

Carta a nuestros lectores

La televisión ha mantenido durante algún tiempo programas de entrevistas compartidas con un público presente que se conocen como "talk-shows". El alto grado de agresividad de estos programas y su poco respeto a los problemas íntimos de las personas les ha atraído una gran audiencia y despertado sentimientos de fascinación y rechazo. El periodista peruano Jorge Acevedo Rojas explica las causas de este fenómeno contradictorio.

Luego de la caída del Muro de Berlín muchos han dado por descontado que en los países de **Europa Oriental** renació la **libertad de prensa**. Raúl Sorrosa dolorosamente nos saca de esta ilusión.

Para América Latina el cine europeo es una incógnita. Sin embargo, en la nueva primavera del cine, algunos países de Europa Occidental, como Francia, Alemania y España llaman la atención por su capacidad innovativa. Los directores alemanes **Lars von Trier** y **Thomas Vinterberg** se distinguen como **protagonistas de una nueva corriente del cine**, provocativa y audaz. Chasqui los da a conocer a través de la crítica de Hanelore Döbler.

La elección de **Alejandro Toledo** como nuevo Presidente del Perú ocurrió en un escenario marcado por la corrupción y la venalidad del fujimorismo y su eminencia gris, **Vladimiro Montesinos**. Desde Lima, Fernando Palomino destaca el papel de los medios de comunicación que fueron, en gran parte, los que definieron la agenda política y determinaron el resultado final de las elecciones.

Pocas veces se habla de las grandes estaciones de radio internacional y poco se conoce cómo ellas operan y compiten entre sí y logran mantener una sintonía que justifique sus grandes inversiones. La **British Broadcasting Corporation**, nos cuenta su historia.

El investigador italiano Francisco Ficarra empieza en esta edición una serie de artículos sobre la **mejor utilización de los programas de Microsoft**, para que los estudiantes y profesores de comunicación aprovechen al máximo la riqueza de sus aplicaciones y tengan a mano la solución oportuna para los problemas que se les presenten.

CHASQUI

Nº 75 Septiembre 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila V.
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gabriel Pazmiño,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, *OEA*
Consuelo Feraud,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, *FENAPE*
Florha Proaño, *UNP*
Washington Bonilla, *AER*

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Giovanny Páez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

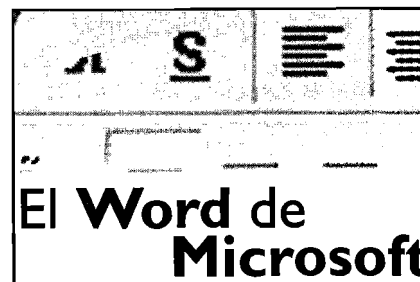
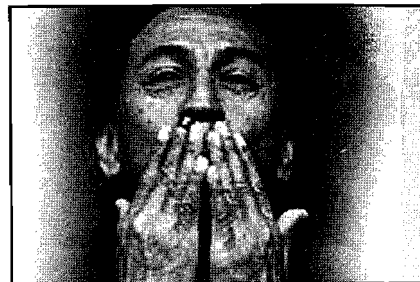
Registro M.I.T., S.P.I.027

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 TALK SHOWS, FASCINACIÓN O RECHAZO**
Jorge Acevedo Rojas

OPINIÓN

- 10 ¿LIBERTAD DE PRENSA O LIBERTAD DE EMPRESA?**
Antonio Pasquali

ENSAYOS

- 12 PRENSA**
¿HAY AHORA LIBERTAD DE PRENSA EN EUROPA ORIENTAL?

Raúl Sorrosa

- 18 ESTADO DE LOS MEDIOS**
LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA
INFORME DE ARGENTINA

Federico Rey Lennon y Gerardo López Alonso

- 26 CINE**
LARS VON TRIER, EL NIÑO TERRIBLE DEL CINE ALEMÁN

Hanelore Döbler

- 32 OPINIÓN PÚBLICA**
PERÚ: MARKETING POLÍTICO Y VLADIVIDEOS

Fernando Palomino V.

- 40 RADIO**
LA BBC DE LONDRES Y SU REALIDAD ACTUAL

Alberto Souviron

- 46 LENGUAJE**
ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

Simón Espinosa Cordero

- 48 INFORMÁTICA**
EL WORD DE MICROSOFT, SU IMPORTANCIA Y MEJOR UTILIZACIÓN

Francisco Ficarra

- 54 PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 60 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 64 ACTIVIDADES DE CIESPAL**

¿Libertad de Prensa o Libertad de Empresa?

Antonio Pasquali ■

Todo aquel que desee responder preguntas así, que se comprometa a un trato respetuoso hacia la Razón o, cuando menos, que prometa no inventar la pólvora.

Motivos: 1° porque, cansados de tantas sandeces de neófitos, políticos, sabelotodos y jueces incipientes, vamos a tener que exigir un mínimo de profesionalismo a quien desee pronunciarse sobre esas materias, y 2° porque Libertad, Verdad, Necesidad, Perfección u Objetividad (referidas al Comunicar, o a lo que se quiera) figuran en la breve lista de aquellos términos que según Razón connotan los "conceptos o géneros supremos del entendimiento" alias "categorías"; y las categorías, perdonen el retruécano, son indefinibles por definición, sólo admiten finísimos circunloquios y aproximaciones. El de las categorías es pues un terreno minado y de frontera sobre el que los grandes de la filosofía han caminado de puntillas y con radares para no pisar mortales contradicciones, antinomias, aporías, dilemas, paradojas y absurdos; ¡figúrense un

egresado de business school! Hay ejemplos famosos de afirmaciones categoriales que tropezaron con esas minas: la expresión "todo es falso" es una impredecible quimera, un absurdo porque no puede incluir una última verdad, que todo es falso; ser libres – decía Sartre – es estar paradójicamente condenados a ser libres. Basta pues de big brothers que pretenden poseer la Verdad sobre la Libertad. ¡Más respeto por la Razón, y que impere, en lo posible, la definición platónica de Justicia: cada quien a lo suyo!

Sobre Libertad, Verdad u Objetividad como categorías fundamentales del Comunicar se debate desde que, a fuer de su mediatización y masificación, comunicación y poder tienden a converger. Irrealizables en su dimensión absoluta (salvo que Dios baje a la tierra a montar agencias de prensa, periódicos y emisoras), transparentando algo de sí tan sólo a una minoría afortunada que disponga de muchos conocimientos previos, mucha capacidad de confrontación y mucha contra-información (el perceptor común de mensajes es un manipulado por alguien, y punto), dichas

■ Antonio Pasquali, venezolano, ex sub-Director General de Unesco, Investigador de la Comunicación
Correo-e: <anpasqu@attglobal.net>

**Ser libres,
decía
Sartre,
es estar
paradójica-
mente
condenados
a ser libres**

categorías son empero, y hoy más que nunca, los arsenales de donde salen las principales armas de los conflictos internos a la relacionalidad comunicativa, y no solo.

Las libertades del Empresario de medios y del Comunicador - hoy cruciales como lo fueron la libertad de navegación en el siglo XVII o de la esclavitud en el XIX - figuran entre las fenomenizaciones contemporáneas de aquella mismísima Libertad que lleva a cuestras siglos de inconclusas disputas filosófico-jurídicas, y que hoy la banalización, la instrumentalización y el paternalismo degradan. Desconfiemos de todo aquel que afirme sin continencia que él sí sabe lo que son Libertad o Información veraz y objetiva, que lo ha sabido desde siempre, y venga con sus sermones, denuncias, censuras y sentencias. Expongamos al ludibrio todo el que manipule descaradamente este o aquel aspecto de la Libertad, en defensa de intereses económicos o ideológicos. Denunciemos sin desmayo la demolición del espíritu crítico y libre del perceptor por obra de manipulaciones, gate-keepers, omisiones, censuras, autocensuras y crecientes concentraciones, todo en nombre de una Libertad y de una Veracidad que lavan más blanco que las de la competencia. Porque con tantas potencias políticas, económicas y militares despotricando desde sus medios (o sea casi todos los que existen) sobre Libertad, Veracidad, free flow y similares, aumenta el riesgo de abandonar definitivamente a poderosos vicarios nuestra capacidad de divergencia, de mantener en vida la huerta del pluralismo y de seguir soñando que algún día también seremos emisores de mensajes.

Estos breves prolegómenos no deben leerse como un intento de atemorizar y acallar a quienes quieran debatir sobre libertad en comunicaciones, por tratarse de un tema esotérico o impredecible (eso fue lo que intentó justamente la filosofía analítica, que es la filosofía de los amos del mundo). Por el contrario, ellos invitan a novedosos replanteos críticos de la Libertad en Comunicación, modélicos en su respeto hacia la Razón y por eso capaces de dejar al descubierto el carácter sofístico, bodeguero y vil de tanta ideología dominante. ❁