Carta a nuestros lectores

La millonaria contratación de **David Beckham** por el equipo español Real Madrid, ha suscitado el tema de la rentabilidad del mercadeo de las grandes figuras del fútbol mundial. A Beckham no se le ha otorgado oficialmente el título del mejor jugador del mundo. ¿Por qué, entonces, se convierte en la figura más atractiva del mercado? ¿Por qué Ronaldo y otros jugadores de gran prestigio no logran el éxito de Beckham? El artículo de portada de este número de Chasqui trata de dar las mejores pistas para responder a esas y a otras preguntas.

Pocas veces un **bestseller** ha causado conmoción tan inmensa en la opinión pública como el último volumen de la saga del muchacho-mago **Harry Potter**. Por eso Chasqui consideró oportuno el estudiar las causas de este fenómeno y descubrir el secreto de su impacto. Hernán Rodríguez Castelo, crítico literario y distinguido periodista, echando mano de su abundante erudición, nos hace reflexionar con profundidad sobre los alcances de este tema.

La actividad periodística se ha volcado hacia los avances de la tecnología mediática, creando la profesión del **periodista cibernético**, cuyo trabajo se entiende cada vez mejor aunque no se alcance todavía a percibir cuál será, en el futuro, su verdadera dimensión. José Luis Orihuela señala los contornos del presente y atisba las posibilidades del futuro de esta nueva profesión.

La política ha ocupado espacio preferencial en los artículos de Chasqui, porque hay en América Latina un desesperado empeño por descubrir el papel que la comunicación desempeña, en sus sorprendentes resultados. Las **elecciones recientes de Argentina y México** reiteran la sorpresa y exigen una explicación. Juliana Fregoso, Felipe Gaytán y Federico Rey nos anticipan una respuesta.

Pocas veces se reflexiona sobre la **comunicación corporal** en los medios y sobre los efectos como la **anorexia** que ella puede provocar. Victoria Carrillo Durán y Ángel Rodríguez Kauth nos ilustran y deleitan con dos artículos de indudable atractivo.

El tratamiento de los **mitos de la prensa americana**, los temores de la **ley mordaza venezolana** y la brutalidad en los vídeo juegos e Internet, despertarán enorme interés.

Este número de Chasqui ha conjugado la variedad y novedad de los temas junto a su tradicional empeño de tratar lo que al momento cautiva más a la opinión pública.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 83 Septiembre 2003

Director
Edgar P. Jaramillo S.
Editor
Luis Eladio Proaño
E-mail: luiselap@ciespal.net

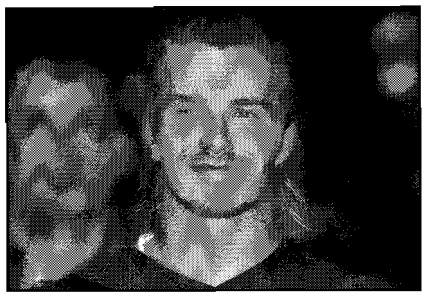
Consejo Editorial
Violeta Bazante — Lolo Echeverría
Héctor Espín — Florha Proaño
Juan M.Rodríguez — Francisco Vivanco

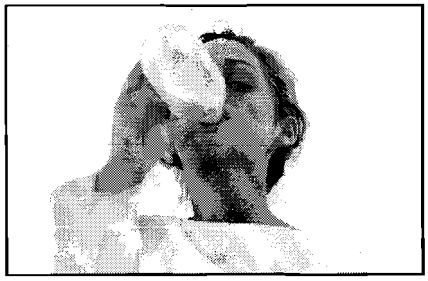
Consejo de Administración del CIESPAL
Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Ottón Morán R,
Ministerio de Educación y Culturas
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición
Jorge Aguirre
Corrección y Estilo
Manuel Mesa
Portada y diagramación
Mateo Paredes
Diego Vásquez
Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.
Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación
Telf.: (593-2) 2506149 - 2544624
Fax (593-2) 2502487
e-mail: chasqui@ciespal.net
web: www.ciespal.net
www.comunica.org/chasqui
Apartado 17-01-584
Quito - Ecuador
Registro M.I.T.,S.P.I.027
ISSN 13901079

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.





PORTADA

4 **David Beckham, un fenómeno de mercado**
Alfredo Arceo

OPINIÓN

12 **El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad**
José Luis Orihuela

ENSAYOS

BESTSELLERS

16 **¿Por qué Harry Potter?**
Hernán Rodríguez Castelo

COMUNICACIÓN POLÍTICA

20 **México y Argentina en sus procesos electorales**
Juliana Fregoso, Felipe Gaytán y Federico Rey Lennon

PUBLICIDAD

30 **Anorexia y bulimia ¿La publicidad víctima o culpable?**
Victoria Carrillo Durán

34 **Comunicación corporal en los medios**
Ángel Rodríguez Kauth

PRENSA

42 **Lucro y patriotismo en la prensa de los Estados Unidos**
Leonardo Ferreira

50 **Las series en los diarios**
Miguel Angel Jimeno

TELEVISIÓN

60 **Ley mordaza en Venezuela**
Andrés Cañizales

INFORMÁTICA

68 **Brutalidad en los videojuegos e Internet**
Fernando R. Contreras

LENGUAJE

74 **Errores comunes en el lenguaje periodístico También yo me equivoco**
Juan Manuel Rodríguez

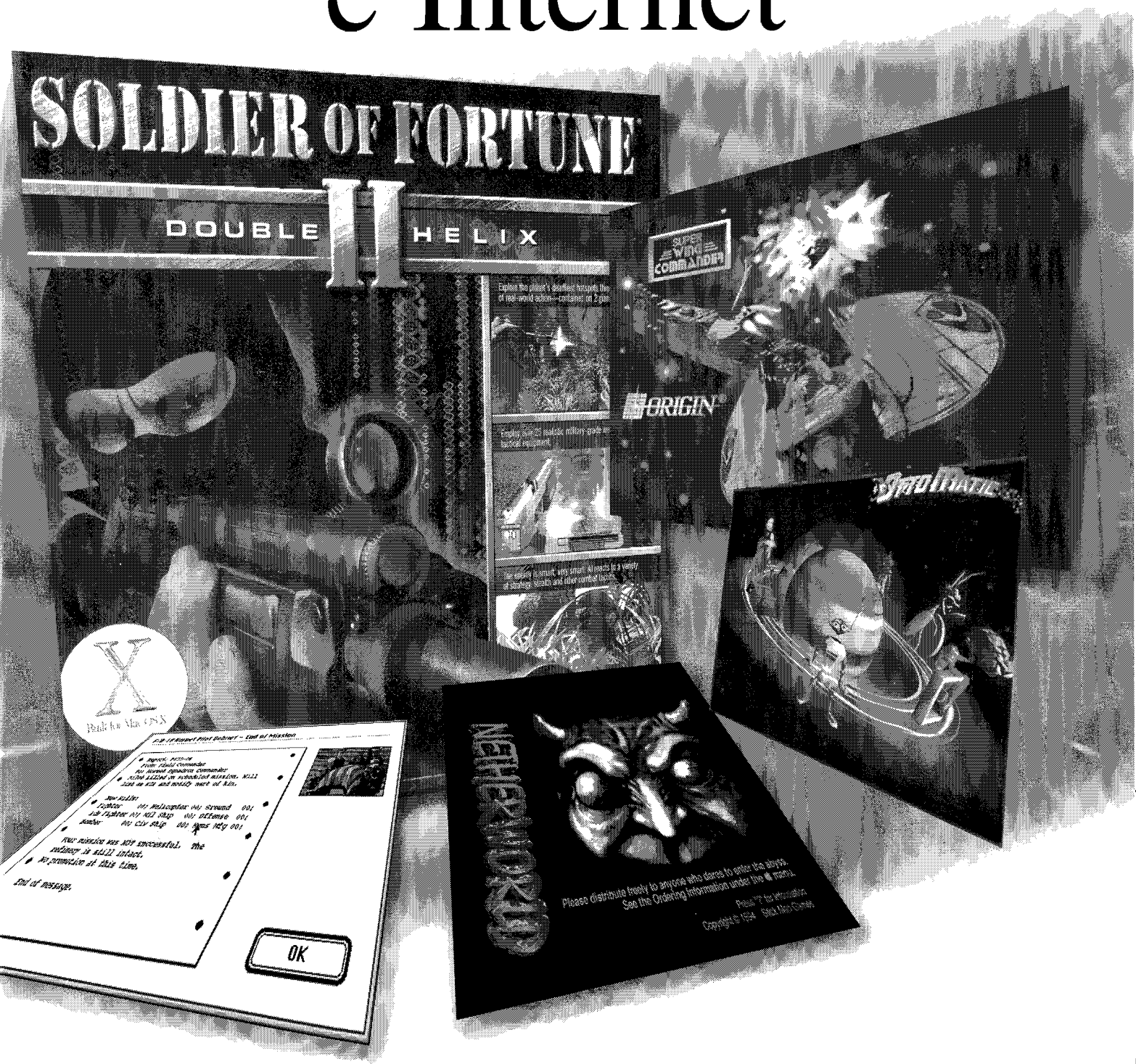
76 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

82 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

88 **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

CIESPAL

Brutalidad en los videojuegos e Internet



Los mensajes de la televisión, el cine, el videojuego o el espacio web no hablan a nuestra inteligencia

Fernando R. Contreras

En muchas ocasiones, los videojuegos o espacios web en Internet reproducen los géneros narrativos audiovisuales con gran éxito. El reconocimiento por parte de los videojugadores o de los usuarios de la red de la historia contada, en los nuevos soportes, les facilita comprender no solo la dinámica técnica de la máquina sino lo que la narración pide de ellos. La tecnología multimedia introduce verdaderos lectores modelos que tienen que actuar frente al texto interactivo, tal como el autor quiere o por el contrario, son penalizados con la expulsión de la historia. Esto solo es un efecto de los múltiples que produce una tecnología capaz de involucrar más al espectador en su mundo virtual. El imaginario recreado en los nuevos medios multimediáticos podríamos asegurar que es el mismo, pero lo que ya no es igual, es el modo de consumirlo. Las nuevas tecnologías han desarrollado más la capacidad de inmersión del espectador. Su acción consiste en eliminar el máximo de marcadores que permita al usuario separar la ficción de lo factual. Sin duda, ello también ha facilitado el que nuevos contenidos violentos puedan ponerse en acción más intensamente.

Violencia en la multimedia

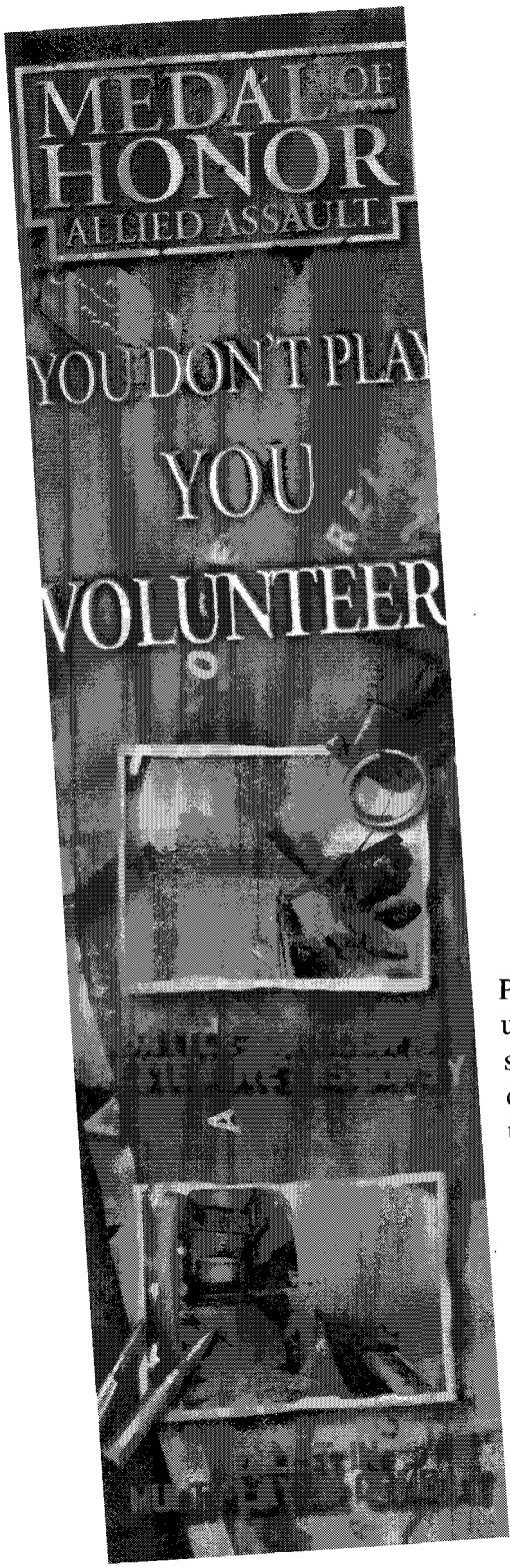
Los mensajes de la televisión, el cine, el videojuego o el espacio web no le hablan a nuestra inteligencia. Los discursos violentos están elaborados para ser percibidos además de ser entendidos. No van dirigidos únicamente a nuestra mente, también alcanzan nuestro cuerpo. El espectador no solo comprende la violencia, sino que la siente. Los mensajes son **catalizados** en una transformación motivada por cuerpos que al finalizar la reacción permanecen inalterados. El consumo de la violencia es una reacción que finalmente no altera el espectador. Así se explica que este espectador pueda almorzar tranquilamente frente al televisor visionando una guerra y sus horrores. Los medios de comunicación desarrollan su labor en un proceso simultáneo que comprende una actividad epistémica, en la cual el espectador conoce mediante su capacidad cognitiva el alcance y la magnitud del acto violento y una segunda actividad fenoménica o vivencial, en la cual percibe y siente corporalmente el sufrimiento y el dolor. El discurso de los medios no se limita a una muestra audiovisual de la violencia, sino que pretende que el espectador también la sufra o la experimente. Lo que cabe plantearse es si el reconocimiento de la violencia en el medio es conocimiento de esa violencia. Para ello es necesario la elaboración cuidadosa de la narración de los acontecimientos. El simulacro fijará un pacto fiduciario con el espectador (un pacto de fe) a través del cual el destinatario va a creer lo que parece ser verdad.

Las imágenes han eliminado lo real y su propio modelo. La cultura occidental ha apostado por un signo que remite al sentido profundo de las cosas; también el signo se ha podido cambiar por el sentido y cualquier cosa ha actuado de garantía de este signo. La violencia mediática ya no corresponde al orden de la apariencia, sino al de la simulación.

La noción de proximidad

Para que el signo pueda reemplazar al objeto real debe existir una proximidad espacial virtual. El espectador debe ser transportado al escenario de la violencia.

Fernando Ramón Contreras Medina, Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Sevilla. Docente y miembro de la International Association Media Communication Research (IAMCR) y de la Asociación Española de Semiótica (AES).
E-mail fmedina@us.es



Los discursos violentos no van dirigidos únicamente a nuestra mente, también alcanzan nuestro cuerpo

Para ello, el medio utilizará varios recursos retóricos y en la construcción del relato tendrá en cuenta los múltiples códigos visuales que pertenecen a la propia pragmática del lenguaje. Emerge la noción de proximidad en el discurso mediático actual como un factor relevante en la exposición de la violencia. La **proximidad espacial** debe contemplarse unida también a la **proximidad temporal,** que siempre tendrá como objetivo final ofrecer un tiempo real (la emisión en directo) y escasamente virtual. El tiempo será escasamente virtual cuando son empleadas las repeticiones de fragmentos de la emisión en directo sobre la propia emisión en directo. Un ejemplo lo tenemos en el ataque terrorista a las Torres Gemelas de los Estados Unidos, en el que las cadenas de televisión, para producir el **efecto de tiempo real**, no cesaban de emitir una y otra vez fragmentos con los impactos de los aviones secuestrados sobre las Torres. Esa proximidad virtual creará en el espectador la sensación de inseguridad y de inestabilidad ("el espectador huele la muerte").

Pero lo importante es la **proximidad** a la muerte que el medio crea en el espectador; es importante para la presentación mediática de la violencia. Ahora, ello explica parte del éxito de las nuevas tecnologías en la simulación de entornos virtuales. La realidad virtual da lugar al fenómeno de la **telepresencia**.

La telepresencia es un concepto que introduce una nueva teoría para entender los mensajes mediáticos. El discurso violento penetra en un lugar inestable, móvil y metamorfo e introduce mensajes que circulan, pierden su sentido, nacen otros de ellos, pierden los códigos o simplemente se encuentran varios en un mismo momento, sin poder apreciar diferencias en ellos. Para ilustrar el fenómeno de la telepresencia mencionaremos el ejemplo de la empresa Entertainment Network, un portal de pornografía de Internet que pidió permiso para difundir las imágenes de la ejecución de Timothy McVeigh, responsable de una matanza en Ocklahoma en 1995.

La telepresencia otorga inmunidad frente al peligro del enfrentamiento directo. Los conflictos pueden organizarse lejos del peligro de que nuestra intimidad, nuestra privacidad espiritual sea dañada. Los nuevos medios mutimediáticos permiten reconciliar nuestro yo ético, evitando la acusación del mal desde las conciencias de los Otros, ya que la nuestra propia no la reconoce. Así trabajan los *chats* de los grupos neonazis, de los cabezas rapadas, de los supremacistas blancos en la red Internet. Han creado una red en la que el odio racial no es pecado, porque la comunidad está constituida de individuos que no reconocen el mal en sus propias acciones y sus foros se convierten en verdaderos escondites virtuales, desde los que rechazan la intervención del Otro distinto a ellos por miedo al contagio.

La noción de interacción

La interacción virtual es una interrelación aséptica y quirúrgica. La violencia del cine y la televisión es una violencia de imágenes cuyo contacto es muy limitado (sólo a la percepción visual). La nueva economía de la violencia transgrede la exhibición del imaginario tenebroso en una búsqueda de más efecto de verdad. El videojuego utiliza infraestructura tecnológica que permite la inmersión completa del usuario y al mismo tiempo produce nuevos objetos culturales.Existe un ejemplo ilustrador en el MUD o chat dedicado a los juegos de rol.

Reflexionando sobre este ejemplo, inducimos que es la interacción de la comunicación multimedia la responsable del **efecto borrador** de los límites entre el imaginario y el mundo real. En la interacción conversacional se ha generado el mundo virtual en el cual viven los internautas de modo real. Los significados que circulan en el MUD no tienen capacidad de traspasar el mundo virtual en el que fueron creados. Está claro que existe una contradicción interpretativa por parte de los sujetos de la comunicación. Pero lo que no cabe duda es que la realidad social es reconstruida por el medio mutimediático e incluye la violencia. Para ello, los modelos narrativos de los medios mutimediáticos necesitan de imperfección. Pero lo mismo que el mundo real, esta imperfección puede llegar a ser tan extrema, en el mundo virtual, que sorprende y afecta, como si el acontecimiento fuese real. De este modo, la violencia actúa en ocasiones como recurso narrativo que otorga realidad a lo contado o a lo sucedido. No obstante, lo normal es que la violencia en los medios venga acompañada del efecto de **fabulación del mundo** amortiguando el conflicto.

La noción de identidad

Como observa Zickmund, Internet ha transformado la relación natural de la comunidad y la identidad con nosotros. En orden a otros grupos, el nuevo medio ha afectado la cohesión de las organizaciones extremistas. Individuos que propagan ideologías nazis han operado tradicionalmente con recursos limitados a su estructura organizativa. Pero debido a la emergencia del correo electrónico y a la www, los extremistas están ahora descubriendo el significado de difundir sus mensajes a través de los limitados confines de sus alianzas pre-establecidas.

La literatura extremista funciona como la articulación discursiva de una comunidad; y expresa la conciencia histórica y la identificación cultural.

El imaginario violento de los grupos xenófobos, racistas y extremistas, sus doctrinas criminales que no tenían cabida en los medios de comunicación tradicional,

La telepresencia es un concepto que introduce una nueva teoría para entender los mensajes mediáticos

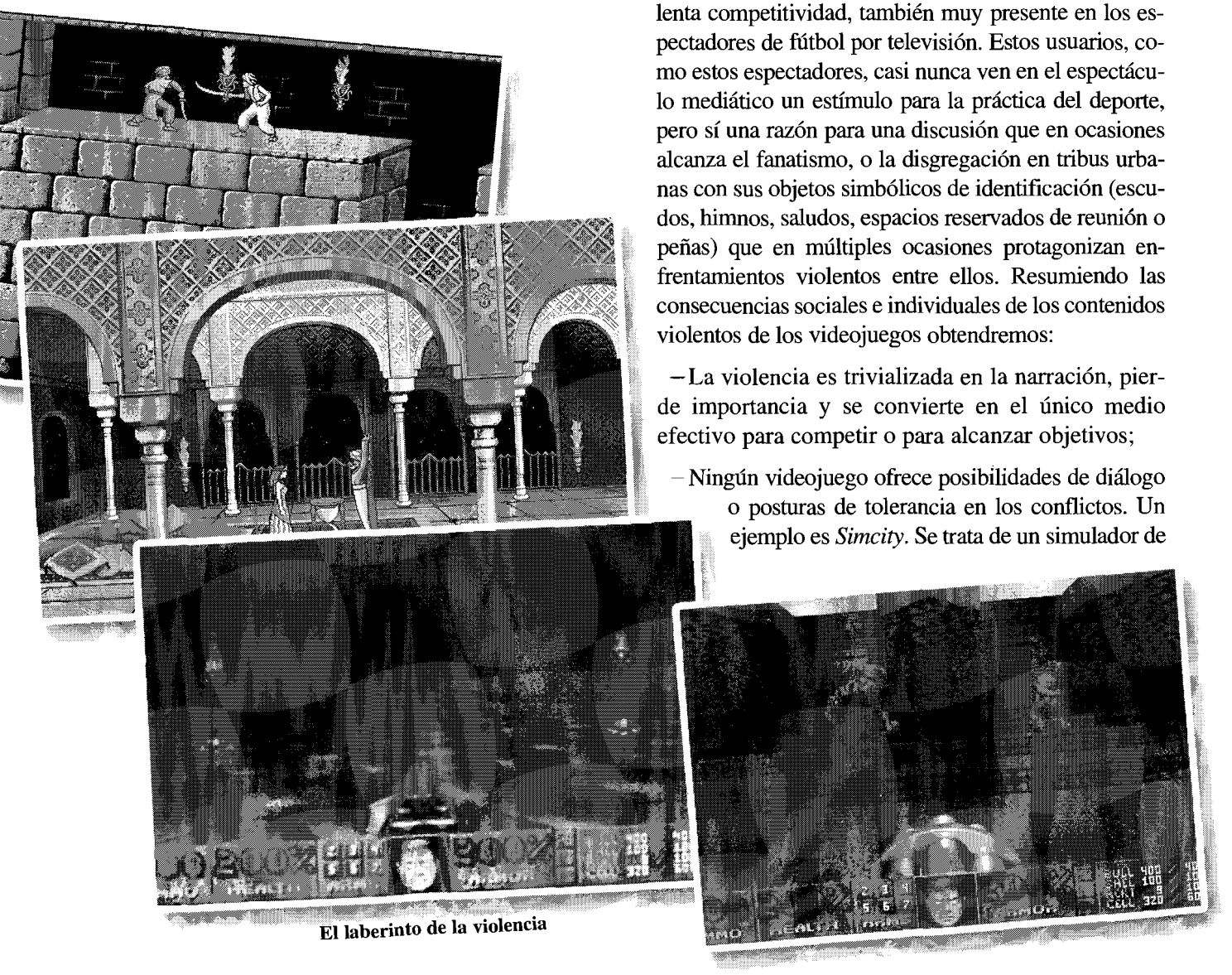
pueden propagarse ahora en la libertad de la red Internet. La Red ha permitido la difusión de mensajes residuales que ningún medio incorporaría por vergüenza a su contenido amoral. El odio racista a lo afroamericano, a lo homosexual o lésbico, a lo judío y a lo hispano construye un imaginario tenebroso alrededor del Otro.

Estos contenidos son debatidos, mediante la interacción anteriormente comentada, en las cibercomunidades radicales o *newsgroups*. Los miembros de estas asociaciones suelen emplear símbolos tomados de la II Guerra Mundial, más concretamente del Tercer Reich o también íconos de dictaduras políticas, de violencia y muerte, como es el caso de la página web: "Indepedent White Racist Homepage". Esta cibercultura refleja, en general, una fijación por la estética de la guerra.

La agresividad violenta es notoria en múltiples videojuegos (algunos son videogames on line o videojuegos a través de Internet) donde el objetivo es la eliminación de lo Otro que toma distintas formas con distintos fines. En *Doom*, es un grupo de alienígenas que invaden nuestra base lunar. Debemos eliminarlos y para ello contamos con distintas armas. La más espectacular es una motosierra que permite al usuario destrozar al alienígena salpicando toda la pantalla de sangre, acompañado de guturales gritos de dolor y sufrimiento. Los estereotipos y roles sociales respaldan la marginación de sectores sociales. Por ejemplo, videojuegos que reproducen viejos esquemas sexistas. En *The Prince of Persia*, un príncipe rescata a una indefensa y torpe princesa que tiene enamorado al príncipe y a un traidor servidor del sultán por su belleza (nunca por su inteligencia). Los juegos deportivos (que simulan deportes) no refieren la sana competición, sino la salvaje y violenta competitividad, también muy presente en los espectadores de fútbol por televisión. Estos usuarios, como estos espectadores, casi nunca ven en el espectáculo mediático un estímulo para la práctica del deporte, pero sí una razón para una discusión que en ocasiones alcanza el fanatismo, o la disgregación en tribus urbanas con sus objetos simbólicos de identificación (escudos, himnos, saludos, espacios reservados de reunión o peñas) que en múltiples ocasiones protagonizan enfrentamientos violentos entre ellos. Resumiendo las consecuencias sociales e individuales de los contenidos violentos de los videojuegos obtendremos:

– La violencia es trivializada en la narración, pierde importancia y se convierte en el único medio efectivo para competir o para alcanzar objetivos;

– Ningún videojuego ofrece posibilidades de diálogo o posturas de tolerancia en los conflictos. Un ejemplo es *Simcity*. Se trata de un simulador de



El laberinto de la violencia

una ciudad en la que el jugador actúa de alcalde. Para bajar las tasas de criminalidad en la ciudad, el videojuego ofrece la posibilidad de construir comisarías de policía; algo que no puede lograrse con otra acción menos represora como la construcción de más escuelas. Otros contenidos violentos no físicos pero con la misma eficacia son: la violencia verbal, el consumismo, los modelos sexistas y un concepto inhumano de la competitividad. Para los niños, los contenidos violentos introducidos son aquellos que afectan a su círculo cercano (familia, casa, juguetes, etc).

La noción de modelo

Un análisis profundo de estos fenómenos muestra que el proceso es descrito a través de la objetualización del sujeto. El sujeto es el objeto de deseo y la fuerza, que hace al objeto deseable, es destructiva y violenta. El propio sujeto es el objeto de la destrucción. De este modo, los medios ofrecen tres posibilidades al usuario o al espectador: la criminalidad mediática, el sacrifico mediático y el suicidio mediático. Ahora la pregunta que deberíamos responder, es ¿cómo lo hace posible?

En parte, ya hemos ido respondiendo a esta cuestión, pero insistiremos más, aunque sólo lo estipularemos en términos generales, debido a la extensión de la cuestión. La creación mediática de espacios virtuales requiere del proceso de modelización. En este sentido, la tecnología media hacia modelos mentales, pero todavía no es capaz de construir modelos que actúen como réplicas perfectas de mentes.La modelización es un proceso que se despliega en dos direcciones. Por un lado, debe reproducir todos los estímulos perceptivos que constituyen el fenómeno, el acontecimiento o el objeto para elaborar un modelo sensible y por otro lado, necesita conocer las propiedades específicas e internas del fenómeno, acontecimiento o el objeto con el fin de elaborar un modelo epistémico. Es decir, la modelización facilita la observación y el conocimiento del fenómeno, acontecimiento u objeto. La modelización de la violencia mediática no es distinta de otros casos. La violencia es representación (modelo perceptivo) y es emoción (modelo cognitivo). La emoción o los sentimientos son vías del conocimiento como han demostrado los estudios de Picard.

En la producción, la violencia alcanza el modelo ideal en la réplica perfecta del comportamiento asesino y agresivo del sujeto. El modelo debe reunir actitudes, tendencias y comportamientos sociales e individuales. En la circulación, el flujo crea un universo artificial en el que el sujeto muestra los auténticos valores axiológicos y culturales. El efecto del flujo solo puede darse en un contexto determinado cultural, social y político. El sujeto estable es capaz entonces de plantearse su relación con el mundo a través de la sustitución. En ese momento, la representación alcanza un *status* superior a la presencia de un referente, en una sociedad donde su universo simbólico es vivido intensamente.

En el consumo, el problema no es el significante, ni siquiera discursivo sino perceptivo. La simbolización y la representación exigen una exterioridad con la que confrontar una y otra vez. En el caso del imaginario numérico esto está muy claro, pues prescinde totalmente de esa exterioridad. En los medios, la realidad tiene que parecerse al significante del discurso, y no al revés. Es lo que llamaríamos la perversión de la imagen: la omisión clara de una distinción ontológica (esencia/apariencia, forma/sustancia, original/copia, modelo/reflejo). El simulacro ya no es original, ni copia. El simulacro es otra cosa que ha adquirido categoría de real.

Violencia, réplica del mundo real

La violencia multimediática es un modelo o una réplica del mundo real. No vivimos una era de simulacros, vivimos una era de modelos a través de los cuales conocemos y tememos la realidad. Proyectamos a través de las tecnologías de la comunicación nuestras experiencias vitales. Sus efectos más inmediatos sobre la propia experiencia humana son:

- la sustitución del mundo real por la ficción o el simulacro;

- el signo que no aparece en ausencia del objeto, sino que lo reemplaza como objeto;

- lo imaginario experimenta una cosificación: forma/sustancia.