

EDITORIAL

Los 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
Estatad 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

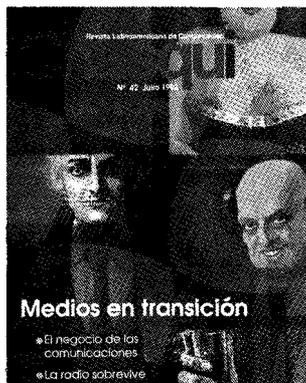
- 73 "Misión América", *José Manuel de Pablos y Natalia Wildpret*
- 75 La conquista por satélite, *Carlos Gabetta*
- 77 *Cambio 16* en América, *José Manuel de Pablos, Silvia Amat, Verónica Salcedo*

ENTREVISTA

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

AUROCITICA 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.

Entre derivas y devaneos

José Sánchez Parga

La evolución de los medios aparece lenta en relación a los cambios económicos y sociales desatados por el boom petrolero de los años 70. La timidez empresarial, la inadecuada formación profesional y una excesiva tolerancia de parte del público receptor serían factores que frenan una modernización más dinámica de las comunicaciones.



Lucía Chiriboga, Ecuador, 1992

Grafiti pintado frente al edificio de Ciespal en Quito, 1992

Las prácticas y los efectos del periodismo sortean con dificultad una doble paradoja. Mientras no es objeto de amenazas exteriores, la libertad de prensa afronta problemas internos relativos a los límites que ella misma se impone, fabricándose sus propias mordazas, reales y ficticias, sorteando las críticas de su conformismo, de su irresponsabilidad o de su disponibilidad a la manipulación. Esto sucede precisamente cuando los

José Sánchez Parga, Director del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador en Quito.

medios adquieren un estatuto de protagonistas en nuestras sociedades, en sus recién estrenadas democracias. El "cuarto poder", al que se le atribuye la fuerza social de fiscalizar y controlar a los otros, se encuentra a sí mismo descontrolado y huérfano de toda supervisión constructiva.

Otro riesgo o dilema del periodismo actual es adoptar los modelos mediáticos de la comunicación, tan efectistas como intrascendentes, en detrimento de un profesionalismo informativo, indagador de la sociedad y de la misma noticia, capaz de producir efectos de revelación sobre los acontecimientos,

asumiendo así un papel perturbador dentro de la galaxia de la comunicación mediática.

Una última apuesta se juega al interior de las tensiones entre la oferta y la demanda, no siempre periodísticamente bien procesadas. El problema puede surgir porque la prensa empresarial se deja guiar de manera mecánica por la demanda de sus consumidores, a través de los sondeos de audiencia y lectores. Es posible también que sus deficiencias sean la muestra de que no es capaz de mejorar o renovar la oferta de su producción periodística.

Aquí interviene también un asunto de ética profesional, de identidad periodística y de relación con la misma sociedad y sus cambios. La opción entre una lógica del consumo periodístico y una clara decisión de producir sociedad y generar desarrollo social. Esta alternativa el periodismo no la percibe ni se la plantea por una falta de perspectiva crítica de su propia actuación que es menos protagonista de lo que él mismo cree.

El principio de legitimación de la prensa resumido en el imperativo de "informar ante todo" acusa toda la debilidad de su simplismo. Las aberraciones a que conduce son conocidas. La emisión de la noticia sin procesar, en su estado supuestamente bruto. El abuso del testimonio cuyo único valor radica en el efecto, que reduce todo lo que puede ser dicho a una opinión, y que coloca la verdad a la misma altura que la mentira o el error.

La prensa se halla acorralada entre la diversidad de géneros periodísticos. Se encuentra abrumada por sus opciones y no logra manejar o combinar cada una de ellas. Para trazarse líneas no siempre cuenta con el suficiente profesionalismo. Confunde la tarea del periodismo de comentario que es revelar el sentido profundo u oculto de los acontecimientos, de ponderar su peso en relación a la fugacidad del tiempo que los atraviesa, con la vocalización de la opinión de la individualidad de algún periodista inmodesto. En la indagación periodística para descubrir hechos ignorados o mal conoci-

dos, que contradicen las noticias en circulación los comunicadores parecen carecer de la audacia, el rigor y la persistencia que la tarea exige. En el periodismo de comunicación que se desliza sobre la superficie de las informaciones, ensartando unas con otras, interesándose en el color y la textura de sus vinculaciones, la prensa no parece interesarse y parece no disponer o no asignar las destrezas y los recursos que la tarea requiere.

EL DISFRAZ DE LA COMUNICACION CONTRA EL RIGOR INFORMATIVO

Estos ideales del periodismo que tradujeron el éxito profesional de algunos periódicos (*Washington Post*, *Le Monde Diplomatique*, *El Espectador*, *Qué hacer*), no sólo fue logrado por pocas empresas ambiciosas sino que hubo de ser abandonado por muchos intentos que sucumbieron a distintos estreñimientos. Los económicos derivados de una competitividad que nutre más la ganancia empresarial que el profesionalismo de prensa. Las tecnologías mediáticas desenfrenadas por la circulación cada vez más rápida y amplia de las noticias. La rapidez de la comunicación que privilegia el producto bruto más que su elaboración. La falta de una auténtica libertad de prensa no entendida, negativamente, desde la ausencia de censuras y de amenazas, sino en términos creativos de producir libertad y sobre todo opinión e información.



Lucía Chiriboga, Ecuador, 1986



Lucía Chiriboga, Ecuador, 1986

El medio y la identidad en Riobamba, Provincia de Chimborazo, 1986

Esta calidad del trabajo periodístico supone la adquisición de un saber acumulado propio y autónomo, por consiguiente especializado. No puede improvisarse con la adquisición de trucos y recetas limitados a dar forma a las informaciones. Y lo peor es que esta corriente se apoya en una filosofía implícita en la comunicación moderna, muy ilustrada por la fascinación de las nuevas vedettes presentadoras de imágenes. Frente al "elogio testarudo de la información" (Serge Daney) pocas son las voces discordantes de un Bruno Masure que emite "serias reservas sobre el grifo de imágenes y noticias, que representan una perversión del sistema periodístico".

Todo esto explica esa nueva conjugación entre el hedonismo de la manipulación tecnológica de los medios y el narcisismo exhibicionista que aqueja al periodista. Basta asistir a la misa solemne de los noticieros televisados, donde los comentaristas pontifican y triunfan soberanamente con sus glosarios, entre catequéticos y banales, pero siempre irresponsables, ya que más

que descubrir la noticia, cuyas implicaciones muchas veces ignoran, se gozan sazónandola. Un culto de la comunicación que termina en el desprecio de la información.

Nadie pretende que el *Sun* londinense o *La Otra* de acá se conviertan en periódicos para intelectuales. Se trata más bien de que la prensa de calidad mejore su calidad, y que no reduzca sus posibilidades informativas limitándose al uso de los comodines de la comunicación.

Un defecto crónico de profesionalismo que afecta a la calidad de la prensa, previo e incluso exterior al necesario trabajo de la misma noticia, es la falta de continuidad y seguimiento de los acontecimientos y de las noticias transmitidas un día y olvidadas al siguiente. Otro más grave y garrafal, que traiciona a la misma formación del periodismo, afecta la tergiversación de la noticia por ignorancia de los datos que la componen. Escribir en un diario que "varios iraníes fueron apresados como sospechosos de ser árabes fundamentalistas" es cometer dos serios errores en sólo dos líneas. O en fin, esas suertes de alteraciones mentales (por no decir freudianas), que conducen a llamar "Scarfalo" al Presidente de Italia (en lugar de Scalfaro).

EL EXTRAÑO CASO DEL MILITANTE JEKYLL Y EL PERIODISTA HYDE

Ya es muy sintomática, aunque no sea frecuente, la metamorfosis del periodista en político y del político en periodista. Más sospechosos resultan los desempeños periodísticos del hombre político, y los devaneos políticos del periodista. Menos evidente pero todavía más revelador de la ambigüedad y del problema de identidades es esa forma militante de hacer periodismo, sobre todo en una época en que los espacios públicos de la acción política han sido casi abolidos por los espacios mediáticos. Y aumenta todavía más este equívoco la mala conciencia del periodista de que el periodismo es un "cuarto poder".

Esta débil conciencia de lo que en el fondo separa al periodista del hombre político es también resultado de una confusa indefinición profesional en sus relaciones con el poder político, la opinión pública, la sociedad civil. Ello induce al periodismo a expresarse habitualmente desde el punto de vista

del poder político, aun cuando sea desde la oposición, en lugar de informar a la opinión pública.

No se trata de despolitizar la acción social del periodista sino de formalizar sus relaciones con los poderes políticos y económicos, sobre todo si estos son propietarios de la prensa o de alguna manera la controlan e influyen. La específica politicidad del periodista consiste en dar cuenta y testificar con rigor y precisión informativos ante y para la opinión pública.

Pero son los actos de poder de la prensa en las diversas formas y actividades del periodismo, lo que suscita mayores cuestionamientos. La prensa es siempre susceptible y suspicaz ante cualquier atentado a sus libertades. Pero puede ejercer un dominio despótico y gozar de toda impunidad en muchos campos de su propio quehacer, traicionando políticamente su ética tanto como su profesionalismo. El espacio es amplio. Edita tergiversando o no publica una entrevista. Maquilla la declaración infortunada de un político. Con un corte casual o calculado tergiversa o condiciona la lectura de la noticia de una agencia. Es en el entramado de unas relaciones de poder que

no están políticamente formalizadas, donde realmente el periodismo se debate y manotea, sujeto a presiones privadas, a grupos de influencia, a intereses particulares.

Más de mordazas nuestra prensa sufre de esparadrapos. No puede escribir esto ni decir aquello porque fulano se resiente y zutano se enoja. Y si un comentarista comete un desliz, es cancelado no por la falta de profesionalismo que refleja su descuido sino porque el influyente ciudadano molesto se queja al medio recurriendo a una vieja amistad con su director.

LA CORTESIA Y LOS BUENOS MODALES DEL ENCUBRIMIENTO

A esta necesidad de precaver conflictos, que hace tan cautelosos y evasivos a los medios, se añaden estados y gobiernos extremadamente frágiles y susceptibles a cualquier batería del periodismo. Y como nuestro estado compra y vende tantas cosas además de promover su propia imagen, ningún medio puede permitirse el lujo de vivir sin la publicidad estatal.

En diez años de democracia han sido relativamente pocas las represalias políticas contra la prensa. Asesinato de un periodista demasiado indiscreto. Clausura temporal de un medio. Obstáculos burocráticos para la apertura de otro. El miedo al que aluden medios y periodistas se cifra en un terrorismo barato, de amenazas personales, de advertencias, de condicionamientos a las concesiones publicitarias. No se puede ignorar el efecto político que significa esta servil dependencia de los medios respecto del anuncio comercial, y la relación de esta dependencia con el desolador panorama de una sociedad con pocos y malos lectores. Nada desincentiva tanto al periodismo nacional como la supeditación de la información a la mal entendida gestión publicitaria.

Esto explica pero no disculpa que los medios no sean periodísticamente empresariales, porque una cosa es vender periódicos y anuncios clasificados y otra vender periodismo. La timidez informativa la comparte y a veces la incentiva la clase empresarial que sustenta publicitariamente a los medios. Así como el empresariado nacional se asusta ante la competencia que produciría una apertura comercial con sus vecinos andinos, tampoco es

Más que de mordazas nuestra prensa sufre de esparadrapos. No puede escribir esto ni decir aquello porque fulano se resiente y zutano se enoja.

lo suficientemente emprendedor para propiciar una buena prensa. Y vemos que no lo hace incluso en aquellos temas cuya investigación y difusión le convendría empresarialmente incentivar, como el costoso tráfico de influencias en el que debe participar para producir o comerciar con mínima fluidez. No faltan muestras exitosas en su género como la *Revista Diners*, que expone pluralismo en las ideas y calidad en sus textos y artes. Los otros intentos han sido mediocres por exceso de constreñimientos. Se recurre al sigilo y la mal entendida discreción quizá por una lectura demasiado estrecha de eso de que los trapitos sucios se lavan en casa. La "casa", no debemos olvidar, es ese sitio donde todos convivimos en notable promiscuidad. La pegajosa imprecisión que nos asalta ante un hecho informativo quizá también refleje la escasez de lectores o veedores calificados y exigentes.

La libertad de prensa, derecho que se ejerce a título privado, procede de una libertad pública, abierta a todos los ciudadanos, los cuales tienen también derecho a una información que para ser verídica debería ser siempre verificada y completa, y para ser completa debe ser obtenida y presentada con competencia. Poco es propicio en nuestro paisaje para mejorar la prensa y el periodismo a falta de una real competencia que incentive un mayor profe-

Un defecto crónico de profesionalismo es la falta de continuidad y seguimiento de los acontecimientos y de las noticias transmitidas un día y olvidadas al siguiente.

sionalismo, y que sirva de aliciente si no para lograr un mayor número de lectores al menos cierta calidad de lectura.

El trabajo de ciertas noticias, la elaboración de ciertas secciones, el tratamiento de las opiniones, el equilibrio entre los espacios publicitarios y los comunicativos e informativos, y ese margen de prensa investigativa, que para el buen periodismo no sería más que un pleonasma, todo esto que se echa de menos, evitando tanta frivolidad periodística, podría orientar el desarrollo de una buena prensa a la latitud de los tiempos.

Y quizá los avances tecnológicos y la seductora ampliación de los mercados incorporen al juego esa competencia estimulante. Ya nada nos impide esperar que en un futuro no lejano las corrientes de integración nos pongan a la puerta de casa cada mañana la edición nacional del periódico de un país vecino, o de cualquier parte y en cualquier idioma. Cada vez son más los desertores de los canales nacionales de TV, los lectores de periódicos extranjeros, los abonados a *Telecable*, y los que optan por dejar de leer en simple acto de autodefensa. Aunque siempre habrá incondicionales de los anuncios clasificados, las esquelas mortuorias, crónicas rojas, y los enchufados en la telenovela y la teledifusión deportiva. ●



Lucía Chiriboga, Ecuador, 1990

Un pizarrón de clasificados en Lima, 1990