

Carta a nuestros lectores

Cumpliendo la nueva política establecida por Chasqui de hablar del comportamiento de los medios en los sucesos de mayor importancia acaecidos en América Latina y el mundo, analizamos ahora los avances tecnológicos de comunicación que serán utilizados durante el campeonato mundial de fútbol en Corea del Sur y Japón.

Coherentes con esta política, tratamos de descubrir qué hay detrás de la aseveración del Presidente Hugo Chávez, respecto a la falta de profesionalismo de los medios de comunicación venezolanos, en la cobertura informativa que tiene que ver con las actividades del Gobierno. En la portada nos preguntábamos si se trataba de un golpe mediático o BUROCRÁTICO, para luego recoger en el título y cuerpo del artículo de Ted Cordova-Claure su respuesta que nos habla, más bien, de un golpe BRUTOCRÁTICO.

Como siempre, Eduardo Galeano nos ofrece un artículo incisivo y rico, en nuestra columna de Opinión, sobre la forma en la que actúa la maquinaria del poder para presentar la información de acuerdo a su peculiar conveniencia.

De importancia especial para la región andina es el problema de la guerrilla revolucionaria de Colombia y, por eso, Chasqui analiza la confusión semántica que impide un diálogo productivo entre los alzados en armas y el Gobierno, para lograr la tan deseada paz y evitar que sea estéril el derramamiento de sangre de más de un millón de muertos.

En España ha despertado sorpresivo interés el programa de televisión "Operación Triunfo", que marca un contraste -para muchos saludable- con otro programa de similar audiencia, pero manchado por el escándalo: "El Gran Hermano". Este programa parecería demostrar que es posible alcanzar altísimos niveles de sintonía sin recurrir a temas morbosos como es la costumbre de los "REALITY SHOWS" y los "TALK SHOWS", tristes alternativas que ya han sido objeto de nuestro análisis.

Finalmente, sin abandonar una vieja costumbre investigativa de nuestra revista, damos a conocer a nuestros lectores la imagen que la televisión española proyecta de América Latina.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 78 Junio 2002

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Nelson Dávila Lolo Echeverría
Hector Espín Luis Espinosa
Guadalupe Fierro Florha Proaño
Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Betancourt,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Simón Espinosa C.,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Rubén Astudillo,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Telf.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

chasqui@ciespal.org.ec

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 de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

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



**CIESPAL**

PORTADA

- 4 **COPA MUNDO: NUEVAS
TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN**
William Zambrano Ayala
- 14 **ENTRE LA MARAVILLA Y EL MISTERIO**
Xavier Prieto Astigarraga

- 22 *POLÍTICA Y COMUNICACIÓN*
**CHÁVEZ: ¿GOLPE MEDIÁTICO
O BRUTOCRÁTICO?**
Ted Córdova-Claure

27 OPINIÓN

- EL DISCURSO DEL PODER:
LAS PARADOJAS DE LA MÁQUINA**
Eduardo Galeano

ENSAYOS

- 30 *PRENSA*
**¿DEBEN LOS PERIÓDICOS TEMER
LA COMPETENCIA DE OTROS MEDIOS?**
Miguel Ángel Jimeno

- 36 *COBERTURA INFORMATIVA*
**UN PROBLEMA DE COMUNICACIÓN:
LA PAZ DE UN MILLÓN DE MUERTOS
EN COLOMBIA**
Javier Darío Restrepo

- 44 *TELEVISIÓN*
**LA "OPERACIÓN TRIUNFO":
EL ESPECTÁCULO SUPERA AL MEDIO**
José Ángel Cortés Lahera

- 52 **LA IMAGEN DE IBEROAMÉRICA
EN LA TELEVISIÓN DE ESPAÑA**
Arturo Merayo y otros

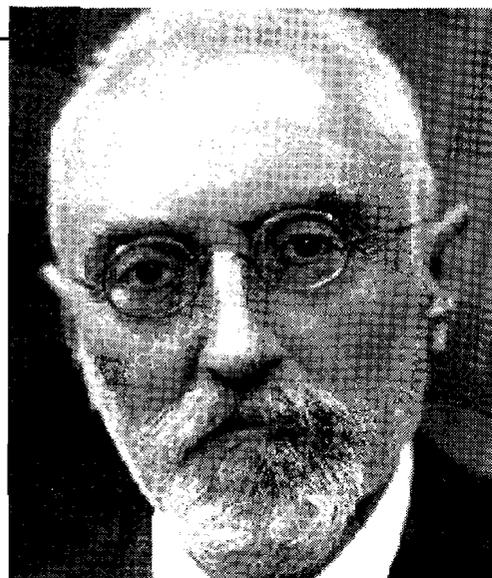
- 62 *INFORMÁTICA*
LOS VIRUS INFORMÁTICOS
Francisco Ficarra

- 70 *LENGUAJE*
**ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE
PERIODÍSTICO**
Juan Manuel Rodríguez.

- 72 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 78 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 84 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**



PÚBLICO Y PRENSA

Miguel de Unamuno

Solo esas tres cosas: la lotería, el toreo y el crimen ejercen influjo sobre la masa enorme, enormísima, de millones de españoles, que solo leen esas tres cosas, importándoles muy poco, mejor dicho, nada de todo lo demás.

Esto es, en efecto, una tristísima verdad; pero ¿es la culpa toda del público? ¿no alcanza acaso buena parte de ella a la prensa misma, que sobre poner por encima de todo la caza del perro chico (moneda de cinco céntimos), ni entiende bien sus propios intereses permanentes ni acierta a hacer que otras informaciones tengan atractivo para el público?

Lo de ir contrapelo al público y decirle no lo que el quiere que le digamos, sino lo que creemos que debe oír, no es para todos. Yo vengo haciéndolo hace años, y al fin he logrado, gracias a Dios, hacer respeto y atención en torno mío. Pero me ha costado mi tiempo y mi trabajo.

Si los atenienses se molestaban cuando se les pedía enseñar algo, según nos dice Platón, y eso aun siendo atenienses, es decir, amigos de saber la última novedad, conforme a la caracterización que de ellos nos da el libro de Los Hechos de los Apóstoles ¿qué les sucederá a los que no son atenienses?

Pero aquí lo que principalmente priva es aquel terrible aforismo de nuestro Fénix de los Ingenios, del que en un tiempo popularísimo Lope de Vega cuando decía:

"El vulgo es necio, y pues lo paga, es justo hablarle en necio para darle gusto".

¿Cuántos son los escritores que se rebelan contra esto, y en vez de someterse al público y servirle hasta en sus prejuicios, luchan con él? Muy pocos. Y entre los casos últimos más nobles y más ejemplares están Ibsen y Carducci.

Pero aquí nuestros escritores son por lo común cortesanos del público, hasta los que parecen querer contradecirle. A lo más le hacen cosquillas.

¿Y la prensa? Es difícil imaginarse otra más cobarde. A nada eficaz se atreve. Cada tendencia de pensamiento tiene su órgano y dentro de él hay una ortodoxia y una heterodoxia. Apenas si empieza a ensayarse el palenque abierto. Así es que al desdichado que va a caer en ella, al punto le corta, recortan y liman las uñas.

Y hay que observar cuáles son las cosas graves, las "inefables", esto es las que no pueden decirse.

La prensa, en general, lejos de tratar de corregir los prejuicios y las presunciones del público, tiende a confirmarlos. Hay para ella valores declarados, que es lo

mismo que valores sobreentendidos, a los que no se puede tocar. Y de hecho nuestra Prensa, que de todo podrá pecar menos de soberbia y presuntuosa, ha declarado cien veces ella misma que su mayor defecto es la debilidad, es el dejarse llevar a alabarla todo y a ayudar a todo atrevido. Su prodigalidad en el adjetivo es realmente alarmante.

Y lo malo es que suele acabar por creer que es ella la que hace los prestigios. Cuando en realidad los más sólidos se han hecho a pesar de ella, o tal vez contra ella.

Lo malo nuestro no es que el pueblo bajo, que la masa de lectores de aluvión tenga esas aficiones, pues esas mismas las tiene en otros países; lo malo es que los lectores escogidos, que el público que busca instruirse o deleitarse con algo más fino, es entre nosotros mucho menor. Lo malo es —y esto, aunque se ha referido mucho entre nosotros, conviene repetirlo aquí una vez más—, lo malo es que no tenemos sino una enorme masa de plebe intelectual y una muy escasa aristocracia de la misma especie. Nos falta clase media de la cultura, nos falta algo así como una burguesía del espíritu deseosa de ilustrarse. ●