

Carta a nuestros lectores

La elección en Bolivia de Evo Morales y de Michelle Bachelet en Chile interesa a **Chasqui** desde el punto de vista de la comunicación política, de la imagen y mensaje utilizados en sus campañas, de su efectividad, en contraste con la estrategia de sus adversarios. **Chasqui** no es una revista política y, por lo tanto, siempre carga el acento en los procesos de comunicación y no en la configuración política y en los enfrentamientos de diversas corrientes de pensamiento que se dan en América Latina.

En este contexto están escritos los artículos de José Luis Exeni, desde Bolivia, y de Katia Muñoz Vásquez y Sergio Celedón Díaz, desde Chile.

El énfasis que **Chasqui** da a la comunicación social, sin duda, explica, al menos en parte, el interés que ha despertado en los diferentes portales de Internet que albergan a la revista. Como ejemplo cabe citar a www.chasqui.comunica.org que el pasado mes de enero registró para **Chasqui** 500 mil hits, según aparece en el gráfico de la contraportada de esta edición.

La especialidad de la revista en comunicación le obliga a tratar con profundidad temas como el surgimiento del ciudadano digital; el desempeño, impacto y organización de las estaciones estatales o semiestatales de televisión; la importancia creciente de la comunicación por satélite; y, la preocupación legítima por el efecto en los niños de los programas de televisión e Internet.

En cuanto a la televisión gubernamental, **Chasqui** inició una serie con la BBC de Londres y Radio y Televisión Española. Hoy la ampliamos a Radiobrás del Brasil.

Con frecuencia los lectores se preguntan ¿quién tiene la culpa de la televisión basura: los que la miran con fascinación o los que la utilizan como medida de su popularidad para exigir publicidad mejor pagada? A estas y otras preguntas **Chasqui** ofrece inquietantes dudas y certezas.

En estas páginas, el lector podrá encontrar una aproximación al fenómeno del resurgimiento del cine latinoamericano en el mercado español, la fluidez informática de la era digital y las nuevas formas de informar al interior y al exterior de las organizaciones.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 93 Marzo 2006

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría

Héctor Espín Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión Mena,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez Villao,

Universidad de Guayaquil

Hugo Saguier Caballero,

Organización de Estados Americanos

Andrew Radolf,

UNESCO

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas

de Comunicación y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 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 del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

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

CONTENIDO

Portada

4 | Comunicación política en Bolivia y Chile

José Luis Exeni, Sergio Celedón Díaz y Katia Muñoz Vásquez



Opinión

18 | El ciudadano digital

Carlos Arcila Calderón

Ensayos

22 | La inmigración en clave periodística

Estrella Israel Garzón



Televisión

30 | La televisión satelital

Francisco Sacristán Romero

34 | La televisión autonómica en España

Mateu Ramonell



40 | Los niños y la televisión

Valerio Fuenzalida

46 | Radiobrás, la empresa gubernamental de comunicación del Brasil

Eugênio Bucci

Cine

54 | Cine latinoamericano en el mercado español

Nella Escala



Comunicación Organizacional

62 | Cambio de Mirada en las organizaciones, Comunicación en 360 grados

Fernando Véliz Montero

Dudas y Rupturas

66 | La caricatura de Mahoma y la libertad de información

Juan Manuel Rodríguez

Informática

68 | Internet, aliado y enemigo del periodista

David A. Yanover



74 | La fluidez de la información en la era digital

Carlos Cortés

80 | Periscopio Tecnológico

84 | Bibliografía sobre Comunicación

90 | Actividades del CIESPAL



La caricatura de Mahoma y la libertad de información

Juan Manuel Rodríguez

La anunciada batalla de los medios es ya una realidad cuyas consecuencias son impredecibles. Si las caricaturas del profeta Mahoma, publicadas primeramente en el diario danés /Jyllands-Posten,/ han ofendido al pueblo islámico, del mismo modo las viñetas, divulgadas por Internet, donde aparece Anna Frank acostada junto a Adolfo Hitler, deben haber ofendido también a los judíos. Si para su publicación los unos se amparan en la libertad de información, expresión artística independiente y tolerancia; los otros replican con los mismos enunciados. Sin embargo, esta beligerancia informática no queda en los medios, traspasa lo simbólico y se extiende a la acción: quema de embajadas, amenazas, odios y venganzas.

La indignación por las ofensas a unas creencias religiosas ha desencadenado reacciones violentas. No debería ser así, pero la teoría muchas veces se desmiente en la práctica. El principio teórico de que ninguna ofensa debería justificar actos violentos, es un hermoso enunciado que los acontecimientos suscitados a raíz de las caricaturas del profeta Mahoma han vuelto a contradecir en la realidad debido a la imprudencia, fanatismo religioso, irrespeto y circunstancias políticas en la región. ¿Estas publicaciones han promovido el diálogo entre civilizaciones o lo han entorpecido? ¿Si los cristianos, judíos y budistas exigen respeto a sus creencias, por qué no tienen igual derecho los musulmanes?

La justificación presentada para defender la divulgación de los dibujos es que la libertad de información y la libertad de expresión son derechos irrenunciables en las sociedades democráticas. ¿La libertad humana es absoluta

y sin restricciones? Johannes Laitenberger, portavoz de la Comisión Europea, dijo ante el caso que “la libertad de expresión y de prensa es un derecho fundamental que la Comisión está comprometida a respetar y defender.” ¿Los derechos fundamentales se defienden y respetan con armas o con insultos? ¿Diría lo mismo si algún medio publicase la foto de él al desnudo? Me temo que no. Por ello, es necesario matizar términos y hacer algunas reflexiones.

Libertad de expresión y de información

Estos conceptos, que se toman erróneamente como sinónimos, adquieren su sentido propio dentro de un contexto, de una ideología y de unas circunstancias. Libertad de expresión es el derecho de todo ciudadano a manifestar sus opiniones, creencias, dudas, críticas y veracidades sin ser reprimido por ello. Sin embargo, este derecho no es absoluto porque hay límites como el insulto, la difamación y la calumnia, en definitiva aquellos actos que irrespetan la honra ajena.

Un jugador de fútbol tiene derecho a patear, pero si en vez de golpear el balón patea al contrincante, entonces es sancionado por el árbitro. Es decir, que todo derecho implica ciertas responsabilidades y el respeto a unas reglas de juego y convivencia pacífica: la buena voluntad. La libertad de expresión se suele enmarcar en el ámbito de las interacciones personales. Consiste en exteriorizar pública y voluntariamente una visión personal sobre cualquier asunto. Obviamente, otra persona podrá replicar escudado en el mismo derecho. Si se escribe una carta a un amigo, la expresión es un conjunto de enunciados y visiones desde la vivencia del

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción, docente del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.

Correo-e: juan@mail.usfq.edu.ec

autor. Para defenderla, el correo personal es inviolable salvo en casos donde interviene la justicia. Si alguien publica esas cartas, debería entender que está haciendo público un conocimiento que era privado. El conocimiento público, privado e íntimo son diferentes realidades. La intimidad es inviolable, y los casos de tortura son típicos atropellos de violación a este derecho. El conocimiento más afuereño es el público, luego el privado y finalmente viene el íntimo (núcleo personal), aquello que es propiedad exclusiva del sigilo individual si no deseamos comunicarlo.

La libertad de información es la ampliación del derecho de expresión. Tiene dos vías, el derecho para que el ciudadano acceda a la información, y el derecho a publicarla ya sea masivamente o no. El derecho a la información significa poder acumular, interpretar y difundir mensajes. La “in-formación” posibilita desterrar la ignorancia y formar a la persona. Mediante ese conocimiento adquirido el humano crece emocional e intelectualmente.

El derecho a la libertad de información se inscribe en una práctica social: el derecho del individuo a estar informado. Este derecho no se cumple solamente a través de los medios y las noticias, pues se ejerce también a través de métodos como contacto personal, estudio e investigación entre otros. Sin embargo, ninguna libertad es absoluta, y así cláusulas de conciencia y secreto profesional, como el que tienen los periodistas de no revelar fuentes, son parte de estas restricciones. Las Constituciones de los estados limitan el derecho a la libertad de información cuando ésta atenta contra la seguridad de las naciones, contra el honor, la intimidad y la protección de la infancia y juventud. Si no fuera así ¿por qué detener a las personas que negocian con pornografía infantil? ¿Por qué hay censura en las películas? ¿Por qué se vela la identidad de una fuente? ¿Por qué hay sigilo bancario? En la práctica, la libertad de información también se nutre de sus propias contradicciones.

Estas restricciones a la libertad de información toman en cuenta el sentido común, el bien público e individual, el respeto y la prudencia. Para ello se toman en cuenta dos perspectivas: la jurídica, que reglamenta este derecho fundamental, y la que marca una deontología (ética profesional) en el manejo de la información poseída. ¿Por qué ciertas personas tienen derecho a datos y los usan en beneficio propio y otros no? ¿Por qué en una sociedad supuestamente abierta existe el saber secreto en medicinas, armamento, bacterias, descubrimientos? ¿La información del espionaje es pública y libre? ¿Por qué una ideología exige tolerancia para sí e intolerancia para la ajena? Parece que existe un

choque entre libertad de información (postulado) y ser libre para informarse (práctica).

La otra realidad

Noam Chomsky y otros prestigiosos intelectuales han puesto en duda esa libertad de información en las sociedades supuestamente libres y democráticas. Se aduce que existen monopolios mediáticos, poder económico y geopolítico detrás de los medios, que gran parte de la información es desinformación o mala información, lateralizada, superflua, dirigida. Se restringe y oculta la información mediante el coste del acceso y la no divulgación para preservar la explotación e ignorancia de las masas. Se publica lo que conviene, lo extraño y espectacular (“infotáculos”). Se usa la información como contra-información y viceversa. Se banaliza cierta información para esconder otros conocimientos. ¿Podemos tener conciencia crítica de los hechos cuando gran parte de la información es sesgada, parcial, incompleta y manipulada?

La teoría del neurolingüista Lakoff ya nos ha advertido que el cerebro funciona mediante datos y marcos mentales (“frames”). Las personas ajustan datos y marcos para estar de acuerdo. Cuando los datos chocan con los marcos, entonces prevalece la estructura mental y se omiten los hechos. Estos valores latentes se activan mediante palabras, imágenes y sonidos. Una palabra o una figura pueden desencadenar fuertes reacciones porque la información ha tocado esa parte del cerebro. Como la información no es inocente, tiene una carga ideológica, es posible que las caricaturas del profeta Mahoma hayan tenido la intención de despertar ese marco religioso que provoca una fuerte reacción emotiva. De este modo las imágenes neutras (?), que a los occidentales no indignan, se publicaron como propaganda política para despertar al león del desierto y del petróleo, ofendiéndolo e irrespetándolo. ¿Hay en ello libertad de propaganda ideológica y cultural? La historia nos remite a la caza de brujas, de comunistas, de judíos, de árabes, de indios, de cristianos, de africanos, de ucranianos, de... ¿Es inocua y aséptica esa tan celebrada libertad de información propagandística? Si como alguien decía “tenemos derecho a caricaturizar a Dios”, ¿también tenemos el derecho de caricaturizar a la madre del dibujante? Creo que la información y la confrontación de ideas ayudan al desarrollo humano cuando favorecen la comunicación mediante el respeto a las diferencias. El descrédito del adversario, el insulto y la burla de los símbolos ¿mejorarán las relaciones entre las personas? Tal vez, sí; quizás, no. ☉