

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Publicación trimestral

Edición junio - septiembre 2011

Números: 114 - 115

Especial sobre Manuel Martín Serrano

Coordinado por Francisco Bernete (UCM)

Llamada de trabajos: julio 2010

Aprobación de trabajos: febrero 2011

Cierre de edición: mayo 2011

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinós), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Dolores Santistevan de Baca
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo
Secretaría Permanente de la Comisión Ecuatoriana de
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

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>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador
• Registro M.I.T., S.PI.027 • ISSN 13901079

En esta edición



DE LOS COORDINADORES

6

La creación científica de Manuel Martín Serrano, cuando el mundo se virtualiza

9

Autobiografía intelectual: Los tiempos que han traído nuestro tiempo

24

MEDIACIONES

Voz "Mediación"

27

Las mediaciones

30

Libro de referencia: *La Mediación Social*

33

El itinerario que enlaza la teoría de la mediación con las mediaciones comunicativas

35

Le conflit entre innovation technologique et changement culturel (reseña)

36

De la sociedad de la abundancia a la de la redundancia. La mediación cultural que ha preparado la globalización

38

"La Globalización" es un gigantesco mecanismo de mediación social

40

La mediación social y los enfoques de la teoría de la comunicación

43

Mediaciones tecnológicas en la comunicación

47

La mediación de las narraciones comunicativas

49

La estructura de la narración icónica en la televisión narraciones comunicativas

50

"La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública"

51

Las tres formas de empleo de la comunicación (resumen)

53

Sobre las formas de empleo de la comunicación

55

Mediación cognitiva y estructural

57

Las relaciones entre las mutaciones sociales y los cambios en las representaciones

58

La acción social puede ser dialéctica, pero la mediación comunicativa nunca lo es

COMUNICACIÓN

59

La comunicación, refundada como teoría autónoma para el estudio de todas las formas de interacciones comunicativas, desde sus orígenes evolutivos hasta sus manifestaciones culturales

63

El lugar de la teoría de la comunicación entre los saberes

66

La sociogenética de la Teoría de la Comunicación frente a la paleontogenética de la Comunicación Humana

69

"Sobre los usos precomunicativos y comunicativos de la información"

71

Las acciones que implican a otros: complicaciones e interacciones

- 73** El origen evolutivo de la comunicación
- 76** [Acción ejecutiva/comunicación] en el universo del comportamiento
- 77** Acción / comunicación en la obra de Manuel Martín Serrano
- 79** Actos ejecutivos y actos expresivos
- 81** La transferencia de la ejecución a la indicación en los comportamientos humanos
- 83** Antropogénesis y comunicación: "Teoría de la comunicación. la comunicación la vida y la sociedad" de Manuel Martín Serrano
- 87** Lo específicamente humano en la obra de Manuel Martín Serrano
- 90** Epistemología y análisis de la referencia
- 93** Los orígenes de la epistemología de la comunicación
- 95** El concepto científico de la información en la Teoría de la Comunicación de Manuel Martín Serrano
- 98** El modelo dialéctico de la comunicación
- 100** La pregunta fundacional de la teoría de la comunicación: cómo es posible que la comunicación sea posible (resumen)
- 102** La producción social de comunicación (Reseña de la tercera edición)
- 105** La producción social de comunicación (Texto de portada en la primera edición)
- 106** En los nuevos medios se unen hoy los anónimos intereses mundiales con las necesidades privadas de los individuos impotentes
- 107** Presentación de "La teoría social de la comunicación"
- 109** Desarrollo y quiebra de la forma vigente de producir comunicación pública
- 110** Innovaciones tecnológicas de la comunicación. Cambios funcionales y sociales previsibles
- 112** Las utopías, cuando la comunicación se globaliza
- METODOLOGÍA**
- 114** La renovación metodológica de las ciencias sociales
- 117** Métodos actuales de investigación social
- 118** Los métodos para la investigación de las transformaciones de las sociedades
- 121** "Epistemología de la dialéctica social"
- 122** Aplicaciones científicas de la metodología dialéctica (sinopsis)
- 123** Epistemología del realismo sociológico (sinopsis)
- 124** Aplicación de la teoría y el método sistemático en ciencias sociales

- 125** Las Ciencias Sociales son las ciencias de la verdad del sujeto
- 127** Historia y ética en los métodos científicos de las ciencias sociales
- 129** Comte, el padre negado. Orígenes de la deshumanización en las ciencias sociales
- 131** La humanización, criterio de validez para la Producción Social de Comunicación
- 132** Libertad y predicción en las ciencias sociales, analizadas desde una perspectiva cibernética
- 133** Propuesta de un modelo del espacio y la relación para investigar el cambio social, y aplicación del análisis sociológico del complejo de Edipo
- 134** *Sociología del milagro*
- 136** El "milagro", "la bola de nieve" y el estudio de las representaciones en las comunidades
- 138** Diseños para investigar la producción social de comunicación
- 140** Un "protocolo para llevar a cabo estudios paradigmáticos de la producción social de comunicación (sinopsis)
- 141** Los modelos de la mediación se identifican mediante su puesta a prueba con modelos lógicos (Sinopsis)
- 143** Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización (sinopsis)
- 144** El análisis articular creado por Manuel Martín Serrano y la diferencia (falsa) entre "análisis cuantitativos" y "cualitativos"
- 145** Un método lógico para analizar el significado (sinopsis)

INVESTIGACIONES

- 146** Los profesionales en la sociedad capitalista
- 148** La investigación que prueba la teoría y la teoría que fundamenta la investigación
- 153** Consenso y beneficio: a propósito de otra crisis y de la mediación social de Manuel Martín Serrano
- 155** Crisis socioeconómicas y recurso a las mediaciones sociales
- 156** Edades, géneros y sus identidades cuando cambia el mundo
- 159** "Tres visiones del mundo para cuatro generaciones de jóvenes"
- 161** La naturaleza de la comunicación y de sus efectos en los niños (sinopsis)
- 162** Capacidades de los niños para reconocer la objetividad de la comunicación
- 163** Producción social de identidades en la obra de Manuel Martín Serrano (generacionales y de género) "Carácter y destino"
- 165** De la juventud como naturaleza a lo juvenil como producto
- 166** La ansiedad de mantener un cuerpo joven
- 168** Modelos arquetípicos de las mujeres en la televisión (resumen)
- 171** La producción y reproducción de diferenciaciones generacionales en la socialización: investigaciones de Manuel Martín Serrano
- 174** Informe juventud en España 2000 (sinopsis)
- 175** "Los cambios históricos y las transformaciones generacionales"
- 176** Violencias generacionales y de género en las investigaciones de Manuel Martín Serrano

- 178 Conductas violentas entre jóvenes (sinopsis)
- 179 Significado que tiene la vinculación que se ha establecido entre juventud y violencia (sinopsis)
- 180 Transformaciones previsibles de las violencias que padecen las mujeres (sinopsis)
- 182 La comunicación pública y los cambios socioculturales en la obra de Manuel Martín Serrano
- 185 El uso de la comunicación social por los españoles. (resumen)
- 187 La colonización comunicativa y la transculturización en el pensamiento de Manuel Martín Serrano
- 189 El colonialismo cultural se analiza investigando las relaciones entre acción y comunicación (resumen)

- 191 Presentación tde "la comunicación pública y la supervivencia"
- 192 Cuando la eliminación del idioma propio hace de "la acción" el modo de narrar único o principal (sinopsis)
- 193 El colonialismo se convierte en neocolonialismo cuando logra integrar el comercio y la transculturización en una única red (resumen)
- 194 Utopías y contrautopías en la obra de Manuel Martín Serrano
- 199 Epistemologías iberoamericanas en ciencias de la comunicación. La contribución estratégica de Manuel Martín Serrano al pensamiento transformador latinoamericano

En el siguiente número



Personaje



**Alfonso
Gumucio-Dagron**

Portada

**Observatorios y veedurías
de medios en América
Latina**

Ensayos

**AMARC y su aniversario
Las redes sociales**

Modelos arquetípicos de las mujeres en la televisión (resumen)

Procede de Martín Serrano, Manuel. Esperanza Martín Serrano; Vicente Baca. *Las mujeres y la publicidad: Nosotras y vosotros, según nos ve la televisión*. Madrid Instituto de la Mujer, 1995

En este libro se utiliza un enorme volumen de información, correspondiente a las imágenes de cada género en la publicidad y los programas de las televisiones. Pero ha sido posible reunir todas las representaciones en quince *Modelos arquetípicos* que articulan y dan sentido a todo lo que se pauta como característico de mujeres y varones. Son las mismas representaciones consolidadas que existen en los mitos y en los cuentos. Se han seleccionado tres modelos:

Quien cobra por mostrar el cuerpo, puede ser tratado con lascivia

Existe en la Televisión una distinción entre *los personajes cuyo cuerpo puede ser invadido por la cámara y aquellos otros que deben ser preservados de una exploración viciosa; con independencia de que sean varones o mujeres*. Es más frecuente que "la cámara" presente zonas que tienen un significado sensual o erótico cuando enfoca a quienes están contratados, entre otras cosas, para que pongan a lucir el cuerpo. (...) Auxiliares y azafatas, seguidos de los artistas profesionales, son los participantes más sometidos al manoseo de las lentes.

Pero también hozan las cámaras en los escotes, en las braguetas y entre las faldas de *aquellos participantes no profesionales que se han prestado a concursar*. Además de las pruebas, a veces humillantes, a las que deben de prestarse, forma parte del precio del premio un trato poco recatado por parte de los realizadores del programa. En cambio generalmente existe un enfoque

que elude los planos que poseen significado erótico cuando se trata del cuerpo de personas que forman parte de las audiencias visibles y de los públicos asistentes a los programas.

Se concluye que el trato respetuoso o libidinoso del cuerpo, en la Televisión, *depende de la función comunicativa que desempeña el personaje y no inmediatamente de su género...* una distinción entre quienes "cobran" (sean varones y mujeres) y quienes "pagan".

Lo que logran las mujeres, sus protectores se lo conceden

El papel más antiguo atribuido a las mujeres en los relatos, es el de *beneficiarias* del esfuerzo del héroe. El Príncipe salva a Blancanieves; por Helena se organiza la de Troya; miríadas de dragones fueron ensartados y desalojados de las bocas de las cuevas en donde las bestias custodiaban a las bellas. En los relatos míticos, las matriarcas temibles cedieron su poder a caudillos astutos que las convirtieron en delicadas y dependientes flores de gineceo en los cuentos maravillosos, como *La Cenicienta*, o en las epopeyas épicas, como *La Ilíada*, se ha transmitido la más arraigada de las concepciones culturales prejuiciosas relativas a la condición femenina: *la mujer necesita de un salvador, y debe de permanecer bajo la custodia de su dueño y protector*. La presuposición patriarcal de la minoridad social que toda mujer tiene, desde la cuna a la tumba, se articula cognitivamente en

torno a la necesidad de que la dama sea constantemente defendida, entre otras cosas, de sus propios instintos y de los instintos de su protector.

(En la Televisión) los beneficiarios (aquellos por quienes se trabaja, por quienes se lucha, por quienes se hacen sacrificios privados o públicos) son muy escasos. Pero lo más sorprendente es que se reparten equitativamente entre los varones y las mujeres. Hay una proporción suficiente en la publicidad; las madres que limpian la casa para que el bebé no se contamine, los esposos que regalan perfumes para que su mujer esté atractiva. En cambio, en los programas televisivos, una patulea de héroes y de heroínas saca a la luz sus afanes y sus luchas en beneficio de nadie.

Para explicar datos tan imprevistos: a diferencia de los relatos épicos, la televisión no es el lugar en el que se dé salida a los antagonismos; sino al consenso. Hay pocos personajes oponentes; y este déficit de "malos" genera inevitablemente una escasez de "víctimas" a las que proteger. En segundo lugar, es posible que entre las personas que acuden a los programas haya calado la idea de que las mujeres pueden interpretar el trato protector como una minusvaloración y no como una deferencia o un cumplido. .

(En los programas) el prejuicio de la minoridad femenina ahora es menos galante; pero no ha desaparecido. El número de mujeres "exitosas", sin que intervenga el mérito

propio, crece sensiblemente respecto al de los varones. Es (otra manifestación) del mismo prejuicio benéfico, y a la vez menospreciativo, según el cual "las damas lo merecen todo" en tanto que "los hombres se lo tienen que ganar todo".

La inversión de un esquema: mujeres libidinales y gozosas, hombres autorreprimidos y sufrientes

(En la Televisión) los varones han tomado el relevo de las mujeres en el papel de sufrientes.

Ha sido tópico que lo más propio de las mujeres era sufrir y reprimirse. Consecuentes con este lugar común, la mayoría de los varones (manifiestan en la Televisión que) no creen que a las mujeres les interese ni el gozo de vivir ni el placer, excepto uno: el sexual. Por otra parte, tampoco los varones suelen pensar que su propio género tenga la gratificación vital y placentera (ni siquiera la sexual) como un objetivo importante. Pero, al contrario de lo que los hombres suponen, son muchas las mujeres que manifiestan buscar su realización personal evitando la autorrepresión y persiguiendo el gozo vital. Además, las mujeres han percibido correctamente que las otras mujeres están en la misma onda libidinal y también aciertan cuando piensan que la autorrepresión está ahora más extendida entre los varones. De hecho, tanto mujeres como varones tienen la imagen de que "ellos" sufren más penalidades que "ellas".

Área de Televisión de Ciespal

Propone construir un espacio para la expresión, creación, debate y desarrollo del pensamiento sobre la comunicación audiovisual y televisiva.

Ofrece cursos prácticos y técnicos en temas como:

Fotografía, producción de video y televisión en diferentes formatos: noticiero informativo, programas de entrevistas, reportajes de investigación, docudramas, documentales, capacitación en manejo de cámaras y edición, animación, entre otros.

Oferta de productos

Spots
Comerciales

Reportajes
Documentales

Producción de video



Diferenciación generacional y de género en la socialización

LA MIRADA DEL AUTOR

En las tensiones que afrontan las personas jóvenes se pone también de manifiesto, cómo se reorganiza la sociedad en su conjunto

(Procede de MARTÍN SERRANO, Manuel: *Informe de la juventud en España*. Introducción Madrid. Instituto de la Juventud. Ministerio de Asuntos Sociales. 1996)

En alguna medida la juventud es el producto de estrategias colectivas de adaptación al cambio de los tiempos. Esos reajustes tienen que ver con la supervivencia social; y pueden requerir para la juventud un cambio de funciones; y por lo tanto, de sus derechos y de sus obligaciones. Reorganización que, dicho sea de paso, será concomitante con otras, que afecten a las personas ancianas y a los niños.

Esos movimientos sociales generan fuerzas muy poderosas. Rebasan en sus orígenes y en sus efectos, las dinámicas que dependen de los comportamientos, los intereses y los deseos propios de cada promoción juvenil.

En consecuencia, la gente joven, si se acepta el tópico, puede ser evaluada como protagonista de la historia. Pero ella no ha escrito el libreto que le toca interpretar. Representa para toda la sociedad, en un escenario muy visible, con un desarrollo inteligible y con personajes paradigmáticos, los conflictos, las contradicciones, las pasiones que son inherentes en todo tiempo, a la producción y la reproducción de la Comunidad.

