



Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Nº69 Marzo 2000

Director

Edgar Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Guadalupe Fierro

Nelson Dávila Villagómez

Lolo Echeverría

Washington Bonilla

Francisco Vivanco

Héctor Espín

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla

Universidad Central del Ecuador

Paulina García de Larrea

Ministerio de Relaciones Exteriores

Gabriel Pazmiño,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO

Luis Espinoza, FENAPE

Flora Proaño, UNP

Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Eugenia Avalos

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada, maquetación e ilustración

garabato@uio.satnet.net

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito Ecuador

Telf.: (593-2) 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

Se permite su reproducción siempre
y cuando se cite la fuente y se envíen
dos ejemplares a Chasqui.



OPINIÓN

- 4 **PRENSA CORRUPCIÓN Y PODER**
Lolo Echeverría

ENSAYOS

- 10 CINE
TODO SOBRE ALMODÓVAR
Juan Fernando Jaramillo
- 16 CINE
**ECUADOR Y AMÉRICA LATINA
¿ES SU CINE ESCASO Y DE MALA CALIDAD?**
Sebastián Cordero
- 22 PERIODISMO
EL PERIODISTA CORRUPTO
Enrique Roldós
- 28 IMAGEN ELECTORAL
**NUEVA IMAGEN ELECTORAL EN CHILE:
Campaña de Lagos y Lavín**
Jacobo Velasco
- 36 TELEVISIÓN
**VERIFICADORAS DE AUDIENCIA:
¿Son confiables los estudios de sintonía?**
Sergio Gaete
- 42 RADIO
LA LUNA: Una experiencia radial en la caída de Mahuad
Paco Velasco
- 48 SOFTWARE
WINDOWS ME: un sistema operativo mejorado
Carmen Alicia Fernández
- 54 DERECHO
**AUTORREGULACIÓN DEL PERIODISMO:
Por qué se opone el Estado Mexicano
a la reglamentación del derecho a la información.**
Javier Esteinou
- 62 LENGUAJE
ERRORES EN EL LENGUAJE PERIODISTICO
Simón Espinosa



ACTIVIDADES CIESPAL

- 66 Lo que pasó y lo que vendrá



En ausencia de reglas legales que la defiendan, la actividad periodística en América Latina está controlada por políticos y empresarios.

Este escenario alienta la corrupción de los comunicadores y condiciona a la prensa independiente

El periodista corrupto

Enrique Roldós
periodista uruguayo

Una de las materias preferidas de la prensa es la corrupción de los otros y escasas veces los periodistas nos interrogamos públicamente sobre qué sucede dentro de nuestra profesión. Esta situación condujo a que en Uruguay, hace pocas semanas, el director y propietario de la revista Posdata se agraviara porque algunos órganos de prensa informaron sobre las instancias judiciales en que se encontraba involucrado por delitos económicos. De inmediato se le contestó con un dato obvio: su revista difundía muy frecuentemente información surgida de los tribunales. No podía pretender ser una excepción.

Este caso es representativo de un fenómeno bastante extendido en el mundo, el del «periodista dueño de medios». Se trata de un híbrido profesio-

nal en el que se confunden la libertad de prensa con la libertad de empresa. Equilibrar en una misma persona el interés de lucro con el afán de verdad parece una tarea difícil, dado que los mismos se encuentran en permanente tensión. La situación se agrava en medios de pequeño o mediano porte sin demasiada solvencia económica.

Trabajo insalubre

En cambio el periodista profesional no padece esta tensión: recibe un salario y de él no se espera que hable de un mundo imaginario o recordado, sino que refleje e interprete la realidad. Sin embargo, no siempre el producto que recibe el público es el esperado, porque los medios no funcionan en ambientes de laboratorio. La posición política de la empresa, su inserción en un conglomerado multimedia y el peso de sus avisa-

dores -con gritos o susurros- ponen trabas a su línea periodística. En estas circunstancias -presentes en la mayoría de los medios latinoamericanos- el profesionalismo retrocede hasta embotarse, refugiándose en lo oficial y en aquello que afirman las fuentes interesadas. La investigación propia se transforma en una rareza y, cuando existe, muchas veces no está comprometida con el público sino que es funcional a los intereses de determinados grupos de poder.

¿Es corrupto el periodista que trabaja dentro de este esquema? No lo es necesariamente, ni la mayoría de las veces, pero sin dudas podría desarrollar su profesión en un medio que le proporcionara mayores libertades. Aun con las limitaciones que la empresa impone, se debe aspirar a un ejercicio honesto de la profesión; a que el periodista refleje la verdad, que actúe con equilibrio en los reportajes y en los espacios de opinión, en lugar de plegarse a los intereses del medio periodístico para el que trabaja.

Es corrupto aquel que, para ascender en su carrera, un día se encarniza interrogando a un candidato presidencial y al siguiente le sostiene el

**Es corrupto aquel que,
para ascender en su carrera,
un día se encarniza
interrogando a un
candidato presidencial
y al siguiente le sostiene
el micrófono a otro,
para que declare
lo que se le ocurra**

micrófono a otro, para que declare lo que se le ocurra. En Uruguay son varios los periodistas que han obtenido permisos para operar emisoras de radio como recompensa por su parcialidad en los reportajes. Obviamente, estas recompensas tienden a reproducir las adhesiones políticas y las restricciones a la información.

La falta de compromiso con la profesión y con la realidad -que evidencian las conductas antedichas- tienen un límite impuesto por las nuevas tecnologías y la globalización. El ingreso de la televisión para abonados alcanza, en algunos departamentos del país, una penetración del 80 por ciento y muestra otros ejemplos de periodismo, si no modélicos en sí mismos, largamente avanzados respecto a la situación uruguaya.

Política y negocios

El departamento donde la corrupción de los periodistas ha llegado más lejos en Uruguay es el de Maldonado, centro de blanqueo de dinero proveniente de Argentina, Brasil y Paraguay. Los pesados impuestos que afectan a los propietarios de residencias de veraneo llenaron las arcas municipales de Maldonado y dieron amplio margen de manejo a la administración para comprar medios y periodistas. Radioemisoras de color partidario opuesto a la administración municipal del Partido Nacional se volvieron repentinas partidarias de la misma, y siete periodistas locales fueron contratados en dependencias municipales. También en Maldonado, un periodista de la prensa escrita apareció de la noche a la mañana como dueño de una radioemisora de FM. Una grabación, presentada ante la Junta Departamental de Maldonado por un edil, evidenció la práctica de esta política; probó que a las radios y semanarios se los compraba con avisos y a los periodistas con empleos. De esta forma se clausuraba todo espacio para la expresión discrepante con el oficialismo, tanto local como nacional.

Existe asimismo otras formas menores de corrupción periodística, como la venta de tapas de revistas y suplementos para mejorar la cotización de algún jugador de fútbol o aumentar la de una

actriz, recurso muy utilizado en Argentina. En este proceso intermedian inevitablemente los periodistas. En Uruguay se constata abundantes casos de venta de tapas y notas «atadas» en suplementos económicos, a cambio de publicidad en los mismos o en los diarios a los que estos pertenecen. Los citados son subproductos periodísticos donde la calidad de redactor se une a la de productor publicitario, con un claro predominio de esta última condición, de modo que la nota que se publica es la que aporta publicidad.

En muchos países se utiliza también la venta de impunidad: en posesión de una noticia se negocia su no publicación a cambio de fuertes sumas de dinero. Claro que en estos casos la corrupción del industrioso empresario periodístico no tiñe necesariamente al periodista que obtuvo la información. Por el contrario, tiende a frustrar sus motivaciones y lo incita a buscar aires más propicios.

La vinculación entre propaganda y periodismo se advierte igualmente en la radio, detrás de reportajes a empresarios en espacios que no se definen

como «de negocios» o «de empresa», sino que parecen formar parte de los programas periodísticos.

En una importante cantidad de medios argentinos la crítica de libros, asociada a los intereses de las grandes editoriales, es un «clásico» del mismo calibre que la cinematográfica. El favoritismo de los cronistas se traduce luego en fajas elogiosas para los libros o extractos convidadores en los avisos de películas o cajas de videos. En estos casos el sobre de fin de mes, proveniente de los elogiados, llega a ser más voluminoso que el del diario para el que trabajan.





Corrupción del periodismo deportivo

El interés subalterno no se limita a la política sino que también se aprecia en el fútbol. Cuando la Asociación Uruguaya de Fútbol contrató con la firma Torneos y Competencias la exclusividad para la transmisión de los partidos de fútbol, los canales privados de televisión aérea uruguayos perdieron la posibilidad de emitir gratuitamente imágenes de los goles de los partidos de fin de semana. (En cambio, lo hizo un espacio privado contratado en el canal estatal). Este hecho les produjo un importante daño económico, razón por la cual comenzaron una campaña tendiente a revertir esta situación. Al cabo de los años, los mismos periodistas que argumentaron fogosamente en defensa de la «libertad de prensa» y se lamentaban de las privaciones que sufriría el público, dejaron de tratar el tema aunque la situación fuera la misma de antes. Sucede que sus canales adquirieron los derechos de transmisión, pero son dueños también de la televisión para abonados y los emiten por este medio.

En muchos países se utiliza también la venta de impunidad: en posesión de una noticia se negocia su no publicación a cambio de fuertes sumas de dinero

El periodista deportivo tiene el mismo deber de objetividad que quien se ocupa de asuntos políticos; sin embargo, mientras el cronista político tiene el trabajo más o menos asegurado, el deportivo depende del entusiasmo del público: a mayor entusiasmo, mayor audiencia y más lectores. Entre los que se desempeñan en este ámbito pocos se sustraen a la tentación de «inflar» a equipos y jugadores e ingresan así en una zona bastarda de la profesión. De esta manera, una aislada actua-

**Un caso uruguayo, que supera a todos los otros,
es el de un periodista cuya línea editorial consiste
en defender a un poderoso contratista de jugadores quien,
mediante el chantaje, ha llegado a controlar las decisiones
de los clubes y de la misma Asociación Uruguaya de Fútbol**



ción destacada de un jugador es juzgada como «consagración definitiva» y las especulaciones sobre su cotización millonaria en dólares están a la orden del día. La inflación alcanza a las consideraciones previas a partidos de selección que se aprecian difíciles. En estos casos se considera que el equipo es capaz de ganar «siempre que sus individualidades logren conjuntarse» o aparece el uso de alguna frase por el estilo. En las valoraciones posteriores se explican las malas actuaciones por el fallo individual de algún jugador que se hizo expulsar, la malignidad del árbitro, el fixture que favoreció al adversario, el estado de la cancha o el error del técnico. Son escasos los antecedentes de cronistas deportivos, respetados en el Río de la Plata, que se hayan animado a afirmar reiteradamente que hay cosas más importantes que el fútbol, ubicándolo en su verdadero lugar de entretenimiento en el que no se juega ni la patria, ni el honor, ni la identidad nacional.

¿Cuál es el móvil de este exceso? El traslado a otro país para transmitir la actuación de un equipo uruguayo. Esto representa la venta de publicidad en las transmisiones radiales y salarios extras y viáticos para los periodistas que se desplazan. Implica asimismo la venta de pasajes en charters organizados para «acompañar a Uruguay a ...».

Un caso uruguayo, que supera a todos los otros, es el de un periodista cuya línea editorial consiste en defender a un poderoso contratista de jugadores quien, mediante el chantaje, ha llegado a controlar las decisiones de los clubes y de la misma Asociación Uruguaya de Fútbol.

El caso de este deporte vale para otros como el automovilismo o el básquetbol y es fácilmente trasladable a otros países. Quizá sea esta la zona donde cuesta más reconocer al periodismo por debajo del negocio. Ello no implica que no existan quienes encaren este trabajo con profesionalismo, que atiendan el lado humano de los deportistas y juzguen con ecuanimidad las actuaciones de los equipos y jugadores. Pero pierden trece a cero frente a la enorme mayoría.

Raíz de la corrupción periodística

Aquí cabría preguntarse en qué es corrupto el periodista. Tal vez no lo sea tanto por el hecho de recibir dinero de terceros, como por el de engañar

ción del habeas data. Es justamente la ausencia del fuero periodístico -unida a una débil presión moral del gremio y la sociedad- quien permite que, impunemente, la corrupción se instale en la profesión. Solo la consagración de normas éticas, la colegiatura de los periodistas y la existencia de un cuerpo legal fuerte serán capaces de jerarquizar el trabajo periodístico. Ellos sí podrán crear reglas de juego que consagren el derecho a la información y el derecho a informar como un valor principal por defender.

Allí donde ya existan algunas de estas normas de-



a miles o millones de personas que no reciben lo que esperan de él, esto es una explicación sincera y exacta de la realidad.

¿Estuvimos refiriéndonos a la fatalidad, a un juego de buenos y malos? No; en realidad nos ocupamos de un problema estructural. La corrupción en la profesión periodística -fenómeno con el que convivimos habitualmente en América Latina- es el producto de democracias débiles en las cuales la prensa independiente es un bien escaso. Son las propias empresas quienes alientan la corrupción profesional y ésta se transforma, muy a menudo, en condición para el ingreso y el progreso laboral.

La corrupción de los periodistas es un fenómeno «ambiental» que no podrá erradicarse sin el establecimiento legal del fuero periodístico y la consagra-

berá darse la lucha por su profundización, con el fin de lograr -al cabo de los años- la creación de una cultura al respecto. Este resultado no será, por supuesto, fruto de un año ni de una década de esfuerzos.

Pero, debe entenderse, mientras la función de la prensa en la sociedad no sea estatuida legalmente y el rol de empresarios y periodistas no esté definido, la elevación del profesionalismo no será posible; menos aún la defensa de los periodistas que son perseguidos por cumplir con su deber.