

Migraciones contemporáneas y racismo en América Latina



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORA

Gissela DÁVILA COBO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, 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

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

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

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

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.

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

Universié 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

Cílicia 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

CIESPAL, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

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 138

María Emilia Tijoux

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en escenas de la vida del Pueblo Mapuche.

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 Las migraciones contemporáneas: un imperativo categórico para la consolidación democrática alternativa y humanizante**

Gissela DÁVILA COBO
Camilo MOLINA

15 TRIBUNA

- 17 Los mares esquizofrénicos y la transnación caribeña**

Carole BOYCE-DAVIES

33 MONOGRÁFICO. Migraciones contemporáneas y racismo en América Latina

- 35 Introducción: La migración y el valor de las Ciencias Sociales**

María Emilia TIJOUX & Gabriel GIANNONE

- 39 Direitos humanos e migrações: o exercício da solidariedade e empatia como perspectiva de um estado cidadão**

Luana NASCIMENTO PERIN & Vera Lucia SPACIL RADDATZ

- 57 Inmigración, instituciones locales y conflictos socio-espaciales: El caso de la Población Lo Hermida en Peñalolén**

Pedro PALMA & Javier RUIZ-TAGLE

- 79 Tácticas y estrategias de evasión del racismo cotidiano de trabajadores 'negros' en Santiago de Chile**

Cristian Alexis CABELLO Valenzuela & Simón PALOMINOS

- 99 Educación y trabajo. Construcciones representacionales acerca de migrantes africanos en Buenos Aires. Un abordaje cuantitativo**

Gisele KLEIDERMACHER

- 117 Retórica mediática y migración. Las representaciones de la migración en las narrativas post 9/11 del New York Times**

Gerardo VILLALOBOS ROMO

- 135 A saga e o sofrimento do outro senegalês: a construção do racismo em representações midiáticas da migração**

Liliane DUTRA BRIGNOL & Nathália DREY COSTA

- 149 Medios digitales y esfera pública: la conversación política sobre migración en el sitio Cubadebate**

Elisa Beatriz RAMÍREZ HERNÁNDEZ & Ángela Cristina SALGUEIRO MARQUES

- 175 Cine migratorio ecuatoriano: Archivo y memoria de la migración en dos películas ecuatorianas**

María Teresa GALARZA NEIRA

- 191 Estigmatización social mapuche en Bio Bio, Chile. La realidad construida por los informativos de TV**

Fernando FUENTE-ALBA CARIOLA & Darío CAÑETE PACHECO

- 211 **La migración europea al Ecuador (1935-1955). La visión diplomática de la llegada de colectivos problemáticos: los judíos**

Emiliano GIL-BLANCO & Antonio J. CANELA-RUANO

229 ENSAYO

- 231 **Prácticas culturales y comunicacionales en el encierro. La cárcel y sus sentidos en disputa**

María Silvia CHIPONI & Mauricio Carlos MANCHADO

- 251 **Apropiación tecnológica por comunicadores mapuche. Reflexiones desde la praxis comunicacional**

Claudio MALDONADO RIVERA

- 271 **Infancia en el cine: notas para una relación entre máquinas visuales e identidad**

Claudia Alejandra CALQUIN DONOSO & Irene Verónica MAGAÑA

- 291 **Uma experiência de educomunicação inovadora: as histórias em quadrinhos sobre nanotecnologia produzidas no Brasil**

Josemari QUEVEDO & Eloisa BELING LOOSE

- 317 **Produção de sentidos e estratégia: interfaces entre a comunicação organizacional e o noticiário de negócios**

Víctor Marcio LAUS REIS GOMES, Renata ANDREONI & Ceci DA COSTA DIEHL

331 INFORME

- 333 **Mídias sociais e produção de subjetividades: subversões de pessoas não-binárias através do Twitter**

Mariana SOMAVIRA, Tainan Pauli TOMAZETTI & Nísia MARTINS DO ROSÁRIO

- 353 **Regulación de la prensa en Santiago de Cuba: periódico Sierra Maestra y emisora CMKC**

Rosalí TRUJILLO OLIVARES

- 369 **Política de comunicación en los planes de gobierno del Partido de los Trabajadores (PT) entre 1989-2014**

Ivonete DA SILVA LOPES

- 385 **Lutas simbólicas no campo jornalístico argentino: um estudo bourdieusiano da lei de meios**

Pedro Henrique DE OLIVEIRA COUTINHO & André Filipe REID DOS SANTOS

- 401 **Modelo institucional en medios estatales argentinos. El caso del Sistema Nacional de Medios Públicos (2003-2009)**

Alejandro LINARES

423 RESEÑAS

Publicidad, propaganda y diversidades socioculturales

Organizadores: Jiani Adriana BONIN, Nicolás LORITE GARCÍA & Alberto Efendy MALDONADO

Editorial: Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Año: 2016

Páginas: 398

ISBN: 978-9978-55-148-6

A finales de 2016 era publicado por Ciespal el libro *Publicidad, propaganda y diversidades socioculturales*, un trabajo organizado por Jiani Bonin, Nicolás Lorite y Efendy Maldonado. Cada uno representando equipos de investigación que, reunidos, dieron lugar a esa empresa. Los organizadores destacan una experiencia de más de quince años de colaboración, entre los grupos Processocom (de Unisinos, Porto Alegre) y Migracom (de la Universidad Autónoma de Barcelona), a quienes luego se sumaría Pragma desde el nordeste brasileño (Universidad de Río Grande do Norte). Estamos, por lo tanto, ante el resultado de una experiencia colectiva de trabajo que vincula, en particular, dos países claves en la producción publicitaria –las trayectorias españolas y brasileñas–, pero provechosa para todo el mundo iberoamericano preocupado por la publicidad y su análisis.

Lo primero a destacar será la labor editorial (16 artículos, 21 autores, 398 páginas). Ésta labor, de por sí, está definida por el carácter colectivo mencionado, pero implica una apuesta por madurar una discusión en una compilación que es, además, un debate y un proceso de construcción académica. Estas cualidades del libro reseñado se relacionan con un punto de partida epistemológico que sirve de lógica de ordenamiento a los artículos y al resultado final: la apuesta por la transmetodología. Los autores señalan que a partir de ella existe una confluencia lógico-metodológica de varias estrategias de investigación, en diálogo y confrontación con los problemas/objeto, para construir y trabajar problemáticas comunicacionales (p. 23). Los diferentes abordajes de investigación, desde la investigación audiovisual, el análisis del discurso, el estudio económico-político, la investigación-acción, entre otros, conforman un entramado confluyente hacia un resultado de investigación que restituye el carácter de complejidad y multifocalidad al objeto estudiado.

La contribución al fortalecimiento de una perspectiva transmetodológica en Ciencias de la Comunicación es uno de los objetivos declarados en el texto. Por

otra parte, se comprende que el proceso colectivo, complejo y transmetodológico, puede dar cuenta de un fenómeno publicitario que es, cada vez más, una expresión clave en la lógica de significación del capitalismo.

Ahora, su objeto. Los autores lo han definido, desde hace tiempo, alrededor de los sentidos construidos por la publicidad y propaganda de la televisión abierta brasileña y española en relación con la diversidad y la alteridad socio-cultural relativas a género, etnicidad, nacionalidad y fenotipos, y las significaciones y apropiaciones realizadas por sujetos socioculturalmente diversos, en la perspectiva de la ciudadanía comunicativa intercultural (p. 11). Es importante destacar la observación al mundo de la televisión abierta, y en especial, a través del foco de las alteridades y la diversidad en esos espacios.

Esta temática será desarrollada en tres partes; casualmente, es la última de ellas la que se relaciona más sólidamente con las discusiones epistemológicas, aunque en todos los capítulos se colabora a generar un instrumento de investigación multimodal. El libro comienza y finaliza con el valor de esta experiencia para las ciencias de la comunicación social. La discusión, así, termina abierta pero vivenciada.

En la primera parte se trabaja sobre las *Narrativas y construcción de las diversidades socioculturales*. Hay aquí seis capítulos, donde la imagen publicitaria cobra un especial interés, así como la preocupación por las formas de estudiarla. En el primer artículo, Nicolás Lorite García propone el tratamiento de la diversidad y alteridad desde la mirada de la cámara de video. Esta posibilidad de trabajo surge del rastreo de su importancia en un estudio multimodal de carácter científico. Luego se presenta un capítulo escrito por Jorge Grau Rebollo, allí se analizan estrategias representacionales y discursivas presentes en la publicidad televisiva, en una muestra de anuncios de cinco cadenas de TV españolas. Más tarde, un importante artículo de Ana I. Entenza, que trabaja sobre los usos del color en la indumentaria de los sujetos participantes de anuncios, y la posibilidad de vincular esta situación con la diversidad sociocultural. En el siguiente, un registro de largo tiempo (1990-2014) sobre los contratos de lectura que establecen en Brasil las campañas de prevención del SIDA durante el período de carnaval, nos permite pensar cómo se establecen las formas de interlocución con los jóvenes en relación a estos temas. En el siguiente texto, se presenta otra vez una discusión sobre el uso de la cámara de video como herramienta trans-multi-metodológica; la autora, Lisiane Machado Aguiar, apunta a definir tres orientaciones de las prácticas científicas en el uso de la cámara. Finalmente, la autora del último capítulo, vuelve sobre el enfoque transmetodológico para realizar un estudio sobre la diversidad en los productos audiovisuales publicitarios específicos.

La segunda parte del libro cuenta con cinco capítulos y está referida a la *Recepción publicitaria*. Esta es pensada como una actividad compleja cuya inteligibilidad requiere destacar la articulación de diferentes esferas mediáticas y socio-comunicacionales. El primer capítulo, de Jiani Bonin, se preocupa en

especial por lo mencionado, intenta dar cuenta de este carácter multidimensional de la recepción en publicidad, explorando los conceptos de mediación, mediatización, apropiaciones, identidades y diversidad sociocultural. A este objetivo también colabora el artículo de Laura Wottrich “Una mirada hacia las prácticas emergentes de recepción de la publicidad”. Otro capítulo, de M. A. Pavan, se titula “Marcas y productos de la industria cultural tatuados en el cuerpo mediático”; allí se intenta definir el proceso de selección del tatuaje y el sentido que tiene para quien apuesta por él. El siguiente texto estudia la experiencia estética de escuchar a partir del análisis de una campaña publicitaria; el autor puede dar cuenta de la diversidad a partir de rasgos presentes en la escucha de los anuncios. Finalmente, Livia Saggin se interesa por la apropiación de la publicidad desde la cultura popular de los jóvenes; la autora hace énfasis allí en la transformación contemporánea de los sujetos comunicantes.

Finalmente, la última parte del libro refiere a *Perspectivas epistémicas, teóricas y metodológicas*. Se intenta aquí desarrollar una fundamentación teórica y crítica para el estudio de la diversidad y la alteridad sociocultural en la publicidad televisiva. El primer capítulo estudia al cuerpo, su producción y su significación como fundamentales en la imagen publicitaria. Luego, Alberto Pereira Valarezzo, en “Lo no verbal en la enunciación televisiva: perspectivas publicitarias”, desde los fundamentos de la teoría de la enunciación hace énfasis en los elementos no-verbales fundamentales para producir e interpretar los mensajes publicitarios. Luego, E. R. Piedras presenta un ensayo teórico sobre las representaciones en la publicidad y la propaganda. El siguiente artículo, de T. P. Tomazetti, parte de una discusión teórica sobre el género como categoría sociocultural, allí discute los sentidos consolidados sobre la diversidad a partir de las representaciones de sexo/género en la publicidad. Para finalizar, se presenta “América Latina, procesos mediáticos renovadores”, que vuelve sobre el contexto latinoamericano para discutir las posibilidades de la teoría crítica en un aporte a la construcción de una ciencia social renovada, de nuevas prácticas mediáticas y de ciudadanía.

El esfuerzo compartido y el debate constructivo presentes en este libro, edifican una perspectiva novedosa sobre la diversidad y la alteridad sociocultural en el mensaje publicitario.

Ileana Desirée IBÁÑEZ

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina / ileanaib@gmail.com