

Carta a nuestros lectores

La sociedad argentina está afectada por una crisis generalizada, como consecuencia del mal manejo de la economía y finanzas de los sectores público y privado. El impacto se siente, aun, en los grandes diarios cuya circulación ha caído en forma inédita a nivel mundial. Este hecho que podría tener consecuencias de “efecto dominó”, es analizado a profundidad en **Chasqui** por el profesor Federico Rey Lennon, de la Universidad Austral de Buenos Aires.

Y en el marco de la situación de la prensa, este ejemplar pasa revista a tres temas de gran actualidad: la prensa gratuita que día a día crece en difusión y cobertura, los esfuerzos que hacen los “viejos” diarios para cambiar su apariencia y captar nuevos lectores y el caso del diario estadounidense “Usa Today”, que hace 20 años marcó un cambio revolucionario en la forma de hacer periodismo diario.

En la columna de opinión ponemos a consideración de nuestros lectores la virtual desaparición del líder carismático en la vida política de nuestros países, por obra y gracia de la actividad de los medios de comunicación, cuyos condicionamientos, para quienes los usan y se engrandecen a costa de ellos, son distintos a los que imponía la lucha política del pasado.

Analizamos también dos temas de enorme actualidad y controversia: los acuerdos entre los medios y el gobierno de México para la difusión de los planes y programas oficiales y el rol de los medios en el proceso para el establecimiento, a mediados de la presente década, del Área de Libre Comercio de América (ALCA).

Por fin, **Chasqui** describe la situación que se vive en Chile como consecuencia de una cuestionada ley de la dictadura que dictó las reglas de juego para la radiodifusión privada. Y en el campo de la radio, la revista señala las normas para “contar las noticias” con impacto e interés.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

N° 80 Diciembre 2002

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor (e)

Jorge Aguirre

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	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
Iván Abad, 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

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

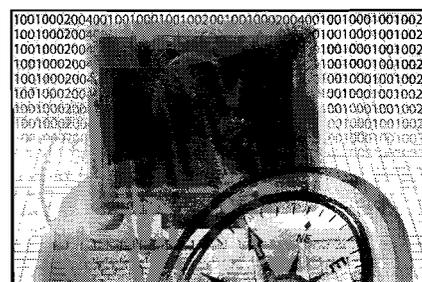
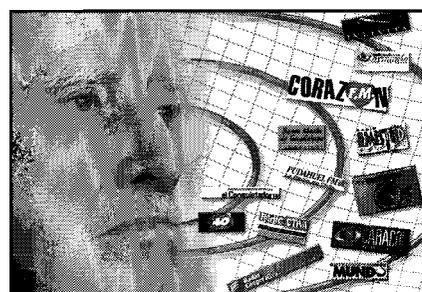
Registro M.I.T., S.P.I. 027

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.



PORTADA

- 4** **Crisis de la prensa argentina**
Federico Rey Lennon

OPINIÓN

- 12** **El carisma pierde poder**
Alberto Ancízar Mendoza

ENSAYOS

- 16** **Alca : Una hegemonía difícil de lograr**
Ana Fiol

- 24** **México: Controversia entre los Medios de Comunicación y el Gobierno**
Juliana Fregoso

PRENSA

- 30** **USA Today: 20 años después**
Miguel Sarmiento

- 36** **El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación**
Mario R. García

- 40** **¿Los periódicos gratuitos tienen futuro?**
Francisco Fernández Beltrán

RADIO

- 46** **La “Ley Pinochet de Telecomunicaciones”, Disputa por el dial**
Marcela Amaya García

- 52** **Una voz mágica para contar las noticias**
Emma Rodero

INFORMÁTICA

- 58** **Las nuevas tecnologías: ¿progreso o exclusión?**
Lidia de la Torre y Teresa Riccitelli

- 64** **La informática sin rumbo**
Francisco Ficarra

LENGUAJE

- 70** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Juan Manuel Rodríguez

- 72** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 82** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 88** **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Noticias, verdad y una conclusión

Walter Lippmann

La hipótesis que me parece más fecunda es que las noticias y la verdad no son una misma cosa, y deben ser claramente distinguidas. La función de las noticias es señalar un hecho, la de la verdad es iluminar hechos ocultos, ordenarlos en relación de los unos con los otros, y hacer una imagen de la realidad según la cual puedan actuar los hombres.

Hay una cantidad muy reducida de conocimientos exactos que, para ser manejados, no requieren ninguna habilidad ni entrenamiento extraordinarios. El resto se deja a la discreción del propio periodista. Una vez que sale de la región donde el hecho, que John Smith quebró, está definitivamente registrado en la oficina de Registro Civil, todas las reglas fijas desaparecen. La historia de por qué fracasó John Smith, de sus debilidades humanas, el análisis de las condiciones económicas que determinaron su caída, todo esto puede ser contado de cien maneras diferentes. No existe una disciplina en psicología aplicada, como en medicina, ingeniería y aun en abogacía, que tenga autoridad para dirigir la mente del periodista cuando pasa de las noticias al vago reino de la verdad. No existen cánones para dirigir su mente, como tampoco cánones que fuercen el juicio del lector o editor. Su versión de la verdad será tan solo su versión. ¿Cómo demostrar la verdad tal como él la

ve? No puede hacerlo. Y cuanto más comprenda sus propias debilidades, más fácilmente admitirá que, donde no hay una prueba objetiva, su propia opinión, en cierta medida vital, es construida con sus propios estereotipos, de acuerdo con su propio código, y por la urgencia de su propio interés. El sabe que ve el mundo a través de lentes subjetivos. No puede negar que él es también, como notó Shelley, una cúpula de vidrios multicolores que tiñen el blanco resplandor de la eternidad.

Es posible y necesario que los periodistas hagan tomar conciencia a la gente del carácter inseguro de la verdad, sobre la cual se fundan sus opiniones.

Si bien la prensa no es tan universalmente perversa, ni tan profundamente conspiradora, como nos ha querido hacer creer Sinclair Lewis, es mucho más frágil de lo que hasta ahora ha admitido la teoría democrática. Es demasiado frágil para hacerse cargo de todo el peso de la soberanía popular, para proveer espontáneamente la verdad que los demócratas pretendían innata, y cuando pretendemos que así lo haga, empleamos una norma errónea para establecer el juicio. No comprendemos la naturaleza limitada de las informaciones, la ilimitada complejidad de la sociedad, y estimamos en exceso nuestra propia resistencia, nuestro espíritu público y nuestra competencia general. Suponemos



un apetito por las verdades insípidas que no demuestra un análisis de nuestros propios gustos.

Si se atribuye, entonces, a los periódicos el deber de transmitir toda la vida pública a la humanidad, de manera que cada adulto pueda llegar a tener una opinión sobre cada tema discutible, fracasarán y continuarán fracasando en todo el futuro que podamos imaginar.

La calidad de las noticias sobre la sociedad moderna es un índice de su organización social. Cuanto mejores sean las instituciones, y más numerosos los intereses en juego que estén formalmente representados, las cuestiones de principio que se resuelvan, y los criterios objetivos que se introduzcan, tanto más perfectamente un asunto será presentado como información. En el mejor de los casos, la prensa es sirviente y guardián de las instituciones; en el peor, es un medio gracias al cual unos pocos explotan la desorganización social para fines propios. En la medida en que las instituciones no logran funcionar, el periodista sin escrúpulos puede pescar a río revuelto y el periodista consciente ha de aventurarse con incertidumbres. ●