

Carta a nuestros lectores

La televisión ha mantenido durante algún tiempo programas de entrevistas compartidas con un público presente que se conocen como "talk-shows". El alto grado de agresividad de estos programas y su poco respeto a los problemas íntimos de las personas les ha atraído una gran audiencia y despertado sentimientos de fascinación y rechazo. El periodista peruano Jorge Acevedo Rojas explica las causas de este fenómeno contradictorio.

Luego de la caída del Muro de Berlín muchos han dado por descontado que en los países de **Europa Oriental** renació la **libertad de prensa**. Raúl Sorrosa dolorosamente nos saca de esta ilusión.

Para América Latina el cine europeo es una incógnita. Sin embargo, en la nueva primavera del cine, algunos países de Europa Occidental, como Francia, Alemania y España llaman la atención por su capacidad innovativa. Los directores alemanes **Lars von Trier** y **Thomas Vinterberg** se distinguen como **protagonistas de una nueva corriente del cine**, provocativa y audaz. Chasqui los da a conocer a través de la crítica de Hanelore Döbler.

La elección de **Alejandro Toledo** como nuevo Presidente del Perú ocurrió en un escenario marcado por la corrupción y la venalidad del fujimorismo y su eminencia gris, **Vladimiro Montesinos**. Desde Lima, Fernando Palomino destaca el papel de los medios de comunicación que fueron, en gran parte, los que definieron la agenda política y determinaron el resultado final de las elecciones.

Pocas veces se habla de las grandes estaciones de radio internacional y poco se conoce cómo ellas operan y compiten entre sí y logran mantener una sintonía que justifique sus grandes inversiones. La **British Broadcasting Corporation**, nos cuenta su historia.

El investigador italiano Francisco Ficarra empieza en esta edición una serie de artículos sobre la **mejor utilización de los programas de Microsoft**, para que los estudiantes y profesores de comunicación aprovechen al máximo la riqueza de sus aplicaciones y tengan a mano la solución oportuna para los problemas que se les presenten.

CHASQUI

Nº 75 Septiembre 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila V.
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

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,
Comisión Nacional de la UNESCO

Luis Espinosa, *FENAPE*
Florha Proaño, *UNP*
Washington Bonilla, *AER*

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Giovanny Páez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

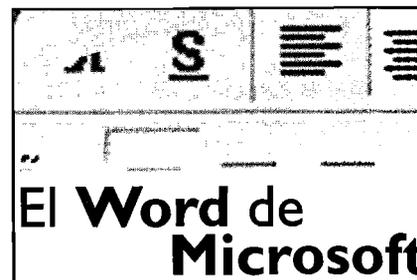
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



CIESPAL

PORTADA

- 4 TALK SHOWS, FASCINACIÓN O RECHAZO**
Jorge Acevedo Rojas

OPINIÓN

- 10 ¿LIBERTAD DE PRENSA O LIBERTAD DE EMPRESA?**
Antonio Pasquali

ENSAYOS

- 12 PRENSA**
¿HAY AHORA LIBERTAD DE PRENSA EN EUROPA ORIENTAL?

Raúl Sorrosa

- 18 ESTADO DE LOS MEDIOS**
LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA
INFORME DE ARGENTINA

Federico Rey Lennon y Gerardo López Alonso

- 26 CINE**
LARS VON TRIER, EL NIÑO TERRIBLE DEL CINE ALEMÁN

Hanelore Döbler

- 32 OPINIÓN PÚBLICA**
PERÚ: MARKETING POLÍTICO Y VLADIVIDEOS

Fernando Palomino V.

- 40 RADIO**
LA BBC DE LONDRES Y SU REALIDAD ACTUAL

Alberto Souviron

- 46 LENGUAJE**
ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

Simón Espinosa Cordero

- 48 INFORMÁTICA**
EL WORD DE MICROSOFT, SU IMPORTANCIA Y MEJOR UTILIZACIÓN

Francisco Ficarra

- 54 PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 60 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 64 ACTIVIDADES DE CIESPAL**

MATONISMO PERIODÍSTICO

José Ortega y Gasset



Jamás hubo en España tantos periódicos como ahora*. Sobre todo el número de semanarios ha aumentado en proporción desmesurada. Los quioscos aparecen inundados de estas publicaciones hebdómadas. He ahí un fenómeno que a primera vista os llena de optimismo. El pueblo español pensáis se ha reconciliado por fin con la letra impresa. Ya comienza a sentir la avidez de la lectura síntoma de robustez espiritual. ¿No hay razón para confiar en el porvenir de España?

Pero aproximaos a esos quioscos y comprad por vía de investigación esos semanarios, abrid sus páginas, y vuestro optimismo se os caerá a los pies, como un pobre pájaro herido. Un denso vaho de mentecatez os azotará el rostro. Sentís la sensación de haberos asomado a una cloaca. Arrojáis las inmundas hojas con asco y os quedáis meditando tristemente en su existencia, como fenómeno de la sociedad española.

¿Cómo se explica la cantidad y la naturaleza de estas ínfimas publicaciones? En primer término, ello se debe a la relativa baratura de las artes gráficas. Pero

hay, mejor dicho, se cree que hay una vía corta del éxito: el escándalo. Estos semanarios de escándalo, o tienen vida propia a los cuatro números, o sucumben forzosamente. Para atraer al público, a una zona del público cuyos gustos y urdimbre espiritual son aún cavernarios, se utiliza el lenguaje más soez posible, se ataca a la gente en la forma más bárbaramente estúpida y se estampan las calumnias más monstruosas. De esta suerte el uso de la imprenta, quién se lo hubiera dicho a Gutenberg, llega a su máxima degradación. Dijérase que todos los matones de la nación, todos los grupos de taberna, todos los destinados al presidio o procedentes de él, evolucionando con los tiempos, han sustituido sus viejas armas blancas y de fuego, por las negras de la letra impresa. Antaño practicaban la exacción de dinero mediante amenazas epistolares; hoy se usa el chantaje periodístico. En política antigua, la manera de deshacerse de un adversario era pagar a un asesino para que lo matase; hoy basta con pagar a cualquier mercenario de la pluma para que le injurie y le calumnie; a ser posible para que le mate civilmente.

Jamás el idioma castellano escrito cayó tan bajo. Hasta ahora el hecho de ser escritor público que denotaba cierta distinción espiritual, ya está siendo una vergüenza. Siempre en todos los pueblos y en todas las lenguas, hubo creaciones satíricas, pero el aguijón iba oculto en galas del arte y buen gusto; actualmente, en España, la sátira se ha hecho sinónima de estercolero.

Todo esto revela un relajamiento en la conciencia pública española que induce a amargas reflexiones. Un pueblo dotado de alguna sensibilidad moral no permitiría una de dos, o que hubiese periódicos que escriban esas cosas, o que hubiese hombres de los cuales tales cosas pueden escribirse sin ventilarlas ante los tribunales. Un pueblo donde estos dos hechos no se excluyan indica haber caído en una indiferencia, en una postración moral que es signo de honda gravedad para su porvenir. ●

* Se refiere a la España de 1915