

## EDITORIAL

**L**os cambios en curso en América Latina y el Caribe son radicales y vertiginosos. La región atraviesa simultáneamente por: un crecimiento económico que tiende a concentrar riqueza e ingresos; un aumento de la pobreza entre la población más desposeída y marginada; y una renovación de los medios de producción acompañada de un aumento del comercio internacional. Los medios y las comunicaciones están en el centro de esta vorágine de transformaciones.

El análisis de nuestros colaboradores en 16 países desde México hasta Argentina constituye un diagnóstico regional de los medios y las comunicaciones. A pesar de las diferencias de coyunturas nacionales, identificamos tendencias compartidas.

En todos los países el estado cede sus posiciones en el campo de las comunicaciones privatizando medios, eliminando subsidios y reduciendo su rol de controlador del flujo informativo. Las consecuencias son contradictorias: aumenta la competencia y la diversidad de programación, y surgen nuevas concentraciones monopólicas privadas.

La prensa gráfica, los diarios y semanarios, están en crisis financiera y sus tirajes declinan notablemente. Buscan nuevas fórmulas que amplíen el número de lectores pero no aciertan satisfacer las necesidades de un público que cambia y se especializa. Las mejoras técnicas en la producción no es acompañada de una mejoría en su contenido y su protagonismo social.

La audiencia televisiva continúa aumentando y el medio en su conjunto capta la mayor parte de la pauta publicitaria. La programación sigue priorizando las fuentes y los enlatados importados. La producción nacional y regional está lejos de satisfacer las necesidades del mercado. La competencia por los ratings y la publicidad deja desamparada la producción educativa y cultural ahora marginada incluso de los escasos y condicionados subsidios estatales.

La radio parece ofrecer oportunidades que los demás medios no atienden. La mayor descentralización y el nuevo énfasis en las líneas abiertas en las que se expresan distintos sectores sociales constituye un espacio importante para la comunicación participativa y democrática. Sin embargo, su potencial educativo no se aprovecha todavía con la eficacia que merece.

Paralelamente se multiplican las iniciativas de crear cadenas transnacionales de producción y difusión en televisión. La Red Globo de Brasil, Televisa de México y sus hermanas menores de Argentina, Chile y Venezuela, buscan asociarse en poz de un manejo oligopólico del mercado iberoamericano. Proyectos estatales, mixtos o privados en España, Inglaterra, y Estados Unidos, entre otros, avanzan en ofrecer programación de TV, radio y medios gráficos, orientados a la captación del creciente mercado hispanoamericano.

La apertura y flexibilización de los mercados financieros y de valores facilitan la articulación de consorcios multinacionales con influencia sobre todos los medios y las redes de comunicación telefónicas e informáticas en formas cualitativamente más avanzadas que las que se intentaron en décadas pasadas.

Pero los cambios tecnológicos y económicos abren también nuevas posibilidades. Hoy es más fácil y menos costoso montar un medio independiente. Hay un notable repliegue del control informativo y de la programación. Se multiplican los esfuerzos por extender la protección del periodista frente a las múltiples formas de represión y censura. Se exploran nuevos esquemas de financiamiento de la producción educativa y cultural.

La gradual pero irreversible apertura de los mercados amplían las posibilidades de una integración en las comunicaciones que no era viable hace sólo algunos años.

El verdadero desafío que enfrentan los medios en lo que queda del siglo es definir y asumir su protagonismo en la superación de los problemas sociales que heredamos de la década perdida y las secuelas que ya se hacen notar de los mismos cambios que facilitan su expansión.



Gino Lofredo

**Chasqui**

Revista Latinoamericana de Comunicación

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Gino Lofredo

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores.

Rodrigo Rangles, Min. Educación.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad  
Estatal de Guayaquil**Diseño**

Martha Rodríguez

**Portada**

Carlos Monsalve, Jaime Pozo

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI

*CHASQUI* es una publicación de CIESPAL  
que se edita con la colaboración de la  
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador  
Telf. 544-624. Telex: 22474 CIESPAL ED.  
Fax (593-2) 502-487

Los artículos firmados no expresan  
necesariamente la opinión de CIESPAL o  
de la redacción de *CHASQUI*

## Los medios en transición



Los cambios en curso en América Latina y el mundo transforman los medios y las comunicaciones y les exigen más transparencia, más profesionalismo, y más participación en la cobertura de las realidades nacionales. *Chasqui 42* repasa aspectos de la situación de los medios desde México hasta Argentina, y analiza algunas iniciativas internacionales dirigidas al emergente mercado regional.



### MEXICO

- 6 Terca opacidad del glásnost mexicano, *Francisco Prieto*
- 9 La pegajosa costumbre del ruido y el silencio, *Andrea Dabrowski*
- 13 Un tigre anda suelto: *Televisa* se lanza al escenario internacional, *Juanita Darling*

### AMERICA CENTRAL

- 15 Guerras, mensajes y medios, *Byron Barrera Ortiz*
- 21 Polarización, periodismo y democracia, *Haroldo Shetemul*

### VENEZUELA

- 24 Medios, deterioro social y golpismo, *José Antonio Mayobre M.*

### ECUADOR

- 28 Entre derivas y devaneos, *José Sánchez Parga*
- 32 Los medios por dentro, *Javier Simancas, Fredy Ehlers*
- 34 Sanear las comunicaciones es asunto de todos, *Rubén Astudillo*
- 36 Plagios aceitosos para lectores incautos, *Iván Ulchur C.*
- 37 Madres, medios y plomo, *Allan Castelnuevo*

### PERU

- 39 Los medios como blancos de guerra, *Carlos Gutiérrez Aparicio*

### BOLIVIA

- 44 El negocio de la comunicación y la democracia ritual, *Erick R. Torrico*

### BRASIL

- 48 La locura del séptimo día, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 51 El efecto perverso del simulacro del consumo, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 53 Los mensajes ocultos de Silvio Santos, *Paulo de Tarso Riccardi*
- 56 Cine, política cultural e integración, *Anita Simis*
- 58 La renuncia del mecenas y la utopía de lo alternativo, *José Tavares de Barros*

### URUGUAY

- 61 Agonía y Renacimiento, *Kintto Lucas*

### ARGENTINA

- 65 La milonga de los medios en el paraíso liberal, *Daniel Raffo*
- 71 El éxito de *Página 12*, *Daniel Raffo*

### ESPAÑA - AMERICA

- 73 "Misión América", *José Manuel de Pablos y Natalia Wildpret*
- 75 La conquista por satélite, *Carlos Gabetta*
- 77 *Cambio 16* en América, *José Manuel de Pablos, Silvia Amat, Verónica Salcedo*

### ENTREVISTA

- 80 Mario Benedetti: El simulacro de los sentimientos, *Kintto Lucas*
- 83 Mi reino por una pared, *María del Carmen Cevallos*

### AUTOCRITICA Y CONTRAPUNTO

- 85 Simón Espinosa y Rodrigo Villacés critican *Chasqui 42*

### 2 Editorial

### 3 Actividades de CIESPAL

### 87 Tendencias

### 99 Reseñas



### Nuestra Portada

*El Coctel*, óleo de Carlos Monsalve, 1986. El pintor nació en Cali, Colombia en 1957, y reside actualmente en Quito. Su obra reciente se exhibió en Mayo de 1992 en la Galerie de Nesle, en París.

Taller Monsalve

Eloy Alfaro 19-18 y Rusia

Quito, Ecuador - Tel. (5932) 458 039

En esta edición de *Chasqui* privilegiamos la presencia gráfica de destacados fotógrafos de la realidad latinoamericana. Publicamos fotografías históricas y contemporáneas de artistas de extraordinario talento. A todos ellos agradecemos especialmente su contribución.

# El éxito de Página/12

el país a diario

Daniel Raffo

**C**on audacia informativa y un envidiable sentido del humor *Página/12* fue el diario que más creció durante los últimos cinco años en la Argentina. Su primera edición aparecida el 26 de mayo de 1987 fue de 30 mil ejemplares. Cuatro años después, en 1991, el promedio de ventas era de 75 mil ejemplares con picos de 95 mil en circunstancias extraordinarias.

La principal franja de lectores de *Página/12* se ubica entre los 25 y 45 años, con amplia participación de público femenino (49%), seguida por los lectores de 18 a 24 y, en tercer lugar, por los mayores de 45. En el orden publicitario *Página/12* ocupa el segundo lugar después de *Clarín*, el diario de mayor circulación del país, en la franja de consumidores varones ABCI de 30 a 39 años superando al centenario matutino *La Nación* que atiende, precisamente, a los sectores de mayores ingresos económicos.

A los halagos internos, el matutino de tendencia socialdemócrata impreso en tamaño tabloide, suma no pocos elogios internacionales. Asombrados por lo exótico que les resultaba una redacción hasta hace poco tiempo escasamente mecanizada, a diferencia de las existentes en el primer mundo, los corresponsales extranjeros elogiaron reiteradamente su calidad y valentía periodística. Las notas aparecidas en la edición internacional de *TIME* y en el diario *Libération*, entre otros, dan cuenta de ese reconocimiento.

*Página/12* fue imaginado originalmente como un diario de contrainformación que podría sustentarse con una venta de 10 mil ejemplares. El modelo se inspiró en otras publicaciones locales y extranjeras que habían alcanzado buen suceso al tratar con desenfadado y mayor profundidad las noticias que la "prensa seria" abordaba en forma convencional. Pero el primer error de cálculo signó el éxito posterior del

proyecto. Las 12 páginas previstas para analizar la información, de allí su nombre, resultaron escasas y la primer tirada llegó a 14 páginas que luego fueron aumentando junto al creciente interés de los lectores. El incremento se registró tanto en sus ediciones cotidianas como en la incorporación de suplementos que luego pasaron a formar parte de las entregas habituales.

Actualmente *Página/12* que nació en Buenos Aires como un producto orientado a satisfacer los requerimientos informativos de la clase media politizada porteña se diversificó en el interior del país. Desde hace varios meses la edición nacional adosada a una edición de carácter local se distribuye en La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires y en Rosario, tercera ciudad en importancia del país. Se espera que la próxima extensión se concrete en la ciudad de Córdoba.

## DESTAPANDO OLLAS

Nadie asume la responsabilidad del fracaso pero muchos reclaman la paternidad del éxito. Al juzgar el fenómeno *Página/12* abundan las explicaciones. En términos generales se menciona el acierto de conformar al sector intelectualmente más inquieto de la población, de tendencia progresista, que no se siente contenido en los medios tradicionales y busca un enfoque más comprensivo e inteligente de la información.

En este sentido el mérito corresponde a Jorge Lanata (32) su director. También al grupo de redactores que supo congregarse. Algunos son muy jóvenes y realizan sus primeras experiencias en el periodismo. Otros ya son reconocidos como Horacio Verbitsky, quien sacude al poder con sus denuncias sobre la corrupción en las altas esferas; Julio Nudler, analista económico de primer nivel; Martín Granovsky, ganador del Premio Internacional de Periodismo "Rey de España" 1988 por su cobertura del alzamiento "cara pintada"; Adriana Schettini Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1988; Luis Bruchstein galardonado con el mismo premio en 1989 y otros asiduos columnistas como Osvaldo Soriano, Tomás Eloy Martínez y Eduardo Galeano, por citar a unos pocos.

*Página/12* formula diariamente el planteo contestatario ante las noticias de interés general. Lo desarrolla con perspicacia e inteligencia pero sin afectar los valores fundamentales aceptados por el grueso de la comunidad. Por ejemplo, cuestiona todas las manifestaciones de intolerancia, sin reparar en su origen, y defiende la vigencia de los derechos humanos apuntalando constantemente el sistema de convivencia democrática elegido por los argentinos. Es decir, marca las discrepancias rescatando al mismo tiempo la pluralidad de pensamiento.

En el plano económico, en cambio, "destapa las ollas" de la corrupción administrativa pero no objeta frontalmente el plan de ajuste que impone un fuerte sacrificio a los sectores más desprotegidos. En este orden denuncia los casos de peculado en los trámites de privatización de empresas públicas pero no defiende la conservación del estado. De tal modo, frente a la avalancha neoliberal parece adoptar un equilibrio crítico.



## AMARILLO 12

Una de sus armas favoritas, y más eficaces, es el humor. La prueba de la importancia que le otorga se rastrea en los chistes de Daniel Paz y Rudy, un recuadro que aparece diariamente en primera plana. Tienen el valor de un pronunciamiento editorial. Ante los magros resultados de la ECO/92 de Río, por ejemplo, el domingo 14 de junio aparece el siguiente diálogo:

- Los estadistas de todo el mundo firmaron la Carta de la Tierra-

- ¿Y qué dice la carta?-

- "Señor Juez..." el encabezamiento de las notas que dejan quienes van a morir.

Pero hay una manifestación de humor más integral que muestra los buenos reflejos y el ingenio del diario para responder a las agresiones del poder. Al gobierno le fastidian las denuncias de corrupción que vinculan a altos funcionarios y a familiares del presidente con actos delictivos. Como defensa acusa a la prensa de sensacionalista y denuncia supuestas campañas de difamación. En una oportunidad varios funcionarios, incluido el presidente Carlos Menem, acusó a *Página/12* de "amarillismo". Al día siguiente, sin hacerse esperar, el diario apareció editado en papel amarillo con el título de *Amarillo/12*. Ese día se vendieron más de 130 mil ejemplares.

Claro que no sólo el humor arrancó picos de venta. Cuando Carlos Menem firmó el indulto a los jefes militares que

habían sido condenados por delitos de lesa humanidad, *Página/12* apareció con su primera plana en blanco. Vendió 80 mil ejemplares. Cuando reveló la infidencia de un ministro que admitía estar en una posición genuflexa ante Estados Unidos, las ventas treparon a 95 mil ejemplares. Otro tanto sucedió cuando difundió los cargos que pesaban contra un ministro de economía, Néstor Rapanelli, por supuestos delitos cometidos en Venezuela mientras se desempeñaba como directivo de una multinacional. Frente a estas manifestaciones muchos se preguntan qué sería de *Página/12* si no tuviera un gobierno con el cual confrontar. La respuesta no es fácil.

## LA GLORIA Y EL PODER

Este exitoso periódico nació cuando naufragaba otro proyecto editorial piloteado por Jacobo Timmerman, *La Razón* matutina. Timmerman volvió del exilio tras la recuperación de la democracia prestigiado con el antecedente de haber sido el creador de *La Opinión*, un diario memorable de la década del '70 que revolucionó al periodismo argentino y que sucumbió bajo las garras del régimen militar. Con estos títulos asumió en 1984 la conducción de un diario tradicional, *La Razón*, que de vespertino tamaño sábana convirtió en matutino tamaño tabloide y lo llevó a la ruina. A pesar del incuestionable fracaso, la ingrata experiencia demostró que en el mercado había espacio para un diario diferente. Sobre esta playa

desembarcó *Página/12*. Los primeros pasos no hicieron más que confirmar la presunción. Los 20 a 30 mil ejemplares de venta que asistieron a su alumbramiento marcaban el límite de una lógica aspiración. Pero a los dos años se produjo un cambio político significativo. De un gobierno cercano a la socialdemocracia se pasó a una administración ungida por los sectores populares que se alió, en el poder, con la oligarquía liberal. El pozo de las contradicciones se multiplicó. *Página/12* comenzó a escalar hacia la gloria.

Tal vez en circunstancias diferentes le resulte más difícil mantener su atractiva independencia. Los acuerdos que su propietario, Fernando Sokolowicz, suscribió con empresarios cercanos al líder de la Unión Cívica Radical, Eduardo Angeloz, para producir *Página/12-Córdoba* podrían influenciar su posición en caso de que este político, o algún representante de ese partido, recupere en 1995 el manejo del Gobierno Nacional.

A pesar de su corta vida el matutino tiene experiencia en entendimientos con el poder. Lo destacable es que logra sostener estas asociaciones sin perder su perfil opositor, especialmente para la legión de lectores que lo sigue aunque más no sea para saber qué opina *Página/12* sobre tal o cual resonante acontecimiento. Un ejercicio de indudable virtud que forma parte de uno de los proyectos más inteligentes y entretenidos que encaró el periodismo argentino en los últimos años. ●



*Página 12*, caricatura de portada