

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

Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital

César RENDUELES

Editorial: Capitán Swing. Madrid, España

Año: 2013

Páginas: 206

ISBN: 978-84-941690-0-7

La preocupación por el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la vida cotidiana se ha extendido de manera considerable en las últimas décadas de manera que es difícil encontrar una disciplina de las ciencias sociales que no tenga en su corpus central a la tecnología como muletila para redefinir sus objetos de estudio. Efectivamente, la mediación tecnológica atraviesa todas las formas de relación social y los dispositivos digitales, lejos de ser parte del atrezzo o del paisaje cotidiano, son ya elementos centrales en la construcción de la identidad, en las interacciones y en la propia sociabilidad.

No es que nuestras sociedades no hayan sido tecnológicas históricamente, quizás la mejor forma de representar simbólicamente esta presencia de la tecnología la realizó Stanley Kubrick en su obra maestra *2001: Una odisea del espacio*, concatenando el plano de un hueso, recién descubierta su capacidad como herramienta letal en la prehistoria, con el plano de un satélite orbitando la tierra. La diferencia cualitativa vendría definida por el hecho de que, en la actualidad, no sería posible entender el funcionamiento de las relaciones sociales, las formas de participación y representación política o la globalización económica sin hacer referencia al papel que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación juegan en ellas, siendo, para algunos, el motor del cambio histórico.

Precisamente, la comprensión del papel de la tecnología en los complejos procesos de transformación histórica y su relativa autonomía del ámbito de las relaciones sociales, políticas y económicas es lo que centra una parte importante del debate no solo en el ámbito científico sino entre los propios movimien-

tos políticos y sociales que han encontrado en Internet bien un objeto a demonizar, bien una referencia salvadora que nos libraría de todos los males. El libro de César Rendueles, con su sugerente título, trata precisamente de señalar aquellas dimensiones ideológicas que contaminan los discursos sobre lo tecnológico y que nos llevan a aprehender la realidad de manera distorsionada, al presentar como liberadores unos dispositivos cuyos efectos, mirados con distancia crítica, muestran que esa libertad se transforma en su contrario.

Sociofobia se organiza en dos grandes apartados (“La utopía digital” y “Después del capitalismo”) en los que el autor realiza un recorrido por el lado oscuro de la era digital, por sus contradicciones y sus retrocesos, prestando especial atención a los discursos mitificadores o ciberfetichistas presentes en la literatura, científica o no, en las políticas públicas o en el propio debate sobre la reconfiguración del espacio público con nuevas formas de participación ciudadana bajo el impacto de lo digital.

El argumento principal del libro se podría resumir en que la consecuencia de las nuevas tecnologías ha sido, en definitiva, negativa para los procesos de emancipación social a los que deberíamos aspirar en un capitalismo cada vez más agresivo y lesivo. El autor establece una relación directa entre las ilusiones de superación del marco político tradicional, a partir de nuevas formas de relación social, y la astenia ética generalizada, a la que el ciberutopismo y el fetichismo por las redes han contribuido de manera directa. Un proceso este último que se habría extendido rápidamente gracias a Internet y que estaría directamente relacionado con el consumismo y la mercantilización erigidos como guía para la comprensión de la realidad circundante, de tal manera que, para Rendueles, con el ciberfetichismo el consumismo ha adquirido autoconciencia, destapándose como el proyecto social y cultural del capitalismo.

Antes que un resumen lineal de la estructura del libro, merece la pena detenerse en los diferentes ejes de crítica que recorren el mismo, con el impacto de las nuevas tecnologías y la ideología a él asociada como telón de fondo. Así, del análisis de las consecuencias que las nuevas tecnologías han tenido para nuestras expectativas vitales y políticas, surge la denuncia del fetichismo presente en nuestra comprensión de las redes digitales, un ciberfetichismo que ha llevado a la reducción de aquellas expectativas, individuales y colectivas, pues los propios procesos de emancipación social también se habrían visto afectados. Para ilustrar este argumento toma como ejemplo la experiencia española del 15M, que ha sido objeto de numerosos análisis como fenómeno político por su vinculación con el uso intensivo de las nuevas tecnologías para la movilización social. Algunos de esos análisis habrían sido afectados por el filtro fetichista de las redes al entender que lo que sucedió el 15M fue consecuencia directa de las posibilidades abiertas por los nuevos dispositivos digitales puestos al servicio de una convocatoria que se hizo viral y masiva. Rendueles, por el contrario, afirma que el propio 15M sucedió a pesar de las redes sociales y del ciberfetichismo consumista a ellas asociadas, que hizo un poco más difícil el estallido social, sin

negar, eso sí, la dimensión tecnológica de dicho fenómeno pero aclarando que, en palabras del autor, “Internet se ha convertido en un arma formidable no para sacar gente a la calle sino cuando la gente ha salido a la calle”.

Encontramos un segundo eje de crítica en el determinismo presente en el pensamiento dominante en torno al fenómeno tecnológico, que afecta tanto a las lecturas más tecnoutópicas ligadas a los gurús de la sociedad de la información, como a las posturas más críticas de la izquierda marxista. En este sentido, se reproduce cierto mecanicismo en la comprensión de la dimensión política y social de la tecnología, presentándose esta como fuente automática de transformación social liberadora gracias a la cual se rebasarían las formas tradicionales de organización del espacio público. Esta desconexión con el contexto está especialmente presente en los discursos sobre participación política, democracia y nuevas tecnologías presentes incluso en los movimientos ciberactivistas más radicales, que habitualmente sucumben a la fascinación tecnológica de Internet, entendido como la puerta de acceso a la democracia, la participación y la cooperación. No obstante, la realidad es tozuda, y Rendueles afirma que “el libre acceso a Internet no solo no conduce inmediatamente a la crítica política y a la intervención ciudadana sino que, en todo caso, las mitiga”.

No es nueva esta contradicción entre discursos míticos liberadores y realidad política y social cada vez que una nueva tecnología ha visto la luz. La producción bibliográfica de Armand Mattelart sobre la historia de la sociedad de la información y de la utopía comunicacional da buena cuenta de ello. Valga como ejemplo la referencia al matemático francés Alexandre Vandermonde, que a finales del siglo XVIII definía el telégrafo como un invento que puede bastar para hacer posible el establecimiento de la democracia de un gran pueblo. En pleno siglo XXI podemos detectar sin dificultad afirmaciones en iguales términos pero en relación a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Un tercer eje de crítica estaría vinculado con la ruptura cualitativa que, para las posturas más ciberutópicas, supondría la expansión de las nuevas tecnologías en el marco del capitalismo. Frente a esta lectura idealista, en la que el cambio histórico vendría determinado por unos medios digitales que se traducirían de manera mecánica en la proliferación de espacios colaborativos y cooperativos, en los que la creatividad sería el motor de la historia, el autor recuerda que esas grandes expectativas contrastan con las continuidades que se perciben en lo cotidiano desde principios del siglo XX: crisis económica y política, crisis de valores, guerras cíclicas, etc. He aquí otro elemento a tomar en cuenta de la denuncia de los mitos que acompañan a la tecnología en la sociedad de la información: la estrecha relación del desarrollo tecnológico con el capitalismo como el marco de desarrollo en el que se desenvuelven. La mediación tecnológica no se desenvuelve en abstracto, antes bien ocurre bajo condiciones de reproducción económica y social concretas que limitan o potencian determinados usos. Si antes hablábamos del consumismo como el perfecto entorno en el que

se desarrolla el ciberfetichismo, es porque la mercantilización extendida por todos los poros de las relaciones sociales también contamina el rol de la tecnología en estas. Y surge aquí otra de las trampas discursivas que frecuentemente encontramos en la ideología ciberutópica, la de confundir liberalismo con movimiento libertario, propio de muchos gurús que se definen anarco-liberales para los que Internet sería un espacio de libre desarrollo de las subjetividades creativas que funcionarían de manera horizontal, como si la dinámica de la producción cooperativa, ya sea física o virtual, fuera compatible con el individualismo liberal extremo. De nuevo nos encontramos con un discurso mítico en el que se dejan de lado las contradicciones y conflictos que atraviesan también los usos de los nuevos dispositivos digitales.

Uno de los ejemplos que mejor sirven para ilustrar el leit motiv de *Sociofobia*, el ciberfetichismo, es el de los debates en torno al copyright y su inserción en las lógicas del capitalismo financiero, a lo que Rendueles le dedica buena parte del libro. Más allá de la equiparación del copyright con las formas de valorización de la especulación capitalista (el copyright, a partir de cierto umbral, “es una fuente de ganancias especulativas con una relación remota con la producción real”), la originalidad de la crítica radica la denuncia del determinismo tecnológico que recorre la reivindicación del copyleft, resultante de tomar la parte por el todo. Así, resultaría vacua la creencia de que la eliminación de barreras artificiales para la circulación de contenidos y conocimiento a través de las redes digitales supondría un nuevo escenario de abundancia y avance social. Por el contrario, las posibilidades que se abren con dicho acceso dependen de los contextos sociales de producción y consumo, es decir, de las propias relaciones de poder pues “lo que determina quién gana qué en la economía cognitiva global es la lucha de clases, no una evaluación ciega en la revista *Nature*”.

Precisamente, este desprecio que de manera general los defensores del copyleft, centrados en el libre acceso a los bienes comunes, realizan con respecto a las condiciones sociales de producción de los contenidos que circulan por las redes es lo que para el autor señala uno de los puntos más críticos del ciberfetichismo, esto es, el olvido de factores tan importantes para comprender la democratización de la cultura o la apropiación social de las nuevas tecnologías como la propia configuración del capitalismo y su marketing, economías de escala, reducción de la sociedad al mercado, información privilegiada, miopía de los consumidores, etc. Así, reducir la problemática de la libre circulación de contenidos a una cuestión de barreras y no de control democrático de lo que es dominado por el mercado nos lleva a una situación muy similar al de la defensa del *free flow of information* que en el ámbito de la comunicación siempre sirvió para encubrir la libertad de empresa tras el eslogan de la libertad de prensa.

En definitiva, el libro de Rendueles supone una producción a contracorriente del mainstream que domina la reflexión en torno al impacto de las nuevas tecnologías. Una propuesta que, aunque incompleta y en un formato ensayístico que ha

de ser completado con la también interesante proliferación de estudios sociológicos sobre el uso y la apropiación de la tecnología, sirve de guía para problematizar un objeto de estudio complejo que tiende a ser reducido a clichés y lugares comunes no solo en entornos políticos y económicos sino también en el ámbito académico y, lamentablemente, en algunos de los movimientos ciberactivistas.

Francisco Javier MORENO GÁLVEZ