

Carta a nuestros lectores

Chasqui está de aniversario. Hace 30 años, en diciembre de 1972 apareció el primer número con un formato pequeño de 21,5 x 15,5 centímetros. Sin periodicidad fija, tenía como objetivo reseñar las conferencias de expertos internacionales que se daban cita en CIESPAL para congresos, seminarios y cursos.

Con estos contenidos, la "pequeña" **Chasqui** fue una esforzada realidad hasta junio de 1978, a lo largo de 21 números.

La segunda época comenzó al finalizar el año de 1981, cuando se publicó en el formato que hoy exhibe, trimestralmente y con temas más bien monográficos, acerca de los tópicos de mayor controversia en la teoría y práctica de la comunicación social.

Al finalizar el siglo XX, la nueva dirección de CIESPAL percibió la necesidad de hacer de **Chasqui** una revista que analizara la actuación de los medios de comunicación, en el contexto de los problemas más importantes que se suscitaban en los campos político, económico, social, tecnológico y religioso, especialmente de América Latina, pero sin olvidar a los demás países.

Esto, sin embargo, no significa que **Chasqui** haya dejado de preocuparse de los nuevos planteamientos y problemas de la ciencia de la comunicación, que siguen siendo discutidos con la amplitud y seriedad que exigen.

El nuevo diseño y contenido de la revista ha ampliado notablemente el número de sus lectores, como lo demuestran las estadísticas de lectoría por Internet que se publican en la contraportada. No está por demás decir que la amplia aceptación de la nueva **Chasqui** nos llena de satisfacción y nos obliga a continuar exigiéndonos más, para retribuir la generosidad de nuestros lectores.

En este número, entre otros temas, hacemos un análisis crítico de un rasgo que universalmente ha sido atribuido a Juan Pablo II, como el Pontífice que mejor ha manejado las relaciones públicas de la Iglesia Católica y se ha convertido en un superstar de la comunicación de masas.

Con cierta frecuencia se ha acusado a los medios de comunicación de favorecer la corrupción en América Latina, mediante la práctica del silencio cómplice. **Chasqui** presenta una serie de datos que pueden servir para aquilatar mejor el alcance de esta acusación.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 79 Septiembre 2002

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Nelson Dávila	Lolo Echeverría
Hector Espín	Luis Espinosa
Violeta Bazante	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

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

chasqui@ciespal.org.ec

e-mail: chasqui@ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

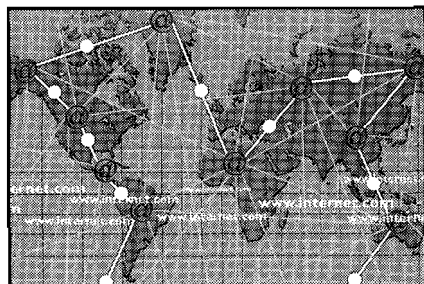
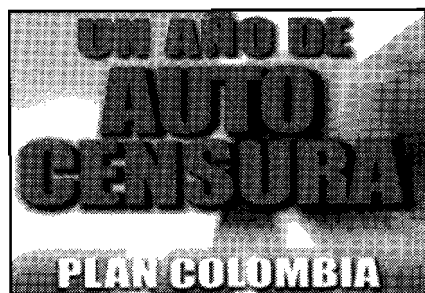
Registro M.I.T., S.P.I. 027

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.



PORTADA

- 4** **Juan Pablo II, Superstar**
Juliana Fregoso - Felipe Gaytán

OPINIÓN

- 12** **Ni derechos ni humanos**
Eduardo Galeano

ENSAYOS

- 16** **Europa: Discapacitados y tercera edad en la sociedad de la información**
María Teresa Soto Sansfíel y Xavier Ribes i Guàrdia

- 22** **Periodismo, terrorismo y otros miedos**
José Zepeda

- 30** **COMUNICACIÓN POLÍTICA**
Debate presidencial en la TV: ¿ayuda a ganar una elección?
Luis E. Proaño

- 38** **PRENSA**
Periodismo polivalente y convergente: riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual
Alberto García Avilés

- 44** **La prensa centroeuropea tras la caída del Muro de Berlín**
Ramón Salgueiro Pérez

- 50** **CINE**
Cine en Chile: de la noche de la dictadura a la luz de la democracia
Artemio Espinosa

- 54** **ETICA**
Plan Colombia: Un año de autocensura
Germán Ayala Osorio

- 60** **América Latina: ¿Qué hacen los periodistas frente a los políticos corruptos?**
Jaime López

- 66** **INFORMÁTICA**
La nueva geografía de Internet
Francis Pisani

- 72** **Antivirus y seguridad informática: el nuevo desafío cibernético del siglo XXI**
Francisco Ficarra

- 78** **LENGUAJE**
Errores comunes en el lenguaje periodístico
Simón Espinosa

- 80** **Periscopio Tecnológico**

- 90** **Bibliografía sobre Comunicación**

- 96** **Actividades de Ciespal**

UN AÑO DE AUTO CENSURA

**PLAN COLOMBIA
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**GERMAN AYALA OSORIO
PEDRO PABLO AGUIRERA GONZÁLEZ**

La autocensura al Plan Colombia ha sido un factor de ocultamiento de los compromisos y direcciones que tenía y tiene el Plan para el país

Germán Ayala Osorio, colombiano, Profesor de Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente en Cali.

E-mail: ayala@colombianet.co

Pedro Pablo Aguilera, colombiano, Profesor de las Universidades Autónoma de Occidente y Santiago de Cali. Es autor de los libros *Verso* y *Machete* y *Análisis filosófico de Emerson en el pensamiento martiano*.

E-mail: herejecu@yahoo.com

Hemos concluido recientemente una investigación, publicada por la Universidad Autónoma de Occidente, Cali, que constituye el primer análisis crítico comparativo del tratamiento periodístico dado al Plan Colombia, por seis medios masivos escritos colombianos.

A lo largo de 724 páginas y con un CD anexo con la base de datos, se concluye que el análisis crítico de los medios masivos, casi siempre, ha quedado reducido a hechos puntuales y no a un trabajo sistemático de investigación crítica. La obra, en cambio, se adentra en el seguimiento día a día de un tema que, como el Plan Colombia, tiene (1496 registros) significación nacional e internacional para Colombia y la subregión de Venezuela, Panamá, Brasil, Ecuador y Perú.

El período escogido para el seguimiento fue del 1ro de agosto de 1999 al 31 de agosto del 2000. La investigación abarcó seis medios impresos colombianos: Revista CAMBIO, Revista SEMANA, y los diarios EL TIEMPO, EL ESPECTADOR, EL COLOMBIANO, EL PAIS; sin duda los más influyentes en la formación de la opinión pública nacional colombiana y de la percepción de los lectores extranjeros acerca de la realidad del país.

El libro es la conclusión de una investigación con fines académicos para perfeccionar la formación de los comunicadores sociales, pero sin duda, ha tocado aspectos en continuo debate dentro de la academia: la validación o necesidad de cambio de los criterios de noticiabilidad, la problemática de la llamada objetividad periodística, la responsabilidad ética y profesional del ejercicio periodístico desde el comunicador social y los medios de comunicación, el rigor en el manejo de las fuentes, el papel y lugar del periodismo investigativo, como respuesta a temas centrales de la ciudadanía y la sociedad, el uso de los géneros periodísticos, la importancia de los análisis de contextos y referentes sociopolíticos para una calidad periodística; y el manejo de los elementos formales (la macroestructura noticiosa), como factor estructurador de la opinión pública.



PLAN COLOMBIA A WOLF IN SHEEP'S CLOTHING

El ámbito del análisis

Así, el análisis abarcó las siguientes direcciones:

- Contexto colombiano y Plan Colombia.
- Análisis del discurso mass mediático y caracterización de los Medios analizados.
- Lo Periodístico - noticioso.
- El Padrón Informativo (base de datos en CD).

Para la investigación se determinaron diversos criterios de carácter **formal** y de **contenido** para el análisis crítico de cada información publicada en relación al tema de estudio, desde **lo explícito**, **lo implícito** y **lo presupuesto** en cada información recogida.

Estos criterios fueron estructurados en una base de datos, en un programa de ACCESS, que permitió, al final del proceso de búsqueda, tener un balance cuantitativo de cada medio en particular, comparado y en general.

Se trabajaron dos fichas. **La primera ficha**, de **carácter general**, aportó una información detallada de cada publicación que abarcaba entre otros ítems, la fecha, el medio que lo hizo, la fuente generadora de la información, el género periodístico, el titular, el encabezado (antetítulo, título y subtítulo), el lead, el área y cobertura de imagen o gráfica, todo esto, en primera y/o interior.

La segunda ficha se conformó con las **fuentes periodísticas** utilizadas. Así, en ella se identificaron la cantidad de fuentes utilizadas en cada información, el tipo de fuentes: oficiales, no oficiales, documentales o de otro tipo, en número y su identificación específica. Igualmente, ya hay una valoración de calidad de esas fuentes por los autores de este trabajo.

Posteriormente, se le aplicó a cada información registrada, un análisis particular, en cuanto al manejo del lenguaje: su estructura semántica y su funcionalidad pragmática, en el entorno del contexto sociopolítico del momento. Este nivel ya específico y de carácter cualitativo nos permitió hacer un balance del tratamiento informativo de cada medio, particular o incluso, de cada periodista o columnista que se adentró en el tema del Plan Colombia.

Para este tipo de análisis se consideraron los manuales de estilo que tienen los medios y en otros casos, se consideraron las normas generales vigentes en el ejercicio del periodismo, tomando en cuenta los manuales o normas de redacción más reconocidas en Latinoamérica (tres medios no contaban con manual de redacción propio).

Igualmente, el proceso de investigación exigió tener en cuenta una tipificación de cada medio, en cuanto a sus principios fundacionales, sus fines y compromisos socioeconómicos desde su fundación, hasta la actualidad.

Por otra parte, se analizaron los diversos documentos conocidos del PLAN COLOMBIA, en las versiones norteamericana, europea, colombiana (la del Plan de Desarrollo y la de la web de la Presidencia de la República). Este análisis comparado fue la base para ver las similitudes y diferencias de fines y

tratamiento temático del PLAN COLOMBIA. Obligatoriamente, los autores nos enfrentamos a una investigación del contexto colombiano desde la primera mención de este Plan en diciembre de 1998, durante la campaña presidencial de quien fuera electo presidente del país, Andrés Pastrana Arango, viendo los propósitos de cada versión.

Igualmente, aunque no es el centro de interés específico de este libro, se hicieron unas reseñas de las diferentes políticas de paz de los últimos gobiernos colombianos, tomando en cuenta, estudios ya concluidos por otros investigadores y de las políticas de seguridad nacional de las administraciones norteamericanas, desde los años 60, hacia América Latina y su posible nexo con el PLAN COLOMBIA, como elemento para entender los criterios de globalización de la política norteamericana hacia la región.

Resultados obtenidos

La investigación y el libro aportaron los siguientes resultados:

- Los Medios impresos analizados nunca publicaron el PLAN en alguna de las versiones del PLAN

Los análisis sobre el Plan Colombia, estuvieran centrados en trabajos periodísticos originados en la prensa norteamericana y reproducidos por la colombiana

NO AL PLAN COLOMBIA
CONTRA LA INTERVENCIÓN MILITAR
POR LA PAZ CON JUSTICIA SOCIAL

CONCENTRACIÓN
DOMINGO 2 DE JULIO 12h
EMBAJADA EEUU
 C/ Serrano 75, <M> Rubén Darío

7 DE JULIO ATENEO DE MADRID (C/ Prado 19)
CONTRACUMBRE POR LA PAZ CON JUSTICIA SOCIAL

185 Mea: "Conflicto y Proceso de paz en Colombia"
 Francisco de las Heras (Instituto Interamericano de Derechos Humanos)
 Fernando Hualde (PCC)
 Ana Carolina "Indiana" Aguilar
 "Comité de los Derechos Humanos"
 Coordinación de los grupos de la ciudad
 Martín de la Cruz (Periodistas VPK)
 Los Derechos Humanos
 Pablo Ramírez (Comunicación Regional del Gobierno de Bogotá)

205 Mea: "El Plan Colombia: Intervención militar"
 Coordinación de los grupos de la ciudad
 Roberto Martínez (Periodistas VPK)
 Coordinación de los grupos de la ciudad
 Pascual Gaitano (Periodistas VPK) - Martín de la Cruz
 "Comité de los Derechos Humanos"
 Daniel Sánchez (Periodistas VPK)
 EUSEBIO (Comunicación Regional del Gobierno de Bogotá)
 Roberto Cruz (Periodistas VPK)

COLOMBIA y el hecho de su propia existencia, aun siendo un tema de gran impacto a corto, mediano y largo plazo en la política nacional e internacional del país durante la administración de Andrés Pastrana y ahora del electo Álvaro Uribe Vélez. Tal postura la consideramos como de autocensura, en esos Medios de Comunicación, por intereses extraperiodísticos y de franco condicionamiento de los Medios "observados" a centros de poder económico comprometidos con la política gubernamental. Es decir, terminaron haciendo propaganda gris.

- La autocensura al PLAN COLOMBIA ha sido un factor de ocultamiento de los compromisos y direcciones que tenía y tiene para el país. Se puede de-



cir, siguiendo el pensamiento del estudioso de los Medios, Héctor Rincón (cronista de gran reconocimiento nacional), que estos insinuaron, pero no informaron. Por ejemplo:

» No hay explicación, desde los propios y actuales criterios de noticia de los medios, para que el Plan Colombia nunca fuera noticia, dado que no fue aprobado por el Congreso colombiano, además del hecho de existir varias versiones.

» Nunca se explicó con claridad de dónde saldrían los 4.000 millones que aportaría el país al Plan.

» Que no hubiera un solo titular negativo en primera plana de un Medio, aunque sí en interiores.

• La poca claridad de la información, sobre este tema tiene más de propósito que de insuficiencia profesional. Así, el bajo perfil de la calidad noticiosa ha sido un factor de oscurecimiento u ocultamiento que de comprensión para la opinión pública colombiana. La ausencia de

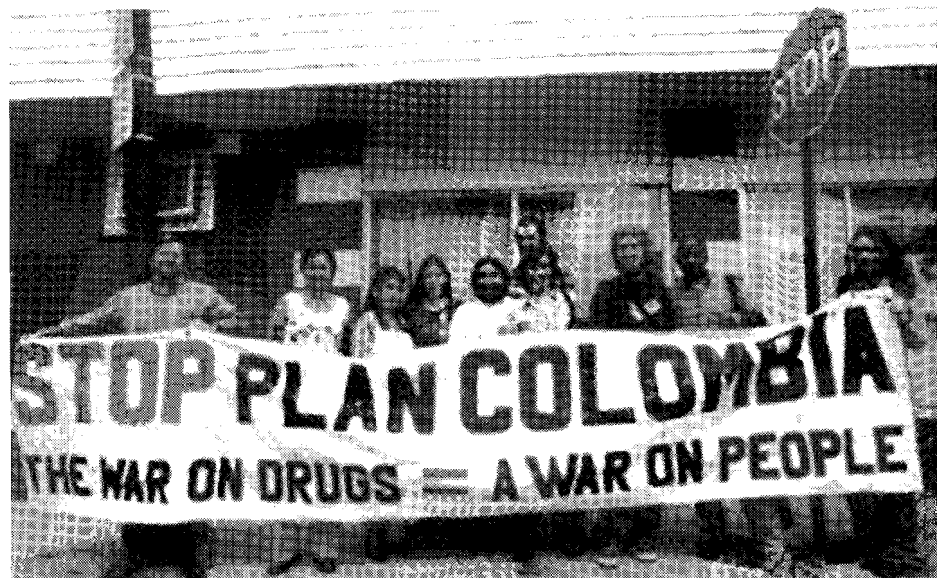
contexto y análisis cruzados fue una gran constante con raras excepciones. Aquí habría que señalar, que de todos los Medios analizados el periódico EL ESPECTADOR fue el más crítico, el más abierto y menos localista, durante la dirección de Rodrigo Pardo. El resto de los Medios prefirió una fidelidad y respaldo al Estado y

al Gobierno, más interesados en la recuperación del prestigio y dignidad nacional ante la comunidad internacional, tan dañada en la presidencia Samper; los diarios EL TIEMPO y EL PAÍS y las revistas CAMBIO y SEMANA, especialmente, actuaron de este modo.

- El análisis de los discursos periodísticos mostró la precariedad del uso de los contrastes de fuentes y la dependencia de las fuentes oficiales que alcanzaron el 68 % de todas las fuentes utilizadas.

- Igualmente, un reflejo del bajo perfil en la calidad informativa está en la polaridad de los géneros periodísticos manejados en el transcurso de un año (1999–2000). Las estadísticas muestran que el 62% corresponde a noticias, mientras que sólo el 2% se refieren a lo analítico (informes especiales o reportajes). El diario EL ESPECTADOR fue quien realizó trabajos de fondo de mayor alcance.

- En esa misma dirección, es significativo que los análisis más profundos y críticos, sobre el PLAN COLOMBIA, estuvieran centrados en trabajos periodísticos originados en la prensa norteamericana y reproducidos por la colombiana. Los periodistas nacionales más críticos fueron los columnistas, aunque



Queda en cuestionamiento el concepto de noticiabilidad y el manejo de la libertad de prensa, cuando se ve la condicionalidad de los Medios a los centros de poder económico

no reflejan la opinión de los Medios, siendo la columna de opinión el 15 % del total de todos los registros y los más analíticos Alejo Vargas y Gómez Buendía, mientras que los otros adolecieron de profundidad analítica, para quedar en la opinión pura y no en análisis de fondo.

- No obstante, es positivo señalar la apertura editorial en los espacios de opinión por los medios colombianos, algo que pocos años antes era impensable.

- La esperada diferencia en la calidad periodística, por la distinción de las lógicas de producción entre periódicos y revistas, por los tiempos de realización, no se pudo ver, reflejando las mismas insuficiencias y limitaciones las revistas que los periódicos.

- Los periódicos EL TIEMPO, EL PAÍS y EL COLOMBIANO, no pocas veces violaron sus preceptos periodísticos al **no identificar con claridad las fuentes, opinar en las noticias, y no buscar contrapartes a las fuentes utilizadas.**

- El periodismo escrito, al menos sobre las bases de este tema, da pautas para calificarlo de estar muy lejos de ser un **periodismo interpretativo.**



- Un análisis de la información sobre el PLAN COLOMBIA permite ver cómo los Medios manejaron, y estructuraron **estereotipos o clichés** alrededor del país.

- Las encuestas y sondeos reflejaron la superficialidad y la manipulación al convertir sus resultados en verdades universales.

- Queda en cuestionamiento el concepto de noticiabilidad y el manejo de la libertad de prensa, cuando se ve la condicionalidad de los Medios a los centros de poder económico.

Este trabajo investigativo, como se ha dicho, estuvo dirigido en interés de la calidad académica, aportar un texto para la formación de los futuros periodistas y como base de un proyecto de observatorio de Medios en el suroccidente de Colombia, con criterios interinstitucionales que el Programa de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali asume bajo la dirección del docente Pedro Pablo Aguilera, actualmente profesor de dedicación exclusiva en esa institución.

El trabajo fue realizado con la colaboración de la alumna Silvia Carolina Torres y contó con la asesoría externa del periodista y diplomático colombiano Leopoldo Villar Borda, ex defensor del Lector de EL TIEMPO y hoy asesor editorial del mismo diario. ☛