

Género y Comunicación



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

Francesco MANIGLIO

UNIMINUTO, Colombia

Francesco MANIGLIO

CIESPAL, Ecuador

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

Elíseo 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
Universiê 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

Coordinadora Monográfico Chasqui 135

Florencia Cremona

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 Comunicación y Género. Agendas y cultura de investigación**
Francisco SIERRA CABALLERO

15 TRIBUNA

- 17 Construirse para educar. Caminos de la educomunicación**
Daniel PRIETO CASTILLO

33 MONOGRÁFICO. Género y Comunicación

- 35 Introducción: Construir estrategias para nombrar (otra vez) lo prohibido**
Florencia CREMONA
- 39 Comunicação, gênero e política no Brasil: As candidatas do Paraná na propaganda eleitoral televisiva**
Camilla QUESADA TAVARES & Michele GOULART MASSUCHIN
- 55 Perversão e política no impeachment de Dilma Rousseff**
Muriel Emídio PESSOA DO AMARAL & José Miguel ARIAS NETO
- 71 Hombres, mujeres y nación: representaciones en medios impresos durante la dictadura stronista en Paraguay (año 1959)**
Aníbal ORUÉ POZZO & Florencia FALABELLA
- 89 Familia homoparental en Cuba: una realidad no contada**
Maribel ACOSTA DAMAS, Zenaida COSTALES PÉREZ & Beatriz ROSALES VICENTE
- 105 Espacios homosociales en el Carnaval de Barranquilla: entre la crónica literaria y la novela autobiográfica**
Danny Armando GONZÁLEZ CUETO & Francisco A. ZURIAN
- 123 Análisis feminista de las propuestas poshumanas de la tecnología patriarcal**
Isabel TAJAHUERCE ÁNGEL, Cristina MATEOS CASADO & Rut MELERO SUSO
- 143 Selfies no Tinder: masculinidades hegemônicas como performance**
Flora ARDENGHI DUTRA & Carlos ORELLANA
- 159 El género como representación: una lectura desde la biopolítica**
Carlos Alberto LEAL REYES
- 179 Mujeres que ejercen prostitución en Río Gallegos. Una propuesta desde el análisis cultural**
Romina Alejandra BEHRENS
- 197 Comunicación, educación y género: una perspectiva crítica para el análisis de experiencias territoriales**
María Emilia SAMBUCETTI, Florencia ACTIS & Eleonora SPINELLI

215 ENSAYO

- 217 **Texto, interpretabilidad e interpretación: límites y alcances**
José Enrique FINOL & David Enrique FINOL
- 233 **Folkcomunicação e Estudos de Gênero:
práticas de comunicação nos grupos homossexuais**
Karina JANZ WOITOWICZ & Guilherme MOREIRA FERNANDES
- 253 **Un acercamiento a la legibilidad de textos relacionados
con el campo de la salud**
Ivan Neftali RIOS HERNANDEZ
- 275 **Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual**
Verónica HEREDIA RUIZ
- 297 **Estudios visuales y estilo televisivo: porque no existen
medios puramente visuales**
Simone Maria ROCHA

317 INFORME

- 319 **Educación en comunicación audiovisual:
un reto para la Cuba “actualizada”**
Ljudmila MORALES ALFONSO & Liosday LANDABURO SÁNCHEZ
- 339 **Primeira década do Ciespal: fundação e indicações
de investigação**
Iury PARENTE ARAGÃO
- 361 **Etnicidad, política y medios de comunicación.
Los rankülches de la provincia de San Luis, Argentina**
María Vanesa GIACOMASSO
- 381 **Ciencia en diarios argentinos: temáticas y producción
periodística en la prensa escrita generalista (2015)**
Guillermo Damián SPINA & Cecilia Beatriz DÍAZ
- 401 **El testeo de instrumentos de análisis de encuadres
periodísticos en seis diarios chilenos**
María Elena GRONEMEYER

419 RESEÑAS

Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI

María Elena MENESES

—

Editorial: Porrúa. México.

Año: 2011

Páginas: 217

ISBN: 978-607-0908-10-1

—

Todos damos por hecho que existe la convergencia en los medios periodísticos y que ha impactado en la información que consumimos. ¿Pero cuánto? ¿Pero cómo? Y, sobre todo, ¿realmente hay un cambio significativo? El libro *Periodismo convergente* de María Elena Meneses es una exhaustiva investigación que trata de dar respuesta a estas interrogantes a través de un análisis teórico, documental, etnográfico y de contenidos. Usando como ejemplo al Grupo Imagen (propietario de la versión actual del legendario diario *Excélsior*), la autora desmenuza el fenómeno de la convergencia en un estudio de caso.

El libro podría dividirse en tres segmentos:

- 1) el análisis teórico, que da un panorama general de la convergencia en el periodismo contemporáneo y sus debates;
- 2) la descripción del modelo de convergencia de baja intensidad, donde un medio (como un periódico impreso) converge con su redacción digital;
- 3) el estudio de caso del Grupo Imagen como ejemplo de lo que la autora llama “convergencia de alta intensidad”, donde un conglomerado mediático concentra más de dos soportes distintos y hace convivir los intereses periodísticos con los del entretenimiento, económicos, políticos, etc.

Este último bloque es el que conjunta el grueso de la investigación y los principales hallazgos de Meneses. Se trata de un análisis de caso, pero la experiencia empírica nos dice que es extrapolable al contexto mediático mexicano en general. Grupo Imagen tendrá particularidades que no tengan Grupo Reforma, Grupo Medios o Grupo Televisa, pero sin duda son identificables tendencias generales sobre la convergencia en los grandes medios de información.

El periodismo ante la convergencia

María Elena Meneses pone como telón de fondo el fenómeno de la sociedad de la información en términos *castellianos*. La noción de Henry Jenkins de “multimedialidad” le permite caracterizar a las producciones informativas contemporáneas como textos complejos producidos por una industria en transición. Como la autora advierte desde el prólogo, no se trata de un libro sobre el periodismo digital, sino sobre las transformaciones en la industria periodística y sus principales actores. Tampoco es un estudio sobre las audiencias ni sobre las formas de transmisión de la información noticiosa. Está enfocado en los mecanismos de organización de las redacciones en los grandes conglomerados.

El gran telón de fondo de esta investigación es *La era de la información* de Manuel Castells. De ahí recupera las nociones de la sociedad de la información (SI) como un entorno de flexibilidad laboral con una profunda transformación del espacio y del tiempo. También la idea de que existe una estirpe emergente de periodistas a los que llama “autoprogramables”, que son más susceptibles a entenderse en la SI y en la convergencia, pues ellos mismos son los que llevan la batuta de su propio desarrollo y se acostumbran fácilmente a las nuevas lógicas de trabajo.

Meneses define al periodista convergente como aquel que ha incorporado la tecnología digital para producir noticias para uno o más soportes mediáticos. Asegura que, en este tipo de periodismo, permanece el criterio noticioso tradicional aunque cada vez más hay una influencia de la demanda en la determinación de la agenda.

Uno de los conceptos clave es la oposición de dos fuerzas que ha generado la convergencia. Por un lado, como la fuerza centrípeta, hay un proceso de concentración que genera grandes conglomerados que reúnen todo tipo de medios, servicios, formatos y fines. Es el caso de Grupo Imagen o Grupo Reforma en México, pero también de Random House o Time a nivel internacional.

En el lado opuesto está la fuerza centrífuga, que permite la dispersión, democratización, fragmentación y desconcentración de múltiples expresiones periodísticas: blogs, Twitter, sitios web, canales de YouTube, periodismo ciudadano, etc. Aunque esta última es una de las expresiones más transformadoras de los últimos tiempos, la autora prefiere centrar su análisis en la concentración de medios para analizar cómo se ha transformado el periodismo industrial.

Grupo Imagen: un ejemplo de convergencia de alta intensidad

La autora llama así a los conglomerados mediáticos que tienen más de dos medios en formatos distintos. En el caso del Grupo Imagen, se trata de una organización con presencia tradicional en radio, pero ahora también en periódico impreso, periódico digital y televisión. El libro refleja la etnografía que la autora

realizó con periodistas activos y ex-colaboradores para analizar sus lógicas de trabajo. También realiza un análisis de contenido de una semana de las noticias principales de todos los medios del grupo. A partir de ello, la autora revela una cara más nítida de la convergencia mediática.

Ante el mito de la eficiencia convergente, el análisis revela que solo el 18% de las notas publicadas fueron textos convergentes (es decir, que fueron elaborados por un redactor que genera información para múltiples medios). La mayoría de estos textos convergían entre el papel y el diario digital o entre la radio y la televisión. Solo el 9% de los textos aparecían de forma común en los cuatro medios. La inmensa mayoría de textos eran elaborados por profesionales específicos del formato del medio. Dicho de otra forma, las especificidad del medio sigue haciendo necesario que haya profesionales que dominen un lenguaje específico y dificulta que la información se elabore de forma genérica para muchos medios.

Uno de los principales obstáculos para la convergencia que diagnosticó la autora era de orden físico: la redacción del diario *Excélsior* estaba separada por algunos kilómetros de la redacción radiofónica y televisiva. Meses antes de que se escribiera esta reseña, el Grupo Imagen se mudó a unas nuevas instalaciones, donde concentró todas las redacciones y comenzó transmisiones como la tercera cadena de televisión abierta a nivel nacional. Es decir, llevó a cabo un nivel aún superior de convergencia al materializar físicamente la unión de todos sus medios y aumentó de forma sustancial su presencia en televisión.

¿Realmente sirve la convergencia?

El texto de María Elena Meneses plantea interrogantes importantes para quien analiza los medios, para quien los produce e incluso para quien los administra. Si bien es cierto que sus resultados están acotados a solo un conglomerado mediático y que su análisis de contenido está limitado a una sola semana, los resultados pueden extrapolarse a gran parte de los medios informativos de México.

Las redacciones convergentes están plagadas de trabajadores “todólogos” que, con escasez de tiempo y preparación, deben publicar para muchos medios. Sus productos periodísticos son mayoritariamente notas basadas en declaraciones oficiales y boletines de prensa. No existe la diversidad de fuentes ni los géneros de profundidad (como la crónica y el reportaje).

La autora lo dice contundentemente en sus conclusiones: a mayor velocidad en la producción de la información, menos rigor se aplica y prolifera el periodismo de declaración, al no haber tiempo para la diversidad.

Ante este escenario, la convergencia parece estar más al servicio de los intereses económicos que al servicio público que debería primar en el periodismo. Queda por aclarar cuánto de este fracaso es atribuible a la convergencia como idea y cuánto a la aplicación del concepto en el contexto mexicano.

Tras la lectura del texto surgen nuevas interrogantes que superan al libro por sus objetivos y su temporalidad: ¿qué pasa con las expresiones periodísticas que escapan a la lógica de los conglomerados mediáticos y los periódicos tradicionales? Dicho con nombre y apellido... ¿qué relación tiene el llamado “boom de la crónica latinoamericana” con el fracaso de la convergencia de alta intensidad?

Una hipótesis soltada al viento es que la era de la información también ha provocado paralelamente que periodistas “autoprogramables” generen sus propios medios, que escapan a esta lógica de convergencia. Medios especializados en crónicas y reportajes han proliferado en la última década en América Latina, tanto en formato texto como en multimedia y audio. *Gatopardo*, *Radio Ambulante*, *Etiqueta Negra*, *Anfibia* y *eCícero* son solo algunos de sus exponentes.

No son éxitos comerciales, pues su financiación proviene de fuentes no tradicionales para el periodismo: universidades, presupuestos públicos, micropagos, etc. Sus textos parecen obedecer a otro tipo de convergencia: no se trata de redactar toda la información en un formato estándar para todos los medios, sino de poner los medios en el formato de cada historia particular. Si una historia es muy visual, se ocupa vídeo o fotografía; si es muy abstracta, se narrará en un relato oral o textual.

Se vuelve una asignatura pendiente analizar ambas caras de esta convergencia: la del periodismo industrial y la del periodismo más “artesanal”, equiparables a las hamburguesas de McDonalds y a las de un restaurant *gourmet*. Ambas cosas son fenómenos propios de la globalización y la convergencia, pero manifestadas de forma distinta. Ambas tienen sus ventajas y sus desventajas, no obstante, sin duda son relevantes para la diversidad del menú informativo que tenemos a nuestra disposición. Ojalá *Periodismo Convergente* de María Elena Meneses sirva como punto de partida para profundizar en el estudio de una industria tan trastornada por la era digital como lo es el oficio periodístico.

Jorge TIRZO

UAM Cuajimalpa, México / ztirzo@gmail.com