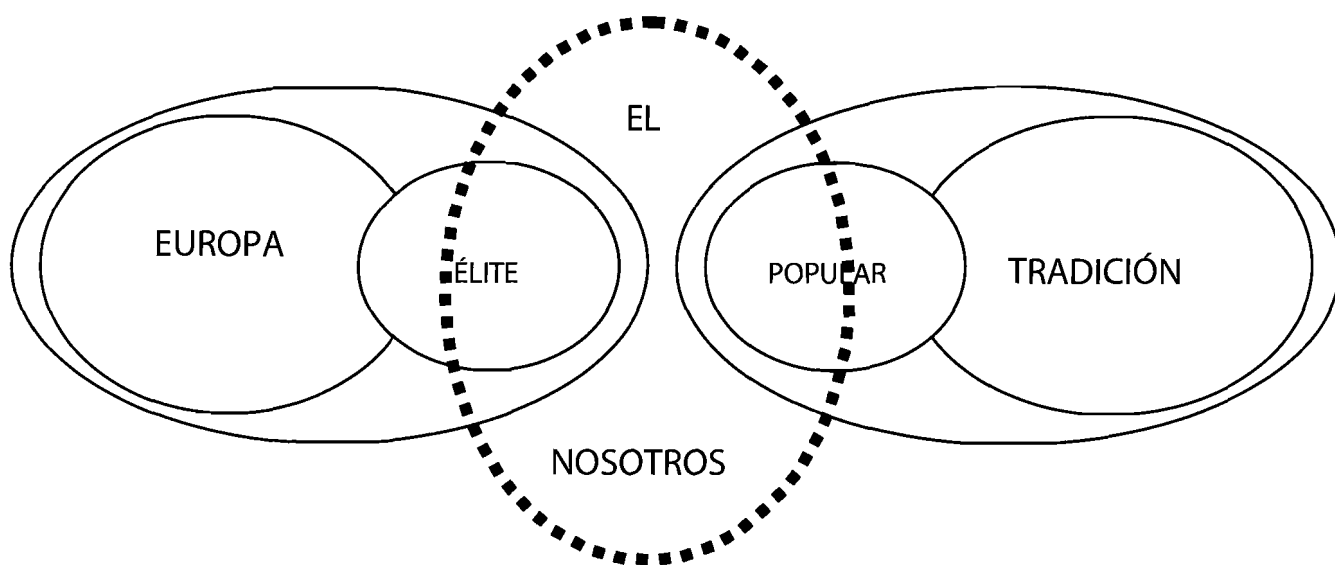
¿Para qué sirve la cultura?

El chileno Pablo Huneus, en su popular *La Cultura Huachaca*, lo expresa en las siguientes palabras: "la actual confusión mental en Latinoamérica se origina en una identidad desarticulada proveniente de dos culturas de base que llevan demasiado tiempo una contra otra: la occidental y la popular".

Aun cuando el DRAE se ha actualizado y cambió la definición de cultura, tradicionalmente elitista, por una mucho más amplia y cercana a la visión antropológica, los prejuicios en este sentido están tan arraigados que ni la universidad ha podido desprenderse de este modelo: continúa asumiendo como expresión de la cultura a las artes y la literatura.

Sin embargo, la cultura es la voz del devenir de los pueblos: *la cultura es la manifestación de la identidad*. A la cultura la encontramos en las actividades propias de un pueblo, dictadas por las vivencias y la historia compartidas; a la identidad, en los sentidos y experiencias que animan y dan forma a esas prácticas. Cultura e identidad son las dos caras de la misma moneda. No obstante, en nuestros países, caminan por carriles separados.

Hay un espacio común de participación que necesita ser desarrollado: *el nosotros*, zona de encuentro, de integración y crecimiento común, que tiene su propia dinámica de incorporación y decantación de formas y contenidos.



Nuestra cultura será necesariamente populista en el mejor sentido de la palabra -lejos de *demagogia*- porque solo se podrá construir a partir de la fusión que pase, necesariamente, por un acercamiento de las manifestaciones de élite y populares.

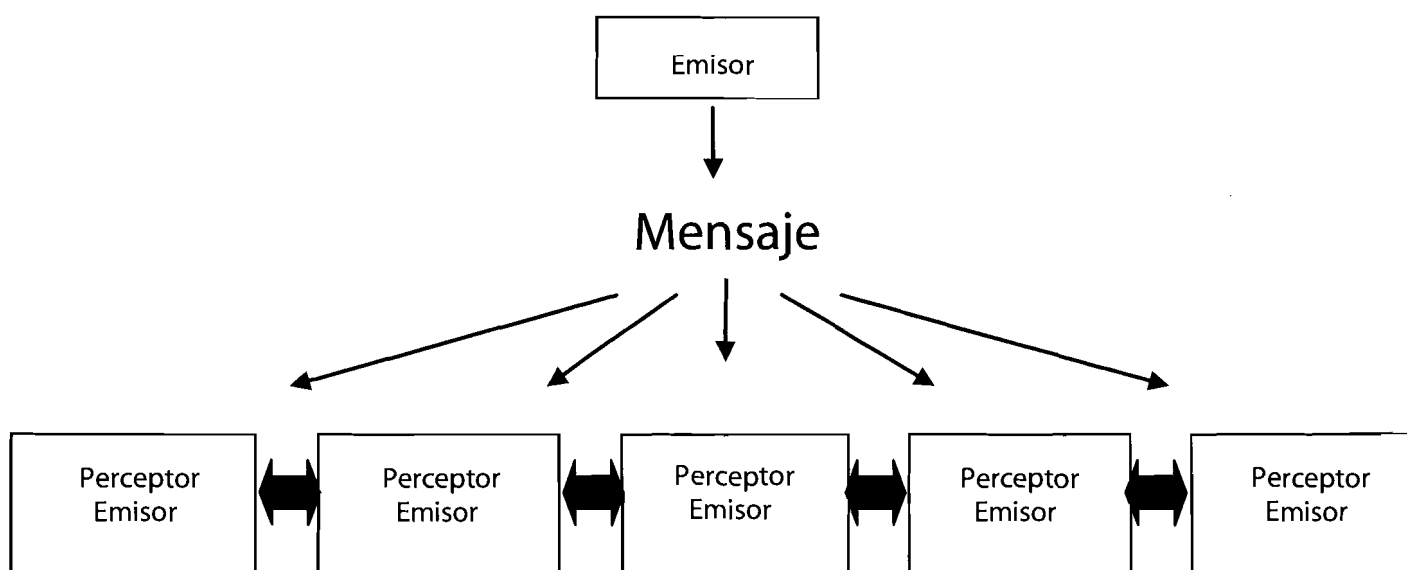
Es que estamos viviendo épocas de cambios. Hemos dejado el terreno libre a las hamburguesas y a los *jeans*, porque consideramos que la comida y la vestimenta degrada la práctica cultural, y ahora debemos aceptarlas porque están presentes y forman parte de nuestra realidad. Luciano Pavarotti canta con Elton John en auditorios masivos, el colombiano Fernando Botero pone en los paseos públicos esculturas de gente gorda y grotesca con las que todos se divierten. Si pensamos que el vals era un baile popular que ofrecía una oportunidad y una excusa para que las parejas se abrazasen en público, que otro tanto sucedió con los quiebres y requiebres del tango nacido en el suburbio, que los *negro spirituals* nacieron en la esclavitud, que Smetana y Beethoven introducían música folclórica en sus obras, que Wagner se basaba en mitos tradicionales me atrevería a decir que toda

expresión de las culturas nacionales pasa por la fusión (la hibridación, diría García Canclini en una adjetivación que no comparto) de las manifestaciones de la cultura popular y la cultura de élite.

La identidad se construye en el goce compartido

Si el fin último de la comunicación es encontrarse en el vecino y, yendo más allá, según palabras de Alex Mucchielli, "consiste en modelar mutuamente un mundo común", la *ciudadanía* no es más que la resultante de procesos comunicacionales que se construyen en las actividades culturales compartidas.

El viejo paradigma de la comunicación, siempre representado en una proyección horizontal, además de viejo resulta ser una falacia. La comunicación social es vertical y solamente adquiere sentido cuando en la base de la pirámide, donde están los perceptores (según definió en su momento Daniel Prieto), se generan relaciones horizontales.



Crear puntos de encuentro significa crear oportunidades de interacción e identidad. Es aquí donde comunicación, cultura e identidad convergen en la construcción de la ciudadanía.

Cuando *disfrutamos* una situación particular junto con otra gente significa que parte de nuestra identidad funciona en la misma frecuencia que la del prójimo. Estos caminos integradores deben ser transitados por los jóvenes, como reto consciente dentro del proceso de construcción de identidad.

Por eso las universidades tienen un espacio de intervención irrenunciable, albergan en sus predios a miles de *jóvenes* -categoría etaria no bien definida entre la adolescencia y la adultez- que están en la edad de los amores, los embarazos precoces, el servicio militar, la búsqueda de vocación, el primer trabajo y los estudios; edad del desconcierto y la marginación social. Este joven, transformado y colmado de saberes pero desarraigado en la propia sociedad, sin arte ni parte en la construcción y uso del espacio urbano, testigo pasivo de la vida cultural en su sentido más amplio, víctima inconsciente de una sociedad que lo somete al consumo y no le da oportunidad de hacer, transita, deambula por una ciudad que le es ajena.

La universidad no puede sustraerse a este problema, y la responsabilidad en la creación de instancias orientadas a desarrollar la relación de los jóvenes con la ciudad es de su especial competencia.

¿Por qué la gente habla de "esta ciudad" y no de "mi ciudad"?

La experiencia de la cátedra de Animación Cultural a la que nos hemos referido al principio de este artículo, ha puesto en evidencia que si se dan las condiciones para que el joven se apropie creativamente de la ciudad, pondrá su entusiasmo, iniciativa, capacidad, originalidad y alto grado de responsabilidad para concretar un proyecto que deje su huella en la ciudad. Todo acto público, todo evento, constituye por sobre todas las cosas una confrontación con la ciudad, especialmente cuando los responsables son los jóvenes, porque es un desafío a su afirmación y autoestima sometidas a juicio de la sociedad.

En 1995, José Sánchez Parga presentó en Quito una ponencia en la que hacía referencia a los "pactos de cultura". Estos pactos, que nosotros deberíamos llamar de identidad o de ciudadanía, hacen partícipes de una mesa virtual de negociaciones a diversos actores sociales, para asumir la responsabilidad compartida de la construcción cultural con beneficios recíprocos.

Las cuatro patas que sostienen la mesa de animación cultural

Productores	Instituciones	Empresarios	Periodistas
Músicos, científicos, artistas plásticos, escritores, deportistas, gastrónomos, modistas, actores, bailarines, artesanos, etcétera.	Clubes, asociaciones, institutos, escuelas, fundaciones, organizaciones, etcétera.	Exportadores, comerciantes, industriales, distribuidores, transportistas, hoteles, restaurantes, etcétera.	Prensa escrita, radio, televisión, Internet.

Durante la elaboración del proyecto, los estudiantes realizan entrevistas, se relacionan y se informan con los cuatro sectores que han de sostenerlo.

La finalidad académica es crear las condiciones y la oportunidad para que los jóvenes realicen un ejercicio de ciudadanía, haciendo de la práctica estudiantil una verdadera praxis, porque intervienen en el sistema de relaciones sociales a partir del axioma de que la cultura es responsabilidad de todos.

Baste decir que para los eventos del año 2001 los estudiantes trabajaron con más de cien empresas e instituciones y un sinnúmero de asesores, consultores, participantes directos, gente de la televisión, del deporte, de las artes y las más diversas actividades profesionales.

Para dar idea de la variedad y alcance de los eventos realizados, veamos la siguiente muestra.

Hágalo usted mismo. Una invitación para hacer objetos usando chatarra con la asesoría de expertos en artes plásticas.

Galería móvil. Un contenedor se traslada a distintas poblaciones para exhibir obras de la reserva de la Casa de la Cultura.

Sinfonía de gigantes. Los gimnastas de la provincia se presentan acompañados por la Orquesta Sinfónica Juvenil.

Para muestra, un botón. Festival nacional de cine universitario.

Manos telúricas. Artesanos de la Costa exhiben su obra y sus técnicas de trabajo.

Reciclemos los juegos. Revivir la historia y el arte de juegos tradicionales.

El papel de la moda. Concurso de confección de trajes de papel.

El show de los poetas. Los poetas declaman, venden sus libros y los autografían en un parque de la ciudad.

Manos a sembrar. Construcción de un parque recreacional en un recinto de la provincia.

A ojos cerrados. Montaje e inauguración de la audioteca para no videntes.

Entre formas y manos sucias. Un alfarero

tradicional guía las experiencias de niños que juegan con barro.

Un hueco en el muro. Capacitación, exhibición y venta de trabajos realizados por las internas de la cárcel de mujeres expuestos junto con una muestra de artistas.

Una luz en la oscuridad. El museo arqueológico pone información en sistema Braille y piezas al alcance de los no videntes para su reconocimiento táctil.

Energía. El chamán y el disk jockey como oficiantes del éxtasis.

Glorias del deporte. Viejas leyendas del deporte rescatadas del olvido en un diálogo abierto con los espectadores. Exhibición de publicaciones, equipos y trofeos.

Hacer la ciudad

Al final del evento los estudiantes han creado una oportunidad de encuentro para la gente de la ciudad.

La universidad: Proyecta su imagen académica, cumple el mandato estatutario creando espacios de expresión, afirma su relación con el medio externo.

Las instituciones: Encuentran una oportunidad para desarrollar una actividad social novedosa y proyectan una imagen corporativa.

Las empresas: Asumen su responsabilidad de integración en los procesos culturales, se relacionan con el medio universitario e intervienen en el desarrollo social y cultural.

Los medios: Encuentran nuevas fuentes de información, en muchos casos novedosas y originales.

Los productores: Tienen una oportunidad de contacto con el público, hacerse conocer, difundir su imagen y su obra. Se relacionan.

El público: Disfruta del contacto identitario en el entretenimiento, punto de integración social.

Los estudiantes: Conocen y se hacen conocer, se apropian de la ciudad, dejan de sentirla ajena, reconocen el espacio para manifestarse, se expresan institucionalmente, dicen y hacen con libertad y creatividad, trabajan en equipo, entienden las reglas y se incorporan al juego ciudadano. Hacen la ciudad. 🌸