

**Director**

Edgar P. Jaramillo S.

**Gestión de Medios**

Eugenia Ávalos V.

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.

**Consejo Editorial**

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

**Portada, diseño  
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del  
CIESPAL**

Miembro de la  
 Red Iberoamericana de Revistas  
 de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas  
 de América Latina y el Caribe  
 en Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente  
 Víctor Hugo Olalla P.  
 Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador  
 Ministra de Relaciones Exteriores, Comercio e  
 Integración

Raúl Vallejo C.  
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.  
 Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.  
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton  
 Comisión Nacional de UNESCO  
 para los países andinos

José Camino C.  
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Yolanda León T.  
 FENAPE

Edgar Jaramillo S.  
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6149 - 250-6148  
 Fax (593-2) 250-2487

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)  
[www.chasqui.comunica.org](http://www.chasqui.comunica.org)  
 weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

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

<b>Personaje</b>	Pág.	<b>Aula</b>	Pág.
Minibiografía: "Mediador" colombo-ibérico .....	4	Lenguaje: Sexismo en el idioma <i>Carlos Aulestia</i> .....	54
<b>Portada</b>		Locutor: Mensajero de la identidad <i>Hugo Viladegut Bush</i> .....	58
Elementos de la cultura: Los medios, las políticas, las redes y la heterogeneidad .....	6	Audiovisual: Para construir historias <i>Fabián Iriarte</i> .....	62
Educación: Barbero y la otra pedagogía <i>César Ulloa Tapia</i> .....	8	Prensa: ¿Un "ejercicio" crítico? <i>Alejandro Querejeta</i> .....	66
Investigación: Un mapa para la multiculturalidad <i>Erick Torrico Villanueva</i> .....	14	Digital: Sencillez y facilidad en las <i>homepages</i> <i>Pablo Escandón M.</i> .....	72
Comunicación: Agenda intercultural <i>Jesús Martín-Barbero</i> .....	20	<b>Publicaciones</b> .....	76
<b>Coyuntura</b>		<b>Actividades del CIESPAL</b> .....	82
Calentamiento global: Nuevos enfoques periodísticos <i>Diana Cazaux</i> .....	28	<b>Agenda</b> .....	86
Titulares de prensa: Cómo los <i>mailnews</i> los modifican <i>Omaira García de Berrios</i> y <i>Mayra Alejandra Berrios de Peña</i> .....	34	<b>Próximo número</b> .....	90
Cobertura electoral: El <i>Twitter</i> se estrenó como reportero <i>Xosé López</i> y <i>Manuel Gago</i> .....	40		
Festival de Cine: Las Tres Américas <i>Clara Rodríguez</i> .....	46	FE DE ERRATAS: En la edición 101, en el artículo <i>Huelga de guionistas: El lápiz caído</i> , de Liliana Castañeda, corregimos que la autora no es docente sino que labora en el Departamento Sociocultural de la British Columbia University. Además reconocemos que las fotografías fueron cortesía del Sindicato de Escritores de Canadá.	
Responsabilidad Social Empresarial: <i>Comunicación bajo ISO 26000</i> <i>Francisco Campos</i> .....	48		



Foto: Colteva / Jesús Martín Barbero

Minibiografía:

## "Mediador" colombo-ibérico

Jesús Martín Barbero es colombiano a pesar de haber nacido en la española ciudad de Ávila en el año de 1937. Aunque apenas en el 2004 obtuvo esa nacionalidad, ya desde 1963, cuando llegó a Bogotá, inició su comprensión de un mundo nuevo de símbolos, mensajes y espacios que lo configurarían como colombiano y como un verdadero latinoamericano que ha hecho de esta región su base de estudios y su referente para generar pensamiento.

"Me asomé por primera vez a este país (Colombia) desde la ventanilla del avión, un 15 de octubre del año 63, en medio de un aguacero que difuminaba el atardecer de la sabana y volvía imprecisos los contornos del paisaje. De la travesía por la ciudad hasta el hotel, solo me queda el recuerdo del mareo producido por la velocidad zigzagueante del taxi, y unas fugaces imágenes de gente guareciéndose de la lluvia debajo de los aleros, vestidos con una prenda cuyo nombre aprendería

al día siguiente: la ruana", confiesa en una entrevista con su amigo y colega Omar Rincón.

En Lovaina se doctoró en Filosofía y Letras, luego se interesó por la Semiótica y la Antropología en la Universidad de París. Con todo ese conocimiento humanista, Jesús Martín Barbero se dedicó a la docencia universitaria en varios centros europeos y latinoamericanos, a la investigación de los fenómenos mediáticos como las telenovelas y a la construcción y aplicación de la ciencia comunicativa.

"Al día siguiente, en la cafetería del hotel experimentaríamos el primer extrañamiento, justo allí donde creería mejor reconocerlo: el idioma, La chica que servía el desayuno me preguntó: "*¿le provoca un perico?*", ante lo cual yo quedé físicamente mudo, pues en mi castellano de la vieja Castilla, provocar significaba "incitar a pelear o dar nauseas", y un perico era "un loro". O sea que los parecidos resultaron, desde ese primer día, dementes, tramposos, por lo que aprendí rápidamente que si en este otro lado del charco las semejanzas con la madre patria eran grandes, las diferencias lo eran mucho más."

Este abrupto contacto cultural marcó la visión y el posterior trabajo de este peninsular que se quedaría en Colombia hasta 1968, para luego regresar en 1973 e iniciar el desarrollo de sus investigaciones sobre comunicación y ser uno de los fundadores de la denominada Escuela Latinoamericana.

La cultura popular, sus expresiones y configuración mediante los melodramas, es uno de los ejes del trabajo de Jesús Martín-Barbero, quien edificó y solidificó las bases de los estudios comunicativos no solo en Colombia, sino en Costa Rica y México, países en donde ha participado como docente e investigador.

*De los medios a las mediaciones* es su obra insigne, pero no la única, pues constantemente produce artículos complementarios y obras nuevas en torno a la educación, la tecnología, las ciudades y los medios.

Actualmente vive en Colombia y viaja por Iberoamérica dictando charlas y participando en encuentros; continúa analizando la realidad, configurando la ciencia de la comunicación y comprendiendo nuestro continente, que es suyo.

## Cronología

1937. Nace en Ávila, España.

1971. Doctor en Filosofía y Letras, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

1971. Inicia estudios de Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París.

1975-1995. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle en Cali (Colombia).

1995-2002. Docente del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, en Monterrey, México.

Ha sido profesor visitante de las Universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona, Standford, Libre de Berlín, King's College de Londres, Puerto Rico, Buenos Aires, Sao Paulo, Lima.

Ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación).

Miembro del Comité Consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social).

Miembro del Comité Científico de Infoamérica.

Forma parte del Consejo Nacional de Ciencias Sociales de Colciencias (Colombia).

## Publicaciones del autor

1978. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal.

1979. *Comunicación educativa y didáctica audiovisual*. Cali: SENA.

1981. *Introducción al análisis de contenido*. Madrid: Incisex.

1987. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: G. Gili.

1989. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México: G. Gili.

1992. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.

1993. *Communication, Culture and Hegemony*. London: Sage.

1994. *Dinámicas urbanas de la cultura, en: Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Bogotá: cátedra UNESCO de Comunicación Social- Pontificia Universidad Javeriana.

1995. *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Univalle.

1998. *Mapas nocturnos*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

2007. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisa*. Con Germán Rey. Barcelona: Gedisa.

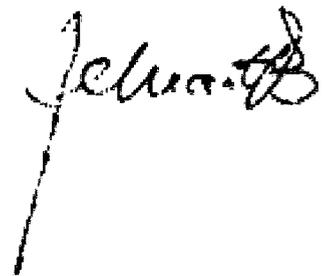
### Coordinación

1987. *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: G. Gili.

1991. *Recepción, uso de medios y consumo cultural*. N° 34 DIA-LOGOS de la Comunicación. Lima.

1997. *Proyectar la comunicación*. Con A. Silva. Bogotá: Tercer Mundo.

1998. *Medios, Cultura y Sociedad*. Con Fabio López. Bogotá: CES/Univ. Nacional.




### Elementos de la cultura:

**Los medios,  
las políticas,  
las redes y la  
heterogeneidad**

El pasado 8 de mayo, Jesús Martín-Barbero acudió a Barcelona, invitado por la Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB, en donde propuso algunas claves para la investigación en comunicación y cultura, elementos indisolubles, pero que lastimosamente las instituciones separan. Así, el autor de *De los medios a las mediaciones* dijo, además, que no se pueden investigar las políticas culturales y de comunicación sin hacer referencia a la política y sus procesos.

"Hay que investigar lo que nos dé esperanza y, como dijo Benjamin, la esperanza se nos da a

través de los desesperados: hoy hay muchos desesperados en América Latina con gran imaginación y buscando una transformación radical de lo que es hacer política", por ello considera que, en la región, los cambios producidos durante las últimas décadas se han fundamentado en la relación existente entre política y tecnología, política y territorio, y comunicación y cultura.

"Mientras la política se convierte en una máquina administrativa y electoral y se vacía de contenidos, la tecnología cada vez adquiere más capacidad de cuestión y reflexión", pues solo ha

sido pensada como cultura en el último cuarto de siglo al evidenciarse que, como ya había afirmado Heidegger, la esencia de lo tecnológico no es algo técnico sino el modo como el hombre se produce a sí mismo, ejemplo de ello son todos los estudios últimos acerca de tecnología, ciencia y arte, aglutinados en lo que se denominan cibercultura, tecnociencia, tecnocultura y sociedad de la información y del conocimiento.

Ahora bien, la relación entre política y territorio también ha mutado, pues "las únicas políticas que actualmente merecen llamarse públicas son las ejercidas desde los municipios y ciudades. Un factor clave es la transformación profunda de los centros cívicos, donde se están pensando las políticas culturales desde lo social".

Jesús Martín-Barbero afirmó que existe un desplazamiento del actor central en las políticas culturales, que si bien antes era el Estado nación, ahora lo es el municipio y su vida social; de esta manera establece una descentralización hacia los sectores que realmente ejercen su poder desde la experiencia directa, pues, además, "sin la mediación de la política local, la que viene de arriba será difícil de encajar", acotó.

Esta descentralización o desplazamiento desde el Estado como actor central hacia los gobiernos locales y las comunidades, configura las redes en las que se inscriben y desarrollan los medios comunitarios, que son un agente social que piensa su lugar y lo transmite, generando procesos de ciudadanía y creando tejidos que suponen una reinención de la democracia. "No podemos investigar los medios de comunicación comunitarios fuera del nuevo paradigma de la comunicación: la red, la interfaz o los nodos".

Se refirió, asimismo, a lo que se hacía en la década de los sesentas al estudiar la comunicación y ello radicaba en tener como objeto de estudio a los medios como aparatos discursivos del poder, como reproductores sociales, y no como productores o parte constitutiva de las culturas, por ello, instó a no confundir a las industrias culturales con la legitimidad del mercado, pues no es simple y puramente un producto del mercado sino también de la política.

Así, las políticas culturales no deben ser pensadas fuera de los procesos de comunicación, que son asimétricos y conflictivos, tal como sucede en las

relaciones entre culturas, pues una siempre quiere dominar a la otra y no hay que olvidar que "una cultura solo es tenida en cuenta por otra si la otra sabe contarse, la identidad no es un hecho sino un relato. Las culturas permanecen vivas mientras se comunican entre ellas, siendo la comunicación una dimensión constitutiva de la vida cultural y no sólo su exhibición". Por ello, querer proteger o conservar la cultura implica enlazarla, y por ende matarla. "Necesitamos políticas de difusión, pero no son el elemento más profundo. La información también ha de concebirse como herramienta, materia prima de conocimiento y de toma de decisiones".

*La tecnología es importante dentro de los procesos de comunicación, pero no se debe olvidar al ser humano y sus condiciones: cultura, educación, tradiciones, como elementos primordiales.*

Al referirse nuevamente a los cambios tecnológicos, instó a pensar los medios de comunicación como parte de un entorno comunicativo más amplio, compuesto por la información y el conocimiento. "No debemos confundir el mercado con la mediación industrial, de la misma manera que no podemos confundir el consumo pasivo con el apropiacionista, en ambos la casos la diferencia estriba en la capacidad de transformación". Por ello se hace evidente la educación en medios, huyendo de concepciones instrumentalistas para favorecer el consumo activo, esto es, la apropiación y el empoderamiento desde la heterogeneidad que produce el sector donde crece la creatividad.

"Lo público ha sido fagocitado por lo estatal provocando la decadencia de lo social y de su heterogeneidad. Ante medios de comunicación ventrílocuos necesitamos políticas que permitan la expresión de otras voces. El desafío fundamental de las políticas públicas es plantearse la heterogeneidad de lo social."

Con este preámbulo, invitamos a conocer y adentrarnos más en la obra de este pensador e investigador, que ha ido evolucionando con los movimientos sociales, la tecnología y la naturaleza humana. 🌿



<http://www.flickr.com/photos/21278836@N02/2070307803/>  
por elnotalebo

**Prensa:**

## ¿Un "ejercicio" crítico?

**Alejandro Querejeta Barceló**

*Cubano residente en Ecuador, subdirector del Diario*

*La Hora, poeta y catedrático universitario.*

*aq-b@uio.satnet.net*

Abundan las críticas sobre el trabajo periodístico; se dice, y con razón, que este ejercicio diario es una actividad de escaso rigor intelectual y con marcada tendencia a la simplificación; que los periodistas suelen carecer de conocimientos técnicos adecuados para la mayor parte de las cuestiones complejas de la vida actual, y que el trabajo periodístico se ejecuta sin la reflexión y el sosiego que son deseables en una adecuada labor crítica. Los

*El periodismo honesto y honrado no pasa por ninguna censura previa a cargo de los órdenes establecidos ni por parte de los gobiernos de turno, pues es una actividad social de ejercicio ciudadano.*

formatos y modos tradicionales de operar no dan la oportunidad de reflexionar, de buscar más allá de lo aparente, de explicar complejidades, como lo afirma Darío Klein. Gabriel García Márquez va más lejos cuando afirma que "la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo tiene que ser investigativo por definición" (1996).

Es evidente que el lector de las sociedades ha cambiado, es distinto y, en consecuencia, tiene nuevas necesidades. Y los periódicos deben responder a ellas, tal como afirma José Luis Macaggi: "Los norteamericanos suelen repetir: *Keep readers in mind* (Tengan siempre presente a los lectores). Hemos leído pocas frases tan breves y sabias. El lector, figura multifacética y paradójicamente singular, es el destinatario natural de la misión del periodista. Una individualidad imprecisa y diríamos que enigmática. Uno y múltiple receptor del mensaje de la prensa. Exclusivo dispensador de la aceptación masiva, del éxito y del prestigio de un periódico" (1991).

Por otra parte, se afirma que "en los periódicos no se cuenta nada nuevo" y que "la mayoría de las noticias han sido ya relatadas por televisión", y que el modelo tradicional de periódico y su contenido tienden a desaparecer. Solo sobrevivirán "los periódicos más personalizados, con agendas propias, donde el lector pueda encontrar lo que busca y solo lo que busca" (Badrán, 2001).

De modo que los periódicos se convierten en fuente y de hecho renuncian a las noticias de actualidad "porque se consideran derrotados de antemano". Buscan ofrecer análisis de determinadas situaciones, aunque sus temas ya no sean los del momento, es decir, los que aparecen incluidos en las agendas de otros medios de comunicación.

De acuerdo con Miguel Ángel Bastenier, "en 25 años solo sobrevivirán dos tipos de periódicos: los diarios perspectivistas, que tratan de explicar el mundo al mundo [...] y los diarios de proximidad, aquellos que cuentan lo que ocurre a 50 kilómetros a la redonda, diarios regionales podrían llamarse".

### **Puntos débiles**

Desde otro ángulo, pero indicando uno de los problemas más álgidos del mundo de la información contemporáneo, Ignacio Ramonet llama la atención sobre la "superabundancia de información" y la reciente concepción de la información como espectáculo. Esa superabundancia hace que el lector no sepa a ciencia cierta qué es lo que realmente le interesa, no tiene a quién dispensar su aceptación cabal, porque la oferta informativa va más allá de su capacidad de aprehensión. "En la actualidad -dice Ramonet-, informar es esencialmente hacer asistir a un acontecimiento, es decir, mostrarlo, situarse a un nivel en el que el objetivo consiste en decir que la mejor manera de informarse equivale a informarse directamente" (1999). Para este autor, está en peligro la tradicional organización triangular del periodismo: el acontecimiento, el intermediario y el ciudadano. Ya el periodista del día a día tiene muy pocas oportunidades de filtrar el acontecimiento, contextualizarlo, analizarlo debidamente, en una palabra, ir más allá de lo aparente.

Philip Meyer considera que en nuestros días el punto débil del periodismo es que "el periodista carece de una certeza de criterio para calibrar las fuentes en conflicto y se ve forzado a utilizar el tradicional objetivismo, el cual implica la temeraria suposición de que todas las voces profesan un equivalente afán por la verdad" (en Klein). Sin embargo, a raíz de las guerras contra Irak, fenómenos mundiales como el de la corrupción, la violencia social o la violación de los derechos humanos, por ejemplo, desde el lado de

los lectores comienza a generalizarse la exigencia de, en unos casos, profundizar, y en otros acometer el periodismo de investigación. Un periodismo de investigación que adolecería de un enfoque excesivamente reductor, si no se expandiera a todas las esferas de la vida económica, empresarial, deportiva, social, cultural, gubernamental o política, o sea, a la sociedad contemporánea en su conjunto.

*El periodismo carece de objetividad pero no de honestidad ni de honradez, principios fundamentales para ejercer esta profesión de servicio social.*

#### Debate democrático

Las revelaciones de los periodistas de investigación enriquecen el debate democrático. La sobreabundancia de información o el embotellamiento de mensajes, la mayoría de las veces aumentan la confusión y la incertidumbre de los lectores y, como indica Darío Klein, contradictoriamente puede dar lugar a un deterioro en la comunicación. Cada vez más los medios de comunicación independientes asumen la función de contestar las versiones promulgadas por el poder con la versión contrastada y verificada, un poco más cercana a la verdad. Versiones que tratan de verse respaldadas lo más posible con los hechos, tarea para la que la investigación es ineludible. "Ni el periodismo de actualidad, ni el periodismo de declaraciones, ni las filtraciones interesadas y ni siquiera el periodismo de denuncia logran la claridad, la profundidad y la certeza que sí puede lograr el periodismo de investigación", afirma Klein. A lo que añade Philip Meyer: "Una sociedad democrática necesita modos de poner a prueba la realidad. Los políticos y los grupos de interés definen la realidad para que ésta se amolde a sus necesidades. Los periodistas de investigación pueden poner a prueba sus versiones de la realidad acumulando hechos que puedan crear una realidad más objetiva".

Ahora, tratándose de la objetividad, ésta viene condicionada por una situación muy especial: es imposible separar los hechos de la opinión, o de

la percepción personal (sensibilidad, ideología, cultura, tradiciones, etc.) de quien los metaboliza para luego darlos a conocer. Y no hay que olvidar que "uno u otro tipo de diario, según su visión del mundo, preferiría también diferentes versiones de lo sucedido", sostiene Bastenier, quien añade:

La realidad puede que exista o no, puede que seamos o no capaces de definir en qué consiste, pero lo que sí es seguro es que ese conjunto magmático que se ofrece al periodista integrado por ruidos, colores, ráfagas de luz, partículas de polvo, radiaciones en suspensión y hasta sentimientos que se cortan con un cuchillo de los de matar es irreproducible, irreconstruible, no extrapolable; y no solo a causa de las obvias dificultades que presenta su comprensión, por la existencia de variados puntos de vista hasta para mirar un cuadro [...], sino porque lo que ocurre *ahí fuera* y lo que ocurre *aquí dentro* no tiene ninguna relación entre sí que permita la transcripción de un medio a otro. (2001, 26-27)

Bastenier añade que si la objetividad no existe, lo que sí existe es la honradez: "Cuando nos aproximamos a lo que hay por ahí, cuando lo oímos, vemos, tocamos, nos dirige la palabra, e interaccionamos con ese mundo exterior, hemos de obrar con la más estricta neutralidad, o combatir con nosotros mismos para que así sea, puesto que hay que partir de la radical imposibilidad de la objetividad en nuestro trabajo". Y subraya que sólo en la neutralidad residen los auténticos valores profesionales, en "aspirar a dar la mayor y mejor información posible a la sociedad, siempre actuando con honradez y siguiendo las reglas del *fair play* con el objeto de la información". Al respecto, el colombiano Gerardo Reyes recuerda que "el periodista debe tener una firme convicción de lo que es justo y honesto", con capacidad "para indignarse por las cosas que no funcionan y que se aceptan con resignación por el resto de la gente como parte de su vida". Y, por supuesto, debe conservar la independencia de sus fuentes y de las personas que investiga. Sin embargo, para Bastenier "no hay un periodismo neutral, contrapuesto a otro periodismo de toma de posición; solo hay un periodismo profesional que, partiendo de una posición de neutralidad, toma posiciones con el respaldo de la información de que dispone".

gigantesco como para que no haya necesidad de añadirle el pastoreo de las almas, la alfabetización del que no sabe, el socorro al que no tiene y demás tareas propiamente apostólicas, pero en absoluto periodísticas. (2001)

### Papel trascendente

Klein, sobre la base de que "el periodismo de investigación cumple un papel trascendente en la democratización, y que, a la vez, requiere de un grado creciente de democratización para desarrollar su tarea", identifica varios momentos en la evolución de la sociedad, según su grado de democratización y según la calidad del periodismo que se practique. El primero de ellos es que el sistema "garantice la libertad de prensa más elemental", lo que se traduce en "publicar y emitir sin censura previa de ninguna autoridad estatal [...], a pesar de que los medios y los periodistas puedan ser sometidos a distintos tipos de presión física, política y/o

<http://www.flickr.com/photos/giallinovagabondo/568776080/sizes/o/>  
por giallinovagabondo

### La única censura deber ser la del propio periodista.

Es imposible la objetividad y esa necesidad de neutralidad se oponen frontalmente a otra concepción muy extendida del periodismo como algo más que el puro cumplimiento de un cometido informativo para facilitar a la sociedad un mejor conocimiento de sí misma. En las antípodas de la visión de un periodismo salvacionista, propio de presuntos pedagogos y agentes del bienestar ciudadano [...]. La misión de procurar que la sociedad se conozca a sí misma, y, quizá, por ese camino, como cuestión de hecho pero no como objetivo superior, contribuir al bienestar de todos, es ya un esfuerzo suficientemente

económica que impiden la existencia de investigación periodística".

La segunda es aquella que "permite que los medios de comunicación comiencen a investigar, fundamentalmente casos de corrupción, aunque aún con ciertas limitaciones como, por ejemplo, el no investigar directamente al gobierno o determinados grupos económicos o sociales poderosos". Esta etapa asegura a los medios la protección judicial de su secreto profesional, unas limitadas independencia económica y política, para efectuar su trabajo periodístico. Pero esto implica que las autoridades de gobierno gocen



**La censura previa es una mordaza a los sentidos.**

todavía de cierto control implícito, no regulado, que logran mediante la intimidación o mecanismos económicos, como el aumento de la carga impositiva o la distribución desigual de la publicidad oficial.

Una tercera, según el periodista uruguayo, "es la que permite que la prensa logre autonomía financiera y política con respecto al gobierno y sea capaz de investigarlo libremente". Y una cuarta etapa es aquella en que se es "capaz de llevar a cabo investigaciones que vayan más allá de lo político y que involucren a todos los estratos y sectores sociales, incluyendo a los propios medios de comunicación". Para ello, los medios deben contar "con una independencia financiera y económica, además de política, que le permite no ser leal a ningún o a casi ningún sector social y/o económico".

Un buen índice para medir la eficacia del periodismo de investigación en una sociedad democrática es su repercusión en el ámbito político o judicial. "La consecuencia buscada por el periodismo de investigación es poner los temas en el debate público, enriquecerlo, mejorar la calidad de la democracia y de la comunicación,

vender periódicos y publicidad, mejorar los ratings, derrotar a la competencia... Pero nunca juzgar. Esta tarea corresponde a la Justicia, al Parlamento o a la opinión pública", sostiene Klein.

Porque, sin duda alguna, como considera Martínez Albertos, "es la misma sociedad la que actúa como *perro guardián* de los valores e instituciones, aunque parezca hacia fuera que quienes muerden son los susodichos periodistas" (1983, 22). Solo estamos ante una democracia sana, cuando el sistema reacciona con rapidez y eficacia ante

los resultados de una investigación periodística, poniendo en marcha sus mecanismos de regeneración y depuración, bien sean judiciales o legislativos.

*Existen tres momentos para que la investigación funcione: que el Estado garantice la libertad, que el medio investigue y que la prensa logre autonomía económica.*

Se inscribe en el contexto de las utopías contemporáneas el punto de vista de Montserrat Quesada -pero es desde luego ampliamente atendible-, quien concluye su análisis del tema con la siguiente reflexión:

El periodista ya puede [cuando concluye con rigor su investigación] escribir su artículo y publicarlo con la certeza absoluta de que su trabajo habrá sido bien realizado; tal vez no conseguirá ningún resultado compensatorio

de su esfuerzo, no logrará que las autoridades en cuestión pongan remedio al tema que denuncia o, en el peor de los casos, ni siquiera sus lectores podrán acabar de creer el relato que se les cuenta, pero él habrá puesto su granito de arena para contribuir a otorgar a los medios de comunicación la responsabilidad social que deben asumir como empresas que son de marcado interés público: la responsabilidad de velar porque las instituciones democráticas funcionen correctamente y que nadie cometa excesos en contra de los intereses de los ciudadanos amparándose en los privilegios que indudablemente otorga el ejercicio de cualquier tipo de poder. (1987, 86)

### Debilidades comunes

La sobreabundancia de información que padecemos en América Latina se distingue por falta de legitimidad ética y por la ineficacia profesional de muchos de los que la hacen comunicable. Dos debilidades comunes de los periodistas de algunos países, que en la actualidad viven profundas crisis económicas, sociales, guerras fratricidas o una espiral imparable de corrupción e inseguridad jurídica. La sobreabundancia a la que hemos aludido, entraña un peligro mayor: el de no solo ocultar o escamotear lo realmente importante, lo que de veras interesa, sino de entregarle al lector un producto nocivo, lastrado por serias deficiencias éticas desde su origen.

En la medida en que se reclama a los medios de comunicación de nuestros días ir más allá de lo aparente, contar la historia de la noticia o revelar todo aquello de interés público y que, por una u otra razón, se mantiene oculto, la investigación periodística gana terreno. Además, de manera creciente el lector de nuestros días busca información para satisfacer una amplia variedad de necesidades. Una de esas necesidades apremiantes es la de conocer las acciones y omisiones de sus gobernantes, legisladores, jueces y militares, de los comerciantes y empresarios que dominan el sector económico, de los banqueros que tienen en sus manos el dinero de miles de familias y empresas y, en general, de las personas que participan de alguna manera en el manejo de los destinos de su ciudad o país.

También exige, cada día más, poder ubicarse adecuadamente en el mundo en que se vive, en esa realidad que está "allá afuera" y en la que debe educarse y construir una familia, ejercer una profesión u oficio, cultivarse y recrearse, o sea, vivir. Necesita conocer más de las relaciones interpersonales, el matrimonio, la violencia, las emociones humanas, la manera de vestirnos, la sociedad en general, la cultura o los avances tecnológicos, pero también del mercado financiero, el gobierno de su localidad, del país, las fuerzas armadas o la relación hombre-naturaleza, entre otros asuntos.

El periodista tiene la obligación de trabajar con el mayor empeño en satisfacer esas aspiraciones del consumidor final del resultado de sus esfuerzos. La investigación periodística, por tanto, no es algo que solo concierne a "eruditos" o "raros especímenes" que poco o nada tienen que ver con la cotidianidad.

### Referencias

**Klein, Darío.** *El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática I.*

**García Márquez, Gabriel.** "El mejor oficio del mundo", en *Pulso del Periodismo* #25, enero/marzo de 1996.

**Macaggi, José Luis.** (1991). *Manual del Periodista*. Buenos Aires: Centro Técnico de la SIP / Comisión Mundial de Libertad de Prensa.

**Badrán, Pedro.** (2001). "Con Miguel Ángel Bastenier", en Memorias del taller convocado por la Fundación del Nuevo Periodismo Latinoamericano. Bogotá: FNPI. [www.nuevoperiodismo.org](http://www.nuevoperiodismo.org).

**Ramonet, Ignacio.** "El periodismo del nuevo siglo", en *La factoría* #8. Febrero de 1999, [www.lafactoria.com/articulos/ramonet.htm](http://www.lafactoria.com/articulos/ramonet.htm).

**Bastenier, Miguel Ángel.** (2001). *El blanco móvil*. Curso de Periodismo. Madrid: Ediciones El País.

**Martínez Albertos, José Luis.** (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Editorial Mitre.

**Quesada, Montserrat.** (1987). *La investigación periodística. El caso español*. Barcelona: Ariel.



## It's the breathing

June 10, 2008



### Blogroll

- Adam Buxton
- Boing Boing
- Cracked
- Crooks and Liars
- Cynical C Blog
- Digg
- Huffington Post
- It's Nice That
- Lifehacker
- Metafilter
- michaelnugent.com
- Milk and Cookies
- Reddit
- Threat Level

Digital:

# Sencillez y facilidad en las homepages

**Pablo Escandón Montenegro**

Ecuatoriano, máster en periodismo digital, profesor de la Universidad San Francisco de Quito, editor de Chasqui.  
pablo@eltabano.net

Al momento de establecer una página de inicio en los cybermedios, la mayoría de periodistas se preocupa por atiborrarla de elementos: texto, fotografías, videos, colores, gráficos animados y todos los *widgets* posibles, pero no piensa que el usuario debe encontrar la información que requiere, por ello es importante que el sitio esté estructurado de manera lógica y que no implique mucho aprendizaje para el usuario, porque de lo contrario el cybermedio perderá visitantes.