

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 67 - SEPTIEMBRE 1999

Director

Edgar Jaramillo Salas

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Edgar Jaramillo Salas
Fernando Checa Montúfar
María del Carmen Cevallos
Guadalupe Fierro
Nelson Dávila Villagómez
Héctor Espín

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Mary Lou Parra de Hay,
Ministerio de Educación y Cultura
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO
Luis Espinoza, FENAPE
Jorge Iván Melo, UNP
Lenin Andrade, AER

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa
Franzisca Muche

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149. 544-624

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de *Chasqui*. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a *Chasqui*.

NOTA A LOS LECTORES

Es la época de las vacas flacas, pero confío en Ud.", me advirtió el Dr. Asdrúbal de la Torre, ex director general del CIESPAL, cuando el 2 de mayo de 1995 me propuso el cargo de editor de *Chasqui*. Y así era: en diciembre de 1994, el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania había concluido y, por tanto, la revista dejaba de recibir un importante ingreso económico que, durante 14 años, le había convertido en uno de los más importantes proyectos editoriales de Latinoamérica, en el área de la comunicación.

Sí, efectivamente, empezaba la época de las "vacas flacas"... en lo económico, mas no en lo humano pues, además del equipo del CIESPAL, estaba una larga lista de colaboradores, muchos de ellos con un importante prestigio internacional, que constituían el capital humano de *Chasqui*; y centenares de lectores que, no obstante la creciente crisis económica de la región, eran un soporte importante vía suscripciones.

Fue un reto que no dudé en asumir y que me ha marcado en la enorme responsabilidad que implicaba y en la enriquecedora experiencia -personal y profesional- que prometía. Fue un reto tenaz por el prestigio y la calidad de una de las más importantes revistas de comunicación de la región. Han pasado más de 4 años -17 ediciones- y este fundamental ciclo en mi vida llega a su fin. Nuevas tareas, nuevos retos y nuevos caminos que me propongo transitar llaman mi atención.

Al iniciar mi gestión como editor me propuse fortalecer y renovar este espacio como un foro para el debate y la socialización de pensares y sentires en torno al apasionante mundo de la comunicación, desde la perspectiva latinoamericana. Más importante que el balance que yo pueda hacer, está una realidad que los lectores sabrán evaluarla en su verdadera dimensión. En cualquier caso, los resultados corresponden al trabajo de un equipo que a lo largo de estos años me ha acompañado: Martha Rodríguez (asistente de edición), Isaías Sánchez (distribución y ventas), Maggie Zambano y Liz Ruano (secretarías), Manuel Mesa (corrección de estilo). A los que se suman los compañeros de la imprenta quienes, pese a las carencias, cumplieron apropiadamente: Arturo Castañeda, Alfredo Castro, Antonio Macías, Jorge Pérez y Luis González.

Además, está el aporte de incontables colaboradores que con sus textos y consejos han hecho *Chasqui*. Un especial reconocimiento a Manuel Calvo Hernando y su permanente apoyo. También a colaboradores que con asiduidad aparecieron en estas páginas: Valerio Fuenzalida, Susana Velleggia, Carlos Morales, Christian Ferrer, Octavio Getino, Daniel Jones, José L. García, Javier Esteinou Madrid...

Uno de los aspectos importantes en esta época ha sido la "internetización" de *Chasqui*. Esto no habría sido posible sin la incondicional y generosa colaboración de Bruce Girard y Amy Mahan, entrañables amigos y compañeros en la esperanza, quienes crearon y mantienen nuestro *web site*, recurso invaluable para la promoción y proyección de la revista en esta era "ciberspacial".

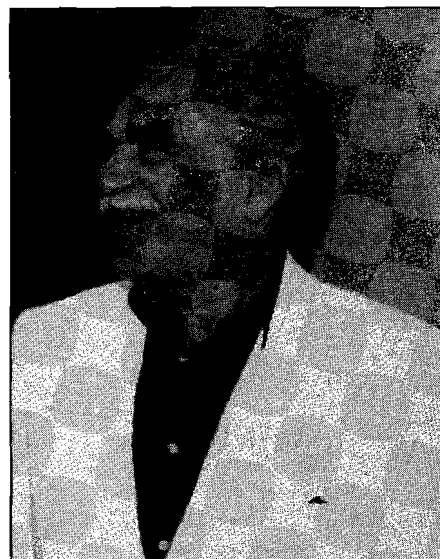
Me queda la satisfacción del deber cumplido (no solo que *Chasqui* sigue siendo una de las más importantes revistas de la región, sino que ha logrado una mayor presencia fuera de ella) y de las magníficas relaciones que he ido construyendo con los hermanos de Nuestra América, y de otros lares, que comparten conmigo la utopía de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. Todas las páginas que hemos hecho juntos -alrededor de 1.600- han tenido esa intención y espero que hayan contribuido a ello.

Gracias por todo y les invito a mantener el contacto (e-mail: fcheca@ecnet.ec). Un fuerte abrazo.

Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACIÓN: ENTRE LA GLOBALIZACIÓN Y LA GLOCALIZACIÓN

El creciente proceso de globalización provoca algunas tensiones, especialmente entre lo global y lo local. Frente al avasallamiento que ello implica, más aún por el debilitamiento del Estado, es necesario fortalecer prácticas regionales y locales hacia la constitución de una ciudadanía y una democracia que enfrenten adecuadamente ese proceso, inevitable y de enormes consecuencias.



LOS DESAFÍOS DEL PERIODISMO INVESTIGATIVO

Para Gabo, "periodismo investigativo" es una expresión redundante. Sin embargo, la realidad y carencias de esta profesión en la región, demandan una capacitación y prácticas investigativas sistemáticas, más aún por la creciente corrupción e impunidad pública y privada.

- 36 La investigación periodística computarizada en América Latina
Pedro Enrique Armendares
- 40 Confidentes e informantes
Fernando Rueda
- 44 Los obstáculos
Eleazar Díaz Rangel
- 47 El derecho de acceso a la información pública en Latinoamérica
Ernesto Villanueva

4 La sociedad de redes (o las redes de la sociedad)
Fernando Mires

20 Medios, periodistas y globalización
Luis Suárez

10 Industrias culturales y globalización
Octavio Getino

24 Más allá de la PC: después de la convergencia digital la divergencia, ¿y qué?
Alejandro Piscitelli

16 Políticas culturales: entre el mercado global y la democracia
Susana Velleggia

28 Globalización de contenidos y últimas tecnologías
Francisco Ficarra

32 De lo barrial a lo global
Judith Gerbaldo



- 50 ¿Patear el tablero o resistir?
Sandra Crucianelli
- 52 El periodismo investigativo en la era digital
Alma Delia Fuentes
- 56 México: el periodismo económico de investigación
Francisco Vidal
- 61 México: contar para cambiar. Jóvenes reporteros de investigación.
Antonio Ruiz Camacho

CIESPAL: 40 AÑOS DE APORTE

Enfoques críticos sobre esta institución pionera, a propósito de sus 40 años de vida.

- 66 CIESPAL: el rescate de las voces del Sur
Cremilda Medina

- 70 CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo
Eduardo Meditsch
- 75 La experiencia del CIESPAL en los años 90
Daniel Prieto Castillo

APUNTES

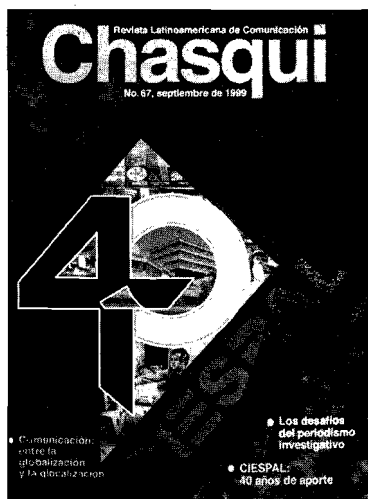
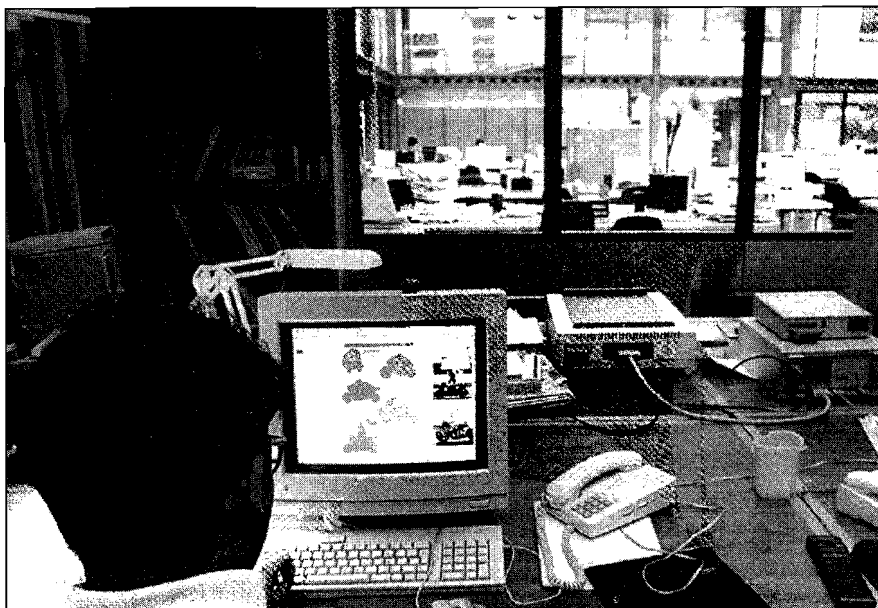
- 79 Sokal, postor
Christian Ferrer
- 83 Cultura, prensa y periodismo cultural
Kintto Lucas

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 88 Revistas iberoamericanas de comunicación
Daniel E. Jones
- 91 Reseñas



PORTADA Y CONTRAPORTADA

Diseño: Vinicio Guerrero



Políticas culturales: entre el mercado global y la democracia



Ronald Sealfon, Media Studies Journal, E. U.

En el mundo globalizado, la empresa transnacional aparece como la reina, y su fortalecimiento en el reino del mercado es inversamente proporcional al debilitamiento del Estado y de otras instituciones de esta sociedad finisecular. El sometimiento -dice la autora- a las leyes ciegas del mercado globalizado es una nueva forma de barbarie. Frente a esto es necesario forjar relaciones más equilibradas entre el Estado, la sociedad civil y el mercado a base de establecer políticas públicas activas, persistentes y articuladas entre sí en las distintas áreas de la gestión pública; el corazón de estas políticas es la cultural. En este artículo se establecen algunas líneas al respecto.

El sacrificio de lo público a la hegemonía del mercado constituye una tendencia que, con altibajos y en medio de fuertes luchas, ha sido históricamente impulsada por algunos sectores sociales y fuerzas políticas de la Argentina. Ella emergió con el golpe militar de 1955, se incentivó con los que lo siguieron, afirmándose con el de 1976, se prolongó en la democracia recuperada en 1983, hasta encontrar su punto culminante en el último decenio.

La contracara de ese proceso es el debilitamiento extremo del Estado en lo referente a la institucionalidad democrática y a sus funciones específicas -ya que

no se trata de añorar al Estado todopoderoso-; el aumento de la inequidad social y la desestructuración de los lazos societa- rios.

¿Hacia una nueva forma de barbarie?

La deslegitimación del quehacer político y la desmovilización de la sociedad remiten, tanto a la debilidad de las instituciones democráticas por obra de los golpes militares, cuanto a la instauración en el imaginario social -merced a una persistente labor de los medios de comunicación y buena parte de la dirigencia política- de una cultura del mercado de sesgo mítico; es decir, ideológico. Esta pasa por alto la naturaleza por demás imperfecta

del funcionamiento del mercado en ciertos contextos históricos, al no encontrar fuerzas sociales ni políticas en capacidad de introducir elementos de equilibrio y se desentiende de los problemas que genera. Es una cultura consagratoria de la irresponsabilidad social, como único estilo de vida posible.

Dichos problemas se agravan los últimos años, con el avance del proceso de globalización, cuyas características principales, la aceleración de la circulación de los flujos financieros y la expansión de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) transfron-

SUSANA VELLEGGIA, argentina. Socióloga, directora de cine y TV, especializada en Comunicación Educativa, profesora en la Universidad Entre Ríos, Argentina. E-mail: getino@satlink.com

teras, concurren a conformar sistemas sinérgicos y relativamente autosuficientes. Librados a su dinámica "natural", esos sistemas tienden a escapar al control político de los estados y las sociedades nacionales, transfiriendo las potestades de decisión de estos actores a un actor casi excluyente: la empresa multinacional. El fortalecimiento de ésta, bajo la fachada anónima de los mercados en los que reina, es inversamente proporcional al debilitamiento de las instituciones, en torno a las cuales se organiza la vida social, política y cultural de las naciones.

La formación de un sistema mundial global supone la desestructuración de las anteriores formas de organización de cada sociedad y su reestructuración sobre otras bases. La cuestión no es dirimir si se lo rechaza o se lo acepta; es un hecho histórico, y como tal se inscribe en relaciones de poder fluctuantes y dinámicas.

Esto impone la necesidad de revisar la calidad de la inserción de las naciones y regiones en ese sistema. La mayor o menor fortaleza del Estado y de la sociedad civil, en cuanto ciudadanía, son determinantes de la mayor o menor posibilidad de relativizar los perjuicios y ame-

nazas reales de la dinámica "natural" del proceso globalizador y aprovechar sus oportunidades en beneficio del conjunto de la población.

El mercado es despersonalizado, insensible, no creativo, sin valores trascendentes; no se interesa por lo público, no da respuesta a los problemas humanos, ni propone sentidos. El sometimiento del Estado y la sociedad a las fuerzas ciegas del mercado globalizado significa una nueva forma de barbarie, a-culturadora en la completa dimensión del término.

Modificar esas tendencias no obedece solo a un acto de voluntad, aunque por ella ha de empezar todo cambio, sino a la capacidad política de incidir en la compleja red de factores interactuantes que posibiliten forjar un marco de relaciones entre el Estado, la sociedad y el mercado más equilibrado. En síntesis: construir estructuras de poder a nivel local, nacional y regional, encarnadas por fuerzas sociales concretas, capaces de neutralizar o relativizar la dinámica devastadora de las fuerzas del mercado globalizado. Esto supone el diseño y la implementación de políticas públicas activas, persistentes y articuladas entre sí, en las

distintas áreas de la gestión pública, dirigidas a fortalecer los eslabones más débiles de la trama social y a impulsar la constitución de mercados transparentes en sus áreas de influencia. El corazón de esas políticas es la política cultural.

Política y cultura

La historia no marcha de manera lineal. Junto a las ventajas que posibilitan las NTIC, los avances de la ciencia y de la recuperación de la democracia, hemos retrocedido en calidad de vida integralmente concebida.

Frente al crecimiento de una cultura del *shopping*, el consumo y la farandulización, avanza una cultura de la pobreza y la marginalidad; frente a la modernidad en ciertos aspectos de la vida social, prosperan los arcaísmos más aberrantes de las conductas humanas. La violencia descarnada, el vampirismo de los que pretenden acumular más y más, el egoísmo individualista, la guerra de pobres contra pobres, la opresión del más débil -sea niño, mujer, anciano, o inmigrante- el temor paralizante al futuro, el escepticismo, la desconfianza, el arribismo, el autoritarismo, la corrupción (hija de la "viveza criolla" y de la desestructuración del Estado y de los controles sociales), y las formas de escapismo autodestructivo, se extienden por nuestras ciudades como los signos de una profunda crisis civilizatoria de imprevisibles consecuencias.

Aunque los efectos más dramáticos de los problemas actuales se manifiesten con crudeza en el plano socioeconómico o material -concentración de la riqueza, aumento de la pobreza, exclusión social, etc.- es en la dimensión cultural o simbólica, donde reside la llave de acceso a una verdadera transformación de la sociedad.

De lo que se trata es de civilizar al mercado y humanizar las relaciones sociales, en cuanto términos inescindibles de una misma ecuación. Esta es una tarea política, ya que exige armonizar fuerzas sociales e intereses contrapuestos, generar nuevos consensos y promover el protagonismo de nuevos actores sociales. La misma ha de conducir a recrear la institucionalidad de la democracia sobre bases de transparencia, eficacia, eficiencia y elevada ejemplaridad moral.

Pero todo ello exige volver a dar credibilidad a la política como herramienta de transformación, rescatándola de su



Johanna Farfán, Perú

Frente al crecimiento de la cultura del shopping, el consumo y la farandulización, avanza una cultura de la pobreza y la marginalidad.

actual subordinación a la economía y a las fuerzas del mercado y también de las metodologías perversas adoptadas por los mismos actores políticos que la han sumido en una crisis de legitimidad inédita. Y esta es una tarea cultural; regenerar las dañadas relaciones entre sociedad civil y política solo es posible mediante una recuperación del sentido de lo público, núcleo desde el que cotidianamente se construye ciudadanía. O sea la cultura de los ciudadanos en el sentido integral del término.

Se hace preciso derrumbar otro mito: el del "desinterés de la gente" hacia la política. Es falso que los ciudadanos rechacen la política; demandan más sentido de lo público, más poder a la sociedad y menos a las corporaciones, más equidad en la distribución de la riqueza; esto es, más política. Pero descreen en los actores teóricamente investidos de la función de lograrlo: los políticos. Tienen una clara evidencia de que la toma de decisiones políticas, lejos de defender la fuente de la que emana la soberanía en toda democracia, se ha autonomizado de ella, y sometido con docilidad a los intereses del poder económico, del poder mediático y a la lucha por el poder en las estructuras partidarias. Esa política autorreferencial, contracara de la corporativización de la sociedad bajo el imperio del mercado, es ilustrada todos los días por los medios de comunicación, beneficiarios de ella, como un género más del espectáculo.

El espectáculo de la política se especializa en descentrar de su eje las demandas genuinas de los ciudadanos, desgajándolas en reivindicaciones desvinculadas entre sí: los problemas de la corrupción, la seguridad, el ajuste de las cuentas fiscales y la "creación" de fuentes de trabajo, ante la desocupación galopante y la elevada exclusión social -todos ellos interrelacionados con la nueva estructuración de la sociedad que impone la dinámica natural de las fuerzas del mercado global sin gobierno global ni nacional- se presentan como las preocupaciones esenciales que deben ocupar la agenda de la sociedad y de los políticos.

El listado, en el orden que se desee, pasa a formar parte de las campañas electorales, orientadas por encuestas cuyos resultados, cuantitativos, se autoadjudican la representatividad de lo que



Lucio Orbogosa - Ecuador

No es cierto que haya un "desinterés de la gente" hacia la política, sino que demanda más sentido de lo público, más poder a la sociedad y menos a las corporaciones.

piensa la "opinión pública" en la asignación de las prioridades. Así recortada de los complejos factores que la originan y reproducen, la problemática se evidencia como una cuestión de números y, por ende, irresoluble; cuánto suben o bajan los índices que la tipifican, cuánto presupuesto se requiere para resolverla; cuántos votos son necesarios para ganar una elección; cuánta tecnología; cuántas fuerzas de seguridad... La política devenida en rama bastarda de la ciencia contable ofrece el impactante espectáculo de su suicidio ante las cámaras. ¿Y quién puede creer en los suicidas? Salvo los filósofos griegos, nadie parece recordar que la política es, en esencia, cultura; la acción creativa y fecunda de la vida de la polis.

Espacio público que, aunque atravesado por los flujos globales reordenados de las diferencias, de origen privado, sigue siendo localizado en su función es-

pecífica de proporcionar los dispositivos públicos para la vida de los ciudadanos. Una vida creativa y fecunda.

¿A qué cultura nos referimos?

Al hablar de cultura se la suele remitir en exclusividad a los productos de la creación: artes, literatura, espectáculo, etc., como si ellos fueran obras de un espíritu puro que operara en el vacío socio-histórico. La cultura como producto es creadora de sentidos que se nutren -y a la vez construyen- valores, prácticas y sentidos sociales de carácter histórico.

Estos sentidos podrán ser emancipadores o alienantes, individual y socialmente. Serán aptos para despertar la inteligencia creadora, la sensibilidad activa hacia el mundo natural y social, la capacidad crítica, pero constructiva, esperanzadora y entusiasta, o bien, abonarán al derrotismo, la ignorancia, la pasividad, el cinismo nihilista y las diversas formas de evasión que nos alejen cada vez más de

hallar respuestas al interrogante clave: ¿cómo construir una sociedad mejor y con mayor calidad de vida para todos?

Las islas de opulencia material podrán amurallarse y apelar a múltiples técnicas de seguridad para defenderse de la ira de los marginados y de las distintas manifestaciones de la violencia. Pero, ¿cuánta exclusión cultural puede tolerar una sociedad sin extinguirse como tal?, ¿qué vallas de seguridad podrán oponerse a la a-culturación a escala masiva que la deshumanización de las relaciones sociales implica? Existe, en toda sociedad, una cultura de las relaciones sociales, que si bien está interrelacionada a la cultura concebida como producto, la excede ampliamente. Esa es la dimensión que interesa fortalecer y desarrollar a las políticas culturales más avanzadas, ya que constituye el sustrato profundo de los sentidos que una sociedad produce y hace circular entre sus miembros, desde el cual construye su presente y proyecta su futuro.

Se trata de una cultura de la civilidad, abierta al encuentro de lo nuevo, no en carácter de "novedad", sino por su aporte a una mejor calidad de vida. Y ésta no se limita a la satisfacción de las necesidades materiales básicas sino que, al mismo tiempo, se sustenta en la vivificación de la dimensión espiritual del ser humano, en la liberación de su imaginación y en la movilización de su conciencia como ciudadano. Todas ellas, potencialidades

aplastadas bajo el peso de las necesidades materiales, reales o imaginarias, que conducen a visualizar al consumo -de bienes materiales o de "diversiones"- como remedio único a la angustia.

Esta prioridad no implica subestimar la cultura en cuanto producto. Por el contrario, ofrece un marco revitalizador de la misma; abre los horizontes de la libertad creadora derribando los límites que le impone el mercado, en cuanto plantea nuevos interrogantes que demandan respuestas innovadoras; establece criterios de calidad sustentados en la facultad del arte de proponer sentidos que se integren como "presencias reales" al tejido de nuestra identidad; que posibiliten reencontrarnos con el sentido de nuestro ser en el mundo; que nos interpeleen generando un clima de comunicabilidad plural con los otros, para imaginar y experimentar cómo integrarnos desde el reconocimiento de la diferencia, a fin de construir una vida más plena. Algo cualitativamente distinto de la pretensión de unificar imaginarios desde la tiranía del pensamiento único del mercado, impuesta por una obscena cultura de la banalidad que disocia estética de ética, haciendo tabla rasa con ambas.

Desde el marco dado por el objetivo prioritario de construir una nueva cultura de las relaciones sociales, la producción artística podrá recuperar el carácter de fuerza vital transformadora que le fuera arrebatado, tanto por el adocenamiento mercantilista adormecedor de las con-

ciencias, cuanto por su encierro en la función terapéutica de consolar a las élites desencantadas de este fin de siglo.

La cultura es decisiva en épocas de crisis, no para "divertir", impedir pensar o hacer olvidar momentáneamente el dolor de una existencia insatisfactoria, rutinaria o indigna -como suele proponer cierta cultura- chatarra massmediática- sino en cuanto fermento de superación y renovación, que impulse a un proyecto de vida mejor, a nivel personal y colectivo, a una sociedad con autoestima, responsabilidad social y confianza en su capacidad de construir el futuro. Esta cultura es, por otra parte, soporte fundamental de una economía sustentable.

En su contribución a una nueva cultura de las relaciones sociales, con eje en la valoración del sentido de lo público, el civismo, la solidaridad y la integración social, la cultura artística podrá realizar plenamente las potencialidades que le adjudica George Steiner: "El arte y la literatura serios son de una indiscreción total. Preguntan por las más hondas intimidades de nuestra existencia. Esta interrogación (...) propone un cambio. (...) El encuentro con lo estético es, junto con ciertos modos de la experiencia religiosa y metafísica, el conjuro más 'ingresivo' y transformador a que tiene acceso la experiencia humana. Si hemos oído correctamente el aleteo y la provocación de esa visita, la morada (de la vida) ya no es habitable de la misma manera que antes". ●

LA DINAMICA GLOBAL/LOCAL. Cultura y comunicación: nuevos desafíos.

Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (compiladores). Ediciones CICCUS La Crujia. Buenos Aires, abril de 1999.

Los trabajos reunidos en este libro constituyen una polifacética reflexión en torno a un tema de acuciante actualidad. Desde distintos campos disciplinarios, varios estudiosos, cuyo pensamiento en la materia se nutre tanto de su producción anterior como de investigaciones en curso, brindan sus aportes más actualizados.

"¿Desde dónde pensar la globalización si es el sentido mismo de lugar el que con ella está cambiando?, ¿qué saberes moviliza?", se pregunta con acierto Jesús Martín-Barbero en las páginas que dan comienzo al itinerario propuesto por la obra. Los autores procuran dar respuesta a esos interrogantes y a los nuevos desafíos que las sociedades confrontan, abordando las preocupaciones fundamentales que suscita la interrelación de lo global y lo local, desde la trama que da sentido a la existencia de los individuos y las sociedades: la cultura y la comunicación. Las configuraciones territoriales y las transformaciones que impulsan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; la categoría de frontera, la producción de ciudadanía y las nuevas formas de hacer política; los relatos, la memoria y las identidades; la audiovisualidad y el pasaje de la representación analógica a la digital, conforman el horizonte en el que se despliegan los análisis sobre dicha problemática.

