

Carta a nuestros lectores

El referendo revocatorio, al que los venezolanos fueron convocados en agosto para decidir sobre la permanencia del Presidente Hugo Chávez Frías, polarizó a Venezuela y a los medios de comunicación social, que se convirtieron en parte del problema. Chasqui encargó el análisis del tema al venezolano Andrés Cañizález, quien escribió desde Caracas, y al mexicano Octavio Islas, que lo hizo desde México, Distrito Federal.

Eduardo Galeano, ilustre amigo de Chasqui, tras ser testigo de la jornada del 15 de agosto en Caracas, escribió un comentario que reproducimos por su originalidad.

Al acercarse la celebración del cuadragésimo quinto aniversario de la fundación del CIESPAL por la UNESCO y el Gobierno del Ecuador, el periodista colombiano Humberto López López reflexiona, desde Medellín, sobre la tarea cumplida y el aporte entregado a la región, por este Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

En este número examinamos, respondiendo a un interés dominante en la opinión pública mundial, el tratamiento que los medios de comunicación han dado a la violación sistemática de los derechos humanos en la cárcel iraquí de Abu Ghraib, a la reciente boda de los príncipes de Asturias, al abordaje mediático de los problemas ambientales y a las consecuencias que la matanza del 11 de marzo del 2004 en Madrid ocasionaron a los inmigrantes, en especial a los latinoamericanos.

Pasamos revista también a la difícil relación que mantienen en México el poder político y los medios, tras el largo predominio del unipartidismo del PRI; a los retos -sobre todo tecnológicos- que afronta la British Broadcasting Company (BBC) en Inglaterra; al muy singular *modus vivendi* que la telenovela latinoamericana mantiene en los países que estuvieron detrás de la llamada Cortina de Hierro y a la nueva realidad -por muchos aún ignorada- de la televisión digital o la televisión del futuro.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

N° 87 Septiembre 2004

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

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Iván Abad, FENAPE

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

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

<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.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

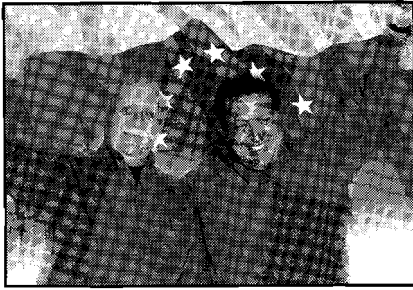
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



Contenido

Portada

- 4 **La prensa en el referendo venezolano**
Andrés Cañizález
- 13 **Entre Venezuela y Nadalandia**
Eduardo Galeano
- 14 **Cronología del referendo venezolano**
Octavio Islas

Opinión

- 22 **La gran rectoría del Ciespal**
Humberto López López

Ensayos

- 26 **Abu Ghraib: Periodismo de investigación**
María Helena Barrera-Agarwal
- 32 **Una real boda mediática**
Juan Varela
- 38 **El tratamiento de la información ambiental:
Los retos del periodismo ecológico**
José Antonio Alcoceba Hernando
- 46 **La inmigración: Víctimas y victimarios en el 11-M**
Jéssica Retis
- COMUNICACIÓN POLÍTICA*
- 54 **México: Todo se ve, todo se escucha**
Juliana Fregoso - Felipe Gaytán
- RADIO*
- 60 **El reto tecnológico de la BBC**
Jairo Lugo
- TELEVISIÓN*
- 66 **Europa del Este en romance con la telenovela latinoamericana**
Ramón Salgueiro
- INFORMÁTICA*
- 72 **Televisión digital y nueva televidencia**
Carlos Cortés
- LENGUAJE*
- 78 **Errores comunes en el lenguaje periodístico:
Verbo, belleza y política**
Juan M. Rodríguez

80 **Periscopio tecnológico**

86 **Bibliografía sobre comunicación**

92 **Actividades del CIESPAL**



Una real boda mediática

Juan Varela ■

2 5 millones de españoles vieron en directo algún momento la boda real entre Felipe de Borbón y Letizia Ortiz. El “sí, quiero” de los novios principescos marcó el récord absoluto de audiencia de la historia de la televisión en el Reino de España. El consumo de televisión se elevó a casi cinco horas, récord absoluto por encima de las cuatro y mucho de la dieta cotidiana nacional.

Uno de cada tres ciudadanos estuvo pendiente el sábado 22 de mayo del enlace entre el príncipe y la periodista. Ni el ocurrenciente Billy Wilder habría filmado mejor comedia.

Anoten los programadores, si en algún momento hay que reflotar la televisión ya se sabe la receta: casar príncipes e infantas. Las bodas de las infantas Elena –sevillana, romántica y colorista– y Cristina –barcelonesa, burguesa y sobria– siguen a la de Felipe y Letizia en el ranking histórico de la caja boba.

■ **Juan Varela.** Español, periodista y editor del portal, www.periodistas21.blogspot.com
■ Correo-e: juan-varela@telefonica.net

La monarquía hispánica será televisiva o no será. Un propósito que el Rey Juan Carlos y la Casa Real persiguen con empeño, sabedores de la necesidad de construir un futuro dinástico en un país donde manda el fervor juancarlista.

Si en otros tiempos la corona fue católica y lejana, hoy es catódica y popular. En tiempos de *reality shows* y salsa de (tripas) y corazón abundante en todas las televisiones, la realeza necesita de la televisión como precisan de ella los políticos. Donde éstos buscan aclamación y votos, los Borbones ansían empatía y ese cariño de súbdito que asegure, boda mediante y heredero a la vista, el futuro de la dinastía.

El socialista presidente José Luis Rodríguez Zapatero empuja sorpresivamente la perpetuación real con su intento de reformar la Constitución de 1978, para abolir la ley que prima a los varones como herederos al trono. Igualdad hereditaria como ejemplo igualitario y método de evitar males mayores si el vástago deseado es niña.

La monarquía no admite fallos

Ni las gestas del Real Madrid en Europa, ni los fracasos de la selección nacional de fútbol, ni *Operación Triunfo*, ni *Titanic* (la película

que marcó registros inopinados de público) soñaron jamás con congregar a tanta gente ante la pequeña pantalla.

En algunas cadenas de electrodomésticos, mayo fue más que nunca el mes de las flores. La boda real y la Eurocopa de Portugal –aseguran los gerentes de mercadeo– dispararon la venta de televisores: un 300 por ciento más de venta que en mayo de 2003.

Los españoles no fueron los únicos apasionados del bodorrio. Los nórdicos, que recientemente habían celebrado sus propios enlaces principescos, siguieron la boda con fervor rayano en el absurdo: cuotas de pantalla superiores al 80 por ciento. El 84,6 por ciento en Noruega y cotas similares en Dinamarca, donde el festejo fue retransmitido simultáneamente por dos cadenas. En Suecia, la audiencia superó el 63 por ciento, según datos de la consultora de audiencias Sofres.

***Juan Carlos I
es el rey de la televisión.
La restauración
monárquica no
habría sido posible
sin democracia y
sin televisión.***



Un mes después, una encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el instituto demoscópico oficial, indicaba que la boda del Príncipe heredero fue seguida por un 49,3 por ciento de la población. La otra mitad fue moderadamente entusiasta o indiferente. Pocos en contra. No es de buena educación oponerse a una boda tan políticamente correcta.

Todos los diarios y revistas lanzaron grandes ediciones especiales y la prensa extranjera difundió la boda por todo el orbe. Se esperaba que los madrileños y los españoles en general se lanzaran a las calles enjaezados para celebrar con los Borbones y olvidar la tragedia del 11-M, tan cercana.

Pero la lluvia, las dudas sobre la pareja, el exceso de almíbar y cuento —príncipe conoce periodista divorciada, cara popular de televisión, y se enamoran por encima de diferencias de clase y con rumor de oposición de la Reina— menguaron el fuego festivo.

Dos días antes del enlace, las luces coloreadas encendidas en Madrid para celebrar la alianza se apagaron por la congestión de paseantes y tráfico provocado. Y la gente se enfadó. Quejas estéticas

aparte (hubo, y muchas), era una ocasión para ver otro Madrid, una ciudad de ensueño principesco y hadas de neón. Por un momento parecía que había vuelto la *movida*. Las luces se apagaron y la gente se enfadó. Mal fario, pronosticaron las gitanas en los portales oscuros.

¡Si García Lorca y Hemingway lo hubiesen visto. Qué copla, qué cuento!

El gran fiasco del enlace fue la retransmisión de Televisión Española

El rey de la televisión

Juan Carlos I es el rey de la televisión. La restauración monárquica no habría sido posible sin democracia y sin televisión. En las postrimerías del franquismo, dos escenas vívidas en la pequeña pantalla perviven en la retina de cada español:

- La muerte en atentado del delfín de Franco, el almirante Carrero Blanco, que abrió el futuro democrático y alimentó durante demasiado tiempo el mito benéfico de ETA.

- La jura de un rey joven ante las todavía cortes franquistas, con un príncipe niño al lado acompañado de su real madre y las infantas. Niños asustados pero firmes ante tanto sable, tanta medalla de ex combatiente de una guerra ilegal —“la gloriosa Cruzada del 18 de julio”— y tanto procurador franquista de negro traje y alma turbia.

Son escenas convertidas en imagería popular y dogma de una democracia en busca de legitimación.

La vigencia y legitimidad de la corona se ha convertido en el mayor dogma de la moderna democracia española. Primero por la restauración, su papel de puente con el pasado lejano y con el cercano. El Rey como garante de una transición sin sangre ni juicios. Después, como encarnación viviente de la democracia. Símbolo deífico y no cuestionado.

Al fin, por los propios intereses dinásticos, asentados en una tupida red de relaciones y compromisos. De políticos y otros poderes que ven en la monarquía el freno a demandas más amenazantes para



sus propios intereses o eso que se ha dado en llamar el "ser de España". Ser cuestionado hasta lo más profundo de su esencia por las más rancias grietas de la piel de toro.

La monarquía y sus dos garantes

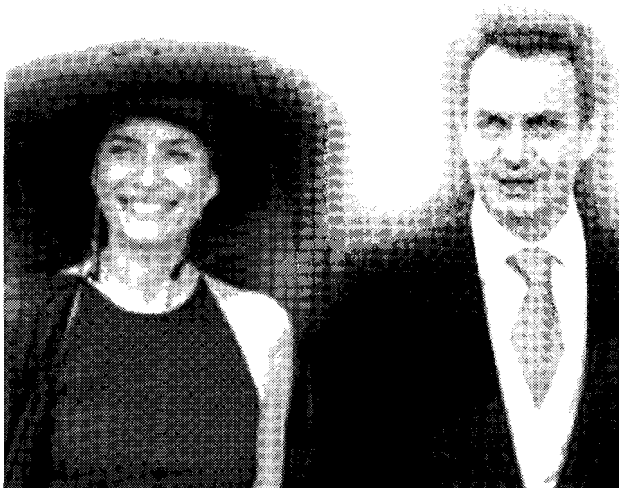
Políticos y medios han sido los dos garantes del sistema de la monarquía constitucional, escasamente rellena de contenido político y muy amplificadas en la opinión, y sobre todo en el sentimiento público.

Si la democracia se funda más en el sentir que en la opinión pública, la Corona es un instrumento utilísimo para su afianzamiento y perpetuación.

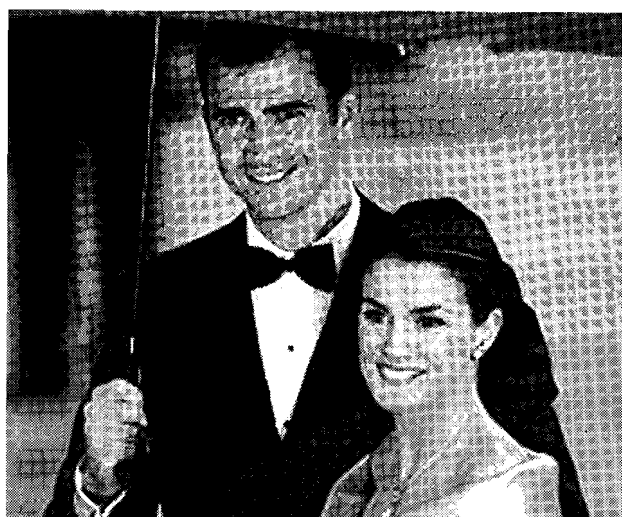
La monarquía es en España modernidad y euro-peísmo. Hoy sin tercios en Flandes, pero con idéntica voluntad, antaño basada en la comunión de la fe y hoy en el sueño europeísta.

Visitas a ciudades y autonomías, besos y entrelazar de manos. "¡Guapos!", gritan a los Reyes en Sevilla como a la Macarena, Reina del Cielo. "¡Vivan los Reyes!", claman regidores y alcaldes en tierras más frías. Escenas de alto profesionalismo real, como la reciente del consuelo a los familiares de las víctimas durante los funerales de la matanza de Atocha.

Imágenes para la historia de la televisión y de España. Portadas irrepetibles de diarios y revistas. Ventas, ventas, ventas. Audiencia. Comunión de medios y público en éxtasis real.



El flamante presidente español Rodríguez Zapatero y su esposa



El Príncipe y la periodista

La realeza es, aquí como en todos sitios, audiencia, difusión y venta de publicidad. Negocio asegurado y una ocasión de quedar bien y conectar *con el pueblo*. De la democracia dinástica a la democracia popular por gracia de los medios.

El gran fiasco del enlace

Por eso es más sorprendente que el gran fiasco del enlace fuera la retransmisión de Televisión Española. La televisión pública falló estrepitosamente en comunicar esa imagen de cercanía, esa apelación al sentimiento (al *ethos*) democrático. Casa Real y TVE planificaron una boda de Estado, cuando deberían haber retransmitido una fiesta de comunión real y popular.

La lluvia, un vestido desafortunado, y la obligación de celebrar la ceremonia en la catedral más fea del país hicieron el resto.

Críticas, críticas y más críticas para una recién llegada directora general de RTVE, Carmen Caffarel, que se llevó todos los palos que sin duda merecía también su antecesor, José Antonio Sánchez.

Hubo aquí un momento crítico donde afloró que la monarquía ya no es lo que era: el realizador escogido, Javier Montemayor, no aguantó tanto palo y espetó irreverente que la culpa fue de los reales novios, por sosos.



La boda real...



copó la atención mediática...



luego el brindis de los Reyes y sus sucesores...



y por fin el saludo desde el balcón de Palacio

Para Montemayor, la escasez de planos cortos, la falta de besos, el respeto a la liturgia y la lluvia fueron los causantes de tanto sosiego y tanto sosías. “¡Qué aburrimiento!” se quejaban las vecinas de patio a patio. “¡Qué ordinariéz!” afilaban su pluma los columnistas monárquicos y los vestidos de togas ducales para el ensañamiento.

Y va TVE y critica a la Familia Real en un comunicado de apoyo a Montemayor. El instrumento mediático hacedor de mitos carga contra su mayor ícono. Será motivo de tesis universitarias.

¡Indignación! Pero, ¿en qué país vivimos? ¡Esto es cosa de los socialistas! ¡Una operación contra la realeza! Bramó la prensa monárquica y la más políticamente correcta o aviesa de difusión.

Errores por doquier y censura. En realidad todo el mundo tenía ganas de criticar. Como no se puede ni al Rey ni a los novios, bienvenido sea el follón de la retransmisión.

Gran despliegue y pocas ventas

Las rotativas estaban calientes para entonces. Los especiales de la boda no habían vendido tanto como los editores esperaban. La cobertura fue generosa, antes y después del enlace. Cuché y color. Despliegue fotográfico y grandes firmas en alabanza de corte. Y pocas ventas. ¿Estará perdiendo tirón la monarquía? “A ver si habrá que hacerse republicano y ya no sabremos cómo llenar las páginas de verano sin las reales regatas mallorquinas”, se preguntaba un editor de prensa local.

Las revistas del corazón ganaron 150.000 lectores, pero menos compradores. Negocio sí, pero no tanto.

Y sin embargo, al 60 por ciento de los televidentes le gustó la ceremonia, afirmaba una encuesta del diario barcelonés La Vanguardia. Los maceteros y ornamentos públicos dispuestos en Madrid para el evento acabaron desplumados por los cazadores de recuerdos. La boda gustó, a pesar de todo. Otra decepción para los republicanos.

Por cierto, la novia era periodista. Un filón. Sagrado vínculo medios/monarquía. Periodista de la televisión pública además. Todo en su sitio. Si hubiera

sido de El Mundo o El País temblarían las columnas del Palacio de Oriente y las de los otros diarios.

La lista de invitados no podía reflejar mejor el enlace mediático: Prisa estuvo presidida por Iñaki Gabilondo, estrella de la cadena Ser, pero no estaban Jesús Polanco ni Juan Luis Cebrián, presidente y consejero delegado y académico, respectivamente.

El director de *El Periódico*, Antonio Franco, no estuvo. Asistieron Antonio Asensio hijo (propietario) y Francisco Matosas, cabeza empresarial.

El director de El Mundo, Pedro J. Ramírez, no podía faltar. Su mujer, Ágatha Ruiz de la Prada, acudió con colores republicanos. Una falta de delicadeza. A las bodas se va o no, como hicieron los portavoces de Izquierda Unida y de Esquerra, en honor de fe republicana. Lo que no conviene es dar la nota para asegurar la foto (sobre todo si es en el propio periódico).

De la radio estuvieron también Carlos Herrera (RNE) y Luis del Olmo (entonces Onda Cero y hoy preparando nuevo proyecto). Todo el ranking de radio representado, con permiso de Jiménez Lozanitos, estrella tronante de la COPE, emisora de los obispos.

Como amigos y compañeros de la novia acudieron también el corresponsal de TVE en Nueva York y ex candidato a independiente director de los noticieros de TVE, Lorenzo Milá, acompañado de su mujer, también corresponsal de TVE en los Estados Unidos, Sagrario Ruiz de Apodaca.

La nota nefasta fue la presencia del condenado por manipulación y ex director de los Servicios Informativos de TVE, Alfredo Urdaci. La amistad manda, pero no es buen ejemplo. Alguien debería haber convencido a Letizia.

Tras la boda marketing democrático

Acabada la boda, marketing democrático: paseo por tierras de España para aclamación de los novios y después a Jordania, a otra boda, y luego a las playas de Asia.

A la vuelta, con perdón, error principesco. Dice el heredero: La luna de miel “me ha sabido a poco”. 32 días frente a los 15 que la ley otorga a los trabajadores españoles. “Estoy deseando ponerme a tra-

Los españoles no fueron los únicos apasionados del bodorrio: también ocurrió con los nórdicos

bajar”, declara la Princesa, ignorante de que no tiene funciones oficiales ni representatividad alguna y su único papel es de *acompañante*.

Novios entusiasmados y Príncipes novatos.

¿Y los republicanos? Agazapados en un solo artículo de difusión nacional, según escrupuloso recuento. Más en las ediciones regionales de algunos medios, con hipocresía incluida de fervor monárquico en la edición nacional y críticas en la catalana (ejemplo: El País).

Pero la mayoría refugiados en la red, donde surgieron decenas de páginas de toda laya con mensajes a favor y en contra. Irónicos o románticos, respetuosos o irreverentes.

En esta España de concentración mediática, corrección política y mercadeo del corazón, las bodas del siglo se suceden temporada a temporada. Por suerte ha habido tres bodas reales. Tendrán que comenzar a divorciarse para repetir ventas y especiales.

Cuando la estrella del Rey se apaga y corren rumores de abdicación – cuando el heredero asegure la dinastía con un vástago– medios, políticos y realistas aseguran la pervivencia de un dogma unido a la democracia como mito originario.

Y las bodas gustan, y los novios también. Y en España aún se canta alguna copla sobre reinas tristes y princesas altivas. ●