

# Carta a nuestros lectores

**C**hasqui dedica en esta oportunidad su portada a un tema que se ha tornado inevitable: ¿cuánto tiempo les queda de vida a los diarios frente al embate de las nuevas tecnologías? El profesor Ramón Salaverría aborda la cuestión y explica la forma como los diarios afrontan lo que denomina “el cambio más importante de su historia” en el que -afirma- no está en juego su supervivencia pero sí su hegemonía.

El profesor Miguel Ángel Jimeno alude también a las dificultades que enfrentan los diarios y sostiene que, si quieren mantenerse vivos, ya no podrán continuar siendo órganos puramente noticiosos sino optar -por ejemplo- por la interactividad, entendida como la posibilidad que tienen los ciudadanos de escribir en los diarios por propia iniciativa, manifestando opiniones que no necesariamente coincidan con la página editorial del medio.

En la columna Opinión proporcionamos los resultados de una investigación efectuada en Argentina, sobre lo que piensan los periodistas respecto al trabajo que realizan. También desde Argentina, llega a nuestros lectores un análisis de la revista satírica *Barcelona*, que se edita con gran éxito en Buenos Aires y que está en la línea de otras similares que proliferan en varios países del subcontinente.

Desde Colombia pasamos revista a un fenómeno muy común en la actualidad: la televisión que establece la agenda informativa de la prensa diaria, lo que significa que los periódicos, en gran parte, repiten la noticias que dan los informativos televisivos. Abordamos la cuestión presente en todas las redacciones del mundo: hay síntomas para creer que el reportaje es un género periodístico en decadencia, o un género en apogeo como mecanismo para recuperar lectores a través del análisis detallado y profundo de las noticias, algo que de ordinario no hace la televisión.

Como el mundo está preocupado, hoy más que nunca, en ganar la batalla de la equidad de género, la forma como la televisión trata la imagen de la mujer adquiere particular importancia. Por eso Chasqui analiza el rol que la televisión de España y América Latina actualmente le atribuye.

Es tradición de Chasqui analizar los procesos electorales latinoamericanos desde el punto de vista de la comunicación social, por lo que entregamos para la consideración de nuestros lectores un análisis sobre las últimas elecciones presidenciales en el Ecuador.

El CIESPAL es una institución pionera en el impulso y desarrollo de la comunicación organizacional en América Latina. Hoy presentamos un artículo que resume la destacada tarea realizada en los últimos cinco años, para promover esta atractiva profesión que busca responder a las exigencias de un mundo globalizado por ser eje en el trabajo de toda organización.

Finalmente, María Helena Barrera revela algunas novedades sobre la incursión del cine indio en nuestra región, Francisco Ficarra analiza la interacción persona-computador desde la órbita de lo ético y lo estético y David Yanover da algunas pistas sobre las novedades más recientes de la intromisión de lo digital en las actividades mediáticas.

## Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.  
Universidad Central del Ecuador

María Fernanda Espinoza  
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

Carlos Ruano  
Oficina de UNESCO para los países  
andinos

Héctor Espín R.  
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 - 254-4624  
Fax (593-2) 250-2487

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)  
[www.chasqui.comunica.org](http://www.chasqui.comunica.org)  
weblog: [www.revistachasqui.blogspot.com](http://www.revistachasqui.blogspot.com)

Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

## CONTENIDO

	Pág.		Pág.
<b>Páginas de grandes periodistas</b>		<b>Comunicación Política</b>	
<i>Daniilo Arbilla</i> .....	3	<b>Ecuador: Elecciones, medios y democracia</b>	
<b>Portada</b>		<i>Oswaldo León</i> .....	50
<b>Los diarios frente al reto digital</b>		<b>Cine</b>	
<i>Ramón Salaverría</i> .....	4	<b>El cine indio, a la conquista de Hispanoamérica</b>	
<b>¿Desafíos de los diarios para no morir?</b>		<i>Maria Helena Barrera-Agarwal</i> .....	56
<i>Miguel Ángel Jimeno</i> .....	10	<b>Comunicación Organizacional</b>	
<b>Opinión</b>		<b>Ciespal, pionero en la Comunicación Organizacional</b>	
<b>Periodistas argentinos critican su trabajo</b>		<i>Martha Lucía Buenaventura</i> .....	62
<i>Raquel San Martín</i> .....	20	<b>Dudas y Rupturas</b>	
<b>Prensa</b>		<b>Kierkegaard: lo público y la multitud</b>	
<b>"Barcelona":</b>		<i>Juan Manuel Rodríguez</i> .....	66
<b>Una ácida revista argentina</b>		<b>Informática</b>	
<i>Paúl Alonso</i> .....	26	<b>¿Quo vadis ética y estética?</b>	
<b>Colombia:</b>		<i>Francisco Ficarra</i> .....	68
<b>La televisión marca la agenda de los periódicos</b>		<b>La revolución digital en los medios</b>	
<i>Jairo Enrique Valderrama Valderrama</i> .....	32	<i>David Yanover</i> .....	76
<b>El reportaje,</b>		<b>Periscopio Tecnológico</b> .....	82
<b>¿decadencia o apogeo?</b>		<b>Bibliografía sobre Comunicación</b> .....	86
<i>Sonia F. Parratt</i> .....	38	<b>Actividades del CIESPAL</b> .....	92
<b>Televisión</b>			
<b>Televisión Iberoamericana:</b>			
<b>Mujer, realidad social y ficción</b> .....	44		
<i>Elena Galán Fajardo</i>			

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

**Chasqui**  
Revista Latinoamericana de Comunicación  
Nº 97, Marzo 2007

**Director**  
Edgar P. Jaramillo S.

**Editor**  
Luis Eladio Proaño  
Email: luiselap@ciespal.net

**Consejo Editorial**  
Lolo Echeverría - Héctor Espín  
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

**Asistente de edición**  
Jorge Aguirre  
Email: chasqui@ciespal.net

**Portada y diagramación**  
Mayra Cajulema 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

Televisión Iberoamericana:

# Mujer, realidad social y ficción



Elena Galán Fajardo ■

Con la llegada del nuevo siglo comienzan a incrementarse, de un modo progresivo, las series protagonizadas por mujeres independientes y profesionales. Las series "de" y "para" mujeres conquistan la pequeña pantalla y se convierten en un filón para los anunciantes, que solicitan nuevas historias que se adecuen a un nuevo perfil femenino de telespectador-consumidor donde integrar sus productos: cereales para mantener la línea, perfumes, marcas de ropa, cremas antiarrugas y anticelulíticos o cosméticos de cualquier índole.

■ *Elena Galán Fajardo, española, Profesora Ayudante Doctor de Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III de Madrid.*  
Correo-e: [egalan@hum.uc3m.es](mailto:egalan@hum.uc3m.es)

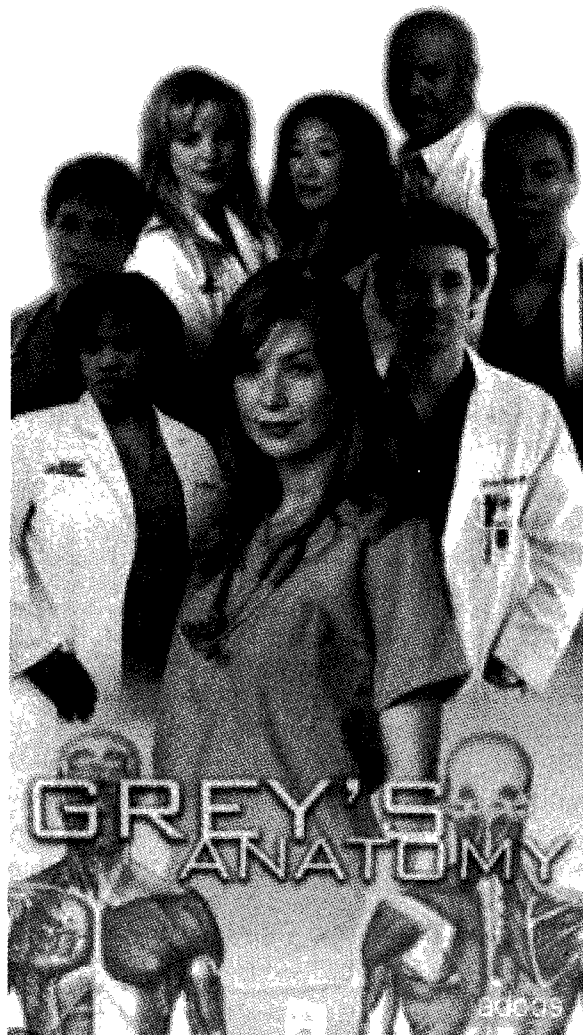
---

A pesar de los cambios, la mujer sigue representándose bajo los mismos tópicos y estereotipos, asociados, a menudo, al mundo de las emociones, la pasividad, la maternidad y la sexualidad, en entornos privados o íntimos como el hogar; mientras al hombre se le siguen otorgando, de un modo generalizado, atributos como el raciocinio, el liderazgo y la acción, apareciendo normalmente en espacios públicos. Como contrapartida, las series de ficción sirven para sacar a la luz ciertos temas directamente relacionados con la mujer, y que hasta hace poco eran invisibles en la pequeña pantalla como: la violencia de género, el acoso sexual, la inmigración, la homosexualidad o la dificultad para conciliar vida familiar y laboral; conflictos que hoy, más que nunca, preocupan a la sociedad.

### **Nuevas ficciones para nuevas mujeres**

*Sexo en Nueva York* (2002) será la serie que revolucione el conservador panorama existente en la televisión española hasta ese momento. Refleja la situación de unas mujeres nada tradicionales y aparentemente liberadas, sobre todo en lo relacionado con el sexo. Aun así, la serie es objeto de numerosas críticas por tratar la situación de la mujer contemporánea de un modo frívolo y superficial. A pesar de su actitud transgresora respecto al sexo, las protagonistas siguen necesitando de una figura masculina para dar sentido a sus vidas.

***A pesar de los cambios, la mujer sigue presente bajo los mismos tópicos y estereotipos***



*Sexo en Nueva York* marcó un antes y un después en los papeles femeninos de las series de televisión (...). La serie revolucionó la imagen de las mujeres en televisión, rompió con todos los estereotipos. Empezaron a salir otras muchas con perfiles similares, es decir, de mujeres desinhibidas a la hora de hablar de sexo, mujeres independientes que lo mismo trabajan en una empresa de prestigio que cambian los pañales a sus hijos... Mucho de estas chicas hay en *Mujeres desesperadas* o en *Anatomía de Grey* -Alberto Grondona en *Tiempo de Hoy* (2006, abril, 10)-.

---

1. Mujeres poco agraciadas físicamente, enamoradas de hombres con mayor rango profesional, que no valoran su capacidad profesional. El esquema de la transformación, repetido en innumerable ocasiones por la narrativa de todos los tiempos, regresa renovado en la exitosa serie colombiana *Betty, la fea* (2001), que narra el calvario de una economista que obtiene las mejores calificaciones en la universidad, pero que por su fealdad y torpeza "solo" logra un puesto de secretaria en la empresa Ecomoda. Aunque su jefe acaba enamorándose de ella, terminará por transformar su aspecto físico, convirtiéndose en una bella y atractiva joven.

2. El amor entre una joven inocente, pobre, y, ocasionalmente, inculta y un rico heredero. En una de las telenovelas con mayor éxito en España en el año 2005, *Pasión de gavilanes* se invierte la fórmula tradicional. Ahora son ellas las jóvenes adineradas y ellos los jóvenes de origen humilde. No obstante, la serie se caracteriza por la desmedida belleza de los protagonistas, un aspecto usual en este tipo de historias. Su target comercial -gente joven, residente en zonas urbanas y de clase media o media alta-, es del 36,6 por ciento, según los datos facilitados por Antena 3. El público de *Pasión de Gavilanes* no es, por tanto, el habitual de los culebrones, lo que indica que éstos siguen atrayendo el interés de un importante sector de la sociedad. En una crítica aparecida en el diario *La Vanguardia* (2005, septiembre, 4), se denuncia el machismo y el culto al aspecto físico, presentes en la citada serie:

"Ojos azabache de mirada encendida, cabelleras abundantes y salvajes, áureas proporciones, pieles de bronce, elásticos y torneados miembros, músculos firmes: *Pasión de gavilanes* es un panteón hispano de diosas y dioses que ahí se encelan, entrechocan miradas, palabras y cuerpos y estallan en inflamadas pasiones. Porque todo es aquí emocional, turbulento, pasional, sensual. Sensual: de hecho, *Pasión de gavilanes* ha destilado un genuino licor para paladares femeninos, una pornografía para mujeres. La pornografía

para ojos masculinos -la machista y patriarcal- es falocéntrica, cimentada en la obviedad de la fornicación frenética. La de *Pasión de gavilanes* es hembrista y matriarcal, cimentada en torsos masculinos (todos los chicos de la serie acaban siempre desnudos de cintura para arriba), cuerpos escultóricos que acaban en manos de mujeres resueltas y encendidas, que los azotan, arañan y besan fogosamente. *Pasión de gavilanes* escenifica fantasías femeninas. ¿Y masculinas?: el macho escupe frases misóginas y zurra a la fémina atorrante. ¿Cómo no iba a gustar una serie así?"

3. Amores prohibidos por distintas circunstancias, en los que normalmente la mujer se sacrifica para que la relación pueda evolucionar: *Alondra* (TVE-1, 2002).

4. Mujeres malvadas, instigadoras, manipuladoras, que representan el arquetipo de la mujer fatal: *La usurpadora* (TVE-1, 1999).

5. Amores apasionados entre jóvenes pertenecientes a familias enfrentadas por el mismo patrimonio; celos, venganzas y secretos inconfesables: *El Manantial* (TVE-1, 2002).

***En el año 2002,  
"Sexo en Nueva York",  
comienza con una  
larga lista de títulos  
protagonizados por mujeres***

6. Nuevas telenovelas en las que la mujer afronta sus propias decisiones en un entorno inmovilista y en ocasiones misógino. Uno de los ejemplos más representativos es el serial *Gata salvaje* (2003): "Es una de las telenovelas con la que más se identifica la mujer de hoy; la que lucha con sus hijos, se enfrenta al divorcio y, además, es trabajadora", considera el venezolano Alfredo Schwartz, productor ejecutivo de la teleserie (en *Diario de Noticias*, 22, febrero, 2003).

### Mujer y realidad social en España

El año 2002, que coincide con la emisión de la exitosa serie norteamericana *Sexo en Nueva York* en España, comienza con una larga lista de títulos protagonizados por mujeres, que concuerdan con las nuevas medidas adoptadas por el Gobierno para fomentar y favorecer la igualdad de género a través de los medios de comunicación. Mencionamos algunas de las más relevantes:

*Los Serrano* cuenta la historia de una pareja que contrae matrimonio en segundas nupcias, aportando cada uno de ellos con sus respectivos hijos. Forman una familia moderna, lo que se conoce como familia reestructurada. Uno de los temas principales es la guerra de sexos: ellas son neuróticas y sofisticadas, mientras ellos son sencillos, campechanos, cabezotas y un poco machistas.

*Abuela de verano* (2005), adaptación de la novela de Rosa Regàs, refleja cómo las nuevas situaciones familiares y laborales provocan que las abuelas se encarguen de los nietos, dando lugar a lo que se ha definido "el síndrome de la abuela esclava", un tema con gran repercusión en España y relacionado con el alargamiento de las jornadas laborales y la dificultad para hacerse cargo de los hijos.



Serie "Con dos tacones" de TVE

*Aída* (Telecinco, 2006) representa a una mujer de clase media-baja, sufrida, luchadora, noble, honesta. Aída es una persona frágil, con la autoestima muy baja; separada, no muy atractiva, sin estudios y ex-alcohólica, se levanta cada mañana pensando en dos cosas: si conseguirá algún día al hombre que la quiera a ella y a sus hijos, y si podrá llegar a fin de mes sin tener que recurrir a un prestamista.

***Los estereotipos de género  
están tan interiorizados en  
nuestra cultura que se  
transmiten, a menudo, de  
un modo indirecto***

Siguiendo la línea de *Sexo en Nueva York* o *Mujeres Desesperadas*, la serie española *Con dos tacones* (TVE-1, 2006) se convierte en uno de los últimos estrenos nacionales protagonizado exclusivamente por mujeres. En ella, los hombres son la principal fuente de conflicto de cinco chicas con diferentes profesiones, en distintas etapas de sus vidas: una psicóloga con miedo al compromiso que prefiere mantener relaciones con hombres casados; su paciente, un ama de casa divorciada, y la hija de aquella, obsesionada por encontrar pareja; la cuarta en discordia es una amiga de la psicóloga, defensora del amor libre; y la quinta, jefa de prensa, una ejecutiva agresiva, cerebral, a la que todo lo que escapa a su control la desquicia; "en su afán por ser la mejor -afirma Raquel Meroño- en el ambiente político de hombres en el que se mueve, reniega incluso de su feminidad" (en *El Semanal TV*, 2006, Marzo, 24-30).

Por último, otra de las series emitidas por TVE-2 en el año 2006 lleva por título *Mujeres* y su novedad es que se aleja de las sofisticadas protagonistas de las series norteamericanas, ofreciendo una imagen más realista de la mujer española y de sus problemas cotidianos.



Betty la fea conmueve en todas sus versiones

### Breve epílogo

La situación de la mujer en las series se ha modificado a medida que ha ido accediendo a la esfera pública y al mundo laboral, pero los estereotipos de género están tan interiorizados en nuestra cultura que se transmiten, a menudo, de un modo indirecto y precisan de análisis profundos para poder ser detectados, corregidos y adaptados a las nuevas circunstancias sociales.

La ficción, además de servir de entretenimiento, presenta modelos de identificación que son imitados y tienden a fomentar y a enraizar, aún más, representaciones estereotipadas. Los estudios de género pueden ayudar a prevenir estas representaciones negativas en favor de la igualdad. ❀



Protagonistas de "Sexo en Nueva York"