

# Carta a nuestros lectores

**E**n esta edición Chasqui pasa revista a dos procesos electorales recientes en México e Italia, analizando los modelos comunicacionales que en ellos se siguieron y los efectos que provocaron. Los colores verde, blanco y rojo que aparecen de fondo en la portada son, por feliz coincidencia, los de las banderas de estos dos países.

En un próximo número esperamos poder analizar el fin del proceso electoral mexicano, que culminará con la asunción al poder del presidente electo Felipe Calderón. Muchos se preguntan si podrá gobernar en el ambiente de cerrada confrontación que existe con Andrés Manuel López Obrador, lo que contrasta con la aceptación de la derrota por parte de Silvio Berlusconi, que ha hecho posible que Romano Prodi comience su gobierno con una relativa calma inicial.

En la columna de opinión abordamos un tema de enorme actualidad en Europa: las infiltraciones de algunas agencias de seguridad de los países del viejo continente en la actividad periodística, con el pretexto de adelantarse a los acontecimientos, conseguir información de inteligencia de primerísima mano y con la secreta esperanza de evitar actividades terroristas.

En números anteriores investigamos el desempeño de los medios de comunicación estatales, para descubrir hasta que punto informan bien y no son instrumentos manipulados por los gobiernos. En este número estudiamos la realidad de la radio y televisión del gobierno de los Estados Unidos.

Para América Latina es de suma importancia conocer cómo la prensa maneja problemas críticos que se pueden suscitar entre sus países. Por esta razón hacemos un análisis de contenido de cómo la prensa de Uruguay y Argentina ha tratado su discrepancia respecto a la construcción en la frontera común de una planta de procesamiento de papel, que supuestamente contaminaría las aguas del Río de la Plata

Respondiendo al interés de nuestros lectores, tenemos un artículo sobre la difícil relación que existe entre los medios de comunicación y el gobierno del presidente Hugo Chávez

Pocos conocen el papel que desempeñan los Observatorios de Medios de Comunicación, que cada vez se hacen más populares en diversos países de nuestro continente. Por esta razón insertamos un artículo que aborda un caso brasileño.

Incluimos dos artículos sobre el crecimiento del periodismo "confidencial" en la web y el crecimiento de la prensa gratuita.

Para entender mejor la relación que existe entre América Latina y España, estudiamos el notable impacto que ha tenido en la península ibérica la telenovela "Pasión de gavilanes".

Para quienes les interesa conocer la penetración de Internet en los negocios, les sugerimos leer el artículo: "Usos y competencias del weblog en las corporaciones".

Finalmente, Chasqui ilustra sobre la lucha sorda que mantienen los gigantes de la autopista de la información: Google y Yahoo.

## Consejo de Administración



Presidente,  
Víctor Hugo Olalla P.  
Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión M.  
Ministro de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo C.  
Ministro de Educación y Cultura

Héctor Chávez V.  
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.  
Organización de los Estados Americanos

Andrew Radolf,  
Consejero Regional de la UNESCO

Héctor Espín R.  
Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
Asociación Ecuatoriana de  
Radiodifusión

Edgar Jaramillo S.  
Director General del CIESPAL

FENAPE

Teléfonos.: (593-2) 2506149 - 2544624  
Fax (593-2) 2502487

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)  
[www.chasqui.comunica.org](http://www.chasqui.comunica.org)  
weblog: [www.revistachasqui.blogspot.com](http://www.revistachasqui.blogspot.com)

Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T., S.P.I.027  
ISSN 13901079

# CONTENIDO

	Pág.		Pág.
<b>Portada</b>		<b>Televisión</b>	
<b>Elecciones en México: Los medios, arena político - electoral</b> -----	4	<b>"Pasión de Gavilanes" o ¿pasión por el marketing?</b> -----	56
<i>Felipe Gaytan</i>		<i>Ana I. Bernal Triviño</i>	
<b>Elecciones italianas: realidades cotidianas versus estadísticas</b> -----	10	<b>Cine</b>	
<i>Francisco Ficarra</i>		<b>Festival de Cannes: ¿Bendición o maldición cervantina?</b> -----	62
<b>Opinión</b>		<i>Francisco Ficarra</i>	
<b>Espías y periodistas intercambian papeles</b> -----	16	<b>Comunicación Organizacional</b>	
<i>Jairo Lugo</i>		<b>Usos y competencias del weblog en las corporaciones</b> -----	66
<b>Ensayos</b>		<i>M<sup>a</sup> Luisa Sánchez Calero</i>	
<b>Difícil Supervivencia: Radio y Televisión Públicas en Estados Unidos</b> -----	22	<b>Dudas y Rupturas</b>	
<i>María Helena Barrera</i>		<b>El gran imperio de los medios</b> -----	72
<b>Argentina - Uruguay: Guerra mediática por las papeleras</b> -----	28	<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	
<i>Esteban Landau</i>		<b>Informática</b>	
<b>Venezuela: Politización de los medios y mediación de la política</b> -----	34	<b>¿Google vs. Yahoo!</b> -----	74
<i>Virginia Linares</i>		<i>David Yanover</i>	
<b>Observatorio de Medios: un caso brasileño</b> -----	40	<b>Periscopio Tecnológico</b> -----	80
<i>Rógerio Christofolletti</i>		<b>Bibliografía sobre Comunicación</b> -----	84
<b>Prensa</b>		<b>Actividades del CIESPAL</b> -----	90
<b>Periódicos confidenciales online en Latinoamérica</b> -----	46		
<i>María Sánchez</i>			
<b>Crece la prensa gratuita</b> -----	52		
<i>Fernando Sabés Turmo</i>			

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

**Todos los derechos reservados.**

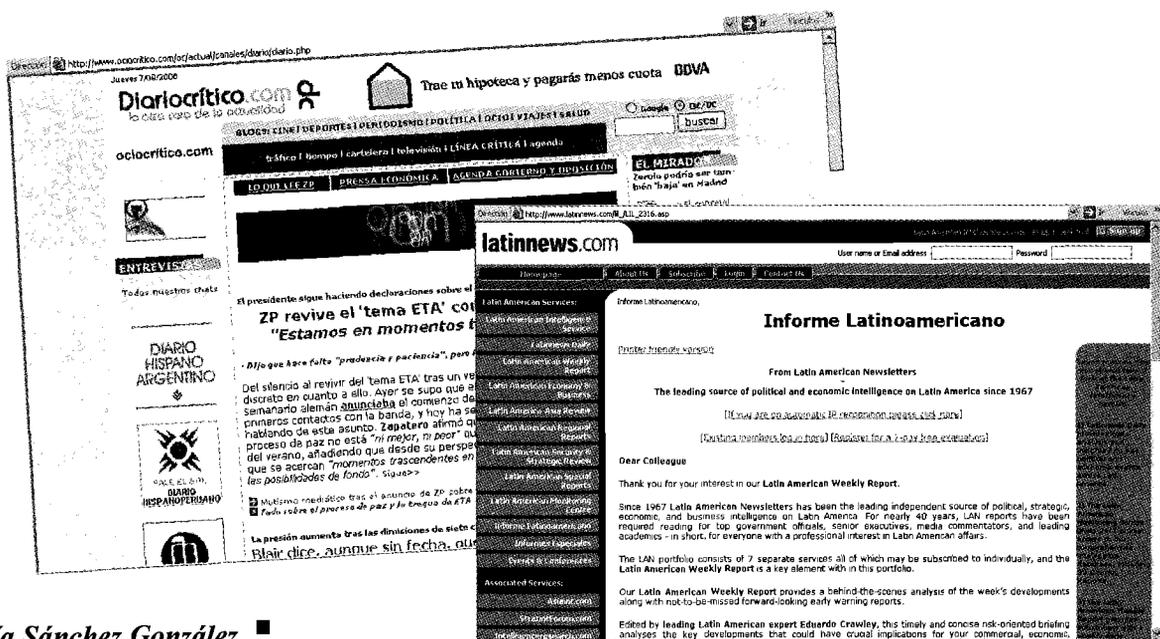
**Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.**



**Chasqui**  
Revista Latinoamericana de Comunicación  
N° 95 - Septiembre 2006

<p><b>Director</b> Edgar P. Jaramillo S.</p> <p><b>Editor</b> Luis Eladio Proaño Email: <a href="mailto:luiselap@ciespal.net">luiselap@ciespal.net</a></p> <p><b>Consejo Editorial</b> Violeta Bazante - Lolo Echeverría Héctor Espín - Juan M. Rodríguez Francisco Vivanco R.</p> <p><b>Asistente de edición</b> Jorge Aguirre Email: <a href="mailto:chasqui@ciespal.net">chasqui@ciespal.net</a></p> <p><b>Portada y diagramación</b> Mayra Cajilema C.</p>	<p><b>Chasqui es una publicación del CIESPAL</b></p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <a href="http://www.felafacs.org/rederevistas">http://www.felafacs.org/rederevistas</a></p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <a href="http://redalyc.uaemex.mx">http://redalyc.uaemex.mx</a></p> <p><b>Impresión</b> Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
--	---

# Periódicos confidenciales *online* en Latinoamérica

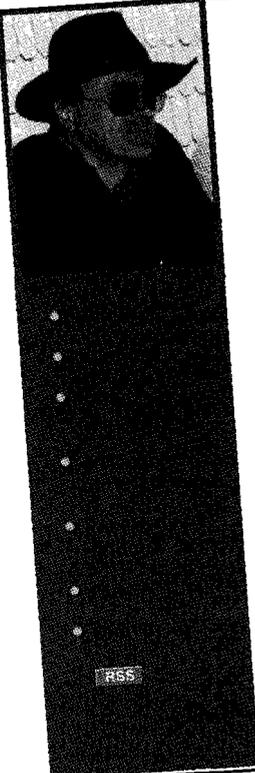


**María Sánchez González** ■

Factores como la descentralización, la falta de regulación o el desarrollo anárquico de Internet como canal de comunicación, junto con la inmediatez y facilidad de publicación y acceso a la Red, o la sobreabundancia de información online, que hace a veces imposible contrastar los hechos, han propiciado la multiplicación, en los últimos años, del número de web dedicadas a la

propagación de leyendas urbanas, bulos o rumores, muchos de ellos de carácter personal y cuya finalidad roza el entretenimiento. Es el caso del sociólogo chileno Huneeus, quien publicó en su página personal un rumor sobre un escándalo político de abuso a menores, tiempo después del escándalo desatado por *Drudge Report*, donde Matt Drudge destapó el conocido *Caso Lewinsky*.

María Sánchez González, Licenciada en Periodismo y Doctoranda de la Universidad de Málaga.  
Web : <http://www.cibermarikiya.com.es>  
Correo-e: [m.sanchezgonzalez@gmail.com](mailto:m.sanchezgonzalez@gmail.com)



**Pablo Huneus**

Dicho de la semana:

**Quien mucho escoge, lo podrido se come.**

LA PORUÑA DE LA MUJER PICADA  
por Pablo Huneus

La Ley Nº 19.968 que a partir del 1 de octubre 2005 puso en marcha los Tribunales de Familia se ha convertido en la poruña de la mujer picada.

Todo el tinglado de 335 jueces habilitados para atender en 60 tribunales iniquidades contra los niños, la frondosa burocracia que los secunda y los flamantes edificios dispuestos para tal propósito, se ha visto colapsado por la avalancha de causas mercenarias en que mujeres despachadas reclaman billuyo de hombres que alguna vez las poseyeron.

So pretexto de darle de comer a los pequeños —"demanda de alimentos" se llaman—, subyace un franco resentimiento contra el poder masculino. Tanto es el clamor de fámulas ofendidas contra la malignidad del hombre que han debido abrirse en dichos juzgados ventanillas especiales para "Órdenes de Arresto", las que deben solicitarse en triplicado de 8.30 a 11.00 horas.

Todas por plata, todas inspiradas en el precepto feminista de que los niños, aún pasado la lactancia, pertenecen 100% a la madre y todas animadas por un substrato psicoanalítico de frustración afectiva que gatilla cuadros de paranoia parental (miedo que el padre le quite sus críos). Son sus rehenes, su fuente de ingreso y su objetivo alternativo de sensualidad.

<http://www.pablo.cl/>

Pero, en un tiempo en el que se habla de crisis del periodismo tradicional, se señala la escasa credibilidad de los medios convencionales o se debate incluso acerca de quién es o no periodista, y en un entorno como la Red, donde se mezclan la información, el espectáculo y el entretenimiento, surgen nuevos emisores y nuevas modalidades de comunicación, que no obedecen a los principios clásicos periodísticos, y resulta difícil, por tanto, distinguir lo que es periodismo de lo que no lo es. Lo más grave ocurre cuando estos rumores se insertan en productos elaborados por profesionales de la información que se presentan como periodísticos y son, por tanto, susceptibles de ser tomados inclusive como fuentes informativas por parte de los medios convencionales, y, lo peor, de llegar al lector, a través de estos, como informaciones rigurosas y contrastadas cuando en realidad no lo son.

### El caso español

Lo anterior queda patente en la proliferación y el auge en los últimos años de los denominados confidentiales en la Red española, cibermedios temáticos que abordan,

como señala el profesor Orihuela, aspectos de la realidad poco tratados por los medios convencionales o temas de dominio público con fuentes exclusivas, como fenómeno que supone, por tanto, la antítesis del rigor periodístico, al basarse en la información no confirmada y el rumor definido, según señala Jean-Noël Kapferer (*Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*), "por su fuente (no oficial), su proceso (difusión en cadena) y su contenido (se trata de una noticia referida a un hecho de actualidad)" y como una información que no necesariamente ha de ser falsa pero que no está confirmada oficialmente.

Así, en estos micromedios digitales, el rumor deja de constituir *la antesala de la noticia*, para utilizarse, en lugar de servir como punto de arranque para investigar temas, como producto final que se presenta al lector. Se oponen de este modo a los principios básicos del periodismo, entre ellos, la necesidad de que "los hechos y datos que se comunican han de ser periodísticamente verdaderos (...), es decir, hechos y datos comprobables más o

menos rutinariamente por los propios periodistas o mediante fuentes fiables y contrastadas", tal como señala el profesor José Luis Martínez Albertos en *El ocaso del periodismo*.

Pero, además de cuestionar la naturaleza periodística de estas publicaciones digitales, como fórmulas pseudoperiodísticas a medio caballo entre el rumor y la información confirmada, en España se debate, más lejos aún, en torno a su propia denominación de confidenciales, ya que, como afirma Guillermo López García en el último anuario editado en enero de 2006, por la *Fundación Telefónica, (Los confidenciales en Internet)* aunque la información de estos cybermedios es confidencial, "el proceso comunicativo en el que se basa, el rumor, no lo es, ya que éstos se ofrecen de forma gratuita al conjunto del espacio público".

Así pues, los confidenciales, como fenómeno no nuevo de la Red, sino cuyo antecedente más inmediato en el caso español debe buscarse en los boletines confidenciales impresos, que tuvieron su auge en la década de los 70 y de los 80 del pasado siglo, durante la transición política española, entran en contradicción, debido a su carácter abierto y no restringido, con esta fórmula tradicional, con la que guardan parentesco pero no

identidad. A ello se refiere el profesor José Manuel González Torga -*Fenomenología de los confidenciales como modalidad del Periodismo*- en su tesis doctoral sobre lo que denomina "órganos periodísticos confidenciales", para quien estos son una "modalidad periodística cuyo soporte convencional es el impreso y cuya expresión genuina son los boletines o newsletters confidenciales con un tipo de información cuyo nivel de calidad y relevancia justifican el abono de un precio alto por el suscriptor y, consecuentemente, la eliminación de publicidad".

Aunque existen, en la Red española, algunos ejemplos de confidenciales que llegan a una audiencia determinada por circuitos restringidos y previo pago de una tarifa de suscripción, como *Diario E-xclusivo* -editado por el periodista Fernando Jáuregui, pionero de los confidenciales online españoles con *Mi Canoa*, y que se hace visible a través de la web de *Diario Crítico*, medio al que complementa pero con respecto al cual se presenta diferenciado-, lo cierto es que la mayoría se alejan del modelo de información valiosa y diferenciada al que se refiere González Torga.

En un sistema de medios excesivamente institucionalizado y de temas y fuentes limitadas



<http://www.reforma.com/>

Address: <http://www.drudgereport.com/>

# LANDSLIDE DRUDGE REPORT

UPDATE: Coorice's ratings fall on 5th anni of 9/11 attacks...

Fonda, Steinem launch all-women radio talk network...

'GIRLS GONE WILD', FOUNDER GUILTY IN SEXUAL EXPLOITATION CASE...

APPLE Unveils Online Movie Store...

Mysterious light streaks across sky in Washington State...

Scientists: Meteor Caused Sonic Boom...

Harmless Packages Spark L.A., NYC Fears...





'BUSH ASSASSINATION' MOVIE COMING TO U.S. THEATERS...

Sean Penn calls Bush a 'Beelzebub' and a dumb one'...

'Dixie Chick' Maines Calls President a 'Dumb F\*\*' in Weinstein documentary...

RAW HEAD BLASTS BUSH FOR TAKING TIME TO MEET WITH 'YDOL' CLAY AIKEN...

Man Accused of Fraud Blames Nazi Rope...

Oliver Stone hints at film tackling 9/11 'conspiracy'...

GAS PRICES FALL TO \$2.05 A GALLON IN IOWA...

Lowest Levels In Five Months...

Oil Drops Below \$64...

UPDATE: Syria foils American embassy attack...

Security Forces Kill at Least 4 gunmen...

Al-Qaida Offshoot Blamed...

Jeers Not Cheers For Blair...

<http://www.drudgereport.com/>

como el actual, la existencia de dicho modelo tendría sentido, siguiendo al mismo autor, debido a la diferencia entre los temas susceptibles de publicarse ("lo noticable") y los que finalmente tienen cabida en los medios convencionales ("lo noticiado"), lo cual posibilitaría, además, la circulación de una información y la apertura al público de un espacio inexistente o circunscrito hasta ahora a ambientes privilegiados, según López García en *Modelos de comunicación en Internet*.

Sin embargo, siguiendo a este autor, existe el riesgo de que esta función, *a priori* positiva, se transforme en manipulación de dicho espacio, lo cual sucede cuando los confidentiales no se basan en el rigor o publican informaciones falsas. Se produce, además, un uso abusivo del término confidencial -empleada también como título de secciones dentro de cibermedios de información general, sin referente impreso o de blogs anónimos de rumores-, ante lo que se sospecha, tras dicho uso, la existencia de una intencionalidad determinada, no ya solo por parte de los promotores de estos medios, que en ocasiones se ocultan tras el anonimato, sino también por parte de informantes que ocultan su identidad y que pueden convertirse, de este modo, en fuentes ávidas o interesadas que buscan manipular la opinión pública.

Ante este uso generalizado del *off the record*, práctica

periodística excepcional que solo tiene sentido cuando se orienta al mejor servicio de la actividad periodística y del derecho a la información del público, pero que en los confidentiales se convierte en habitual, el lector queda, además, indefenso, ya que no puede acudir a estas fuentes para contrastar las informaciones y debe confiar, por tanto, en los profesionales de estos medios que se convierten, tal como señalan estudiosos del fenómeno y periodistas, en la única garantía y fuente de información para el lector.

Ello, sin contar las implicaciones jurídicas que conlleva la publicación de rumores e informaciones no confirmadas que atenten contra los derechos al honor, a la intimidad o a la propia imagen, entre otros, de los protagonistas de las piezas informativas, como ocurrió en el denominado *Caso Hesperia*, cuya sentencia judicial, en 2002, dio la razón a los jugadores del Barcelona Club de Fútbol, tras la publicación de una información en *Mi Canoa* de la que Jáuregui no pudo demostrar su veracidad, y de la que se hicieron eco, sin confirmarla, medios como *Telemadrid*. En este caso, existía un responsable, el director del medio, contra el que se dictó sentencia; pero habría que reflexionar sobre la inmunidad de la que gozan aquellos confidentiales cuyos autores se amparan en el anonimato.

## Los confidenciales en América Latina

Lo dicho hasta ahora puede aplicarse perfectamente a Latinoamérica, donde, del mismo modo que en la Red española, el confidencialismo, prolongado en el tiempo y extendido en el espacio geográfico, se ha adaptado a soportes diversos como la prensa o la propia Red, en cada uno de los cuales conforman, a su vez, productos diversos de calidad variable.

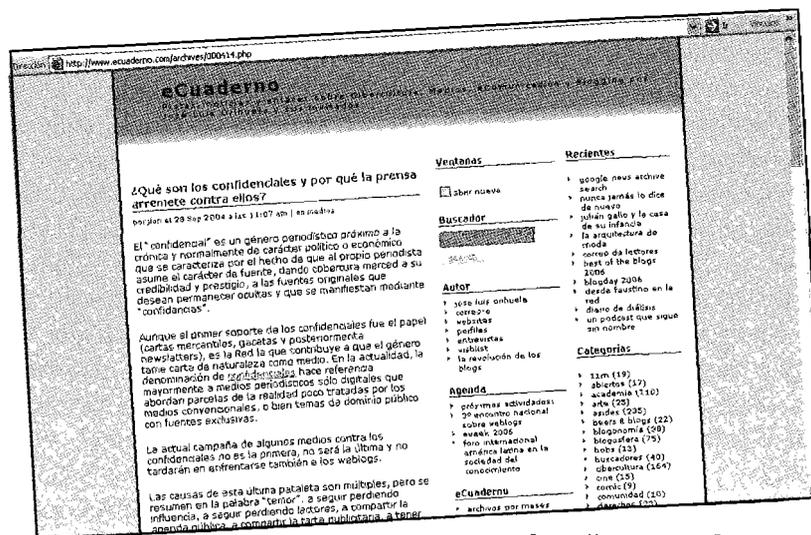
En Internet, algunos de estos productos, como sucedía en España, se aproximan a los rasgos genuinos de los newsletters confidenciales impresos, aunque la mayoría constituye más bien espacios que, a modo de *cajón de sastre*, contienen aquello no publicable en otras secciones de los medios y que van desde rumores y anécdotas, que pretenden entretener, hasta informaciones sin comprobar, con una finalidad determinada.

Sin embargo, frente al caso español, en Latinoamérica la mayoría de estos productos *confidenciales* online no surgen, como ocurría en éste, en la Red, sino que se insertan, como secciones o columnas, en las ediciones digitales de publicaciones con referente impreso y soporte en papel.

Así, hallamos, por un lado, vestigios, fuera de la Red, del confidencialismo convencional en publicaciones impresas existentes con anterioridad a ésta, caracterizadas por su seriedad y prestigio, y que, en los últimos años, han creado sus ediciones digitales. Algunos de los ejemplos más conocidos, ya reseñados por González Torga en su tesis, hace una década, como *confidenciales* de pago por suscripción, son *Informe Latinoamericano* o *Infopress Centroamericano*.

Junto a estos, existen casos más recientes como los de *Informe Confidencial* en Ecuador o *Confidencial* en Nicaragua, revista cuyo responsable, Carlos F. Chamorro, señala que el uso de dicho término se debe a motivos comerciales, y que, "más que información confidencial", publican "información rigurosa", basada en la investigación y en el análisis y próxima, por tanto, a la que contienen, según González Torga, los *confidenciales* convencionales impresos de calidad.

Pero el caso más destacado, y el que más se asemeja a la tipología de confidencialismo detectada en la Red española, es el de las columnas *confidenciales* como contenidos ofertados por diarios de información general, inicialmente en sus ediciones impresas y posteriormente en sus versiones digitales. Entre



<http://www.ecuaderno.com/archives/000414.php>



<http://www.inforpressca.com/>

los numerosos ejemplos localizados en distintos países se hallan la sección *Infidencias-Confidencial* de *El siglo digital* en Panamá; o las secciones *Confidencial* y *Crónica Confidencial*, de *La Opinión en Línea* y *La Crónica de Hoy*, respectivamente, en México.

Acerca de este último país, el periodista Ricardo Medina, en un artículo publicado en su blog personal, *Ideas al Vuelo*, donde define los confidenciales como "un género periodístico inclasificable y espurio, pero muy leído", añade ejemplos de columnas insertas en algunos de los principales diarios de información general mexicanos, *Templo Mayor de Reforma*; *Trascendió de Milenio*; o *Bajo Reserva* de *El Universal*.

Se trata, según Medina, de "columnas, generalmente anónimas, que recogen chismes, especulaciones, calumnias, mensajes cifrados", un material que, en su opinión, debería ser "impuplicable" pero que se vende, "engañando al lector", como "información confidencial o reservada", que se caracterizan, según él, por un amplio componente editorializante y por perseguir la finalidad de "manipular la opinión pública a favor o en contra de determinada

política pública, personaje o partido" o de "enviar mensajes más o menos cifrados entre políticos y otros personajes públicos". Este hecho, que el periodista apunta como una de las principales diferencias con respecto al caso español, no lo sería tanto teniendo en cuenta las opiniones lanzadas desde algunos sectores.

Parfraseando a la presidenta de la Asociación de Periodistas de Puerto Rico, Daisy Sánchez, "el chisme en ocasiones no es ocioso, sino que tiene una intención ulterior, la de desprestigiar, difamar o cambiar el rumbo de un asunto público".

Asistimos, por tanto, a una etapa en la que conviven newsletters confidenciales próximos a la modalidad genuina de confidencialismo con los que se hacen llamar "confidenciales" online, a la necesidad de, como proponen profesionales de los confidenciales como Jáuregui, "separar el grano de la paja digital", de aplicar en los confidenciales, como en el resto de cybermedios, unos parámetros de calidad que comiencen por exigir que la información confidencial se presente como tal al lector y que permitan distinguir los productos de calidad de aquellos intoxicadores. ❀