



A NUESTROS LECTORES

La prensa ecuatoriana tomó en cuenta el último número de *Chasqui* sobre campañas políticas. Aplaudió —modestamente— su contenido aunque no saltó de gozo por su presentación.

En 1987, *Chasqui* correrá mejor. Tendrá imprenta propia gracias a una donación de la Friedrich Ebert y a unos florines complementarios de Radio Nederland. Abandonará su política de números monográficos para abrirse a un contenido más plural, y muy probablemente optará por un diseño más ágil.

También en 1987 saldrán en fascículo aparte los índices del último lustro de la revista. Ellos muestran la variedad de temas tratados que, en un alto porcentaje, han sido escritos muy profesionalmente.

Este número osa pisar un suelo envuelto por la neblina, de tráfico peligroso y frustrante velocidad: el de comunicación y arte popular. El concepto de comunicación ha venido a ser para estos días lo que el concepto de ser fue para la Escolástica: ubicuo, evanescente y tan extenso que su comprensión bien cabría en la fina punta de un alfiler enano. Todo es ahora comunicación, y comunicación es casi nada. Sin llegar a esta trascendencia del concepto de comunicación, el de arte popular es inestable, cambiante y cuestionado. Las contribuciones de esta entrega de *Chasqui* reflejan este malestar entre indefinible y gastrítico. La calidad de su lenguaje que va de la descripción fenomenológica a un metalenguaje muy formalizado, desde el ingenuo relato de experiencias hasta los refinamientos semánticos y sociológicos, prueba ese malestar. ¿Síntomas del fin de una época?

Van llegando cartas de los lectores. Son pocas pero son. Algunas de ellas traen a la memoria la anécdota de Juan de Mairena: “—A usted le parecerá Balzac un buen novelista— decía a Juan de Mairena un joven ateneísta de Chipiona. —A mí, sí. —A mí, en cambio, me parece un autor tan insignificante que ni siquiera lo he leído”. Claro que *Chasqui* no aspira a la suerte de Balzac.

Jorge Mantilla

Simón Espinosa

EN ESTE NUMERO

2 EDITORIAL

Medios de comunicación y cultura
Luis E. Proaño

5 ENTREVISTA

Arte y comunicación popular en
tiempos neoconservadores
Néstor García Canclini

10 ENSAYOS

Una mudez que habla
Fernando Tinajero

17 CONTROVERSIA

17 ¿Reintelección de los medios?
Jesús Martín-Barbero

21 ¿“Ética” o “Deontología” de la comunicación
social?
Gabriel G. Pérez M.

26 EXPERIENCIAS

26 El lenguaje del vestido y de la fiesta
Juan Martínez Borrero

32 Talleres de cultura popular en Santiago
Giovanna Riveri y Eduardo Lawrence

35 El dilema del arte popular en Bolivia
Lupe Cajas

38 ¿Sobrevivirán las artesanías aborígenes
argentinas?
María Martha Benavidez

42 Los tejedores de El Tintorero
Carlos Eduardo Colina Salazar

49 Haití: un arte poderoso y sugerente
Antonio Fenelón

52 NUEVAS TECNOLOGIAS

Tecnologías de computación y Tercer Mundo
Hans Dieter Klee

58 INVESTIGACION

La cobertura del terremoto de México
Gabriel G. Molina

62 ENSEÑANZA

62 La comunicación como quehacer y como
problema
Luis Javier Mier

65 La comunicación planificada sirve al desarrollo

70 ACTIVIDADES DE CIESPAL

78 NOTICIAS

82 DOCUMENTOS

86 RESEÑAS

93 HEMEROGRAFIA

98 BIBLIOGRAFIA

99 SECCION EN PORTUGUES E INGLES

Reseñas

Regina Festa et al.

COMUNICACION POPULAR Y ALTERNATIVA

Buenos Aires, Sociedad San Pablo, 1986, 192 pp.

El libro está dividido en dos partes: la **primera** presenta siete artículos de comunicadores comprometidos con la praxis transformadora y que lucharon contra la dictadura brasileña instaurada desde 1964; la segunda es una recopilación de testimonios, relatos y declaraciones, es decir, la historia contada por sus protagonistas.

Todos los artículos surgen de la práctica de liberación y de ninguna manera pueden ser calificados de teóricos o de simples lucubraciones mentales; precisamente el lector podrá recorrer las tres etapas que ha seguido Brasil desde la dictadura militar de 1964: la primera de 1968-1978, en la que se da la comunicación de resistencia, denuncia y acumulación de fuerzas por parte de la oposición; la segunda de 1978-1982, con la explosión social, elecciones nacionales, ablandamiento de las restricciones políticas y casi desaparición de la comunicación alternativa; la tercera de 1982-1986 y la atomización del proceso de comunicación popular y alternativa e incapacidad de los partidos políticos para dar respuesta a las necesidades y planteamientos emergentes de la clase obrera y pobre del Brasil.

Los autores, en su mayoría comunicadores con gran trayectoria profesional y compromiso en la lucha política, articulan producción de mensajes, industria cultural y prensa alternativa con el avance de las organizaciones, y dejan entrever la resistencia política que se puede organizar desde la comunicación.

Conviene indicar algunos de los importantes aportes de los autores en el campo de la comunicación:

Regina Festa, coordinadora del volumen, en "Movimientos sociales, comunicación popular y alternativa", distingue los procesos de comunicación de masa, alternativa y popular sujetos a las mediaciones culturales entre las clases sociales y que responden al



desarrollo del capitalismo que incrementó conflictos y contradicciones.

Carlos Eduardo Lins Da Silva en: "Las brechas de la industria cultural brasileña" demuestra que la industria cultural no es un todo monolítico e impenetrable como lo define la escuela de Frankfurt. Cree más bien el autor que existe una relativa autonomía de la actividad cultural, la que se expresa en las contradicciones que se pueden observar en sus contenidos. En este contexto político algunos intelectuales vieron conveniente ingresar en la industria cultural y luchar para que las ideas llegaran a las grandes audiencias.

Raimundo Rodrigues Pereira define con claridad lo que constituye la prensa alternativa en su artículo: "La prensa alternativa vive. ¡Viva la prensa alternativa!" El autor plantea que la prensa alternativa es una especie de complemento correctivo del sistema y que tanto más prospera cuanto más cerrado sea aquel. La prensa alternativa sería una opción de contenido diferente del de la prensa tradicional. El paso a la prensa partidista popular es desde hace dos décadas una de las grandes esperanzas de la lucha contra el régimen militar.

Valdeci Verdelho en "La Nueva Prensa Sindical" expone el momento culminante y de partida para una serie de huelgas sucesivas desde la de los trabajadores de la multinacional Saab-Scania el 12 de mayo de 1978. A partir de esta fecha, el movimiento sindical entra a participar en el proceso político-social, creando inclusive el partido de los trabajadores.

La labor de la Iglesia ha jugado un papel importante en los procesos de comunicación popular principalmente en las comunidades eclesiales de ba-

se, así lo expone **Frey Beto** en "Comunicación Popular e Iglesia"; ellas han constituido un espacio para transmitir experiencias, pronunciar la Palabra y, como sistema de prácticas y teorías, captar lo real desde una conciencia crítica y decodificadora del contenido de la fe cristiana.

Luis Roberto Alves en "Comunicación y Cultura Popular: las prosopopeyas del camino en medio del remolino", alude a la prosopopeya como figura retórica que consiste en recrear la palabra en personas, cosas o situaciones en las que es imposible la expresión real; de hecho, las artes y el ingenio populares fieles a su ascendencia barroco-humanista, son una prosopopeya. La prosopopeya expresa las contradicciones sociales al interior de un discurso.

Laurindo Lalo Leal Filho en "La Cultura Popular comunica las elecciones de 1982", se refiere al período de los papagayos y globos (cometas) que coincidió con la primera campaña electoral para elegir los estados brasileños. Estos juegos son manifestaciones enraizadas en el gusto popular y los sectores marginados los utilizan como medio de comunicación.

La segunda parte trata de testimonios, relatos y declaraciones desde personas y grupos comprometidos con la práctica transformadora a través de los procesos de comunicación, educación y cultura populares. Estas prácticas implican preservar la memoria y divulgar la historia desde la experiencia de los oprimidos.

La cultura popular tiene redes de comunicación valiosísimas. Esos espacios articulan un nuevo lenguaje y pensamiento al interior de un proceso creciente y dialéctico; a partir de la denuncia de la opresión cotidiana proponen la construcción de otro proyecto histórico de sociedad. Las experiencias van desde un núcleo de correspondencia hasta una red de mujeres trabajadoras, desde el centro de Pastoral Vergueiro hasta la poesía de un obrero metalúrgico. (Milton Eduardo Ortega).

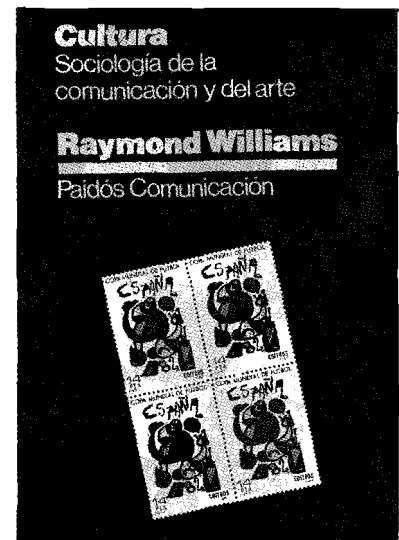


Raymond Williams

CULTURA Sociología de la Comunicación y del Arte

Barcelona, Ediciones Paidós, 1982, 210 pp.

La obra está escrita dentro de los términos de convergencia contemporánea de la cultura, desde el lenguaje, pasando por las artes y la filosofía hasta el periodismo, moda y publicidad. Se compone de ocho capítulos que engloban diversas áreas coyunturales de la Sociología enfocada a la comunicación y el arte. Su primer capítulo señala que la Sociología de la Cultura debe entenderse como una convergencia de intereses y métodos amplios y como la transformación de dos tendencias: dentro del pensamiento social general y dentro de la historia y el análisis. Estudiar la imagen subdesarrollista que tiene esa disciplina, ante lo cual Williams sugiere que ella tendrá como objetivo investigar su propio campo y plantear nuevas pruebas para el



trabajo en las ciencias sociales. Anota algunas significaciones sobre la cultura inmersa en diferentes contextos y expone la más generalizada: "las artes" y "las obras humanas intelectuales". Esboza la acción de la sociología cultural desde 1950, a partir de dos posiciones: idealista ("espíritu conformador" de un modo de vida global, evidente en actividades "específicamente culturales") y materialista (desde un orden social global de la cultura como producto constituido por otras actividades sociales).

Para Raymond Williams la socio-