

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Gestión de Medios

Eugenia Ávalos V.

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.

Consejo Editorial

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

**Portada, diseño
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

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
 Víctor Hugo Olalla P.
 Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador
 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

Patricia Ashton
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 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: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T., S.P.I. 027
 ISSN 13901079

Personaje	Pág.	Aula	Pág.
Minibiografía: "Mediador" colombo-ibérico	4	Lenguaje: Sexismo en el idioma <i>Carlos Aulestia</i>	54
Portada		Locutor: Mensajero de la identidad <i>Hugo Viladegut Bush</i>	58
Elementos de la cultura: Los medios, las políticas, las redes y la heterogeneidad	6	Audiovisual: Para construir historias <i>Fabián Iriarte</i>	62
Educación: Barbero y la otra pedagogía <i>César Ulloa Tapia</i>	8	Prensa: ¿Un "ejercicio" crítico? <i>Alejandro Querejeta</i>	66
Investigación: Un mapa para la multiculturalidad <i>Erick Torrico Villanueva</i>	14	Digital: Sencillez y facilidad en las <i>homepages</i> <i>Pablo Escandón M.</i>	72
Comunicación: Agenda intercultural <i>Jesús Martín-Barbero</i>	20	Publicaciones	76
Coyuntura		Actividades del CIESPAL	82
Calentamiento global: Nuevos enfoques periodísticos <i>Diana Cazaux</i>	28	Agenda	86
Titulares de prensa: Cómo los <i>mailnews</i> los modifican <i>Omaira García de Berrios</i> y <i>Mayra Alejandra Berrios de Peña</i>	34	Próximo número	90
Cobertura electoral: El <i>Twitter</i> se estrenó como reportero <i>Xosé López y Manuel Gago</i>	40		
Festival de Cine: Las Tres Américas <i>Clara Rodríguez</i>	46		
Responsabilidad Social Empresarial: <i>Comunicación bajo ISO 26000</i> <i>Francisco Campos</i>	48		

FE DE ERRATAS:
 En la edición 101, en el artículo *Huelga de guionistas: El lápiz caído*, de Liliana Castañeda, corregimos que la autora no es docente sino que labora en el Departamento Sociocultural de la British Columbia University. Además reconocemos que las fotografías fueron cortesía del Sindicato de Escritores de Canadá.



Foto: Colteva / Jesús Martín Barbero

Minibiografía:

"Mediador" colombo-ibérico

Jesús Martín Barbero es colombiano a pesar de haber nacido en la española ciudad de Ávila en el año de 1937. Aunque apenas en el 2004 obtuvo esa nacionalidad, ya desde 1963, cuando llegó a Bogotá, inició su comprensión de un mundo nuevo de símbolos, mensajes y espacios que lo configurarían como colombiano y como un verdadero latinoamericano que ha hecho de esta región su base de estudios y su referente para generar pensamiento.

"Me asomé por primera vez a este país (Colombia) desde la ventanilla del avión, un 15 de octubre del año 63, en medio de un aguacero que difuminaba el atardecer de la sabana y volvía imprecisos los contornos del paisaje. De la travesía por la ciudad hasta el hotel, solo me queda el recuerdo del mareo producido por la velocidad zigzagueante del taxi, y unas fugaces imágenes de gente guareciéndose de la lluvia debajo de los aleros, vestidos con una prenda cuyo nombre aprendería

al día siguiente: la ruana", confiesa en una entrevista con su amigo y colega Omar Rincón.

En Lovaina se doctoró en Filosofía y Letras, luego se interesó por la Semiótica y la Antropología en la Universidad de París. Con todo ese conocimiento humanista, Jesús Martín Barbero se dedicó a la docencia universitaria en varios centros europeos y latinoamericanos, a la investigación de los fenómenos mediáticos como las telenovelas y a la construcción y aplicación de la ciencia comunicativa.

"Al día siguiente, en la cafetería del hotel experimentaríamos el primer extrañamiento, justo allí donde creería mejor reconocerlo: el idioma, La chica que servía el desayuno me preguntó: "*¿le provoca un perico?*", ante lo cual yo quedé físicamente mudo, pues en mi castellano de la vieja Castilla, provocar significaba "incitar a pelear o dar nauseas", y un perico era "un loro". O sea que los parecidos resultaron, desde ese primer día, dementes, tramposos, por lo que aprendí rápidamente que si en este otro lado del charco las semejanzas con la madre patria eran grandes, las diferencias lo eran mucho más."

Este abrupto contacto cultural marcó la visión y el posterior trabajo de este peninsular que se quedaría en Colombia hasta 1968, para luego regresar en 1973 e iniciar el desarrollo de sus investigaciones sobre comunicación y ser uno de los fundadores de la denominada Escuela Latinoamericana.

La cultura popular, sus expresiones y configuración mediante los melodramas, es uno de los ejes del trabajo de Jesús Martín-Barbero, quien edificó y solidificó las bases de los estudios comunicativos no solo en Colombia, sino en Costa Rica y México, países en donde ha participado como docente e investigador.

De los medios a las mediaciones es su obra insigne, pero no la única, pues constantemente produce artículos complementarios y obras nuevas en torno a la educación, la tecnología, las ciudades y los medios.

Actualmente vive en Colombia y viaja por Iberoamérica dictando charlas y participando en encuentros; continúa analizando la realidad, configurando la ciencia de la comunicación y comprendiendo nuestro continente, que es suyo.

Cronología

1937. Nace en Ávila, España.

1971. Doctor en Filosofía y Letras, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

1971. Inicia estudios de Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París.

1975-1995. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle en Cali (Colombia).

1995-2002. Docente del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, en Monterrey, México.

Ha sido profesor visitante de las Universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona, Standford, Libre de Berlín, King's College de Londres, Puerto Rico, Buenos Aires, Sao Paulo, Lima.

Ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación).

Miembro del Comité Consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social).

Miembro del Comité Científico de Infoamérica.

Forma parte del Consejo Nacional de Ciencias Sociales de Colciencias (Colombia).

Publicaciones del autor

1978. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal.

1979. *Comunicación educativa y didáctica audiovisual*. Cali: SENA.

1981. *Introducción al análisis de contenido*. Madrid: Incisex.

1987. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: G. Gili.

1989. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México: G. Gili.

1992. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.

1993. *Communication, Culture and Hegemony*. London: Sage.

1994. *Dinámicas urbanas de la cultura, en: Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Bogotá: cátedra UNESCO de Comunicación Social- Pontificia Universidad Javeriana.

1995. *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Univalle.

1998. *Mapas nocturnos*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

2007. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisa*. Con Germán Rey. Barcelona: Gedisa.

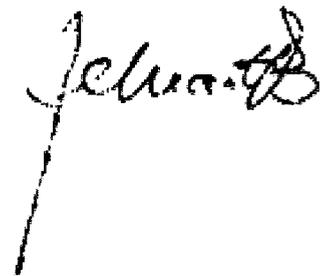
Coordinación

1987. *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: G. Gili.

1991. *Recepción, uso de medios y consumo cultural*. N° 34 DIA-LOGOS de la Comunicación. Lima.

1997. *Proyectar la comunicación*. Con A. Silva. Bogotá: Tercer Mundo.

1998. *Medios, Cultura y Sociedad*. Con Fabio López. Bogotá: CES/Univ. Nacional.




Elementos de la cultura:

**Los medios,
las políticas,
las redes y la
heterogeneidad**

El pasado 8 de mayo, Jesús Martín-Barbero acudió a Barcelona, invitado por la Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB, en donde propuso algunas claves para la investigación en comunicación y cultura, elementos indisolubles, pero que lastimosamente las instituciones separan. Así, el autor de *De los medios a las mediaciones* dijo, además, que no se pueden investigar las políticas culturales y de comunicación sin hacer referencia a la política y sus procesos.

"Hay que investigar lo que nos dé esperanza y, como dijo Benjamin, la esperanza se nos da a

través de los desesperados: hoy hay muchos desesperados en América Latina con gran imaginación y buscando una transformación radical de lo que es hacer política", por ello considera que, en la región, los cambios producidos durante las últimas décadas se han fundamentado en la relación existente entre política y tecnología, política y territorio, y comunicación y cultura.

"Mientras la política se convierte en una máquina administrativa y electoral y se vacía de contenidos, la tecnología cada vez adquiere más capacidad de cuestión y reflexión", pues solo ha

sido pensada como cultura en el último cuarto de siglo al evidenciarse que, como ya había afirmado Heidegger, la esencia de lo tecnológico no es algo técnico sino el modo como el hombre se produce a sí mismo, ejemplo de ello son todos los estudios últimos acerca de tecnología, ciencia y arte, aglutinados en lo que se denominan cibercultura, tecnociencia, tecnocultura y sociedad de la información y del conocimiento.

Ahora bien, la relación entre política y territorio también ha mutado, pues "las únicas políticas que actualmente merecen llamarse públicas son las ejercidas desde los municipios y ciudades. Un factor clave es la transformación profunda de los centros cívicos, donde se están pensando las políticas culturales desde lo social".

Jesús Martín-Barbero afirmó que existe un desplazamiento del actor central en las políticas culturales, que si bien antes era el Estado nación, ahora lo es el municipio y su vida social; de esta manera establece una descentralización hacia los sectores que realmente ejercen su poder desde la experiencia directa, pues, además, "sin la mediación de la política local, la que viene de arriba será difícil de encajar", acotó.

Esta descentralización o desplazamiento desde el Estado como actor central hacia los gobiernos locales y las comunidades, configura las redes en las que se inscriben y desarrollan los medios comunitarios, que son un agente social que piensa su lugar y lo transmite, generando procesos de ciudadanía y creando tejidos que suponen una reinención de la democracia. "No podemos investigar los medios de comunicación comunitarios fuera del nuevo paradigma de la comunicación: la red, la interfaz o los nodos".

Se refirió, asimismo, a lo que se hacía en la década de los sesentas al estudiar la comunicación y ello radicaba en tener como objeto de estudio a los medios como aparatos discursivos del poder, como reproductores sociales, y no como productores o parte constitutiva de las culturas, por ello, instó a no confundir a las industrias culturales con la legitimidad del mercado, pues no es simple y puramente un producto del mercado sino también de la política.

Así, las políticas culturales no deben ser pensadas fuera de los procesos de comunicación, que son asimétricos y conflictivos, tal como sucede en las

relaciones entre culturas, pues una siempre quiere dominar a la otra y no hay que olvidar que "una cultura solo es tenida en cuenta por otra si la otra sabe contarse, la identidad no es un hecho sino un relato. Las culturas permanecen vivas mientras se comunican entre ellas, siendo la comunicación una dimensión constitutiva de la vida cultural y no sólo su exhibición". Por ello, querer proteger o conservar la cultura implica enlazarla, y por ende matarla. "Necesitamos políticas de difusión, pero no son el elemento más profundo. La información también ha de concebirse como herramienta, materia prima de conocimiento y de toma de decisiones".

La tecnología es importante dentro de los procesos de comunicación, pero no se debe olvidar al ser humano y sus condiciones: cultura, educación, tradiciones, como elementos primordiales.

Al referirse nuevamente a los cambios tecnológicos, instó a pensar los medios de comunicación como parte de un entorno comunicativo más amplio, compuesto por la información y el conocimiento. "No debemos confundir el mercado con la mediación industrial, de la misma manera que no podemos confundir el consumo pasivo con el apropiacionista, en ambos la casos la diferencia estriba en la capacidad de transformación". Por ello se hace evidente la educación en medios, huyendo de concepciones instrumentalistas para favorecer el consumo activo, esto es, la apropiación y el empoderamiento desde la heterogeneidad que produce el sector donde crece la creatividad.

"Lo público ha sido fagocitado por lo estatal provocando la decadencia de lo social y de su heterogeneidad. Ante medios de comunicación ventrílocuos necesitamos políticas que permitan la expresión de otras voces. El desafío fundamental de las políticas públicas es plantearse la heterogeneidad de lo social."

Con este preámbulo, invitamos a conocer y adentrarnos más en la obra de este pensador e investigador, que ha ido evolucionando con los movimientos sociales, la tecnología y la naturaleza humana. 🌿



Audiovisual:

Para construir historias

Fabián Iriarte

Argentino, docente universitario de guión, reader y realizador independiente.
jadefilms03@hotmail.com

Quando hablamos de la construcción de un guión para la pantalla, hablamos principalmente de una promesa emotiva y fundamentalmente de un formato ajeno a la escritura misma: la película. Bajo ese concepto partimos hacia un viaje incierto, doloroso, reconstructivo, intimista y cognitivo. La obra, por otra parte, es representativa de un hábitat social, marca y eterniza un momento particular de la vida de los personajes.

El guión es una de las partes más importantes de toda producción audiovisual, pues marca el ritmo y el tono del trabajo en campo; sin un buen guión -que nunca es una camisa de fuerza- el realizador no tiene nada.

La nueva generación de realizadores con la cual convivo, ya sea en su formación como docente de la materia *Guión* o como analista de guiones de realizadores de otras latitudes, debe convertirse en autofinancista de sus proyectos, sin tener un parámetro certero y técnico de creación y de inversión. El acceso a las tecnologías para este ente productivo (guionista-director-productor-editor-distribuidor y, en algunos, casos exhibidor) se hace más restrictivo al nuevo modelo de guionista que debería estar sustentado por los cambios inevitables de lo digital y lo interactivo. De esta manera y con conocimiento de la aventura de una producción cinematográfica, aun cuando me llegan guiones en los cuales los autores afirman estar en su última etapa, descendemos a la "situación embrionaria", es decir, ni más ni menos que al concepto que arribará a la conclusión de compatibilidad entre el soporte elegido y los móviles que requiere "su" comunidad de espectadores.

Allí es donde todo comienza o... termina. En otras palabras, es importante cuantificar la historia para su futura realización, teniendo en cuenta que no manejamos todos los días presupuestos generosos.

A menudo buscamos la llave que de manera indeclinable nos conduzca a una idea. A menudo el efecto catártico que concibe ese embrión está relacionado con la conducta, la utilización del tiempo y un mecanismo preciso de coordinación tendiente a ejercer el trámite conciliador entre la memoria y la experiencia personal.

A pesar de los tiempos inviolables que la vida profesional se empeña en recordarnos, el elemento creativo no abandona su tiempo personal y cuando la tendencia es llevar todo hacia un autoritario modo de llegar al objetivo, la inspiración se quedará en los umbrales de lo imposible, entre la desesperación y el desconcierto.

Si la inspiración es forzada a aparecer espontáneamente en el tiempo y lugar que nos conviene, estamos cerca del derrumbe creativo. La inspiración es, en todo caso, un ejercicio simbiótico. La suma de incentivos creativos llega solo cuando un concepto hace digestión, consciente de un tiempo mental que le ha dado la oportunidad de existir. En cuanto una idea aflora a la superficie mandamos al intelecto a recogerla. En realidad, encontrar los recursos para incitar a la idea a salir a la superficie es el menor de los problemas. El verdadero depredador es el ciclo evolutivo, desde cuando una idea transita hacia el reconocimiento de su potencial, la resistencia y la duda de lo que verdaderamente representa, hasta el marco en que deberá desarrollarse y el proceso de evaluación al cual tendrá que someterse.



Fotograma de Barton Fink, de los hermanos Coen.

Una idea no se pesa, no se mide, ni se distingue sobre otras por el tiempo en que fue pergeñada. Cuando escucho sobrevalorar el mérito de "un guión escrito en una semana" me pregunto: ¿Acaso se trata de una maratón? ¿Qué significa desarrollarlo en menos tiempo que otro?

El reader es un lector externo que evalúa sin ningún interés el guión y toma en cuenta la historia, los personajes, las locaciones, la capacidad de producción...

La idea-creativa es causa y efecto. Es el resultado de cómo se dice y cómo se recibe. En el incubo está la respuesta; la idea debe forjar su pequeño historial mental mediante su evolución progresiva. Mientras, el talento hace su parte, siempre que lo reconozcamos como el aliado de la voluntad y del compromiso insoslayable con la actitud y no como una condición cósmica de un ente soberano...

En cuanto a la participación grupal en el desarrollo de una idea, son dispositivos indispensables las personalidades que la defenderán. Generada por uno, evaluada por el resto, aceptada por algunos y puesta a prueba por otros, el desarrollo comienza cuando la idea debe transitar el arduo camino de cambios, sin que por ello comprometa su premisa original o abandone y desvirtúe progresivamente la razón por la cual fue creada. En grupo, solo el entendimiento colectivo de la premisa original será aquello que sostenga el proyecto.

Se convierte, entonces, en un proyecto que necesita sumar talentos. La *intrusión* de un equipo ejecutor que toma para sí la responsabilidad de cristalizar el proyecto, debe estar consciente que la tarea es caminar por una cornisa acechada por un ventarrón. El recurso es alcanzar un refugio donde uno pueda descansar por un breve tiempo y aprovechar esos instantes para reflexionar.

La idea-proyecto ya no es aquella íntima compañera que sostenía una desigual y descarnada pulseada mental mientras se llevaba consigo gran parte del tiempo, ahora debe

involucrar ejecutores, va camino a probarse, tiene representantes empíricos que a veces la hacen propia, pide a gritos que la coordinen y, en general, no soporta los embates de egos en ascensión dislocada. Por ello, la verdadera exigencia está en que los ejecutantes se equilibren en el mismo pedestal de compromiso hasta conciliar esa comunión de talentos necesarios para que un buen relato se convierta en una buena película.

Si la idea-proyecto ya es una historia y confluye en una película dotada de personajes que viven circunstancias que los lleva a resolver obstáculos basándose en sus principios, sufriendo transformaciones físicas y espirituales y asumiendo el futuro con estoicismo o no, entonces se inaugura aquel tiempo y espacio ilusorio por donde transitará la historia y propiciará la comunidad de emociones.

El mismo camino, la misma experiencia, la misma reflexión cabe para el equipo destinado a defender, con el arte de la expresión, el resultado del compromiso creativo.

Sobrevivir a una idea es, en definitiva, lo que queda de uno cuando termina de producirla, el romance inicial puede potenciarse o definitivamente socavarse hasta que podamos darnos una nueva oportunidad. Significa entonces, volver a transitar el proceso regenerativo de la voluntad mientras se emprende nuevamente el ciclo conciliatorio entre la memoria y la experiencia.

Ahora bien, desarrollamos en los párrafos anteriores la construcción íntima de un proyecto. Muy seguido, y más de lo habitual, escuchamos que a muchos nos cuesta más que alguien lea los proyectos que encontrar el tiempo para escribirlos. El guionista necesita que sus proyectos sean leídos, evaluados y cuantificados. Nuestra realidad latinoamericana evade este compromiso y necesita de la figura de un *reader* -lector de contenido de una productora- que nos contenga.

Más allá de las teorías aplicadas, se procura la figura de un *reader* que desarrolle un *coverage*, especie de diagnóstico dramático, y que prosiga conduciendo la obra hacia su destino final: el hecho filmico. Esta figura necesaria es precaria en muchas de las productoras que se apoyan en



guionistas cautivos -nótese la similitud con los comienzos de la profesión, 1920- sedimentados de una producción en serie, sin contemplar el panorama creativo del guionista de presentación espontánea. Allí es donde se acaba la diversidad.

El guionista requiere una respuesta a su trabajo y naturalmente necesita de lectores formados que ayuden a perfeccionar su arte para entrar en esta nueva etapa de narradores, que en un futuro cercano responderán a solicitudes de espectadores en tiempo real y cada vez más dotados de tecnología hogareña.

Las recientes obras de un cine argentino: festivaldependiente, pretencioso y repetitivo, nos llevaron a consecuencias no muy decorosas con nuestros espectadores.

La monotonía de nuestro cine deviene de la mala interpretación del arte de los maestros europeos, quienes oficiaban como una suerte de antropólogos destinados a diseccionar un destino turbulento, en un tiempo y espacio particular de cambios históricos y de necesidades diferentes. Se interpreta una gramática valiosa, pero los tiempos han cambiado, entonces resulta una gramática con déficit de contexto; honremos los clásicos sin recurrir a plagios ostentosos. Nuestros temas son monostróficos. El recurso de adoptar identidades ajenas perjudica la verdadera intención de una obra, se tornan recurrentes y no construyen el sustento básico del medio; *entretenimiento, emoción, conocimiento, mundos deseados*. Chéjov escribió

una observación inolvidable: "Lo mejor es evitar las descripciones de estados de ánimo, hay que explicarlas a través de las acciones de los personajes".

Así pues, volviendo a la función del *reader*, sabemos que en un punto al guionista lo beneficia su presencia porque es el encargado de redactar una *coverage* de características simples que lo pueden asistir en el proceso de desarrollo. Estos *coverages* están sustentados en preguntas puntuales para subsanar problemas de acción precaria, diversidad caracterológica y justificación dramática. Estos *Peaks* faltantes seguramente no fueron visualizados por el guionista que necesita de este *feedback* para redimensionar su historia en espacio y tiempo. Por otra parte, se valorizan los segmentos narrativos alcanzados con certeza dramática y se invita a una revisión sintáctica (drama-espacio-tiempo) cuando deba ser reacomodado dentro del marco de una próxima escritura.

Ahora bien, la pregunta es inevitable, ¿Qué hacemos con nuestro cine? ¿A quién representa? Y la verdad nos dice que cualquier cinematografía depende de cuanto pueda verse en el exterior. Debemos contar historias, volver a aquellas inolvidables, a la emoción, a la reflexión, a la universalidad, más allá de cualquier frase marketinera que quiera perpetuar algo que se agotó. Las historias privan por sobre cualquier espejismo fantasmagórico. Las historias fomentan sueños de mundos posibles. 🌟