

El periodismo actual vuelve a encontrarse envuelto en un profundo debate sobre la presencia o ausencia de la ética en la práctica de su profesión y en la democracia. El nuevo siglo, con sus innovaciones, arrastra una serie de cuestionamientos sobre las actividades que cumplen los medios tradicionales de la comunicación. Entre ellos se destaca el impacto de Internet que ha trastornado los usos y costumbres de la sociedad actual.

José Zepeda Varas, Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland Wereldomroep, y Daniel Prieto Castillo, investigador, profesor universitario y autor de varios libros de comunicación, analizan la necesidad de escribir sobre los valores éticos en situaciones que pueden exigir, incluso, que el periodista se juegue la vida.

El maestro francés Alain Boudouires, basado en su experiencia didáctica europea, presenta en la columna de Opinión un tratamiento provocativo de cuestiones relativas a la construcción de la identidad que se convierte en una condición indispensable de la comunicación.

En el mundo latinoamericano causó enorme impacto el cierre de Radio Caracas Televisión (RCTV) que se convirtió en canal estatal. Andrés Cádizález, investigador de comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, examina las consecuencias de esta acción gubernamental.

En este número de Chasqui también encontrará el lector material interesante sobre cómo el populismo utiliza los medios de comunicación; la dificultad que afrontan los jueces para informar debidamente a la opinión pública sobre los casos encomendados a su resolución; la situación de la libertad de expresión en la Argentina y el análisis de los nuevos géneros periodísticos que surgen con el nacimiento de lo que ahora se conocen como "tics" (nuevas tecnologías de comunicación e información).

Muchos se preguntan cuál es la imagen de los Estados Unidos que los medios de comunicación proyectan en el extranjero. Presentamos, para responder en parte a esta inquietud, el trabajo de investigación llevado a cabo en el Endicott Collage de Beverly, Massachusetts, en seis periódicos digitales de Brasil, España, México, Italia y Argentina. Paúl Alonso nos dice que, lejos de desaparecer las revistas que se publican indistintamente cada semana o cada mes, están cobrando nueva actualidad.

Para los profesionales de la comunicación que buscan insistentemente información sobre nuevos formatos de la programación televisiva, Inmaculada Gordillo, profesora de la Universidad española de Sevilla, entrega datos que calmarán en parte esa inquietud.

La variedad de temas que presentamos a nuestros lectores se complementa con un estudio de la telenovela mexicana *Amor en custodia*, el relajamiento de la radio de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los detalles del marketing municipal actualmente en desarrollo y una novedad tecnológica que alterará en breve el actual panorama científico de la electrónica: la informática cuántica.

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.

Universidad Central del Ecuador

Maria Fernanda Espinosa

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 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

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

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Nueva redacción periodística para medios on-line	
<i>Juan Luis Cebrián</i> -----	3	<i>Inma Martín Herrera</i> -----	50
Portada		Prensa	
Sobre el periodismo, la ética y la democracia		Prensa cosmopolita: Etiqueta Negra y El Malpensante	
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i> -----	4	<i>Paül Alonso</i> -----	56
Opinión		Televisión	
Bricolages identidad y movilizaciones comunitarias		La telenovela <i>Amor en custodia</i> una telaraña sentimental	
<i>Alain Bouldoires</i> -----	10	<i>Manuel de Jesús Corral Corral</i> -----	60
Ensayos		Viejos y nuevos formatos en la televisión del siglo XXI	
Después de RCTV, El servicio público como coartada		<i>Inmaculada Gordillo</i> -----	66
<i>Andrés Cañizález</i> -----	14	Radio	
Tránsito por la comunicación, la identidad y la cultura		Radio ONU inicia servicio digital de noticias	
<i>Jorge H. Massucco</i> -----	20	<i>Laura Kwiatkowski</i> -----	72
Mercadeo neopopulista en los medios de comunicación		Dudas y Rupturas	
<i>Alejandra Valdés C.</i> -----	26	El convidado de piedra	
<i>Medios necios que acusáis a la justicia... ¿sin razón...?</i>		<i>Juan Manuel Rodríguez</i> -----	76
<i>Inés Ghiggi</i> -----	34	Informática	
La imagen de los Estados Unidos en seis periódicos extranjeros		Pensar la informática cuántica	
<i>Sergio Inestrosa</i> -----	40	<i>David Alejandro Yanover</i> -----	78
Argentina, Libertad de prensa recortada		Periscopio Tecnológico	
<i>Alexis Socco</i> -----	46	Bibliografía sobre Comunicación	
		Actividades del CIESPAL	
			82
			84
			92

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
N° 99 Septiembre 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 Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

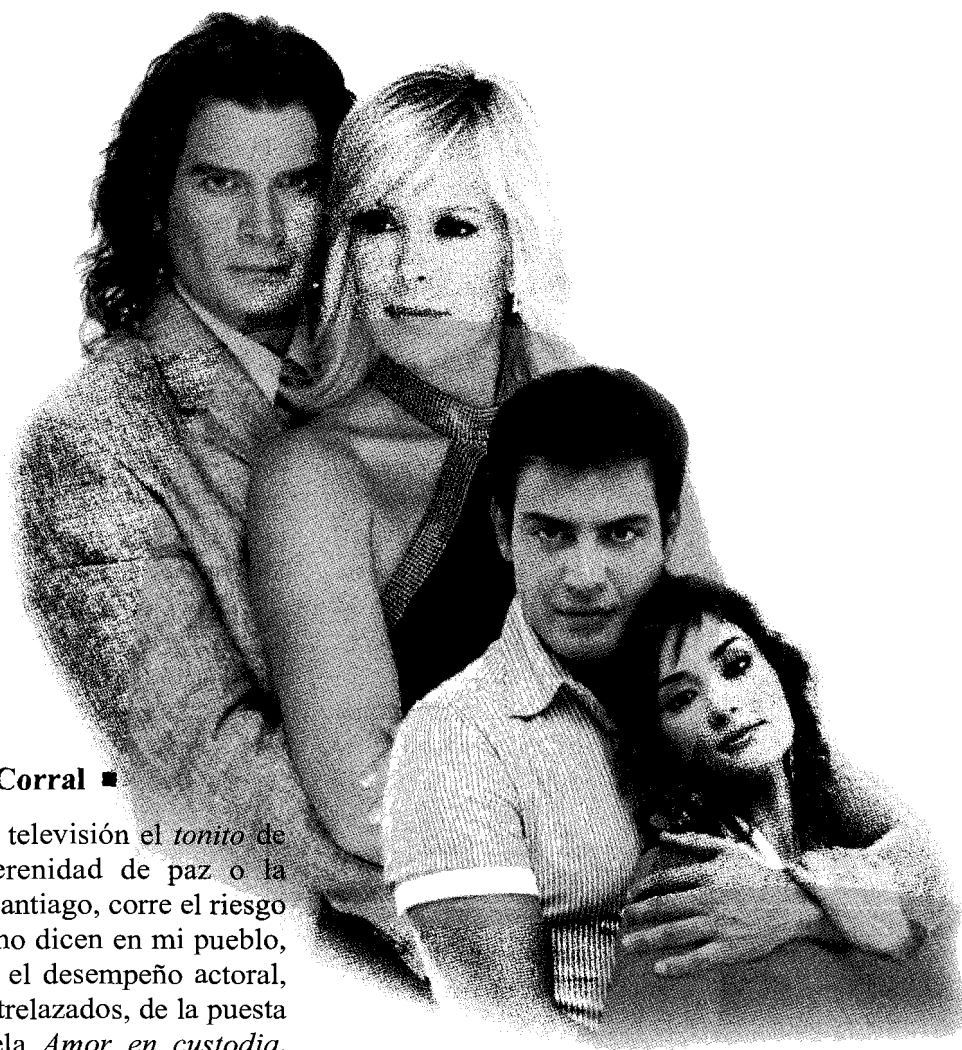
Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de
Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América
Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y
Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Telenovela:

Amor en custodia una telaraña sentimental



Manuel de Jesús Corral Corral ■

Quien ve y escucha en televisión el *tonito* de Bárbara, la sabia serenidad de paz o la inmoderación clasista de Santiago, corre el riesgo de quedar *atrapado* y, como dicen en mi pueblo, *empicarse* con la trama y el desempeño actoral, elementos íntimamente entrelazados, de la puesta en escena de la telenovela *Amor en custodia*, transmitida por Televisión Azteca, de lunes a viernes, en horario triple A. Muchas historias en una. En ellas se teje una telaraña de relaciones sentimentales apasionadas y lacrimógenas.

■ **Manuel de Jesús Corral Corral**, mexicano, profesor de la UNAM, tiene una maestría en Ciencias de la Comunicación y un doctorado en Estudios Latinoamericanos por la misma universidad.
Correo-e: eburiki@yahoo.com.mx

En busca de hacer productivo socialmente el tiempo invertido en esa actividad, se retoman aquí algunos de los elementos sobre el melodrama propuestos por estudiosos, con el fin de que sirvan como marco de referencia para el análisis.

El origen del melodrama se remonta al siglo XVIII y la televisión garantiza su producción industrial, mediante cambios en el contenido y las formas narrativas. Con *Amor en custodia*, el género ha confirmado una vez más su arraigo en amplios públicos, mediante lo que Martín Barbero llama *estilización metonímica*: rasgos físicos, apariencia, figuras y gestos corporales del personaje, y su efectismo, no solo estético sino también económico (Martín Barbero, 1987).

En la trama, con una lógica y "un contenido ético, en el cual no debe faltar una redención del o la protagonista y, por supuesto, (...) un castigo al trasgresor" (Carvajal, 2001), aparecen dos mundos claramente delimitados: *las y los de arriba*, favorecidos por el dinero y el poder que confiere para aplastar, y *las y los de abajo*, nacidos para obedecer sin chistar.

La conciencia colectiva en el melodrama

Elementos para el análisis son el carácter narrativo del género, con su fuerte carga emotiva y la familia como espacio de consumo. En cuanto a lo primero, pueden destacarse:

a) el énfasis en la escena de las *acciones y pasiones* más que las palabras (ibid.: 125), y de ahí la priorización de lo visual y sonoro. Impacta más lo que perciben el *ojo* y el *oído* que lo que se dice con el lenguaje verbal oral: lágrimas, guiños, arrumacos, rúbrica musical de contenido altamente sentimental, para impresionar a un público cuasi-desarmado de criterios, de análisis racionales, debido al cansancio, las preocupaciones, el tedio de la *cotidianidad*. El predominio, en la puesta en escena, de la *espectacularidad* más que la representación misma (ibid.: 126): elementos visuales y sonoros,

actuación, vestuario, escenografía, selección y distribución de los espacios.



Juan Manuel llega a la vida de Paz

b) la *complicidad* entre el actor y el público y el tipo de su demarcación cultural (ibid.: 125). La sensación de experiencias compartidas entre actores y espectadores. Éstos se ven como en un espejo que reproduce pedazos de la *vida cotidiana*, sienten la identificación con alguno de los personajes. Se perciben como actores. Los desgarramientos interiores en la vida de los personajes, con alcances de tragedia en situaciones límite, pueden vincularse socialmente con las experiencias duras y difíciles de la vida de amplios sectores sociales latinoamericanos.

Como *espectáculo total*, en el melodrama televisivo afloran las *contradicciones* que se registran en la sociedad y la lucha de los personajes por afirmar su *identidad*. La complejidad de las relaciones familiares, como aparecen en la puesta en escena, simboliza la complejidad de las relaciones sociales como las vive el pueblo, y expresa el imaginario colectivo.



Familia, educación y religión

En cuanto a lo segundo, la investigadora brasileña Immacolata Vasallo de López ha encontrado, en su investigación empírica, que la telenovela "es un texto melodramático televisivo para ser *leído* y disfrutado de manera colectiva, en contacto con otros, en grupo, en familia", y que es "una experiencia cultural activa y compleja, sujeta a una serie de *disposiciones culturales habilitadas*, producto del *habitus* de cada familia y de las trayectorias específicas de sus miembros" (Vassallo de Lopes, 2002).

En su análisis considera a la familia como un espacio social, en cuanto "sistema de posiciones y relaciones de parentesco; como un espacio cultural, que comprende la historia y la dinámica familiares, y como un espacio de *mediación* de los mensajes de la televisión. La familia como comunidad de consumo, de estética, de afecto, de poder y de interpretación o hermenéutica, dimensiones interrelacionadas, que marcan el carácter de mediación que juega lo *cotidiano*

familiar (ibid.: 140). En la asunción de ese cotidiano familiar por los receptores está el *pegue* del género melodramático.

Amor en custodia presenta una familia ampliada, movida por la fuerza del amor como único elemento que redime de la fatalidad de la vida. En la familia que ahí se propone como modelo, el amor aparece como panacea; de ahí su permisividad y tolerancia al grado de se da una cierta *promiscuidad normada*. Se trata de:

- Una *comunidad endogamizada*: las relaciones de sus integrantes se dan como en un círculo cerrado en el que todos tienen que ver con el éxito o fracaso de todos
- Una *comunidad desclasada*: el amor derriba barreras y prejuicios sociales: todos valen y todo vale. Los de arriba bajan y los de abajo suben.
- Una *comunidad erotizada*: se recalca la diferencia entre el puro querer y el amar: las

expresiones de amor se llevan al límite de lo socialmente aceptado.

- Una *comunidad celularizada*: la comunicación directa y presencial es interrumpida por el ring ring para dar paso a la comunicación indirecta y ausencial. Eso es ser moderno y estar en sintonía con el progreso.

Propuesta de familia ante la que las familias, ubicadas en el ámbito de la recepción, han de aguzar su capacidad hermenéutica para afinar y hacer valer sus *modos de uso* de una panoplia de mediaciones para resignificar el mensaje.

Mediante la explotación del potencial sentimental de los receptores-perceptores, el melodrama cumple hoy también una labor educativa, sea por su contenido directo (propuesta netamente educativa), indirecto (formación de pautas conductuales para dar certidumbre en el obrar correcto) o de educación para los medios (recepción crítica mediante la alfabetización audiovisual) (Martínez Zarandona, 2004). Déjate llevar por lo que te dicte tu corazón, parecen decir los personajes involucrados. Los elementos no verbales dicen tanto, o más, en último término, que los lugares comunes utilizados en la telenovela. Contrariamente a la escuela tradicional que educa mediante el desarrollo del razonamiento y de las ideas, el melodrama mediático brinda educación por la vía de los sentimientos.

En ese mismo ámbito, la religión juega también un papel destacado. En *Amor en custodia* Dios es un tapagujeros o una panacea que vigila las acciones de los seres humanos y hace una justicia que se acerca más a la venganza. La vivencia religiosa corre al margen de la norma eclesiástica, pero sin romper con la institución religiosa de adscripción. La norma institucional es incapaz de frenar la vida cotidiana de la gente, y una y otra marchan en paralelo. Se trata de una

religiosidad no ilustrada, rociada solo con los rudimentos del catecismo, y sí muy salpicada de elementos para-religiosos, evidenciados en sentires, presentimientos, corazonadas y premoniciones.

Mediante la explotación del potencial sentimental de los receptores-perceptores, el melodrama cumple una labor educativa

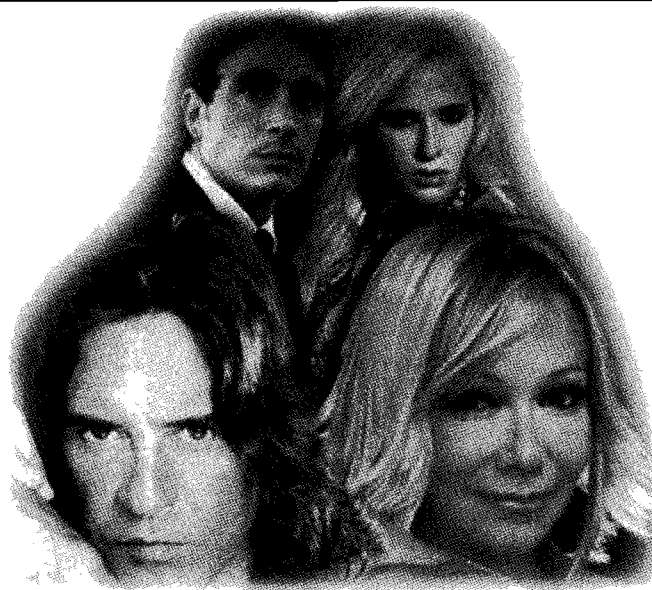
Vámonos, donde nadie nos juzgue

Al margen de los recursos técnicos utilizados en la puesta en escena y del desempeño actoral, *Amor en custodia* da tema para comentarios y juicios críticos. Por su contenido, la canción *Vámonos*, de José Alfredo Jiménez, igualmente melodramática, puede muy bien servir de fondo musical a *Amor en custodia*:

Que yo soy un canalla y que tú eres decente,
que dos seres distintos no se pueden querer.

Ficción y realidad se funden en aras del amor a contrapelo de lo social y culturalmente establecido. En una *sociedad clasista*, el juicio general que se emite es la imposibilidad de su realización por personas provenientes de diferente extracción social. La distancia es tanta que hace imposible la querencia, y de ahí, que:

Vámonos, donde nadie nos juzgue,
donde nadie nos diga que hacemos mal.
Vámonos, alejados del mundo,
donde no haya justicia, ni leyes, ni nada,
nomás nuestro amor.



Pero la telenovela en cuestión apuesta a que aun en circunstancias adversas es posible el amor. Como prueba se recurre retóricamente a los lugares comunes consagrados que expresan la filosofía cotidiana de la gente común. El encuentro de *el amor de mi vida* es algo así como el *fatum* que nada ni nadie puede deshacer. El horóscopo y la cartomancia lo dicen y no fallan. Los elementos proxémicos que marcan, en razón de su *clase social*, la distancia entre los miembros de la pareja se van diluyendo, hasta desaparecer casi al final de manera que:

Yo ya te quise y no te olvido,
que morir en tus brazos es mi ilusión.
Yo no entiendo esas cosas de las clases sociales,
solo sé que te quiero y que me quieres tú.

Atrevida propuesta, pues, de familia ideal y del amor que la mueve, en la que se evidencia un acentuado *derecho de picaporte* en cuanto que, sin recato alguno, todos pueden escabullirse sigilosamente a la recámara de todos rompiendo las reglas de la privacidad más elemental, rasgo que acerca la Residencia Achaval Urien a un elegante prostíbulo.

De lo estético a lo económico

La telenovela en un comienzo alcanzó un *rating* elevado y, como otros programas de su género, su aceptación radicó, más que en su contenido argumental, en el efectismo de su puesta en

escena, en el desempeño actoral y en el derroche de recursos visuales, sonoros y de infraestructura técnica.

Originalmente, el melodrama era un medio de expresión del ser popular más que un medio de propaganda. Con el advenimiento del cine y de la radio, y más tarde, de la televisión, el efectismo que le es característico se ha convertido en *mera estratagema comercial*. Vale destacar por ello la *intencionalidad* de los generadores mensajes masivos. El blanco final de estos es un público amplio y heterogéneo, considerado como *consumidor* y no como un público de *ciudadanos*. No en vano las tres mayores empresas televisivas de América Latina (la brasileña *O Globo*, la venezolana *Venevisión* y la mexicana *Televisa*) se han convertido en productoras y exportadoras de telenovelas del corazón.

A ello hay que sumar la autopromoción de la empresa televisiva. Con el pretexto de altruismo y filantropía, se anuncian hasta el cansancio las acciones del Banco Azteca para el ahorro o el envío de remesas de los emigrados, o de Movimiento y Fundación Azteca para apoyo a personas con problemas severos de salud o afectadas por desastres naturales como los huracanes y tormentas, y las entrevistas, dentro de la trama misma, en las que aparecen en primer plano los micrófonos de la emisora. Promocionales que se antojan más como burla o lucro con el dolor humano que como sentido humanitario de los emisores.

Lo que, en casos como este, agravia es que ese comercialismo desaforado viene a desembocar en una verdadera agresión y falta de respeto al público televidente. A partir de cierto momento, la trama se ve debilitada con la introducción de elementos innecesarios, que la contaminan y afectan el desempeño actoral, pues los personajes pierden espontaneidad y frescura. La explicación final de ese debilitamiento de la trama y del desempeño actoral se encuentra en el predominio de los intereses económicos que se juegan en el campo de la *emisión*, en detrimento de los valores

estéticos que pueda tener una obra de este tipo y de los intereses estéticos de quienes se mueven en el campo de la recepción. Evidencia clara de la tiranía del *rating*.

Lo anterior explica que a los 60 minutos de duración de la transmisión haya que restarle 20 minutos, divididos en cuatro segmentos, en los que se publicitan los más variados artículos y servicios. El público tiene que pagar alto su gusto y *soplarse* un total aproximado de 65 anuncios publicitarios, distribuidos así:

Anuncios publicitarios de bienes o servicios			
Primer segmento: 17 minutos	Segundo segmento: 17 minutos	Tercer segmento: 15 minutos	Cuarto segmento: 16 minutos

El amor o más allá de la historia

En la trama de Amor en Custodia, con su lógica y su contenido ético, aparecen dos mundos familiares claramente delimitados: las y los de arriba, favorecidos por la fortuna que da el dinero y por el poder que éste confiere para aplastar a quien se ponga enfrente o para reclamar y hacer efectivo el derecho de propiedad sobre las cosas y personas. Y las y los de abajo, contratados como custodios y trabajadores domésticos, nacidos para callar y obedecer sin chistar. El apellido mismo designa el origen y la clase social de los actores, y remite al lugar que a cada mundo le corresponde en la sociedad. Ambos mundos tienen, cada uno a su manera, su propia vida cotidiana, pero ésta sujeta a cambios.

Cuando ambos mundos entran en contacto, son arrastrados por los acontecimientos de la cotidianidad y ésta se modifica radicalmente. Por la fuerza de la misma vida, impulsada por el amor, se van creando entre uno y otro mundo una maraña de relaciones sentimentales que en este caso convierte a la trama en un laberinto de pasiones.

Intrincadas y borascosas relaciones, que aderezadas con elementos visuales y auditivos y, en lo básico, con una aceptable actuación de los personajes, le imprime el interés necesario para mantener el suspenso suficiente para atrapar la atención del espectador. El principio marxista de la lucha de clases es puesto en la picota por el poder revolucionario del amor como sentimiento unificador de la humanidad. Al final, el televidente, ¿sorprendido!? o ¡maravillado! puede preguntarse ¿Será?

Sea de ello lo que fuere, el consorcio argentino Telefe Internacional ha logrado colocar su producción televisiva en buena parte de países. Amor en Custodia ha sido vendida, y vista y hasta gozada con éxito, en más de veinte países, entre otros, en países de Europa del Este y de Europa Central y, en Nuestra América, en México, Ecuador, Guatemala, El Salvador y, por supuesto, en Argentina. Guste o no, el éxito de telenovelas como ésta, invita a profundizar la reflexión sobre el género melodramático y las preferencias de la base social sobre él. 🌸