

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

www.revistachasqui.org

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

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 María 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

Sin muros. Aprendizajes en la era digital

María TERESA QUIROZ

Editorial: Fondo Editorial de la Universidad de Lima. Perú.

Año: 2013

Páginas: 162

ISBN: 978-9972-45-273-4

La socióloga peruana María Teresa Quiroz nos ofrece una obra compilatoria –y celebratoria, añadiremos– de su producción académica en el campo de la educación y la comunicación. No se trata de un libro testimonial, sino de uno de carácter reflexivo y cuestionador, que confronta los hallazgos de su propio trabajo con los debates más actuales sobre el impacto de las tecnologías en los niños y jóvenes, su forma de relacionarse, de construir su identidad y, fundamentalmente, de aprender.

Como escribió Jesús Martín Barbero en el prólogo del primer libro de Quiroz, *Todas las voces* (1993), el interés académico por las relaciones entre comunicación y educación en América Latina –que tuvo en Paulo Freire y su pedagogía liberadora una voz fundacional– no ha estado exento de “profundos malentendidos”, por un discurso “hegemonizado por concepciones instrumentales de los medios y por ideas ilustradas de educación. Lo que en la práctica se traduce en el hecho de que nuestros países sigan manteniendo al margen, por fuera del sistema y las prácticas educativas, las culturas que se gestan o se expresan en los medios de comunicación”. Por lo tanto, uno de los objetivos de la autora es superar esa visión inmatista centrada en los efectos nocivos de los medios –el “paradigma inoculativo”– y explorar, desde una mirada más etnográfica, los vínculos materiales y afectivos que los jóvenes crean con los dispositivos tecnológicos.

Sin muros. Aprendizajes en la era digital es un libro organizado en nueve capítulos. Desde el título señala la tesis que desarrolla en sus 162 páginas: el aula dejó de ser un espacio físico en la escuela para convertirse en otro simbólico, a veces caótico, atravesado por pantallas omnipresentes cargadas de información, a partir de las cuales niños y jóvenes interactúan entre ellos y con el

mundo. La metáfora del muro como el límite del conocimiento que se administra de manera jerárquica tiene variados referentes: desde McLuhan, que en 1960 señalaba que los “nuevos medios” eran algo más que “una gimnasia mecánica para crear mundos de ilusión, sino nuevos lenguajes con un nuevo y único poder de expresión”; hasta Foucault y su tesis del panoptismo, publicada en 1980, que criticaba la escuela como uno de los centros de la estructura social productiva desde el cual se ejerce un control vertical. Desde luego, no podemos evitar la letra que Pink Floyd, en 1979, convirtió en uno de los himnos más potentes contra el anticuado sistema de enseñanza: “*We don't need no education / We don't need no thought control / No dark sarcasm in the classroom / Teachers leave them kids alone*”.

Análisis de la obra

El libro comienza discutiendo los relatos de la posmodernidad, nutridos por polémicas como la que encarnan Lipovetsky y Vargas Llosa sobre los efectos de la “cultura del espectáculo” en la producción intelectual y artística contemporánea, o propuestas como la de Bauman, de una “modernidad líquida” que diluye el tiempo y el espacio para producir un estado efímero e inestable sobre el que se asienta el conocimiento hoy. Para Lipovetsky, la “cultura-mundo” supera las oposiciones tradicionales y jerárquicas y redefine las relaciones de los sujetos entre ellos y con el mundo. Advierte Quiroz que “el trasfondo cultural de estos retos supone que nuestros jóvenes desarrollen nuevas competencias y habilidades en tiempos cuya duración es otra, porque ya no hay una edad para educarse y el ciclo del conocimiento es cada vez más corto”.

En este escenario mediático que promueve, según Bauman, una cultura de desconexión, discontinuidad y olvido, se cuestiona también la abdicación de muchos padres a ejercer su rol formativo en el hogar. Al respecto, Quiroz advierte que, si bien la manida etiqueta de “nativos digitales” resulta didáctica para plantear diferencias generacionales, su definición no deja de ser un estereotipo, en ocasiones demasiado optimista. Si bien los padres –testimoniados en diversos trabajos de la propia autora– están orgullosos del acceso tecnológico de sus hijos cuando lo relacionan con una formación de competencias necesarias para la “vida moderna”, también son temerosos de los riesgos que la apertura descontrolada de información entraña y que los lleva, en ocasiones, a vigilar el consumo mediático de los menores y buscar estrategias para regular su uso doméstico.

Otra discusión importante que plantea el libro es la eficacia de los “nuevos métodos escolares”, que priorizan la satisfacción más inmediata del estudiante pero que, en buena cuenta, no están produciendo una masa crítica que desafíe los problemas globales. Escribe Quiroz: “en medio del atraso en la educación, de niveles de rendimiento y logro educativo muy bajos y de gran desigualdad, la televisión y la radio, así como la tecnología digital y sus plataformas, especial-

mente a través de los SMS y las redes sociales, se conectan con el sentido de sus vidas, despertando en ellos emociones, intereses, sonrisas y miradas cómplices”. Como se percibe en las voces de los estudiantes entrevistados, los medios de comunicación representan para ellos un importante espacio de construcción de sensibilidades, pero se alejan de la promesa de incluirlos en esa “sociedad democrática y global” que tanto proyectan en su discurso.

Sendos capítulos reflexionan sobre estas nuevas relaciones entre los jóvenes y las pantallas, fundamentando el cambio definitivo de la centralidades comunicativa y educativa. La comunicación en red, dice Quiroz, amplía los espacios de interacción sin necesariamente degradar su calidad –aunque el texto presenta también voces críticas de esta idea– y la incorporación de nuevos soportes y códigos puede ser mirada como una oportunidad, más que como un problema que combatir. La autora reflexiona sobre estas perspectivas enfrentadas e irresueltas, entregando una problematización útil por su densidad y actualidad teórica.

Así también, este libro confronta diversas investigaciones internacionales sobre el impacto de la tecnología móvil en la comunicación de los jóvenes. Por ejemplo, aparecen conclusiones de autores como Castells, Fortunati, Manganelli, Morduchowicz y Buckingham, que coinciden en la ventaja de las características asíncronas y ubicuas de los nuevos flujos generados por el uso de dispositivos como los teléfonos celulares, aunque denuncian que estas prácticas aún refuerzan las diferencias entre clases sociales, pues las redes de comunicación que se establecen siguen siendo selectivas y restrictivas. Otro asunto capital que es abordado es el de la construcción de las identidades en las plataformas digitales, que alientan la producción de una imagen personal como si se tratara de un valor de cambio. Se argumenta la confusión conceptual entre privacidad e intimidad, auspiciada por un mercado que promueve lo que Sibilia llama “el show del yo”, mediante el cual la creatividad de los jóvenes se instrumentaliza y reconvierte con fines comerciales. Todo esto nos devuelve a la antigua y vigente discusión sobre las visiones “determinista” o “neutral” de las tecnologías en la sociedad. La autora se ubica en una postura crítica pero atenta a los argumentos que se esgrimen de cada lado.

Uno de los aspectos más novedosos del libro está en la introducción de hallazgos provenientes de la neurociencia, que sirven para advertirnos del presunto efecto superficial e irreflexivo que es promovido por la red y los nuevos formatos que en ella habitan. De la mano de autores como Carr, Baricco o Small, se acentúa la polémica sobre la disminución de la memoria, la capacidad de abstracción o la dispersión de las tareas –el discutido “*multitasking*”–, que genera déficit de atención. Resulta claro que la plasticidad del cerebro supone que los circuitos neuronales se reordenen de forma dinámica a lo largo de la vida –para fortalecerlos o debilitarlos–, por lo que urge un mayor trabajo sobre los efectos de tecnologías como los videojuegos, sobre los que hay indicios negativos –pre-

sentados por los autores mencionados– y otros positivos –defendidos por otros investigadores como Gros o Prensky.

Sin fronteras tangibles, se sostiene a lo largo del libro que los procesos de enseñanza-aprendizaje trascienden el espacio formal de la escuela y gran parte de la experiencia educativa proviene de la relación entre pares o con medios de comunicación. No obstante, persiste la dificultad para validar estas formas de aprendizaje aún llamadas “alternativas” o “subalternas”, vinculadas a la oralidad o a las imágenes, que reducen la literacidad a la lectoescritura. No se reconocen, por ejemplo, ni la intertextualidad o la hipertextualidad de las pantallas –que defienden autores como Scolari o Cassany. Se cuestiona, en suma, cuál es el rol del docente en este escenario profundamente mediatizado.

Discusión

Los lectores de este libro encontrarán y valorarán en él, al menos, tres aportes. Primero, la audacia creativa de la autora para renovar la vigencia de su propia producción, interpelando –a partir de un formato de metainvestigación, si se quiere– resultados de su cosecha empírica con hallazgos de otros reconocidos investigadores internacionales. Segundo, una agenda de investigación variada, con ideas por estudiar que promueven una mirada interdisciplinaria –incluyendo áreas de conocimiento aparentemente distantes de las ciencias sociales, como la neurociencia. Finalmente, en tercer lugar, el libro cumple con el objetivo que se propone al inicio: facilitar un acercamiento entre la universidad y el medio educativo. En efecto, esta obra refresca el interés no solo por la investigación académica en el ámbito de la educación y comunicación, sino que puede inspirar el diseño de proyectos de corte aplicado, por lo que resultará de interés no solo a investigadores, sino a profesionales de la educación y la comunicación interesados en estos temas.

Julio César MATEUS

Universitat Pompeu Fabra, España.