

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Portada		Televisión	
Elecciones en México: Los medios, arena político - electoral -----	4	"Pasión de Gavilanes" o ¿pasión por el marketing? -----	56
<i>Felipe Gaytan</i>		<i>Ana I. Bernal Triviño</i>	
Elecciones italianas: realidades cotidianas versus estadísticas -----	10	Cine	
<i>Francisco Ficarra</i>		Festival de Cannes: ¿Bendición o maldición cervantina? -----	62
Opinión		<i>Francisco Ficarra</i>	
Espías y periodistas intercambian papeles -----	16	Comunicación Organizacional	
<i>Jairo Lugo</i>		Usos y competencias del weblog en las corporaciones -----	66
Ensayos		<i>M^a Luisa Sánchez Calero</i>	
Difícil Supervivencia: Radio y Televisión Públicas en Estados Unidos -----	22	Dudas y Rupturas	
<i>María Helena Barrera</i>		El gran imperio de los medios -----	72
Argentina - Uruguay: Guerra mediática por las papeleras -----	28	<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	
<i>Esteban Landau</i>		Informática	
Venezuela: Politización de los medios y mediación de la política -----	34	¿Google vs. Yahoo! -----	74
<i>Virginia Linares</i>		<i>David Yanover</i>	
Observatorio de Medios: un caso brasileño -----	40	Periscopio Tecnológico -----	80
<i>Rógerio Christofolletti</i>		Bibliografía sobre Comunicación -----	84
Prensa		Actividades del CIESPAL -----	90
Periódicos confidenciales online en Latinoamérica -----	46		
<i>María Sánchez</i>			
Crece la prensa gratuita -----	52		
<i>Fernando Sabés Turmo</i>			

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

Todos los derechos reservados.

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



Chasqui
N° 95, Septiembre 2006

<p>Director Edgar P. Jaramillo S.</p> <p>Editor Luis Eladio Proaño Email: luiselap@ciespal.net</p> <p>Consejo Editorial Violeta Bazante - Lolo Echeverría Héctor Espín - Juan M. Rodríguez Francisco Vivanco R.</p> <p>Asistente de edición Jorge Aguirre Email: chasqui@ciespal.net</p> <p>Portada y diagramación Mayra Cajilema C.</p>	<p>Chasqui es una publicación del CIESPAL</p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura http://www.felafacs.org/rederevistas</p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades http://redalyc.uaemex.mx</p> <p>Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
--	---



Periodismo, "Un oficio de fracasados"

Rodolfo Serrano, un muy conocido periodista español, acaba de desvincularse de *El País* de Madrid, tras 25 años de trabajar allí, causando ahora sensación en el medio al escribir sobre los pormenores de la profesión en su obra *Un oficio de fracasados*.

El portal www.periodistadigital.com entrevistó a Serrano sobre la profesión y sus conceptos se detallan a continuación.

Veinticinco años en *El País* y habla usted en su libro de plagio, corrupción, manipulación, presiones políticas... ¿Todo eso ha visto en su periódico?

Bueno, no exactamente en mi periódico porque no trato de personalizar. Lo he visto a lo largo de la profesión. Es una reflexión sobre la ética, la honestidad, la imparcialidad... en el periodismo en España.

¿Es la profesión periodística tan sucia?

No, es muy bonita, pero en el periodismo contamos lo que está mal, lo que es noticia, y yo cuento las cosas que están mal en la profesión. La noticia es lo anormal, los excesos de la sociedad y eso es lo que denuncia el libro.

¿Por qué ha titulado su libro "Un oficio de fracasados"?

Por dos cosas: es una frase de Mark Twain, que después de haber fracasado en todos los oficios se metió a periodista, y además porque el periodista no cambia la sociedad aunque lo piensa así al acabar su artículo y se siente así, frustrado por

no haber conseguido lo que pretendía.

¿Ha cambiado mucho el periodismo desde que usted empezó en *El País* allá por 1976?

Ha cambiado por la rapidez de la publicación de las noticias y porque cada vez se pisa menos la calle. Se hace periodismo de butaca y teléfono. Lo que antes necesitaba 24 horas para llegar al lector ahora tarda unos minutos. El periodismo de antes no era mejor ni peor. Era distinto. Ahora está muy mediatizado por la cantidad de información que llega, aunque sí hay alguna deficiencia como la falta de rigor y de selección.

¿Es el periodismo una profesión que permite escribir sin necesidad de leer, como decía el director de *Le Monde*, Louis Pauwells?

Hay mucha gente que escribe sin leer y esto es grave porque no permite la reflexión sobre la noticia.

Denuncia usted los excesos y las estupideces que se cometen en torno a la prensa. Y parece que son muchos...

Sí, hay muchos, por ejemplo creer que tenemos la verdad de las cosas y actuar como verdugos o jueces, cuando en realidad solo somos profesionales que deberíamos hacer nuestro trabajo con honestidad.

¿Deja el periodismo de ser buen periodismo cuando se encuentra tan posicionado?

Es inevitable que los medios nos posicionemos porque los periódicos los hacemos las personas. Nuestra ideología influye a la hora de escoger las noticias y escribirlas.

Coincido con Cebrián cuando dice que más que periodistas imparciales lo que hace falta son periodistas honestos. El posicionamiento en sí no es malo. Yo echo en falta en algunos periódicos una definición de sus principios porque a la hora de comprar el periódico acudiré al que cubra mis demandas. Cuando un periódico te dice que es liberal y sus páginas están llenas de conservadurismo, está engañando al lector.

¿Pensaba en esos lectores engañados cuando escribía el libro?

Pensaba en todos: en periodistas, estudiantes de periodismo y público en general. Hablo de los errores que no hay que cometer. La gente podrá saber de nuestra angustia al sentarnos frente a una hoja en blanco... Es para todos.

¿Está pensando en enfrentarse al primer folio en blanco de otro libro?

La respuesta por parte de amigos y compañeros ha sido buena, pero todo depende del editor.

Apunta en "Un oficio de fracasados" que *El País* es un periódico exitoso, pero dice que no todo ha ido necesariamente a mejor...

Los medios han cambiado. *El País* y el resto. No se puede decir que el periódico de hoy sea mejor que antes, porque las circunstancias eran diferentes y los periodistas teníamos ese afán de cambiar una sociedad que venía de una dictadura. Eso aportaba mucha ilusión a nuestro trabajo. Yo noto que se ha perdido la ilusión en esta profesión. ❁

Observatorio de Medios:

Un caso brasileño



Rogério Christofolletti ■

El acompañamiento sistemático y la crítica perenne a los medios de comunicación son actividades regulares y ya consolidadas en algunos países, sobre todo en aquellos más desarrollados económicamente y con instituciones políticas fortalecidas. Esto es, estabilidad política y seguridad económica son factores que auxilian la construcción de un escenario donde medios y público dialoguen con más facilidad, frecuencia y rigor.

Evidentemente, esas no son las únicas condiciones para lograrlo, pero tales ingredientes permitieron, hace algún tiempo, la

emergencia de una serie de iniciativas de análisis y crítica de media. El surgimiento de los llamados Media watchers en los Estados Unidos, Europa y en el resto del mundo - entre ellos Australia y Japón- trajo beneficios no solo al sector empresarial (en la medida que apunta a parámetros de calidad), o a los profesionales (en la medida que avala conductas éticas) pero también al público. Lectores, oyentes y telespectadores comunes también ganan con la crítica de los medios, pues ese conjunto de actividades fomenta el sentido crítico del público, lo estimula a exigir sus derechos como ciudadanos y permite un ejercicio más activo (y no sólo reactivo) en el proceso comunicacional.

■ *Rogério Christofolletti, brasileño, Doctor en Ciencias de la Comunicación, profesor de Periodismo de la Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), coordinador del site Monitor de Mídia.*
■ *Correo-e: rogerio.christofolletti@uol.com.br*

A pesar de que su historia sea permeada de inestabilidad política y tropiezos económicos, América Latina viene evolucionando en muchos de sus países y reduciendo los saltos provenientes de las crisis económicas. Eso, sin duda, contribuye al desarrollo de los sistemas mediáticos, para la maduración política de los ciudadanos y para el avance de las diversas prácticas ciudadanas. En el campo de la crítica de los medios, eso parece evidente. Actualmente, existen más de dos decenas de experiencias en curso en 12 países del subcontinente. Esas iniciativas van desde observatorios de medios a blogs y sites personales, de núcleos de investigación académica a colectivos de organizaciones no gubernamentales. Hay semejanzas entre los ejemplos y también existen particularidades, condición que refuerza la dificultad de unificar un perfil de esas experiencias, conforme ya apuntaron Broullón, Hernández, López y Pereira en *Los observatorios de comunicación*, de Chasqui, número 90.

El levantamiento hecho por Herrera y Christofolletti en septiembre de 2005 y mayo de 2006 relaciona 39 experiencias en América Latina, algunas de ellas inactivas. En el subcontinente fueron identificados focos de trabajo en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

A pesar de eso, se percibe una cierta efervescencia de la crítica de los medios en los países latino-americanos, y esa ebullición es más fácilmente observada en Brasil. Cabalmente es una de esas experiencias brasileñas, la que a continuación merece un relato, sobre su apareamiento, los ajustes que sufrió para desarrollarse y consolidarse y los resultados que alcanzó. Se trata del Monitor de Media, primer observatorio de la Prensa, la iniciativa más longeva de América Latina.

Una mirada limitada

El Monitor de Media es un proyecto de acompañamiento de la prensa de Santa Catarina, Estado del sur de Brasil, y es una iniciativa de carácter académico, pautado en la

enseñanza y en la investigación científicas. El proyecto es desarrollado por un grupo de investigadores formado por profesores y alumnos del curso de periodismo de la Universidad do Vale do Itajaí (UNIVALI) y surgió en agosto de 2001. Su actuación se da en tres frentes:

- a) hacer el monitoreo de los diarios del Estado;
- b) desarrollar investigaciones acerca de productos, procesos y procedimientos periodísticos, y,
- c) fomentar la discusión sobre los medios.



Para eso, el Monitor de Media cuenta con dos canales de interacción con sus públicos: un sitio y un programa semanal exhibido en el sistema de televisión por cable. En el sitio, se difunden diagnósticos quincenales de la observación de los diarios catarinenses (apuntando problemas técnicos y deslices éticos y destacando aspectos positivos de la cobertura noticiosa), como también artículos científicos y textos analíticos en secciones fijas. Se divulgan en el sitio también los resultados de las investigaciones científicas desarrolladas por profesores y alumnos. Así, la página web (<http://www.univali.br/monitor>) reúne materiales analíticos de dos naturalezas: diagnósticos puntuales y factuales; y evaluaciones más elaboradas, extensas y profundadas. La combinación de esos contenidos permite mayor variedad de lecturas y alcance de diferentes públicos, del ciudadano común -curioso de los procesos periodísticos-, del investigador de la comunicación interesado en resultados de investigaciones con mayor rigor y en contenidos actuales. El sitio está en funcionamiento desde hace cinco años y reúne toda la producción textual del proyecto, con acceso y consulta irrestrictos.

El programa de televisión se denomina *Monitor en la Media*, y es una presentación reciente que se inició en marzo de 2006. Su principal función es contribuir a la disseminación de una cultura de consumo crítico de los medios de comunicación, en la medida que fomenta el debate público sobre la actuación de los medios regionales. El programa es semanal y temático, incluye entrevistas con especialistas, investigaciones en los sectores populares, reportajes que explican como funcionan los medios y los procesos de comunicación y orientaciones culturales para complementar los contenidos. Con el surgimiento del programa de televisión, el proyecto tuvo por objetivo alcanzar otros públicos, ampliando así su alcance. Sin embargo, esa meta es limitada ya que la transmisión del programa se da en una emisora universitaria y por el sistema de televisión por cable, condiciones que aún son restrictivas. El programa es exhibido en la Televisión UNIVALI, las noches de los martes, con reediciones los viernes. La emisora realiza trámites para obtener concesión pública y tornarse una exhibidora de señal abierta, lo que permitirá llegar a otros públicos.

El proyecto tiene una mirada muy definida sobre los medios de comunicación: la mirada regional, característica fundadora del proyecto y que la diferencia, por ejemplo, del Observatorio de la Prensa (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>), también de origen académico. En este sentido, la mirada del *Monitor de Media* es limitada, preocupado por la crítica y el perfeccionamiento de la prensa del Estado.

Lectores, oyentes y telespectadores comunes también ganan con la crítica de los medios



La enseñanza y la investigación

El Monitor de Media nació de indagaciones en el aula, durante la cátedra de Legislación y Ética en Periodismo (que ejerzo desde 1999) y de constataciones de una investigación realizada en 2000-2001, cuando intenté mapear cuáles eran los instrumentos que la sociedad catarinense tenía para evaluar la calidad del noticiero local y la conducta ética de los profesionales. La investigación, que fue publicada dos años después, apuntó para una serie de aspectos que ayudan a pensar como el periodismo catarinense percibe sus deslices éticos, pero era necesario ir más allá del mero desarrollo de la investigación. Algo concreto precisaba surgir, y la idea de crear un observatorio de los medios regionales se delineó.

Para definir los criterios de evaluación de los medios, seleccionar los vehículos a ser observados y estructurar una dinámica de funcionamiento, se optó por algunos referentes. Fueron elegidos los tres mayores diarios de cobertura estatal -*La Noticia*, *Diario Catarinense* y *Jornal de Santa Catarina*-, cada uno situado en una ciudad importante y juntos cubren todas las regiones y municipios catarinenses.

El análisis de los productos mediáticos necesita apoyarse en valores del propio periodismo ligados a información relevante

Cada edición quincenal del sitio comienza con una reunión de pauta, para definir los temas a ser abordados. Enseguida, los alumnos pasan a revisar los diarios diariamente, recolectando informaciones y haciendo anotaciones que auxilien la evaluación general. Más adelante, todos se reúnen para sistematizar las informaciones y estructurar los textos. Los profesores del equipo acompañan de cerca todas las prácticas, y los contenidos van a la web solamente contando con su aprobación.

En términos de criterios de análisis el equipo del observatorio entiende que la crítica de los medios debe funcionar como catalizadora de procedimientos para conseguir su perfeccionamiento. No se trata de mera identificación de deslices técnicos o de fallas éticas, tampoco una avalancha de opiniones sobre lo que es mejor o peor. El análisis de los productos mediáticos necesita apoyarse en valores del propio periodismo, ligados en principios que la sociedad consumidora de información considera relevantes. ¿Libertad de prensa y fidelidad al hecho son importantes? Sí, como también la pluralidad de las versiones, equilibrio en los relatos, precisión y corrección; contextualización, focalizarse en el interés público, visión amplia del mundo; imparcialidad, transparencia en las actitudes, respeto a las fuentes y a los derechos humanos.

Más allá de la rutina productiva del sitio, los profesores del equipo refuerzan la interfaz entre la enseñanza y la investigación allí desarrollada. Así, el sitio alimenta disciplinas del curso de Periodismo y viceversa. Los contenidos publicados son utilizados como instrumentos didácticos complementarios y las cuestiones surgidas en el aula inspiran investigaciones y pautas para el monitoreo mediático.

Por ser una iniciativa de un grupo de investigación, el *Monitor de Media* tiene el compromiso de ofrecer sistemáticamente investigaciones científicas. Ese trabajo -bajo la forma de iniciación científica o no- permite la generación de contenidos más complejos y densos para alimentar el sitio, además de su difusión en eventos y publicaciones académicas.

En cinco años de actuación, se desarrollaron las siguientes seis investigaciones:

1. Prensa y Desarrollo Social: presencia de los diarios en diez municipios del Valle del Itajaí;
2. Derechos Humanos en las páginas de los diarios catarinenses;
3. El error como aspecto ético y como factor de comprometimiento de la calidad técnica en el periodismo: incidencia, percepción y corrección en los diarios;
4. Libertad de Prensa en Santa Catarina en los años 20 de la democratización brasileña;
5. Los hechos y las versiones de la pantallita: diagnóstico del teleperiodismo regional en el Valle del Itajaí;
6. Democracia Mediática y Visibilidad: presencia de negros en las fotografías de los diarios catarinenses.

Otras dos investigaciones están en fase de ejecución y deben ser concluidas en 2007:

1. Periodismo impreso: cómo los tres mayores diarios de Santa Catarina aplican el concepto de estructura de la noticia en la divulgación de materias periodísticas y
2. Cultura popular y medios impresos: análisis de los tres principales diarios catarinenses.

La íntima convivencia entre las investigaciones del grupo, la alimentación del sitio web del proyecto y las disciplinas del curso de Periodismo, provocan movimientos de retroalimentación que reaniman muchas prácticas.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se asume dinámico, veloz y sinérgico, pero también complejo y multifacético.

Relaciones con el mercado y la sociedad

Como no podía ser de otra manera, el proyecto *Monitor de Media* también interactúa con el Mercado periodístico, ya que ejerce la crítica sistemática de algunos de sus productos. En este sentido, en el inicio de la experiencia, surgió el recelo de que profesionales y empresas del sector no comprendiesen la actuación de un observatorio regional de medios. Se temía una reacción a la crítica, pero también una resistencia y oposición al trabajo. Felizmente, nada de eso aconteció.

Sorprendentemente, en la medida que el sitio publicaba sus análisis, reporteros y redactores de los diarios observados enviaban *e-mails*, justificando algunas de sus prácticas, concordando o discordando de las evaluaciones hechas. Ese comportamiento no fue masivo, pero suficiente para percibirse que los profesionales tenían acceso a los contenidos, reflexionaban sobre ellos y reaccionaban a las críticas. Ese retorno informativo permite afirmar que los profesionales no ignoraron la iniciativa y la consideraron como una instancia legítima de la crítica. Paralelo a eso, los editores-jefes de los tres diarios imprimieron los diagnósticos quincenales publicados por el sitio y los fijaron en sus pizarras redaccionales. De esta forma, incentivaron la lectura de los demás y -una vez más- dieron un voto de confianza al proyecto. Esa práctica se mantiene, conforme lo atestiguan los editores de los diarios.

*Se percibe una cierta
efervescencia de la
crítica de los medios en
los países
latino-americanos*

