

Carta a nuestros lectores

Cumpliendo la nueva política establecida por Chasqui de hablar del comportamiento de los medios en los sucesos de mayor importancia acaecidos en América Latina y el mundo, analizamos ahora los avances tecnológicos de comunicación que serán utilizados durante el campeonato mundial de fútbol en Corea del Sur y Japón.

Coherentes con esta política, tratamos de descubrir qué hay detrás de la aseveración del Presidente Hugo Chávez, respecto a la falta de profesionalismo de los medios de comunicación venezolanos, en la cobertura informativa que tiene que ver con las actividades del Gobierno. En la portada nos preguntábamos si se trataba de un golpe mediático o BUROCRÁTICO, para luego recoger en el título y cuerpo del artículo de Ted Cordova-Claire su respuesta que nos habla, más bien, de un golpe BRUTOCRÁTICO.

Como siempre, Eduardo Galeano nos ofrece un artículo incisivo y rico, en nuestra columna de Opinión, sobre la forma en la que actúa la maquinaria del poder para presentar la información de acuerdo a su peculiar conveniencia.

De importancia especial para la región andina es el problema de la guerrilla revolucionaria de Colombia y, por eso, Chasqui analiza la confusión semántica que impide un diálogo productivo entre los alzados en armas y el Gobierno, para lograr la tan deseada paz y evitar que sea estéril el derramamiento de sangre de más de un millón de muertos.

En España ha despertado sorprendente interés el programa de televisión "Operación Triunfo", que marca un contraste -para muchos saludable- con otro programa de similar audiencia, pero manchado por el escándalo: "El Gran Hermano". Este programa parecería demostrar que es posible alcanzar altísimos niveles de sintonía sin recurrir a temas morbosos como es la costumbre de los "REALITY SHOWS" y los "TALK SHOWS", tristes alternativas que ya han sido objeto de nuestro análisis.

Finalmente, sin abandonar una vieja costumbre investigativa de nuestra revista, damos a conocer a nuestros lectores la imagen que la televisión española proyecta de América Latina.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 78 Junio 2002

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Nelson Dávila Lolo Echeverría
Hector Espín Luis Espinosa
Guadalupe Fierro Florha Proaño
Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Betancourt,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Simón Espinosa C.,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Rubén Astudillo,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes
Diego Vásquez
Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

chasqui@ciespal.org.ec

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito - Ecuador

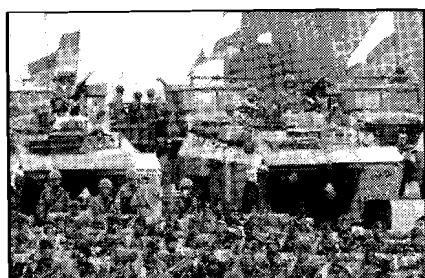
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



**CIESPAL**

PORTADA

- 4 **COPA MUNDO: NUEVAS
TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN**
William Zambrano Ayala
- 14 **ENTRE LA MARAVILLA Y EL MISTERIO**
Xavier Prieto Astigarraga

- 22 *POLÍTICA Y COMUNICACIÓN*
**CHÁVEZ: ¿GOLPE MEDIÁTICO
O BRUTOCRÁTICO?**
Ted Córdova-Claure

27 OPINIÓN

- EL DISCURSO DEL PODER:
LAS PARADOJAS DE LA MÁQUINA**
Eduardo Galeano

ENSAYOS

- 30 *PRENSA*
**¿DEBEN LOS PERIÓDICOS TEMER
LA COMPETENCIA DE OTROS MEDIOS?**
Miguel Ángel Jimeno

- 36 *COBERTURA INFORMATIVA*
**UN PROBLEMA DE COMUNICACIÓN:
LA PAZ DE UN MILLÓN DE MUERTOS
EN COLOMBIA**
Javier Darío Restrepo

- 44 *TELEVISIÓN*
**LA "OPERACIÓN TRIUNFO":
EL ESPECTÁCULO SUPERA AL MEDIO**
José Ángel Cortés Lahera

- 52 **LA IMAGEN DE IBEROAMÉRICA
EN LA TELEVISIÓN DE ESPAÑA**
Arturo Merayo y otros

- 62 *INFORMÁTICA*
LOS VIRUS INFORMÁTICOS
Francisco Ficarra

- 70 *LENGUAJE*
**ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE
PERIODÍSTICO**
Juan Manuel Rodríguez.

- 72 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 78 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 84 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Chávez:

**¿golpe mediático
o brutocrático?**



Para quien no vivió la experiencia venezolana del golpe de estado de abril, es todavía muy difícil saber si los medios de comunicación traicionaron su oficio o el Presidente Chávez no estuvo a la altura de su cargo.

En la portada nos preguntábamos si el golpe era mediático o burocrático. En el artículo el autor nos responde que el golpe fue mediático y "brutocrático".

Entonces, los institucionalistas y los chavistas se dieron cuenta de que su fuerza era el aislamiento internacional en que había caído el gobierno de facto, nacido del antichavismo plutocrático, que yo llamo brutocrático. O sea, el golpe cambió la correlación política de fuerzas y "Pedro el instantáneo" (alusión al breve presidente derechista Pedro Carmona Estanga) se acabó en medio día.

Ted Cordova-Claure ■

El fracasado golpe contra el presidente Hugo Chávez en Venezuela el 11 de abril ha sido bautizado ya, y así quedará para la historia, como un "golpe mediático", por la participación de los medios de comunicación en todo ese curioso proceso, pero el director del tabloide caraqueño "Tal Cual" y uno de los más activos protagonistas de la crítica al gobierno de Chávez, Teodoro Petkoff, ha dicho que más bien fue un "golpe brutocrático".

En una entrevista con "Página 12" de Buenos Aires, Petkoff afirmó: "La conspiración se montó sobre la rebelión civil, pero el desenlace fue garciamarquiano. Las Fuerzas armadas como institución fueron asumiendo la necesidad de la salida de Chávez. El, a su vez, descubrió que ni siquiera sus fieles le respondían. Se rindió. Y cuando se rindió ya teníamos la mitad de un golpe, pero ante unas Fuerzas Armadas que solo querían resolver la crisis (no tomar el poder y gobernar).

Las peroratas de Chávez

El descontento contra Chávez fue incubándose por sus peroratas dominicales, haciendo uso y abuso de las cadenas de radio y televisión, que son obligatorias cuando habla el Presidente. Un recurso de los gobiernos venezolanos que ha sobrevivido a las democracias y que parece más apropiado para dictaduras.

Al principio de su gestión, Chávez tenía prensa relativamente favorable. Había ganado las elecciones sin discusión y se presentaba como un líder popular, que lo sigue siendo. Pero, resultaba una incógnita y allí comenzaron diversas comedias de errores de tipo voltariano, en la interpretación del errático y pintoresco personaje.

Por ejemplo, el periódico El Nacional, sin duda el más importante de Venezuela, adoptó una posición cándida de cauteloso apoyo, hasta que el lenguaje de Chávez se fue mostrando duro contra los medios que se atrevían a criticar sus políticas. Sus ataques estaban con frecuencia personalizados, en

■ Ted Córdova-Claure, escritor y periodista boliviano
■ Correo-e: <tedcordova@hotmail.com

El fracasado golpe contra el presidente Hugo Chávez en Venezuela el 11 de abril fue un "golpe brutocrático"



directores de medios, periodistas y, en fin, también propietarios de medios (la mayor parte de ellos propiedad de familias de la plutocracia), que pronto se pusieron en su contra.

La oposición fue creciendo a medida que Chávez hacía uso y abuso de la televisión. No hay duda que era por momentos un buen comunicador, pero la frecuencia y sus abusos lingüísticos lo pusieron en la impopularidad.

Golpe y contragolpe

Vino el golpe del 11 de abril, el contragolpe y la confusión.

Chávez retomó el poder y retomó el micrófono, y pronto estaba otra vez con respaldo favorable en las encuestas, mientras que la prensa, perpleja, todavía no sabía explicarse lo que había ocurrido. Seguía la comedia voltariana.

Quienes han sido mis lectores desde El Mundo y mi página en Elite, sabrán que he sido crítico de nuestras encuestadoras, y siempre he expresado reservas por la mayoría de sus resultados.

Ahora debo comentar las últimas (encuestas), ambas realizadas después de los sucesos de abril, relacionadas con los medios, los cuales acusaron una baja en su credibilidad, que supongo será motivo de preocupación y reflexión entre sus propietarios", escribió el domingo 12 de mayo, el director del matutino Últimas Noticias, destacado periodista y profesor universitario, además de constante estudioso del tema de comunicaciones.

Lo que dijeron las encuestas

Veamos primero la de la encuestadora "Eugenio Escuela", explica Díaz Rangel, "¿Sinceramente, Ud. cree que las televisoras nacionales se parcializaron? 72,50% respondió que SÍ y 27,50% NO. (Mientras en los sectores AB el SÍ fue 48%, en DE subió a 74,30%, es decir, que en los pobres -80% de la población- creen menos en la televisión). ¿Qué pasaría si mañana no creen en su publicidad?

Después les preguntaron si confían en la TV, y

59% respondió NO; (en AB 32%, pero en DE se duplica 61%), en prensa no confía 51% y en radio 50%.

Uno de cada dos venezolanos dice no creer en estos medios, proporción que nunca antes se había visto.

Otra encuesta, de Datanálisis, repitió la pregunta que formula desde hace tiempo sobre la labor de algunas instituciones a favor del bienestar del país. Los medios aparecen en el séptimo lugar con 3.88%, lo que es una significativa baja de su credibilidad, pues en las seis encuestas anteriores, desde abril

las más altas posiciones de credibilidad, sólo comparables a las de la Iglesia y las Fuerzas Armadas. Lo que ha sucedido ahora debe ser motivo para la reflexión. ¿Por qué ha ocurrido este cambio? ¿Por qué tantos venezolanos, más de la mitad, no tienen la misma confianza de antes?

¿Qué mismo ocurrió?

Sin duda alguna, en algo debió influir la manera cómo hicieron la cobertura informativa y las

La oposición fue creciendo a medida que Chávez hacía uso y abuso de la televisión

2000 hasta febrero del 2002, ocupó cinco veces el primer lugar y una vez el segundo.

Durante más de diez años la Iglesia, los medios y las Fuerzas Armadas se alternaban en las posiciones de vanguardia, y abruptamente, después que la encuesta de febrero ubicaba a los medios en el primer lugar con 4,68. En ésta última, después del golpe, repetimos, bajó al séptimo lugar con 3.88.

En los medios, como es lógico, satisfacía estar en



opiniones de los hechos ocurridos en los días críticos de abril. El caso de Andrés Izarra es bastante emblemático al respecto, pero por supuesto, no es el único, aunque el SNTP ni el CNP miren lo que está ocurriendo (sindicato y colegio de periodistas), afirma Díaz Rangel.

Chávez, obviamente, confundió a los medios de



comunicación y, al parecer, sigue haciéndolo ahora, y los medios tienen una misión más difícil que hacer oposición: reorientar la democracia con un Chávez que parece tener más poder que antes.

Nota Final

En su perorata del domingo 12 de mayo, el presidente Chávez retomó su papel de gran comunicador del país e hizo una breve crónica de los acontecimientos del 11 de abril. "Aquí lo que hubo es un golpe de estado", dijo.

El presidente hizo una de las crónicas más completas de los episodios e insistió en que diversos sectores de la sociedad llevaron a cabo un golpe de estado clásico, pero –acotó– el pueblo es sabio y reconoció que se habían unido poderosos sectores políticos, empresariales y, con el alto mando militar perpetraron un golpe clásico

Para Chávez, el papel de los medios durante el 11 y 12 de abril estuvo expresado en la manipulación, como el anuncio por radio y televisión, de la

designación del empresario Pedro Carmona como presidente del gobierno de transición.

Con motivo de una reciente concentración pacífica de la oposición, Chávez dijo que le hacía un reconocimiento porque procedieron pacíficamente y así, pueden hacerlo cada vez que quieran.

Chávez realizó también un procedimiento en espera de una posición de crítica constructiva de los medios.

El presidente venezolano ha estado entrevistándose con los directores de medios, como El Universal y El Nacional y ofreciendo entrevistas, como la que mantuvo con la CBS de los Estados Unidos, el Director de Le Monde Diplomatique basado en México y, por supuesto, agarrando el primer micrófono que encuentra en el camino.

Chávez mismo, es un fenómeno mediático. ●

Chávez era, por momentos, un buen comunicador, pero la frecuencia de abusos lingüísticos lo hicieron impopular