

# 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 "contrapuntar", 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 "contrapuntar" y ser parte activa de la revista: ¡tome la posta!

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## COMUNICACION Y PRACTICAS SOCIALES

**A**l 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

**D**os 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?

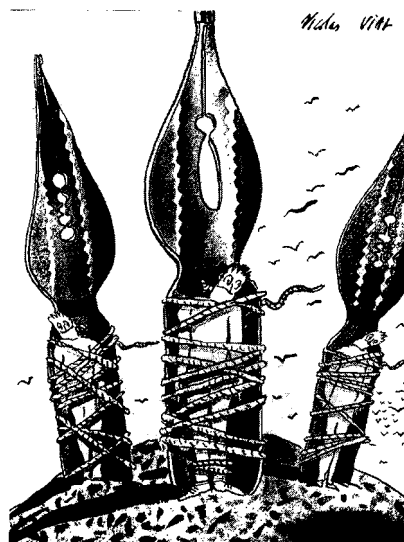
**4** Las prácticas en el contexto comunicativo  
*Guillermo Orozco Gómez*

**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

**N**ueva 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

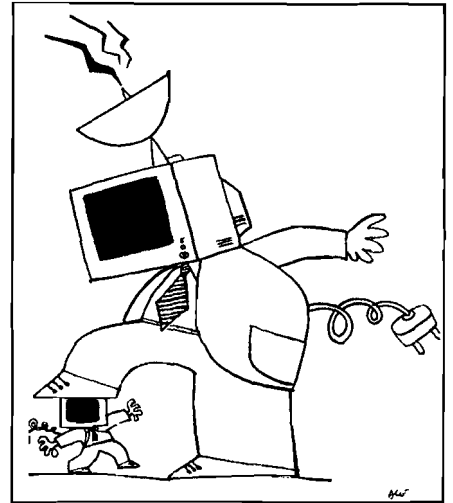


## APUNTES

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

## NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 El ciberespacio colonizado  
Carlos Eduardo Cortés

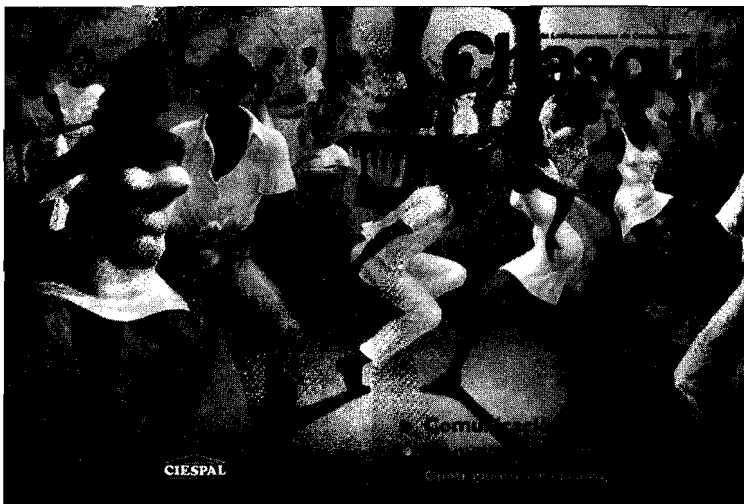


## 86 NOTICIAS

## 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

# La fotografía para una etnología de la comunicación



*El sentido de este ensayo, elaborado a base de una investigación de campo, no es contribuir al conocimiento de la comunicación visual, entre los indígenas huicholes, sino que intenta establecer una forma metodológica que nos permita acercarnos, aunque parcialmente, a ciertas herramientas de comunicación, especialmente la fotografía a través de la cual se llegue a una etnología de la comunicación.*

**L**as formas de comunicarse con el entorno implican distintas herramientas y habilidades así como diferentes formas en que los seres humanos conocen su entorno y actúan sobre él.

Hemos superado el concepto hipodérmico de los medios masivos de comunicación y los estudios más recientes nos hacen pensar que el entorno socio-cultural es determinante en la recepción, pero son escasos los estudios sobre el impacto cultural de la era de la imagen sobre la lectura y la virtual desaparición o transformación de la tradición oral.

¿Qué enseñan los medios impresos, las imágenes o la tradición oral, por su

forma, por las reglas de uso que imponen? ¿Tendrá las mismas características una sociedad lectora que una altamente oral o altamente audiovisual? ¿Cuáles son estas diferencias? A Marshal Mc Luhan se le debe la frase "el medio es el mensaje", pero desde sus pioneras reflexiones poco se ha avanzado en el estudio sobre la especificidad de los medios de comunicación. Creemos que las hipótesis de Mc Luhan, criticadas por su descontextualización histórica y política y sus conclusiones apresuradas, deben ser retomadas a la luz de disciplinas como la etnología y la comunicación social para entender, además de las especificidades de los medios de comunicación, los contextos que marcan las diferentes prácticas comunicativas.

En este caso, queremos abordar la comunicación desde los usuarios mis-

mos, un grupo de jóvenes huicholes que no tienen contacto con la televisión y poco con otras imágenes y medios impresos. A partir de una experiencia con la fotografía, buscamos aproximarnos a una etnología de la comunicación en estas comunidades.

## El caso de San Miguel Huaixtita

Exponemos aquí la experiencia con los alumnos y maestros de la escuela secundaria Tatusi Maxakwaxi o "Nuestro Abuelo Cola de Venado", en San Miguel Huaixtita. Esta comunidad, de 710 indios huicholes, se encuentra en el norte del Estado de Jalisco en la Sierra Madre Occidental. Carece de electricidad y por lo tanto de televisión. No recibe la prensa ni otras publicaciones periódicas. Los libros se reducen casi exclusivamente al uso escolar. La señal de radio solo es posible en los receptores de pilas que

**SARAH CORONA BERKIN**, mexicana. Doctora en Comunicación Social, profesora-investigadora en la UAM-Xochimilco. E-mail: sacco10@uianet.com.mx  
Las citas del artículo corresponden a testimonios de algunos huicholes.

poseen algunos habitantes. No hay carretera, el único acceso es a pie, en mula o en avioneta.

Mientras el 91% de los indígenas nacionales son cristianos, en el caso de los huicholes solo el 48% declaró serlo. En San Miguel Huaixtita no se practican rituales cristianos, y la comunidad se organiza alrededor de autoridades tradicionales y prácticas rituales propias. Los huicholes instruyen a sus niños y jóvenes en sus costumbres, y "aunado a lo abrupto y virtualmente inaccesible del territorio que ocupan en la Sierra Madre Occidental, han contribuido a conservar las aproximadamente 10 mil personas de habla huichol como el único grupo indígena importante de toda Mesoamérica cuya religión y cosmovisión aborígenes se mantienen intactas, con apenas una mezcla de elementos europeos". Estas características en su conjunto pueden ayudar a explicar la permanencia de sus costumbres y tradiciones, así como la importancia que le otorgan a la conservación de su identidad étnica.

La Tatutsi Maxakwaxi, con la participación de los maestros huicholes y los padres de familia, ha elaborado su propio plan de estudios. Sus 100 alumnos son jóvenes de 12 a 18 años que han terminado la primaria bilingüe y son de San Miguel Huaixtita o de poblados y caseríos que distan de 2 a 9 horas a pie. En estos casos, los alumnos viven con familias establecidas en San Miguel y van a su casa de viernes a domingo. Son estudiantes de tiempo completo ya que el horario escolar es de 8:30 a 1:30 y de 3:30 a 6:00. Esto no impide que las mujeres torten para el desayuno y la comida, y los hombres ayuden a traer leña y tareas que requieran de un esfuerzo físico mayor. Los ratos de ocio, los muchachos y muchachas se dedican a juegos en equipo, los muchachos a tocar en grupos musicales, y las muchachas a bordar y platicar. Los meses de verano todos colaboran en la siembra del maíz en sus "ranchos".

Las imágenes impresas que existen en San Miguel son pocas. Los muros de las casas no se decoran habitualmente, ni son comunes los calendarios con fotografías. Los espejos que existen son de tamaño pequeño y de bolsillo. En las escuelas no hay carteles ni decoraciones con imágenes o fotografías en las aulas.

Tampoco se encuentran imágenes en sus lugares de adoración.

En un primer cuestionario, el 88% de los jóvenes dijo poseer alguna fotografía en su familia, el 8% dijo haberla tomado él, el resto proviene de visitantes de la comunidad, amigos y hermanos mayores. El 6% dijo tener cámara propia. La mayoría no tiene una práctica fotográfica anterior a nuestra experiencia.

"Entre los huicholes, todo adulto es un artista. Cada uno de los hombres debe saber cómo hacer votivos que les ofrendan a los dioses y cada mujer, los tejidos con diseños que constituyen el arte decorativo de la tribu". Las imágenes hechas con chaquira y los intrincados bordados rodean toda la vida comunitaria. No solo sus ropas y bolsas son ricamente bordadas y sus collares hechos de complicadas figuras geométricas, flores y animales, sino que desde los 5 años de edad las niñas aprenden a copiar patrones de chaquira y bordados. En los hombres es menos generalizada la práctica, pero todos entienden la técnica y existen varios artesanos que apoyan su economía con la venta de su trabajo de chaquira y no es raro que un hombre sepa bordar.

El dibujo no se estimula y los cuadros de lana huicholes no se hacen en esta comunidad "porque no hay gente que sepa dibujar". En la escuela tampoco es especialmente apoyada esta actividad.

### Metodología

Este trabajo se apoya en técnicas cuantitativas como la encuesta y cualitativas como la entrevista, los dilemas y las clasificaciones. Sin embargo, el marco general en que se insertan estas herramientas es un trabajo de etnología negociada. Si bien toda etnología implica una negociación y el trabajo resultante es la expresión de la negociación entre lo que es el investigador y la forma en que ve al investigado y viceversa, permitiendo que en el contraste queden al descubierto las dos culturas, en este momento me refiero a una negociación explícita.

Las autoridades tradicionales, así como las autoridades escolares de la zona huichola, autorizaron mi "entrada a la sierra" previo conocimiento de mi proyecto de investigación y a cambio de un servicio a la comunidad. De esta manera

negocié la investigación por un curso de apoyo a los alumnos y maestros de la secundaria.

Percibimos tres demandas específicas de su sistema escolar: la educación como afirmación de su identidad étnica, como arma para defenderse del mestizo, y como herramienta para participar en las negociaciones comunales y nacionales. Con estos objetivos nos propusimos enseñar español a través de un taller de periódico en el salón de clases, y apoyar con él las asignaturas de derechos indígenas, historia y matemáticas.

En este contexto se desarrolló la experiencia fotográfica, ofreciendo una oportunidad inestimable para comprender mejor el universo indígena. Se repartieron entre los alumnos y profesores de la secundaria las 100 cámaras de un solo uso con capacidad para 27 fotos cada una. Se solicitó que eligieran un tema que abarcara 20 fotos y las restantes 7 sin tema. Se procedió a explicar el uso del aparato y errores sencillos que pueden evitarse (dedo en el objetivo, contraluz, polvo, agua, encuadres).

**L**as fotografías nos permiten acercarnos a las huellas de la práctica y a las especificidades del medio. En otras palabras, a partir de las fronteras de la técnica fotográfica, los huicholes nos enseñan su mirada al mismo tiempo que nos muestran su mundo.

Los 100 alumnos y maestros de la secundaria tomaron fotografías de su comunidad durante una semana, arrojando un total de 2.700 fotografías. Estas se revelaron y regresaron a los alumnos. En ese momento se les pidió que seleccionaran la fotografía que más les había gustado y la que menos, que las describieran y justificaran su elección. Posteriormente se hicieron algunas entrevistas individuales donde, a partir de un paquete de fotos seleccionadas, se procedió a clasificar el material y a responder a dilemas con relación a las fotos.

La información recabada por los distintos dispositivos, aunada a la observación llevada a cabo durante mis estancias en la comunidad, nos permitió aproximarnos a distintas características comunicativas de los huicholes. En relación a la práctica fotográfica podemos hablar de la autoevaluación que se realizó por parte de los jóvenes, de sus clasificaciones, de los temas y del manejo del código fotográfico entre otros. En este espacio expondremos sintéticamente los temas del corpus de fotografías y brevemente su función comunicativa.

### Resultados provisionales

Por tema entendemos el contenido de la representación (muestra) visual.



*Desde los 5 años de edad los niños huicholes aprenden a copiar patrones de chaquira y bordados.*

Sin entrar a discutir este controvertido campo de problemas, para delimitar los temas partimos de un criterio referencial, es decir de nuestro modelo de los objetos, personas o hechos representados y un criterio intertextual, donde recurrimos a las reglas propias del "fotógrafo", es decir, las expresadas por escrito por los jóvenes huicholes. De esta manera buscamos relacionar las fotografías con la producción y valoración al interior de la etnia huichola.

Encontramos cinco grandes temas en los que se agrupan las fotografías tomadas por los alumnos de la secundaria: Paisajes, Personas, Cosas, Objetos Sagrados y Animales.

En el conjunto **Paisajes**, agrupamos aquellas fotos que muestran la geografía y la vegetación del lugar. Estas fotos pertenecen a los temas que los jóvenes huicholes han nombrado como "lugares", "paisajes", "ecosistema", "plantas, árboles, hortalizas", "cerros". Las tomas están hechas en plano general y en la mayoría no aparecen personas.

En **Personas** se incluyen los temas nombrados "trabajadores", "juegos y deportes", "mis amigos", "la secundaria", "los alumnos", "vestimenta". Encontramos 2 tipos de "personas": en pose y en acción.

Las fotografías de "pose", repiten la toma de frente, brazos a los lados, gesto serio. Las fotografías de "acción": cargando piedras, leña y agua, torteando, sembrando, jugando, estudiando, haciendo fila, ladrillos, bordando. En ambos casos las tomas son de cuerpo completo en plano general, permitiendo ubicar a las personas en el espacio en el que se encuentran. Llama la atención que las personas aparecen en las fotografías con un fondo que amplía la información. Cuando "en acción", la foto reporta el lugar en que se lleva a cabo la actividad, cuando "en pose", la foto tiene una profundidad que permite ubicar el entorno, ya sea porque está tomada a campo abierto, porque deja un espacio abierto como una esquina de la casa o una puerta abierta, etc. Las "personas" son en su mayoría jóvenes, amigos y novios. Pocas fotografías son de niños pequeños o de familiares mayores. En 2.700 fotografías no encontramos ninguna cara en primer plano.

En **Animales** se encuentran caballos, toros, vacas, gallinas y pollitos, cerdos, chivos, perros. Generalmente no aparecen personas, salvo algunos caballos "montados" por el jinete. Encontramos además dos secuencias narrativas claras. La primera, la curación de las heridas de un burro, desde la recolección de la raíz medicinal hasta la sanación del burro. La segunda serie corresponde a un encuentro entre un perro y un tejón, hasta el momento final en el que el perro mata y devora al tejón. Los animales son fotografiados en actividades propias de ellos.

En **Cosas** se incluyen fotografías de los artículos que se disponen especialmente para ella. Sobre la cama, una tabla, o la pared vemos conjuntos de objetos como: flechas votivas, violín, calendario, serrucho. O bien: zapatos de fútbol, llavero, radio, envoltura de cámara. Otros conjuntos son relacionados a la comida o al bordado y las artesanías. En algunas fotografías aparecen personas claramente exponiendo "cosas": grabadora de música o lentes oscuros. Las fotografías de "cosas" son una prueba más de la habilidad de los huicholes para captar las imágenes de su entorno. Mientras en los temas anteriores se utiliza el plano general para mostrar lugares, animales y personas en su contexto, el caso de los objetos, que son más peque-

ños, el ojo de la cámara se acerca a planos medios, para ofrecer los detalles.

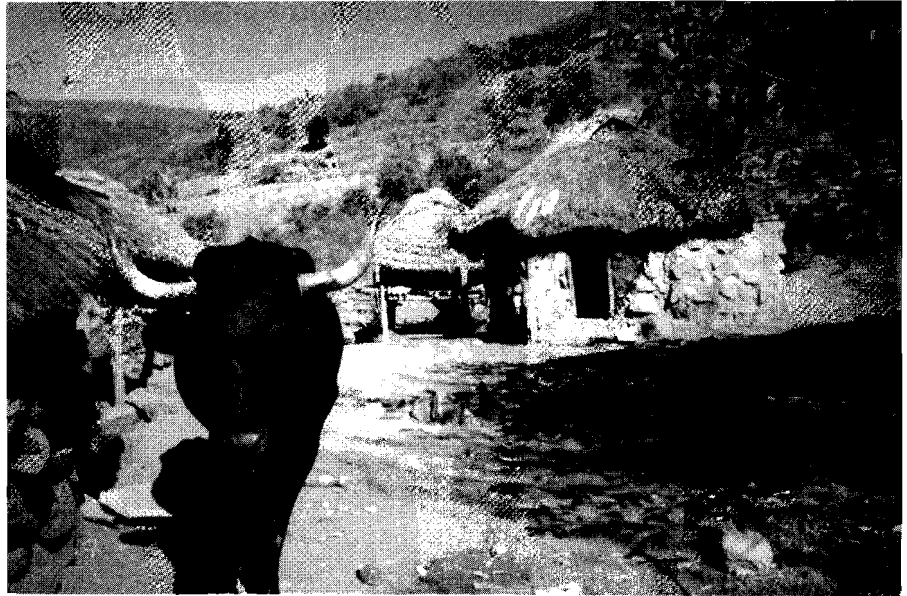
**Objetos Sagrados** pertenecen al tema explícito de "objetos y lugares sagrados" definido por los jóvenes huicholes. Estas son fotografías de cuevas con ofrendas y muestras de objetos relacionados con sus prácticas religiosas: flechas, jícaras, plumas, cuernos. También son fotografiados distintos "kalihuey" o lugares de adoración.

Siguiendo en parte la propuesta de Jakobson, tomamos en cuenta las siguientes funciones del lenguaje, y para los fines de nuestro trabajo las aplicamos a la imagen fotográfica. Los temas y las funciones se encuentran en el cuadro adjunto y nos permiten reflexionar en cuanto a las características comunicativas que confieren los jóvenes huicholes a las fotografías.

La función poética está centrada en el mensaje, la conativa en el destinatario, la referencial en el tema, la fática en el canal y la emotiva en el destinatador. Las 5 pueden reconocerse en el mensaje.

Se puede observar que las funciones poética y conativa se encuentran ausentes en todos los temas. La fotografía artística, enfocada al mensaje mismo o con miras a producir una reacción expresa en el destinatario, no parecen ser los móviles de la práctica fotográfica. El efecto "artístico" deja más bien su lugar a una ejecución admirable de la técnica que es sorprendente si consideramos además que la mayor parte de los "fotógrafos" no son "iniciados". Las fotos no muestran huellas de descuido ni negligencia en las tomas.

La función referencial destaca en los temas Paisajes, Personas y Animales.



*La mirada del fotógrafo huichol busca expresar, sin modificar demasiado, un entorno que lo envuelve.*

La función referencial pareciera ser el principal objeto de la comunicación fotográfica de los huicholes. Con excepción de las Cosas y los Objetos Sagrados, el resto de las fotografías se orienta hacia el referente o contexto, este a su vez le asigna su sentido. Las tomas generales de paisajes, personas y animales tienden a la precisión de los lugares y las acciones.

La función fática se establece con el fin de prolongar la comunicación. Las fotografías de las personas, especialmente de los amigos, los compañeros, "las muchachas", se fotografían "por el gusto de verlos". Los lugares sagrados se fotografían "porque están lejos y no siempre se puede ir. Con las fotos los tengo más cerca". Malinovski considera que corres-

ponden a esta función los conjuros y las fórmulas mágicas orientadas a mantener contacto con algún poder o fuerza divina. De esta manera encontramos que la fotografía también puede tener una función fático-mágica al ser considerada una de las vías para dañar a una persona (la otra es una prenda de vestir de la víctima). En una ocasión me fue solicitado destruir una fotografía antes de ser entregada al "fotógrafo", ya que "conocían las malas intenciones" de esa persona.

La función emotiva está estrechamente relacionada al emisor, cuyos contenidos expresivos trasmite a través de su práctica fotográfica. Creemos que por razones culturales propias de los huicholes, la naturaleza, las cosas y las personas participan de un sentido místico. Los lugares, las plantas, los animales, los nombres de las personas, hasta los bordados de sus ropas poseen cualidades sagradas, por lo que la mirada del fotógrafo huichol busca expresar, sin modificar demasiado, un entorno que lo envuelve.

Las fotografías nos permiten acercarnos a las huellas de la práctica y a las especificidades del medio. En otras palabras, a partir de las fronteras de la técnica fotográfica, los huicholes nos enseñan su mirada al mismo tiempo que nos muestran su mundo. ●

Temas y funciones de las fotografías huicholes					
	Poética	Conativa	Referencial	Fática	Emotiva
Paisajes	-	-	+	-	+
Personas	-	-	+	+	+
Cosas	-	-	-	-	+
Objetos Sagrados	-	-	-	+	+
Animales	-	-	+	-	+