

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 | FE DE ERRATAS: En la edición 101, en el artículo <i>Huelga de guionistas: El lápiz caído</i> , 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. | |
| Responsabilidad Social Empresarial: <i>Comunicación bajo ISO 26000</i> <i>Francisco Campos</i> | 48 | | |



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.

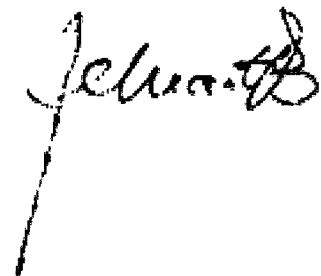
Coordinación

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. 🌿



<http://www.flickr.com/photos/rodcastro/2535916936/sizes/o/>
por rodcastro

Locutor:

Mensajero de la identidad

Hugo Viladegut Bush

*Peruano, locutor principal en Radio RPP Noticias,
Cable Canal 6 Tv de Lima, docente de la Universidad
Tecnológica del Perú.
hugoviladegut@gmail.com*

Ser Maestro de Ceremonias es ejercer un liderazgo sobre el contenido de un ceremonial. El origen es el protagonista y el destinatario el participante. En medio de ambos se tiende el puente, que es el maestro de ceremonias, mucho más que un locutor, más que un maestro. Un comunicador que va enlazando las temáticas y quien da sentido de unidad a la diversidad de ideas que se exponen, sin ser protagonista.

Conducir un programa de radio o de TV, así como animar una fiesta o moderar una actividad social, requiere que la persona esté consciente que va a transmitir emociones a su audiencia.

Empezaremos por definir que las personas en la actual estructura de la sociedad se reúnen por algún motivo. Por lo general para conmemorar algún acontecimiento importante, celebrar una fiesta o marcar un hecho en la línea de la historia. En un mundo casi digitalizado, donde varias tareas son simultáneas para un mismo sujeto, los hombres vuelven a sus orígenes, al reunirse en masa: la tribalización (McLuhan, 1964). En esta etapa el medio es la palabra pura y el pensamiento es el reflejo de la realidad, que es el sitio común donde los hombres viven e intentan modificarla.

Regresar a la tribalización es volver a la reunión de personas por tribus, clanes, grupos, familias. Las ceremonias acercan a las personas por el fin supremo de la palabra, que fue creada para expresar amor, que es el modo civilizado de vivir de la sociedad. Estas consideraciones nos llevan a determinar que cuando se conmemora, se celebra o se marca un hito, el hecho en sí es un vértice de voluntades comunes. La conclusión es la misma: el amor que todas esas personas sienten por el fin que los une: su identidad y que, finalmente, es envuelta por la palabra (Arista Montoya, 2004).

Tradicionalmente se ha pensado que el maestro de ceremonias es una suerte de mago o es el dueño de un cajón de sastre de cuyo sombrero o caja va sacando sorpresas. En realidad, el maestro de ceremonias es un líder que armoniza la heterogeneidad y la identidad, es quien enlaza las tematizaciones proposicionales en torno al motivo del encuentro.

Podríamos plantearlo de otra manera. La armonía consiste en el planteamiento de un gran objetivo convocante bajo cuyo eje se mueven todos los actores. El auditorio participante se mimetiza en ese gran objetivo y la tarea del maestro de ceremonias, es ilustrar el tema desde la personalidad del actor, la naturaleza del tema o el objeto común que agrupa a la tribu, es decir, a los elementos participantes.

Entendemos, entonces, que los participantes son elementos comunes a una conciencia colectiva que subyace en cada individuo, de modo que estar fuera de la tribu es desidentificarse del motivo principal del encuentro. El maestro de ceremonias necesita empatar con el colectivo y hacia esa conciencia viajará con el poder de la palabra convocante.

Hasta ahora no he escuchado decir que la palabra haya sido creada para separar a las personas, sino para unir las en la diversidad. Este aserto es el que maneja el maestro de ceremonias. Usar la palabra para unir, buscando coincidencias y no diferencias entre los participantes.

Como podemos suponer, la identidad -que es el encuentro de conciencias- tiene mucho que ver en la reunión de personas. La identidad no es sino la reproducción de uno mismo, del latín *identitas* o *identatis*, cualidad de idéntico (DRAE). La palabra del maestro de ceremonias centraliza este sentimiento para despertar los sentires que subyacen en la conciencia de los participantes. Esa palabra que enlaza uno y otro discurso no tiene por objeto endulzar los oídos de los convocantes, sino ilustrar, centrar, animar -dar vida- y enfervorizar al colectivo.

En mi experiencia de locutor y luego de maestro de ceremonias, me ha tocado conducir ceremoniales de conmemoración, de celebración, de marcar hitos en inauguraciones, puestas en ejecución o relanzamientos de programas políticos o vecinales. En todos ellos, siempre he intentado enterarme del eje central de la reunión o el objetivo del ceremonial anticipadamente. Casi siempre los convocantes están preocupados en lo que va a decir el maestro de ceremonias mas no en el propósito que reúne al colectivo, tampoco en el contenido de la temática de los actores. En realidad, cuando los convocantes escogen a un maestro de ceremonias, lo hacen por referentes de segundas

o terceras personas: buena voz, buena presencia, vestimenta adecuada, etc., pero no porque estén convencidos de que el escogido vaya a consensuar a los participantes y a los discursantes en el propósito del ceremonial.

El posicionamiento y prestigio del maestro de ceremonias radica en la habilidad para enlazar las temáticas con el objetivo central. Su palabra es de aliento y de identificación con el colectivo que asiste, convencido de sus sentimientos. El maestro de ceremonias prepara su palabra vistiendo esos sentimientos y enlaza a uno y otro actor en relación con el tema eje.

He intentado sistematizar las tareas y exigencias de un maestro de ceremonias, creo que es una proposición referencial para quienes aprenden esta habilidad del comunicador o intentan posicionarse en el desempeño profesional:

1. Conversar previamente con los convocantes. El maestro de ceremonias debe enterarse del objetivo o eje central del ceremonial para preparar los temas periféricos que enlacen las temáticas de los discursantes. Se entiende que en esta reunión debe negociarse el tiempo del ceremonial, el presupuesto previsto y el tarifario del maestro de ceremonias.

El trabajo en equipo entre el productor y el presentador es importante para coordinar acciones y administrar el tiempo de cada segmento.

2. Exigir un coordinador de escena. Este agente hace las veces de productor y, además, debe asignar tiempo a cada participación. El coordinador es la autoridad detrás de la escena y acuerda con el maestro de ceremonias lo que va a enlazar para evitar el aburrimiento del público.

3. Someterse a las directivas del coordinador en escena. El maestro de ceremonias no tiene por qué recibir directivas de nadie más que del director de escena. Por eso la reunión previa con los convocantes debe contemplar el nombramiento de esta autoridad.

4. Estudiar a los expositores y sus temáticas proposicionales. El maestro de ceremonias debe elaborar un guión con los *tips* periféricos al eje central de la reunión. Hay que estudiar los temas desagregados, también a los actores que argumentan la reunión y los aspectos concomitantes al propósito del ceremonial.

5. El protocolo es importante. Puede empezarse por citar al visitante de más alto nivel, a los otros visitantes del mismo rango, seguir en orden de jerarquía ubicando a los personajes de la mesa de honor, se debe terminar con los asistentes, sintetizándolos en: "Señoras y señores...".

6. Hacer una gran introducción. Si el ceremonial está referido a una persona, necesariamente se tendrá que hacer un panegírico, pero si se trata de un tema que consensúa a los



Quien locuta, encarna a un personaje.



El sentimiento se debe expresar con la voz y el cuerpo.

asistentes tendrá que hacerse una exégesis. La introducción motiva a los participantes y pinta un paisaje imaginario de lo que va a ocurrir. La brevedad no significa concisión, significa efectividad. Deberán utilizarse frases que lleguen al corazón, que tengan que ver con la identidad colectiva.

7. Prohibido leer, salvo que sea estrictamente necesario. Jamás se debe leer un libreto, tampoco memorizarlo, porque bastará un olvido para que la confusión y el nerviosismo se apoderen del maestro. En todo caso, se recomienda tener el libreto en el atril como referente para no salirse de la temática.

8. Atrapar al auditorio con la mirada. Mirar siempre al público asistente para dominar la escena y establecer la empatía con los participantes. Se debe hablar siempre de "usted y yo", preguntando y respondiendo a la misma vez. El auditorio es uno solo y debe considerarse al conjunto de personas como una única segunda persona en singular ("usted"), así el participante se siente involucrado en el ceremonial. Hablar en plural es hablar de todos y de nadie, por lo tanto, no compromete a alguien en particular.

9. ¿Y si alguien fallara? El maestro de ceremonias no reemplazará a quien falle, pero puede "parchar" de alguna manera el fallo.

10. Marco musical. Casi ningún convocante prevé un instrumentista musical de fondo, pero el marco musical es muy importante para llenar vacíos. El maestro de ceremonias puede improvisar algún número musical anunciándolo como parte del ceremonial. El marco musical deberá acompañar los grandes anuncios con introducciones o finales. Es un aliado complementario.

11. Final sorprendente. El maestro de ceremonias debe pensar en un gran final con una frase significativa que sintetice

el ceremonial y un agradecimiento por la presencia de los participantes.

En pocas palabras, el maestro de ceremonias abre y cierra el ceremonial, convocando al silencio del auditorio y al aplauso, que es la aceptación de lo que ocurre en el escenario. El maestro de ceremonias no es el actor principal, es el líder que consensúa las voluntades; establecer el equilibrio es, acaso, lo más difícil en este papel.

Si tenemos que sintetizar: el maestro de ceremonias es el mensajero de la identidad, que es la conciencia colectiva convocante.

Referencias

Arista Montoya, Luis. (2004). *J. Habermas: Comunicación, modernidad y consenso*. Lima: Edit. Univ. San Martín de Porres.

McLuhan, Marshall. (1964). *La comprensión de los medios: Las extensiones del hombre*. Barcelona: Edit. Martínez Roca.