

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 67 - SEPTIEMBRE 1999

Director

Edgar Jaramillo Salas

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Edgar Jaramillo Salas
Fernando Checa Montúfar
María del Carmen Cevallos
Guadalupe Fierro
Nelson Dávila Villagómez
Héctor Espín

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Mary Lou Parra de Hay,
Ministerio de Educación y Cultura
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO
Luis Espinoza, FENAPE
Jorge Iván Melo, UNP
Lenin Andrade, AER

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa
Franzisca Muche

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 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

Es la época de las vacas flacas, pero confío en Ud.", me advirtió el Dr. Asdrúbal de la Torre, ex director general del CIESPAL, cuando el 2 de mayo de 1995 me propuso el cargo de editor de *Chasqui*. Y así era: en diciembre de 1994, el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania había concluido y, por tanto, la revista dejaba de recibir un importante ingreso económico que, durante 14 años, le había convertido en uno de los más importantes proyectos editoriales de Latinoamérica, en el área de la comunicación.

Sí, efectivamente, empezaba la época de las "vacas flacas"... en lo económico, mas no en lo humano pues, además del equipo del CIESPAL, estaba una larga lista de colaboradores, muchos de ellos con un importante prestigio internacional, que constituían el capital humano de *Chasqui*; y centenares de lectores que, no obstante la creciente crisis económica de la región, eran un soporte importante vía suscripciones.

Fue un reto que no dudé en asumir y que me ha marcado en la enorme responsabilidad que implicaba y en la enriquecedora experiencia -personal y profesional- que prometía. Fue un reto tenaz por el prestigio y la calidad de una de las más importantes revistas de comunicación de la región. Han pasado más de 4 años -17 ediciones- y este fundamental ciclo en mi vida llega a su fin. Nuevas tareas, nuevos retos y nuevos caminos que me propongo transitar llaman mi atención.

Al iniciar mi gestión como editor me propuse fortalecer y renovar este espacio como un foro para el debate y la socialización de pensares y sentires en torno al apasionante mundo de la comunicación, desde la perspectiva latinoamericana. Más importante que el balance que yo pueda hacer, está una realidad que los lectores sabrán evaluarla en su verdadera dimensión. En cualquier caso, los resultados corresponden al trabajo de un equipo que a lo largo de estos años me ha acompañado: Martha Rodríguez (asistente de edición), Isaías Sánchez (distribución y ventas), Maggie Zambano y Liz Ruano (secretarías), Manuel Mesa (corrección de estilo). A los que se suman los compañeros de la imprenta quienes, pese a las carencias, cumplieron apropiadamente: Arturo Castañeda, Alfredo Castro, Antonio Macías, Jorge Pérez y Luis González.

Además, está el aporte de incontables colaboradores que con sus textos y consejos han hecho *Chasqui*. Un especial reconocimiento a Manuel Calvo Hernando y su permanente apoyo. También a colaboradores que con asiduidad aparecieron en estas páginas: Valerio Fuenzalida, Susana Velleggia, Carlos Morales, Christian Ferrer, Octavio Getino, Daniel Jones, José L. García, Javier Esteinou Madrid...

Uno de los aspectos importantes en esta época ha sido la "internetización" de *Chasqui*. Esto no habría sido posible sin la incondicional y generosa colaboración de Bruce Girard y Amy Mahan, entrañables amigos y compañeros en la esperanza, quienes crearon y mantienen nuestro *web site*, recurso invaluable para la promoción y proyección de la revista en esta era "ciberspacial".

Me queda la satisfacción del deber cumplido (no solo que *Chasqui* sigue siendo una de las más importantes revistas de la región, sino que ha logrado una mayor presencia fuera de ella) y de las magníficas relaciones que he ido construyendo con los hermanos de Nuestra América, y de otros lares, que comparten conmigo la utopía de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. Todas las páginas que hemos hecho juntos -alrededor de 1.600- han tenido esa intención y espero que hayan contribuido a ello.

Gracias por todo y les invito a mantener el contacto (e-mail: fcheca@ecnet.ec). Un fuerte abrazo.



Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACIÓN: ENTRE LA GLOBALIZACIÓN Y LA GLOCALIZACIÓN

El creciente proceso de globalización provoca algunas tensiones, especialmente entre lo global y lo local. Frente al avasallamiento que ello implica, más aún por el debilitamiento del Estado, es necesario fortalecer prácticas regionales y locales hacia la constitución de una ciudadanía y una democracia que enfrenten adecuadamente ese proceso, inevitable y de enormes consecuencias.



LOS DESAFÍOS DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

Para Gabo, "periodismo investigativo" es una expresión redundante. Sin embargo, la realidad y carencias de esta profesión en la región, demandan una capacitación y prácticas investigativas sistemáticas, más aún por la creciente corrupción e impunidad pública y privada.

- 36 La investigación periodística computarizada en América Latina
Pedro Enrique Armendares
- 40 Confidentes e informantes
Fernando Rueda
- 44 Los obstáculos
Eleazar Díaz Rangel
- 47 El derecho de acceso a la información pública en Latinoamérica
Ernesto Villanueva

4 La sociedad de redes (o las redes de la sociedad)
Fernando Mires

20 Medios, periodistas y globalización
Luis Suárez

10 Industrias culturales y globalización
Octavio Getino

24 Más allá de la PC: después de la convergencia digital la divergencia, ¿y qué?
Alejandro Piscitelli

16 Políticas culturales: entre el mercado global y la democracia
Susana Velleggia

28 Globalización de contenidos y últimas tecnologías
Francisco Ficarra

32 De lo barrial a lo global
Judith Gerbaldo



- 50 ¿Patear el tablero o resistir?
Sandra Crucianelli
- 52 El periodismo investigativo en la era digital
Alma Delia Fuentes
- 56 México: el periodismo económico de investigación
Francisco Vidal
- 61 México: contar para cambiar. Jóvenes reporteros de investigación.
Antonio Ruiz Camacho

CIESPAL: 40 AÑOS DE APORTE

Enfoques críticos sobre esta institución pionera, a propósito de sus 40 años de vida.

- 66 CIESPAL: el rescate de las voces del Sur
Cremilda Medina

- 70 CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo
Eduardo Meditsch
- 75 La experiencia del CIESPAL en los años 90
Daniel Prieto Castillo

APUNTES

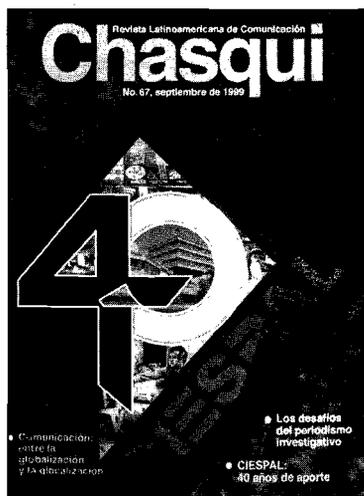
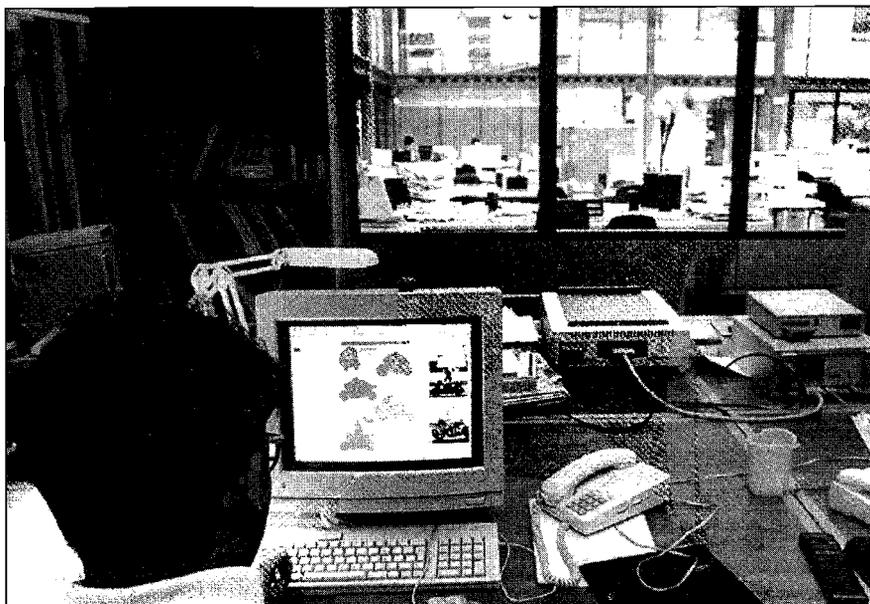
- 79 Sokal, postor
Christian Ferrer
- 83 Cultura, prensa y periodismo cultural
Kintto Lucas

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 88 Revistas iberoamericanas de comunicación
Daniel E. Jones
- 91 Reseñas



PORTADA Y CONTRAPORTADA

Diseño: Vinicio Guerrero



¿Patear el tablero o resistir?

No es lo mismo ejercer periodismo de investigación en una ciudad pequeña que en una capital. No es lo mismo hacerlo en un diario que en TV. No es lo mismo trabajar para un medio familiar que para una corporación. No es lo mismo, definitivamente. En la mayoría de los medios, las dificultades para ejercerlo desmotivan... lo importante es resistir.



Amorós/Porotto Star

"Periodismo de Investigación es difundir lo que alguien no quiere que se sepa. El resto es propaganda". Horacio Verbitsky, *Un mundo sin periodistas*.

La primera vez que escuché una conferencia sobre periodismo de investigación, hace ya quince años, me sentí fascinada. El periodista-detective contaba historias increíbles, entre las que se mezclaban la necesidad de ponerlas en el tapete y la intención de los poderosos por mantenerlas ocultas. Eso era lo que yo quería ser. Eso era lo que quería hacer.

Por ese entonces, trabajaba en el diario de Bahía Blanca, una mediana ciudad del interior de la provincia de Buenos Aires y convencida de que antes de pisar el terreno debía conocerlo, me tomé un tiempo bastante largo para leer, hacer cursos y tratar de aprender los secretos de esa maravillosa faceta del periodismo: la investigación. Pero no la de todos los

días, la de contrastar fuentes y obtener datos para ponerlos en un contexto, sino la que va más allá de la noticia diaria, la que trata de revelar asuntos que alguien quiere ocultar y que pueden exponerse gracias al trabajo documental, a la perseverancia y, a veces, al ingenio.

Comencé como empiezan casi todos, ocupándome de temas sociales, a los que autotitulé "investigativos", cayendo en el frecuente error de confundir "periodismo en profundidad" con periodismo de investigación. Pero las cosas no resultaron tan sencillas:

1. La empresa para la que trabajaba era propiedad de una familia (no una corporación con un directorio pluralista) y, por consiguiente, su política editorial incidía directamente en su política periodística cotidiana, por lo que algunos temas resultaban inabordables o con franca tendencia a que queden archivados en el directorio de la computadora.

2. El diario dependía del caudal publi-

citario para sobrevivir. Por lo que, también, ciertas temáticas, anunciadas de por medio, pasaban al olvido o a ser objeto de enfoques "más suaves".

3. La consecuencia más directa de 1) y 2) fue que se terminaba investigando a unos sí, y a otros no.

4. El problema de fuentes. En las grandes ciudades uno no conoce a la persona o grupo que está investigando. En una ciudad como la mía, de apenas 300.000 habitantes, es muy probable que uno termine investigando a conocidos, incluso familiares o amigos. Y como no hay excepciones, la mala persona termina siendo uno.

5. El acceso a la información. Desde el interior, casi todo se complica. En América Latina, la información suele es-

SANDRA CRUCIANELLI, argentina. Periodista investigadora, instructora en el Centro Latinoamericano de Periodismo, productora y directora de la unidad investigativa del programa semanal "De qué se Habla", del Canal 7 de Bahía Blanca.
E-mail: scruci@freenet.com.ar

tar centralizada en los órganos de gobierno (el control externo no existe). Sin fuentes ni contactos en las capitales, es muy difícil llegar a obtener información de primera mano. Y para tenerlos hay que estar allí, lo cual sale muy caro. Internet todavía no venció esa barrera, dado que nuestros países no suelen poner "lo que estamos buscando" en la red. Para investigaciones a nivel nacional los datos *on line* suelen ser jugosos, pero para las de nivel local o regional, son casi inexistentes. Pongo como ejemplo el de un frigorífico aparentemente en quiebra, radicado en Bahía Blanca, propiedad de una empresa paraguaya y que en estos días está dejando sin trabajo a casi 300 trabajadores. Los capitales se habían "volatilizado" y queríamos investigar a sus dueños y accionistas, pero la red no nos ayudó en casi nada y los únicos datos que obtuvimos solo fueron merced a la buena predisposición de un colega del diario ABC

Este año, para poder poner en el aire al programa, debimos reducir la cantidad de integrantes de la unidad investigativa y optimizar los pocos recursos que teníamos. Las grandes empresas continúan negándose a auspiciar nuestro producto y las agencias de publicidad hacen *lobby* para que aquellas no publiciten en nuestro espacio porque, claro, no le garantizamos ni silencio ni complicidad a nadie.

Color, que vía *e-mail* nos remitió algunos datos, aunque sin documentar.

Del diario a la TV

Convencida de que era imposible ejercer esta especialización con condiciones tan poco favorables, me alejé del diario y comencé a trabajar en un canal de televisión hace tres años en el que, al menos, no tenía los obstáculos 1) y 2). La estación era (es) un medio cooperativo (los empleados son sus dueños) y recibía (recibe) muy poca publicidad oficial, por lo que las condiciones de independencia periodística, estaban aseguradas.

Por suerte, el pronóstico se cumplió y pude dar rienda suelta a mis ganas de investigar metiéndome en todo cuanto quise: evasión fiscal, violaciones a los derechos humanos, control del gasto público, etc. La receta no fue tan difícil. Formé una unidad investigativa con egresados de la escuela de periodismo, y pusimos en el aire decenas de trabajos en el marco de un programa semanal, titulado "De qué se Habla", de neto corte investigativo. Pero comenzaron a surgir otros problemas:

1. La escasez de recursos. Tenemos toda la libertad, pero es difícil solventar gastos mayores: contratación de personal para la revisión de archivos, pago de viáticos, viajes o gastos para el desenvolvimiento de la unidad.
2. En medio de un panorama favorable a medias, debimos agudizar todo nuestro ingenio, pero la suerte no nos ayudó. Muchos auspiciantes decidieron levantar las pautas publicitarias del programa y otros se resisten a ponerlas, ya que nadie quiere invertir en un programa periodístico donde corren el riesgo de ser denunciados. Nunca vendimos (ni venderemos) protección periodística y el costo de esa decisión política comenzó a hacerse sentir.
3. Los poderosos comenzaron a inquietarse. Nos empezaron a mirar de reojo. Ya no éramos ni simpáticos, ni agradables. Eramos y somos, simplemente, molestos.

¿Patear el tablero o resistir?

La unidad investigativa del *Canal 7* de Bahía Blanca es la única que funciona en una región de casi 800.000 televidentes, en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, y nuestro programa es el

único de periodismo de investigación en esa geografía.

Este año, para poder poner en el aire al programa, debimos reducir la cantidad de integrantes de la unidad investigativa y optimizar los pocos recursos que teníamos. Las grandes empresas continúan negándose a auspiciar nuestro producto y las agencias de publicidad hacen *lobby* para que aquellas no publiciten en nuestro espacio porque, claro, no le garantizamos ni silencio ni complicidad a nadie. Los escasos ingresos publicitarios que tenemos, apenas sirven para solventar los costos técnicos.

A veces pensamos, "tiene que haber una forma de generar un producto periodístico independiente en televisión, sin que haya que vender nuestra independencia", pero hasta ahora, no la hemos encontrado. Esa fórmula sigue siendo un misterio. Y por eso, los que estamos embarcados en el proyecto, lo hacemos sin llevarnos un peso en el bolsillo. Se dijo y se escribió:

- La autosuficiencia económica de un medio es condición *sine qua non* de su autosuficiencia editorial
- La libertad basta, en sí misma, para poder poner un producto periodístico en el aire.

Estos dos enunciados del periodismo, tantas veces pronunciados, son falsos. Se cumplen a medias y, a veces, ni eso. La práctica y los tropezones que nos damos quienes estamos abocados a la, por momentos, dura tarea de investigar nos demuestran que son verdades relativas que caen del pedestal ante nuestros ojos todos los días. La realidad me demuestra cotidianamente que lo único que hacemos es resistir.

Lo peor del caso es que una parte de la audiencia para la que hacemos nuestro trabajo, desconoce tanto de nuestra profesión que llega a pensar, incluso, que los colegas que tienen los bolsillos llenos de dinero son "buenos periodistas". A veces, como conductora del grupo, siento ganas de patear el tablero, de abandonar todo y hasta de dedicarme a otra cosa.

Después, miro a mis tres pequeñas hijas a los ojos, tomo un poco de aire, me trago la amargura y siento de vuelta el envión, el que me da la pasión de la búsqueda de la verdad, la lucha contra lo injusto, la defensa del más débil y esa necesidad inexplicable de poner luz allí donde haya sombras. ■