

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 62 - JUNIO 1998

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín
Fernando Checa Montúfar
Lucía Lemos
Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,
Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Efraín Andrade Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

Las prácticas sociales constituyen un escenario donde la efectividad de las versiones mediáticas hegemónicas de la realidad se relativizan: los perceptores aceptan, negocian o rechazan -para plantearlo desde una perspectiva esquemática- esas versiones. El **dossier Comunicación y prácticas sociales** parte de entender la comunicación fuera de los ejes tradicionales de análisis de los medios de comunicación. Es decir, la comunicación entendida como dimensión básica de la vida y de las relaciones sociales, en donde se producen acciones comunicativas que construyen interacciones políticas, procesos de organización social, producción simbólica, etc. Presentamos ensayos e informes de investigación que indagan las diversas formas de relación y expresión de actores sociales en diferentes contextos y situaciones, y en el marco de diferentes gramáticas culturales. Son análisis relativos a esos tres componentes básicos -según Martín-Barbero- de las prácticas sociales: socialidad, ritualidad y tecnicidad. En todos ellos está la comunicación -no los medios- como parte y producto de esas prácticas: la moda, los gestos y el cuerpo como escenarios de signos y simbolizaciones, expresiones musicales contemporáneas recreadas en matrices culturales específicas, danzas y teatralidad centenarias aún vigentes que constituyen "microresistencias que fundan microlibertades", recursos técnicos modernos (la cámara fotográfica) que permiten "miradas" de culturas ancestrales, la ciudad... Frente a la creciente masmediación de la sociedad, el reto es fortalecer las prácticas democráticas, pues -como dice Guillermo Orozco- ellas "son acciones reflexionadas entre interlocutores que colectivamente producen sentidos a su comunicación y configuran significados a su acción, a su agencia".

La proliferación creciente (nuevas ediciones y reediciones) y la trascendencia de los límites empresariales para los que fueron creados (llegan a universidades, instituciones y público en general) son dos hechos que han caracterizado al "fenómeno" de los **Manuales de estilo** de medios de comunicación, en los últimos años. ¿Responde esto a una verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o a una estrategia de *marketing*? Según Martín Yriart, estos textos no solo son manuales de producción (que atienden a aspectos léxicos, semánticos, gramaticales, etc. y que buscan que el producto sea lo que el editor quiere que sea), son también parte de una estrategia para legitimar el producto frente a sus consumidores, proclamar su calidad y son instrumentos de formación de imagen, por ello cree que no son necesarios excepto en las grandes agencias de información. En este **dossier** presentamos dos artículos muy críticos (Rodríguez e Yriart), dos que reseñan lo que han sido, son y proyecciones de manuales de importantes medios españoles: *EFE* y *ABC* (no obstante el reiterado pedido, no contamos con aportes de medios latinoamericanos) y uno que, ante la carencia, propone normas de estilo para divulgadores científicos. Creemos que estos textos suscitarán un gran debate al respecto.

Contrapunto es una nueva sección. Con ella queremos motivar el debate; abrir un espacio dedicado a "contrapuntear", matizar y complementar temas tratados en ediciones anteriores; y dar un seguimiento a los mismos. En este número, el tema de la sección es "Crónica roja: espectáculo y negocio", **dossier** publicado en la *Chasqui* 60. Reiteramos nuestra invitación para "contrapuntear" y ser parte activa de la revista: ¡tome la posta!


Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACION Y PRACTICAS SOCIALES

Al margen de los medios de comunicación, aunque su influjo es inevitable, existen diversos procesos, expresiones y formas comunicacionales altamente significativas. Algunas de ellas son analizadas por los autores que presentamos en este dossier.



- 22** Neoliberalismo: sofisma científico y fascinación comunicativa
José R. García Menéndez
- 26** La danza aymara como resistencia
Jaime Iturri Salmón

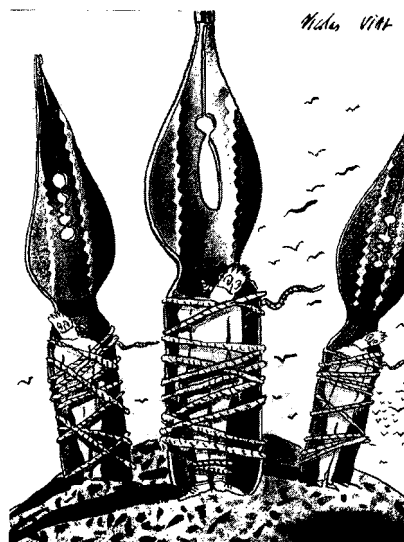
- 30** La fotografía para una etnología de la comunicación
Sarah Corona Berkin
- 34** Ciudades andinas: la dialéctica del escape
Eduardo Kingman Garcés



MANUALES DE ESTILO

Dos hechos han caracterizado al "fenómeno" de los manuales de estilo en los últimos años, en Iberoamérica: cada vez más medios los producen y los manuales han trascendido los límites para los cuales fueron creados. ¿Verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o afán de prestigiar el producto ante sus consumidores?

- 4** Las prácticas en el contexto comunicativo
Guillermo Orozco Gómez
- 7** El cuerpo de la comunicación: del gesto a la cosmética
José Sánchez-Parga
- 11** Ciudad, sociedad civil y comunicación
Claudio Flores Thomas
- 15** De la calle a la pasarela
Valmir Costa
- 17** México: movimiento punk e identidad femenina
Inés Cornejo Portugal
Maritza Urteaga



- 37** Qués, para qués y cómo del manual de estilo
Hernán Rodríguez Castelo
- 43** ¿Para qué sirve un manual de estilo?
Martín F. Yriart
- 48** El Manual de Español Urgente de EFE
Alberto Gómez Font
- 53** ABC: ¿un libro de estilo más?
Joaquín Amado
- 55** Estilo para divulgadores científicos
Manuel Calvo Hernando

CONTRAPUNTO

Nueva sección para "contrapuntear", matizar, complementar temas tratados en ediciones anteriores. En este número, la crónica roja (Chasqui 60) da lugar a la reflexión en torno a una experiencia interesante.

- 58 Crónica roja: hacia un periodismo del abrazo
CISALVA

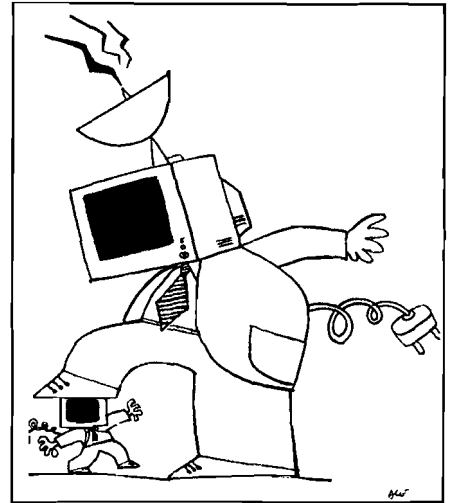


APUNTES

- 62 ¿Quién es el culpable?
La semiótica de Eco
Iván Oñate
- 65 Plan para desactivar cerebros
Carlos Morales
- 68 Los lenguajes prohibidos
Luis Dávila Loor
- 71 El video y sus luchas por expresar
Nancy Díaz Larrañaga
- 74 Los medios y las identidades de género
Celia Aldana
- 79 ¿La imitación o el arte de copiar?
José Luis García

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 El ciberespacio colonizado
Carlos Eduardo Cortés

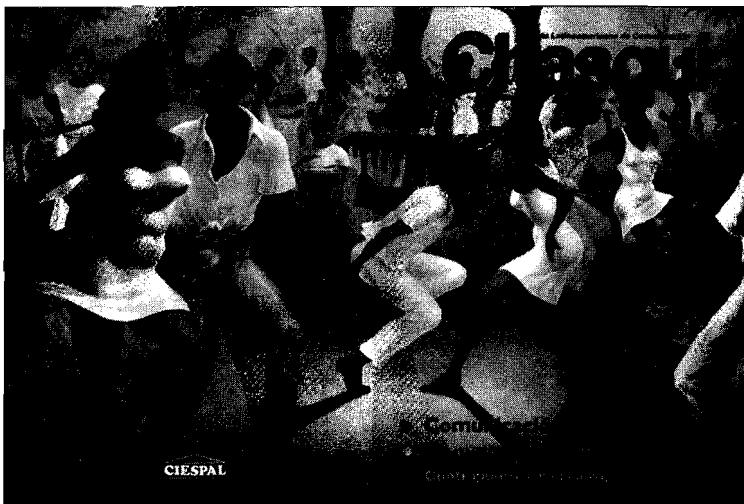


86 NOTICIAS

88 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la televisión iberoamericana
Daniel E. Jones
- 92 Libros



PORTADA Y CONTRAPORTADA

EFRAIN ANDRADE VITERI

Ecuatoriano

"MARIMBA", 1991
Oleo sobre tela 1.00 x 1.30

LEA HOY EN EL CALEÑO
 * Pastrana: "Hay que devolverle la fe a los campesinos" (Ver pág. 6)
 * Siete muertos y nueve heridos deja accidente de tránsito (Ver pág. 13)
 * Capturado en Cali, ex fiscal extorsionista de Víctor Carranza (Ver pág. 19)

el Caleño

La Noticia Diferente

Edición N° 6.642

Cali, Viernes 15 de Mayo de 1998

Valor: \$500



CRONICA ROJA: hacia un periodismo del abrazo

Como muchos diarios de crónica roja, El Caleño es el más vendido gracias a su contenido de muerte, sexo y violencia, pero también al hecho de que su "estilo" responde a ciertas matrices culturales populares. CISALVA, en lugar de denostar y menospreciar este periodismo, ha negociado con él para insertar semanalmente una historia real de resolución pacífica de conflictos, son historias narradas según la lógica del medio, sus maneras de contar y el público al que va dirigido. Este artículo describe la experiencia, que ya lleva dos años, y "contrapuntea" criterios generalizados que estigmatizan a la crónica roja.

Ignorada en las escuelas de periodismo, criticada en los altares de la academia y menospreciada en los estudios de géneros de comunicación, la crónica roja defiende -desde la ética, la estética y la semiología- sus posibilidades como espacio en el que los pueblos se leen, leyéndose se reconocen y reconociéndose se transforman.

Ética: el valor de contar... con la gente

Racista, sexista, "subjetiva", poco confiable, estimuladora de bajos instintos, apaleadora del lenguaje, oportunista. La crónica roja, desde la perspectiva de la prensa "ilustrada", se perfila como la antítesis del periodismo éticamente aceptable. Los valores recreados por siglos de ejercicio profesional parecen no

sentarle bien y en las oficinas sagradas de la prensa, los monopolios conservadores no le perdonan que se venda tanto y tan eficazmente.

CISALVA, Instituto de Investigación y Desarrollo en Prevención de Violencia y Promoción de la Convivencia Social de la Universidad del Valle, Cali, Colombia. Este artículo fue preparado por los investigadores de este instituto: Luis F. Vélez, Julio C. Giraldo, Vivian Unás, Miguel A. Prada y Oscar A. Arango. E-mail: luivelez@sinsa.univalle.edu.co

Sin embargo, superando la ética de los monopolios, más allá de las escuelas clásicas de periodismo, la crónica roja se articula a una lógica de principios mil veces ignorada, pero mil veces viva en los barrios populares donde es voz y eco.

En su encuentro con los barrios, en su cercanía a las lógicas del rumor, en su construcción de una realidad leal a las formas de narrar de las aceras y las esquinas, la crónica roja es éticamente un espacio social más fuerte que la gran prensa, elitista y desarticulada de los dramas de la vida cotidiana.

Maquillada con los mismos colores de la gente, desenmascarada y sin mucho que perder, en la ética de la crónica roja desaparecen los límites entre "fantasía" y "realidad", "grotesco" y "visualmente permitido", "rumor" y "noticia". Pero aparecen, también, los lazos que la validan como instrumento social: una concurrencia de valores que la acercan a los principios primigenios de la prensa, concebida como una posibilidad de encuentro en el que los pueblos se descubren y re-conocen.

Ignorar los barrios, mantener en el anonimato la vida de la gente y castrar las formas de contar de la clase popular, es una falta grave contra la ética del periodismo. Pero es una falta aceptada,

por supuesto, siempre y cuando, rigurosamente, se respeten todas las fuentes y no se olvide ninguna tilde.

Estética: para vernos mejor

Al hombre le falta un ojo y le sobran tripas. Una película de luz se dibuja sobre su mejilla derecha y en plena frente le estallan dos tiros de buena puntería. Es la primera plana de *El Caleño*, del 22 de mayo de 1998. Y es, tal vez, la portada más vista de toda la jornada. La conclusión parece simple: "a la 'gente' le gusta la violencia". Y a fuerza de escucharlo la conclusión parece cierta. Pero no lo es, por lo menos no del todo.

"Vemos cuerpos abiertos, vísceras y heridas con tanto morbo porque tenemos curiosidad de vernos por dentro". La frase de Nicolás Casullo (*Los cielos de la historia*, conferencia, 1993) leída literalmente resulta quizá un poco ingenua: la científica curiosidad biológica nos invitaría a comprar prensa roja en las esquinas. Pero en los límites de la especulación, la frase de Casullo es reveladora: la prensa roja permite vernos por dentro. Y, para ser más específicos, la prensa roja permite ver que lo que tenemos dentro es miedo.

El grupo poblacional que más consume crónica roja en la ciudad de Cali es el de los varones jóvenes, "casualmente" el

grupo con mayores probabilidades de morir violentamente. Es decir que, "por coincidencia", entre más vulnerables somos más curiosos nos sentimos por esta muerte de la crónica roja, una muerte que parece tan cercana, tan anónima como la de nuestros vecinos, tan amiga de nuestro propio terror, tan amenazante como una posibilidad cierta y dolorosa.

No, cuando vemos crónica roja no somos "'gente' a la que le gusta la violencia". Somos personas profundamente atemorizados por la muerte del otro y en el caso de nuestra crónica roja, de carácter netamente popular, somos personas atemorizadas e identificadas con la muerte del otro que podría ser yo.

Los yo de la primera plana, los ojos que faltan y las tripas que nos podrían sobrar. Razón tenía Casullo, cuando vemos crónica roja queremos ver lo que tenemos por dentro. Y lo que tenemos por dentro es miedo y comunión: comunión con el miedo de los otros, comunión con el miedo de ser el otro: de ser el muerto, el padre del muerto, la novia del muerto, el mejor amigo del muerto.

La conclusión no es nada simple: algo a lo que tenemos tanto miedo no puede gustarnos demasiado. Por más "gente" que seamos.

8

el Caleño

Informe

Santiago de Cali
 Viernes 8 de Mayo de 1998

"Me estaba llevando el
 terno para la ca

Cuando Adriana Montes, de 18 años, se graduó como bachiller en 1997, surgieron graves diferencias entre ella y su mamá, Yolanda Velasco, pues Adriana soñaba con un futuro distinto del que su mamá había imaginado para ella. "Amí lo que realmente me realiza es la literatura y escribir. Pero mi mamá que-

"MEJOR HABLEMOS", CASOS DE LA VIDA REAL
 Por: Clealva

ba haciendo era gritarla". Adriana comprendió que durante las discusiones su mamá no estaba en condiciones de escucharla y que sus gritos sólo contribuían a aumentar la rabia de ambas. Desde entonces Adriana intentó evitar dejarse llevar por la ira en las discusiones con su mamá: "Reaccioné y me di-

jo o qué?". "Me dio mucha rabia porque pensé que a ella no le costaría nada respetar mi forma de comer en vez de criticarme. Pero me quedé callada y no le dije nada. Me aguanté, me puse a comer a los trancazos y a pensar en otras cosas mientras ella alegaba". Pero llegó el momento en que Adriana no

su mamá reconoció que se molestó sin tener razón. Adriana comprendió que para su mamá era difícil aceptar que se había equivocado y prefirió evitar mencionarle el episodio de la noche anterior.

"Me siento más contenta conmigo misma"

Hoy Adriana cuenta que

Desde hace dos años, todos los viernes, los lectores de El Caleño se chocan con una página central completa que les cuenta una historia real de resolución pacífica de conflictos cotidianos, bajo el título "Mejor hablemos", es una reportería de la no violencia.

Santiago de Cali,
Viernes 8 de Mayo de 1998

Sexo

el Caleño

**DERRIBANDO
LOSTABUES
DEL SEXO**

Por: Adriana Fajardo

*El milagroso mundo
de la concepción*

El embarazo es el proceso fisiológico que comienza desde el momento de la concepción hasta el parto. Para algunas mujeres el embarazo es época de nerviosismo y contrariedad pues resulta algo inesperado. Para otras es una época llena de ilusiones y expectativas sobre todo cuando el

la depresión. Algunas piensan que no están preparadas para la maternidad, que algo malo va a pasarle al bebé, y quisieran escapar. Las mujeres encinta por lo general sufren una crisis cargada de dramatismo y preocupación pues



En los inicios de "Mejor hablemos", la página opuesta ofrecía a sus ávidos lectores una hermosa mujer desnuda. Luego de algunos meses, la dirección de El Caleño decidió llenarla con contenidos educativos.

**Semiología: crónica roja,
crónica blanca**

Salpicada de ironía, mito popular, exageración, humor, espectacularización, doble sentido y rumor, la crónica roja, como modo de contar y lugar de circulación de sentidos, se acerca más a la calle que a la imprenta. Regularmente se atribuyen estas características a la falta de responsabilidad, de rigurosidad periodística, y al uso de ganchos comerciales "inaceptables" en el mercado de la prensa clásica. Regularmente se atribuye también su éxito al fracaso de la prensa tradicional en su intento por acercarse a la clase popular y conquistarla.

Éxitos y fracasos, la prensa roja se suma más puntos que los que se resta. Como fenómeno informativo exige entonces más respeto que el menosprecio de las aulas: los modos de contar de la crónica roja interpretan con gran efectividad los elementos que caracterizan la coincidencia cotidiana en las esquinas, el choque amistoso de las señoras en la tienda y las voces que hablan los jóvenes en las aceras.

Aprovechar entonces los mecanismos y espacios de la crónica roja, y de sus modos de contar, permite la posibilidad de construir nuevas ofertas informativas y productos periodísticos, que se

vinculen a un panorama no solo salpicado de sexo y violencia sino también articulado a propuestas de convivencia y crítica frente a la violencia misma.

El espacio de promoción de convivencia desarrollado en el diario *El Caleño*, de Cali, Colombia, es un primer intento por emplear la crónica roja también como posibilidad de transformación social y sensual de una prensa que podría abrazar a la gente y atreverse a tocarla.

El Caleño: desde otra mirada

El Caleño es el único periódico de formato tabloide que se edita y circula en la ciudad de Cali. Con muy pocos anuncios publicitarios, sus rendimientos económicos provienen casi exclusivamente de las ventas, porque es, al mismo tiempo, el diario más comprado en la ciudad y es, por supuesto, un diario de crónica roja.

Todos los viernes, sus compradores leen sobre los muertos pasados, repasan la página de deportes, se acercan al horóscopo y se chocan en una página central completa con una historia de convivencia: "Después de dos intentos y 14 años Anita pudo salvar su matrimonio" y "Después de casi terminar una relación de cuatro años, ¡ahora trato de

evitar los problemas!", son algunas de las historias que un grupo de comunicadores vinculados al Instituto CISALVA escribe como parte de un proyecto denominado "Mejor hablemos".

"Mejor hablemos" combina las comunicaciones interpersonales y masivas por diferentes medios, para recuperar la presencia predominante de la resolución pacífica de los conflictos cotidianos. Un conflicto no es más que la coincidencia de los intereses de unas personas de manera que, cuando uno de ellos satisface los propios podría impedir que alguno de los otros también lo logre. Esto nos sucede cientos de veces en un día y le sucede a millones de personas. Algunos recurren a veces a la violencia para resolver conflictos, pero en realidad predomina el uso de métodos pacíficos, aun en las sociedades más disfuncionales.

De esta manera, hasta los medios más "blancos", parecen crónica roja cuando no presentan la relación "violencia -convivencia pacífica" en la proporción que se da en la vida diaria. La violencia está sobrerrepresentada en los medios de comunicación y esto crea la sensación de que es así cómo la mayoría resuelven sus conflictos.

Con "Mejor hablemos" buscamos recuperar el valor de la convivencia pacifi-

ca cotidiana, aliviar el desbalance y presentar algunos hechos valientes de los miles de personas que por hacerlo resultan ignoradas. Se trata de que las pequeñas luces que titilan en cada casa y en cada esquina, se conviertan en estrellas que brillen para toda la sociedad. Así pretendemos demostrar la realidad: la mayoría no usamos la violencia, y a su vez poner a disposición de lectores y audiencias diversas maneras de resolver las diferencias. Por eso las historias narran conflictos reales, resueltos de manera pacífica y responden a un proceso de reportería, evaluación de fuentes y obtención de recursos gráficos común a los procesos periodísticos tradicionales.

Acostumbrados al ejercicio regular de un periodismo ávido de "emociones fuertes" y eventos "calientes", la reportería de conflictos resueltos sin violencia parecía en un principio insulsa, poco interesante para los comunicadores. Las buenas historias son chismes de última hora y, por supuesto, terminan mal. Como si fuera poco, a los protagonistas de estas historias tampoco les parecía relevante contar un hecho que terminó bien, porque para la gente la violencia es de dominio público, pero la convivencia pacífica corresponde a lo privado. Contar que amamos resulta demasiado íntimo, pero golpear o ser golpeado no solo es inocultable, sino que merece ser puesto a consideración de otros para que lo aprueben o lo rechacen.

Sin embargo, aprendimos a encontrar personas dispuestas a contar sus historias y a construir crónicas con emoción, a pesar de la ausencia de sangre e independientemente del tiempo transcurrido desde los hechos. Así mismo, aprendimos que la esencia pedagógica de las historias está en su veracidad y en demostrar claramente las estrategias usadas para resolver los conflictos. De esta manera se devuelve a la comunidad las historias que ellos mismos gestaron y en las que pueden reconocerse como capaces de convivir pacíficamente.

En cuanto a su presentación, la construcción de las historias tiene en cuenta la lógica del medio, sus maneras de contar y el público al que va dirigido. Se difunden semanalmente historias en radio, prensa y televisión, en segmentos con el formato usual del programa o el medio, lo que permite incluir las historias dentro de la información regular. La participación de los medios ha sido entusiasta y decidida, en un intercambio en el que el equipo de "Mejor Hablemos" hace el trabajo de reportería y se coordina la producción dependiendo de la dinámica de cada uno de ellos, sin que se pague por ningún espacio.

Finalmente, es interés fundamental del programa sensibilizar a la prensa tradicional y a los modos de hacer periodismo clásico, tantas veces desarticulados de las noticias barriales y muchas veces

reacios a asumir lo positivo como "noticiable", "publicable", "vendible". Después de dos años continuos de publicación semanal de diferentes historias, esta reportería de la no violencia se ha hecho cotidiana para el equipo, los medios y los públicos. La experiencia con *El Caleño* ha sido especialmente constructiva por el interés del diario y por el público al que llega, sin duda el más afectado por la violencia.

Llama la atención que, de un tiempo para acá, por iniciativa propia, *El Caleño* ha empezado a publicar en la página opuesta a aquella en la que aparecen las historias de convivencia, aspectos relacionados con salud o sexualidad, a cambio de la mujer desnuda que anteriormente ocupaba el centro del periódico. También los lectores, acostumbrados a que sus comunidades solo son mencionadas en la prensa cuando ocurre algún hecho violento o una catástrofe, han manifestado que consideran de gran valor aparecer también con sus "cosas buenas".

En resumen, "Mejor Hablemos" no es solo un proyecto de promoción de convivencia. Representa también la oportunidad para experimentar en la crónica roja con la ética del encuentro, el deseo de vernos por dentro y las posibilidades de una prensa que abraza a la gente, no solo desde lo violentos que somos, sino también desde lo pacíficos que estamos siendo. ■

CIESPAL

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

Visite nuestros WEB SITES

... conózanos, infórmese, comente e interactúe con nosotros

<http://comunica.org/ciespal>

Cursos de capacitación, producción bibliográfica, radiofónica y televisiva, investigación, documentación...

<http://comunica.org/chasqui>

Tarifas, promociones, grandes temas, índices, algunos artículos de las 3 últimas ediciones...

Al navegar, atraque un momento en estos puertos cibernéticos de comunicación democrática.