

Carta a nuestros lectores

Chasqui se pregunta en este número si ciertos medios de comunicación de los países comprometidos con la guerra de Irak, informaron con imparcialidad y ejercieron su labor crítica con ecuanimidad.

En este contexto, la mayoría de los televidentes del mundo estuvo siempre fija en tres cadenas de televisión: la BBC de Londres, la Televisión Española y la CNN. Creímos, por eso que le sería grato tener elementos de juicio, para decidir hasta que punto fueron fieles a la tradición de un periodismo independiente y objetivo, más allá del compromiso de sus gobiernos.

Esto, sin embargo, no agota todo el interés sobre Irak. Muchos se preguntan con razón cuales fueron las nuevas tecnologías de comunicación que utilizaron los periodistas para informar sobre el conflicto y si, bajo la sombra de la guerra, nació un nuevo lenguaje que hay que aprender a descifrar. En este número, el lector encontrará una respuesta para ambas inquietudes.

Armand Mattelart, en la página de Opinión, vuelve a inquietarnos hablando sobre la desregulación y la privatización, la mundialización y la globalización y el controvertido principio de la excepción cultural.

Chasqui aborda también temas como el del "periodismo cívico", en un contexto de compromiso más obsesionado con las angustias de la comunidad. Los periódicos en Internet están, cada vez más, dejando de ser leídos gratuitamente. ¿Es esta una manera de acumular ganancias y compensar el decrecimiento alarmante de su circulación?

Analizamos así mismo la severa crítica a la que está siendo sometido "Le Monde" para entender un poco más la dura realidad que aqueja a la prensa, aunque goce de prestigio universal. Para quienes estén interesados en saber qué pasa con la libertad de prensa en Rusia y lo difícil que es instaurarla en países que no la conocieron, **Chasqui** les ofrece la posibilidad de un fresco atisbo.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

N° 82 Junio 2003

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Rosa Rodríguez,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Mélida Pavón,
Comisión Nacional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, 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

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

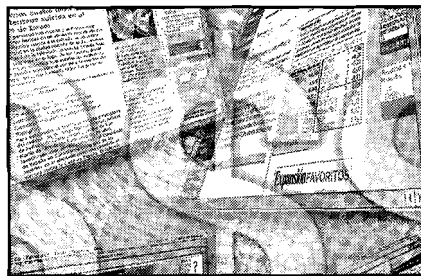
Registro M.L.T., S.P.I.027

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.



PORTADA

- 4** **Irak, Armas de desinformación masiva**
Leonardo Ferreira y Manuel Sarmiento
- 12** **La guerra desde Perú, Pacifismo mediático y rating**
Sandro Macassi

OPINIÓN

- 18** **Alianzas para superar la fragmentación**
Armand Mattelart

ENSAYOS

- 24** **Periodismo cívico, Pasado, presente y futuro**
Marcio Fernandes

PRENSA

- 30** **Le Monde: Entre bomberos se pisan las mangueras**
Lolo Echeverría

- 34** **Rusa, Putin contra la prensa**
Raúl Sorrosa

- 38** **La prensa en Internet se paga**
Juan Varela

TELEVISIÓN

- 46** **La Televisión Española y la otra guerra de Irak**
Francisco Fernández Beltrán y Fernando Vilar Moreno

- 54** **BBC on line, weblogs y víctimas**

- 60** **Televisión Latinoamericana, Tácticas en tiempos difíciles**
Ramón Salgueiro

INFORMÁTICA

- 66** **La tecnología de los medios en tiempos de guerra**
Carlos Eduardo Cortes

LENGUAJE

- 72** **Errores comunes en el lenguaje periodístico. Las palabras botón de guerra**
Juan Manuel Rodríguez

- 74** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 80** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 86** **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Alianzas para superar la fragmentación



Armand Mettelart, que conoce América Latina desde los años sesenta, ha desarrollado un trabajo intelectual de más de tres décadas y tiene en su haber más de 30 obras que, puede decirse, giran en torno a tres ejes fundamentales: comunicación, poder y libertad.

El periodista chileno José Zepeda, director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland y antiguo colaborador de Chasqui, sostuvo recientemente en Amsterdam una interesante entrevista con Mettelart. Parte de esas reflexiones las hemos editado y adaptado para nuestra acostumbrada columna de Opinión.

En los años 80 empezó todo un período de desregulación y de privatización de los medios y de los sistemas de telecomunicaciones. A partir de ese momento, se podría hablar también de una desregulación de todo el sistema, es decir, tanto de los contenidos como de las maneras de verlos.

Por otro lado, cada vez se razona más en términos de eventos globales que congregan a la mayor parte de las audiencias; es decir, con la crisis de los

medios públicos de comunicación, la idea de información se ha transformado y se ha acercado cada vez más a la noción de entretenimiento y, consecuentemente, a la búsqueda de la mayor audiencia posible, sin posibilidad de profundizar realmente en las raíces, en las repercusiones de cada información.

Es la misma argumentación que toman para luchar en contra de la idea de qué hacer, cómo escapar de la cultura, de la información hecha a la medida de las reglas de un mercado salvaje. Creo

que la manera cómo se ha deformado y literalmente adulterado el concepto de diversidad cultural sirve también a los interesados en fortalecer y legitimar el proceso de concentración de los grandes grupos multimedia.

Un ejemplo es el discurso que tenía el director o responsable del grupo universal Vivendi o de cualquier otra institución similar de, finalmente, ofrecer diversidad de los contenidos. En realidad, lo que han hecho es deformar el concepto de diversidad cultural, que para ellos es únicamente la diversidad de la oferta en el mercado, que no tiene nada que ver con la noción de diversidad cultural propiamente dicha, que trata, digamos, de luchar en contra de la tendencia hacia la homogeneización.

La mundialización

Voy a dar un ejemplo muy significativo de la deformación de la información. Hay una palabra en lengua latina -que es muy antigua- que forma parte del patrimonio del movimiento internacionalista: es la

palabra mundialización. Esta es una palabra que surge a principios del siglo XX como alternativa al proyecto global, se podría decir, de la Li-

ga o Sociedad de Naciones, después de la Primera Guerra Mundial. Es una palabra que congregaba, en 1919, a quienes no estaban de acuerdo con el proyecto de reordenamiento colonial del mundo. Es muy interesante ver cómo la palabra mundialización y mundialismo, a partir sobre todo del G7 de Génova, finalmente ha llegado a designar a los antimundialización. La mundialización es una reivindicación histórica de todos los sectores que luchan por la justicia. En forma igual, en el ámbito de la información, hay un conjunto de términos que circulan y que han sido expropiados por el enemigo, y que crean una confusión mental tremenda.

**Con la crisis
de los medios,
la idea de
información se
ha transformado
y se ha acercado
cada vez más a
la noción de
entretención y a
la búsqueda de la
mayor audiencia
posible**

Es el colmo que nos reprochen que estamos en contra de la mundialización. Yo pienso que uno de los frentes importantes, en la lucha de quienes critican el modelo de globalización

neoliberal, está también el campo semántico. Con toda razón el subcomandante Marcos decía que la Tercera Guerra Mundial va a ser una guerra semiótica. Nosotros debemos vigilar para que tengamos nuestro propio vocabulario, y que no estemos designados por los otros con palabras, nociones y conceptos totalmente deformados.

La globalización

Es muy interesante ver que la palabra globalización surge de manera incontestada en sociedades donde no encuentran enseguida la crítica social. Por ejemplo, en Europa, entra primero por Italia y por España. El único país que lo resiste, a nivel del vocabulario y a nivel de la calle, es Francia, que sigue manteniendo la palabra mundialización.

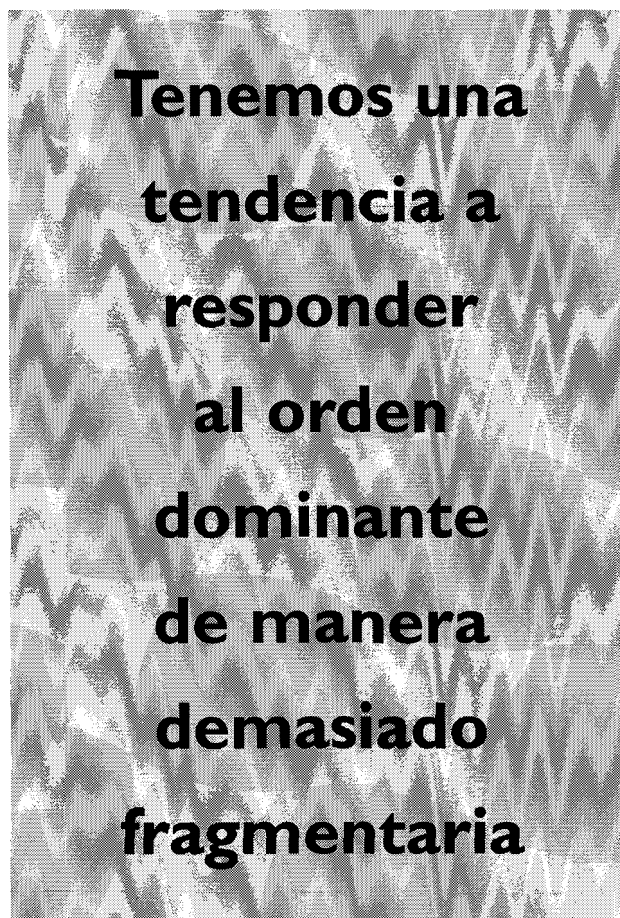
Entonces hay que reflexionar mucho y hay que releer los textos de Orwell. El desafío es tratar de entablar una lucha a nivel de los modos de expresar la realidad y aquello que se nos presenta como el destino.

Ahí hay una actitud que es un problema estructural, un problema que venimos arrastrando desde hace décadas, y -ojo- hay que plantearlo de frente.

Es verdad que el movimiento social, el movimiento crítico, tiene la tendencia a quedarse aislado en lo local. Es lo que llamo "la comunicación alternativa" y -ojo- es necesario articular frentes de lucha.

Hay que pensar más en la lucha de los sindicatos de los periodistas dentro de los propios medios de comunicación dominantes. En el foro

que tuvimos sobre globalización, información y comunicación (Tercer Foro Social Mundial de Porto Alegre, enero del 2003), muchos periodistas que trabajaban en prensa, radio o televisión me plantearon el problema, porque ellos tienen la impresión de quedar aislados de la problemática del movimiento social. Debe haber posibilidad de alianzas dentro de los medios que tienen una irradiación, una trasmisión más general. Prueba de eso es la Radio Nederland, como lo puede ser Radio Francia Internacional.



Tenemos una tendencia de responder al orden dominante de manera demasiado fragmentaria. Cada uno se queda con su estrategia, sin ver que es una trampa si nos quedamos únicamente en lo local, sin incorporarnos en un espectro más amplio de la comunicación.

Se podría tomar el caso francés. En el mes de abril del 2002, todo el sistema mediático, en los sondeos transmitidos a través de los grandes medios de comunicación, hicieron que finalmente la gente creyese que la suerte de la elección estaba decidida y que iban a quedar solo dos candidatos: Lionel Jospin y Jacques Chirac. De repente y tras los comicios de primera vuelta se comprueba que los sondeos y todos los medios se equivocaron, ya que llegó segundo Jean-Marie Le Pen, de la extrema derecha. En consecuencia, en los períodos electorales se ha agudizado, efectivamente, la previsibilidad mediática de los resultados.

Comunicación, un tema político

Cada sociedad genera sus antídotos y sus resistencias y el drama, en la mayor parte de las sociedades, es no haber puesto todos estos problemas que nos conciernen cotidianamente, digamos, de no haberlos puesto como un problema esencial de la democracia. Pero estamos dando pasos positivos, porque se empieza a reconocer que *la comunicación es un tema político*. Es extraño decirlo así pero es una realidad, es decir, hay poca conciencia en muchos

movimientos sociales de que se trata de un dominio capital y, es cada vez más capital, porque la cuestión de la comunicación ya no es solamente la de los medios de comunicación: es la cuestión de las tecnologías de la información y comunicación. Finalmente, hoy en día, el modelo de ordenamiento del mundo camina a través de los modelos de la

arquitectura de las redes. Se ve concretamente, por ejemplo, en las discusiones sobre lo que es la llamada, -de nuevo un concepto, un neologismo que nos ha sido impuesto para hablar entre nosotros- "sociedad global de la información". Se ve que a través de la tecnología de la información y comunicación se decide un modelo de sociedad futura, si no lo resistimos, que va hacia la negación del principio de servicio público. De ahí la importancia de ligar lo local con lo global, porque ahora las luchas son imposibles de otro modo.



**Muchos
periodistas
tienen la
impresión
de quedar
aislados de la
problemática
del movimiento
social**

El principio de la excepción cultural

Debo decirle que son luchas muy largas y de hecho tienen antecedentes históricos. Fundamentalmente, desde los años 20, entre las dos guerras, muchos países tomaron conciencia de

la importancia de tener políticas de defensa de sus culturas por, digamos, la importancia, el peso, que tomaban ciertas industrias, entre ellas, la industria cinematográfica. Por ejemplo, en Francia, en Inglaterra, en Alemania y en otros países europeos, en el período entre las dos guerras, hubo políticas nacionales de protección del cine, de producción del cine, porque estaba muy vinculado a la idea de la identidad cultural. Evidentemente, no estamos en esa época, estamos en otra donde han florecido los grandes grupos multimedia. El principio de excepción cultural que logró imponer a la Organización Mundial del Comercio que en esa época se llamaba GATT, en diciembre de 1993, es un avance. La idea de que se necesitan políticas públicas nacionales y más regionales para proteger y generar productos de industrias culturales que reflejen una identidad más regional o nacional, yo creo que es un logro, pero, cada vez más hay ofensiva de parte de los Estados Unidos porque, concretamente, el conflicto está entre la delegación norteamericana en la Organización Mundial del Comercio y la Unión Europea.

**A través
de la tecnología
de la información
y comunicación
se decide
un modelo
de sociedad
futura**

Cuando el principio se aprobó, y la OMC estuvo obligada a reconocer el principio de la excepción cultural, en Europa existían muchos gobiernos que estaban a favor, pero el panorama ha cambiado en 7 años, con, por ejemplo, Berlusconi en Italia y Aznar en España. Se ve entonces que todas estas conquistas son frágiles. De allí que este modelo de política, hay que decirlo, nunca está definitivamente conquistada.

Es muy interesante ver la estrategia del Departamento de Comercio de los Estados Unidos después de su derrota frente a la Organización Mundial de Comercio por el reconocimiento de la excepción cultural. Como decía Mitterrand "hay que sacar los productos de la mente o del espíritu, de las lógicas del mercado salvaje".

Los Estados Unidos tiene una doble estrategia: primero, impedir que cada vez más países tomen como modelo la excepción cultural europea. Por ejemplo, están presionando a todos los países que son candidatos a la Organización Mundial de Comercio o a la OCD para

que, finalmente, no acepten esta política. Hubo últimamente dos casos muy significativos, el de Corea del Sur en Asia, que no tiene nada que ver con Europa ni América Latina. Corea del Sur ha aplicado el principio de excepción cultural y ha reinventado sus industrias culturales cinematográficas. Pues bien, con ocasión de la reorganización del Tratado bilateral con los Estados Unidos, éste ha tratado de poner una cláusula que hay que anular, cancelar este tipo de excepción cultural. Lo mismo ha ocurrido en Chile hace poco. En la renegociación bilateral con los Estados Unidos, Chile se ha encontrado, finalmente, casi forzado a aceptar cierto tipo de condiciones que hace, por ejemplo, que la reivindicación de los pequeños editores en Chile, o digamos, lo que se llama la coalición para la diversidad cultural, esté bloqueada, con lo que el gobierno chileno pierde instrumentos de una política nacional en materia de cultura.

Un primer aspecto es este, estamos en una lucha feroz en el campo internacional.

El segundo elemento de esta lucha, de esta estrategia, es que cada vez más la delegación norteamericana está tratando de alinear la reglamentación, sobre las industrias culturales, sobre un denominador común lo más pequeño posible. De tal manera que, en el contexto de lo que se llama la

convergencia tecnológica -ordenador, teléfono, televisión- alinear la legislación sobre el medio que finalmente pone menos problemas. Y, ¿cuál es ese medio? El teléfono, las telecomunicaciones. Su filosofía es finalmente reducir la reglamentación de los flujos de las industrias culturales a una llamada telefónica. Es un problema clave porque, finalmente, pretenden alinear los flujos culturales sobre las leyes del mercado. Ese es el desafío, el envite de las negociaciones que van a empezar con los debates en la Organización Mundial del Comercio sobre los

servicios. El gran problema de estas discusiones, ahora, es la idea misma de servicio público. La excepción cultural es la heredera de una filosofía del servicio público, por eso no se puede dejar la cultura como tampoco la educación, la salud y el medio ambiente a lógicas puramente comerciales. ❁

La cuestión de la comunicación ya no es solamente la de los medios de comunicación: es la cuestión de las tecnologías de la información y comunicación