

Carta a nuestros lectores

La responsabilidad periodística en la actual coyuntura, caracterizada por un mundo globalizado e intercomunicado, es el tema al que **Chasqui** dedica la portada de este número, tomando en cuenta que el fenómeno abarca, de una forma u otra, a toda la humanidad y, con mayor razón, a la actividad que cumplen los comunicadores

En la columna de opinión analizamos un programa de televisión procedente de la Argentina, que ha traspasado fronteras por obra y gracia de esa globalización y cuyo contenido ha provocado, y continúa provocando, controversias en todos los países en los que se exhibe.

La guerra contra el terrorismo, cuyo protagonista más caracterizado es el gobierno de los Estados Unidos, obliga a los comunicadores a enfrentar el tema recurrente del terrorismo, sus causas, modalidades y formas diferentes en las que se manifiesta.

A continuación, evaluamos los resultados de la Cumbre de la Sociedad de la Información, que por convocatoria de las Naciones Unidas se realizó en Suiza, y nos adentramos en una nueva forma de informar y comunicar: los weblogs o las "bitácoras" del Internet.

Hablamos de la comunicación política desde dos vertientes: el trabajo de los consultores y asesores de imagen que no pueden a un mediocre convertirlo en Dios, ni derrotar a un excelente rival, simplemente porque así lo deciden. El artículo sobre las elecciones de alcaldes en Colombia plantea una incógnita recurrente en el mundo electoral latinoamericano, que se refiere al triunfo de candidatos que la opinión pública, equivocadamente, los miró como perdedores. Humberto López despeja esta incógnita.

Poniendo fin a la trilogía sobre la nueva realidad mediática en los Estados Unidos, Leonardo Ferreira y Miguel Sarmiento ponen de manifiesto, sin duda para sorpresa de muchos, la práctica de la ética por los periodistas americanos que no concuerda con la tradición de la que siempre se han sentido orgullosos.

Por fin, en el amplio y siempre cambiante mundo de la informática, analizamos los problemas legales que enfrenta en Europa y Estados Unidos el gigante de la informática, Microsoft, por supuesto monopolio y vulnerabilidad ante el ataque de los virus.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 85 Marzo 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

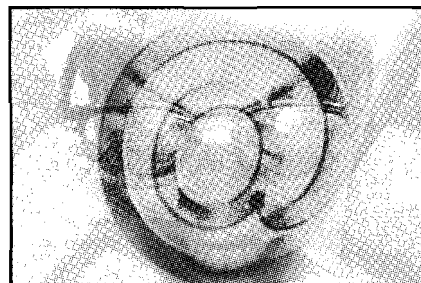
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



CIESPAL

CONTENIDO

PORTADA

- 4** **Cómo informar en tiempos de globalización**
Gustavo Villamizar Durán

OPINIÓN

- 14** **Lectura crítica de Videomatch**
Daniel Prieto Castillo

ENSAYOS

- 20** **Muerte y terrorismo: estética bélica en los medios**
Angel Rodríguez Kauth

- 26** **Sociedad de la información: ¿utopía o panóptico?**
Octavio Islas - Fernando Gutiérrez

- 36** **Los weblogs: revolución y consolidación**
José Luis Orihuela

COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 42** **Consultores políticos: ¿Fabricantes de dioses?**
Luis E. Proaño

- 48** **Nuevos alcaldes en Colombia:
¿Los grandes medios fueron derrotados!**
Humberto López

PRENSA

- 54** **Prensa en Estados Unidos, ¿un siglo de ética perdida?**
Leonardo Ferreira - Miguel Sarmiento

INFORMÁTICA

- 66** **Cyberterrorismo: historia de nunca acabar**
Francisco Ficarra

- 72** **Microsoft entre monopolio y ciberseguridad**
Carlos Eduardo Cortés

LENGUAJE

- 80** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Cero erratas
Juan M. Rodríguez

- 82** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 88** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 94** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

Lectura crítica de Videomatch

Daniel Prieto Castillo ■

Durante la década de los años 90 cundió en algunos contextos intelectuales de nuestra América Latina una actitud acrítica ante la oferta de los medios de difusión masiva, bajo el paraguas de los estudios de recepción, que mostraron a la gente capaz de expresar sus desacuerdos frente a determinados mensajes. Si las investigaciones reconocen la existencia de personas activas ante la cultura mediática, si nadie es llevado y traído por una manipulación sin frenos, dejemos librada la tarea a las y los receptores y no insistamos en propuestas de lectura crítica, correspondientes a viejos esquemas de los años 70.

Por supuesto que tales actitudes vinieron más que bien a los artífices de la fiesta de los medios; cuando la crítica se debilita, queda expedito el camino para decir y hacer lo que venga en gana. De un lado la indiferencia de los intelectuales y de otro la posibilidad de poner el grito en las estrellas por cualquier

intento de censura, fueron creando una sensación de *todo vale*, de la cual estamos muy lejos de salir en nuestros días. Un ejemplo clarísimo de esto es el programa Videomatch, que ha atravesado buena parte de la historia reciente de la Argentina y se ha proyectado a otros países latinoamericanos.

Lejos estoy de sumarme a esa apatía frente a tanto exceso. La gente (nosotros, cada una y cada uno) sabe y no sabe, critica y no critica. Como intelectual, sigo considerando mi tarea como un proceso pedagógico. Dejar librado todo a la oferta y la demanda suena a mercado: el cliente manda frente a la mercancía que lo fascina. Más allá de mercancías y fascinaciones, siguen presentes la manipulación, la fiesta perpetua en medio de terribles escándalos sociales, la joda, en el sentido popularizado por Marcelo Tinelli.

La primera versión del material que propongo a continuación, fue publicada en dos artículos en el diario Los Andes de Mendoza, en noviembre y diciembre de 2003. He reelaborado esos textos como

■ Daniel Prieto Castillo, argentino, especialista en comunicación social
■ Correo-e: d_prietoc@yahoo.com

una unidad para Chasqui, con el propósito de incluirlos en una revista especializada en temas de comunicación, a la cual estoy ligado desde sus inicios en la década de los años 80, y de aportar al debate sobre el *todo vale* por parte de no pocos dueños de poder en el universo de la cultura mediática.

El racismo festivo

Senegal fue bendecido por la civilización europea durante el siglo XVI, de la mano, primero de los portugueses y luego de otras nacionalidades, hasta que Francia se quedó en esas tierras por varios siglos, por aquello de que es necesario gobernar a los pueblos incapaces de hacerlo por sí mismos. El tráfico de esclavos se mantuvo hasta la Revolución Francesa y la independencia se logró en 1960. En la actualidad, el país está sometido a las sequías del África Noroccidental, con regiones golpeadas por las hambrunas, con tres millones de desnutridos sobre sus nueve millones de habitantes, con una economía atada demasiado tiempo al monocultivo del maní, con el peso del FMI sobre sus espaldas y con una población del 57 por ciento en la línea de pobreza.

Presento estos datos para referirme a lo sucedido con dos ciudadanos senegaleses (de manera especial con uno de ellos), según lo pudimos ver en el programa Videomatch la noche del miércoles 12 de noviembre, dentro de una de las conocidas "jodas" de Tinelli. El escenario fue Mundo Marino, Buenos Aires. La cámara mostró a un grupo de unas 15 personas que ingresaban a uno de los sitios donde se exhibían los delfines. El animador pidió a una muchacha que hiciera el movimiento de hula-hula con un aro de madera y luego lo colocara sobre la cabeza de un delfín, quien lo hizo girar con toda destreza. Aplausos. Luego se dirigió a uno de los ciudadanos senegaleses, centro de la broma, a quien venía siguiendo ya la cámara. Le hizo el mismo pedido, pero a la hora de acercarse al agua para pasarle el aro al delfín, éste comenzó a mover la cabeza como diciendo que no y se alejó de la orilla. El animador lo

llamó: "Vení, que no está en celo." Fracásó el intento y mientras la víctima del chiste se alejaba, el blanco le dijo: "Te veo pálido."

La segunda secuencia se centró en la clásica foto frente al estanque, con uno o dos delfines que saltaban atrás. Pasaron dos visitantes sin problemas, hasta que le tocó al "que no estaba en celo." El animador se acercó a él, que ya se resistía a sumarse a los rituales, y le dijo: "Vení vos, betún." Por supuesto que en vez de un delfín apareció un ballenato que lo bañó, entre las carcajadas lanzadas desde el estudio donde se iba haciendo la narración.

**Dejar librado todo
a la oferta y
la demanda
suenan a mercado**

La tercera, un restaurante. Nuestro hombre venía con su bandeja de comida y a la hora de sentarse entró un lobo marino y le sacó la silla. La caída provocó que la comida saliera disparada en todas direcciones. Llegó el animador a retarlo, que si le quería dar comida a los animales no era esa la forma y que si se quería tirar al suelo no anduviera ensuciando.

En fin, era imposible que la víctima no fuera a dar a un estanque, esta vez empujado por otro de los animales. Cuando lo sacaron tomó a golpes al animador, que gritaba que a él no, que era un programa, que él era solo un actor.

Corte, y la presencia de Tinelli en el estudio con los dos senegaleses. Aplausos, risas, un intento de hablar con ellos en francés (después de la pregunta de la estrella, en relación a qué idioma se habla en ese país) a través de una joven miembro del equipo que no acertó ni con la palabra *fille*) y el desfile de regalos: una heladera, una impresora que fue cambiada por un televisor. La cámara iba de Tinelli al representante de la firma que auspiciaba el programa. Todos se reían hasta las lágrimas, en especial cuando, entre los obsequios, se mencionó un set de cosméticos. El gesto del supremo animador lo dijo todo, con esa rapidez tan suya, solo el gesto para expresar algo así como ¿cosméticos a estos?, entre los casi estertores de risa del coro.

Fue una fiesta completa: no todos los días consigue uno seres de piel oscura, venidos de cualquier lado, dueños de un idioma desconocido, para descargar en ellos el racismo corriente. Todo bien: no le

**Cuando la crítica
se debilita queda
expedito el camino
para decir y hacer
lo que venga
en gana**

pasó nada al delfín, porque el oscuro visitante no estaba en celo, la rabieta de la joda fue compensada por mercancías y hasta pusieron música de percusión para que el otro compañero siguiera un poco el ritmo con su cuerpo.

Es sabido: el circo no tiene historia. Cuando uno va a ver a los payasos, éstos no se sacan la máscara o se quitan las pinturas para hablarnos de sus vidas y de sus alegrías o sufrimientos. Están ahí en ese momento, nos hacen reír y a otra cosa. Por eso, es un total contrasentido pedirle a un programa como Videomatch que se ponga a explicar, como lo hice al principio de esta nota, algo de Senegal y de por qué los dos ciudadanos senegaleses han terminado viviendo en Buenos Aires. El supremo animador está ahí para divertirnos a cualquier precio, lo demás, historias, humillaciones vividas a lo largo de la existencia, esfuerzo de adaptarse a una nueva ciudad, a una nueva sociedad, no cuentan para nada, servirían, en todo caso, como distractores y en el circo no hay tiempo que perder.

Me preocupa, me indigna, el “a cualquier precio.” Alguien podría decir: “No es para tanto, casi seguro que todo estuvo arreglado desde el principio, además, si son migrantes, gracias a la broma han salido ganando bastante, fue solo una picardía...” Pero nada de esto, ni las risas grabadas pueden ocultar las muestras de racismo nacidas de la espontaneidad del actor y de la alegría y los gestos del gran animador. Resuenan en ellas la situación vivida por una mujer que hace unos meses fue demorada en el aeropuerto de Ezeiza, porque con esa piel “no podía ser argentina”, o las denuncias recientes sobre los jóvenes detenidos en la calle por “negritos”, con todas las connotaciones que esto tiene. Habría que recoger historias menos divertidas de compatriotas en el exterior, para recordar lo que significa ser objeto de alguno de los “ismos” en relación con la nacionalidad o la raza.

**Los pícaros
coparon buena
parte de la escena
política y
del escenario
mediático argentino**

Retomo lo de “fue solo una picardía”. Vale la pena traer aquí versos del Martín Fierro:

Nace el hombre con la astucia
Que ha de servirle de guía
Sin ella sucumbiría,
Pero según mi experiencia
Se vuelve en unos prudencia
Y en los otros picardía.

Los pícaros coparon buena parte de la escena política y buena parte del escenario mediático de nuestro país. Anhelamos la continuidad de su retirada de la primera. De los medios será difícil sacarlos, se han legitimado largo tiempo, tienen a su favor la historia del rating y las reacciones ante cualquier resurrección del fantasma de la censura. Habrá que añadir a esto la necesidad de la gente de reírse, de salir del drama cotidiano gracias a estos

circos. Pero nos cabe la tarea, desde el trabajo intelectual, desde la universidad, de alzar la voz ante los excesos. La astucia y la picardía tienen límites. Uno de ellos es el racismo.

Reflexiones sobre la inocencia del mensajero

“Con lo que me hicieron en ese programa empezó la crisis de mi gobierno.”

Las palabras fueron pronunciadas el 17 de este diciembre de 2003 por el ex presidente argentino Fernando de la Rúa, en referencia a lo que le sucedió en el programa televisivo Videomatch, de diciembre de 2000. Afirmó que en esa oportunidad lo trataron con “deslealtad” y que desde entonces “la gente empezó a ver más cercana a la verdad esa imagen de mofa que la que le daba la realidad.” Explicó que le dieron un nombre equivocado de la esposa del conductor –Marcelo Tinelli- (Laura por Paula) y que le armaron una salida falsa para ridiculizarlo: “El conductor no cortó la escena ni me acompañó. Prepararon la escena y me empujaron a salir por otro sitio. Usaron la imagen repetidamente para descalificarme.” Más tarde, en declaraciones al diario Clarín, agregó: “el tema no es el ex presidente con Tinelli, sino el rol de los medios de comunicación. Yo sentí el resentimiento de mi autoridad.”

Las declaraciones dieron lugar a una verdadera fiesta para el conductor. Esa misma noche respondió al inicio de su programa, alentado por su coro de bufones con frases como “La culpa es tuya,” “Vos quemaste a Sadam,” “Vos hiciste el corralito,” “Vos hiciste el impuestazo.” En tanto, el ídolo mostraba la edición de un diario vespertino con títulos catástrofe: “Joda de Tinelli tiró a de la Rúa.”

Entonces comenzó la fiesta: con un “voy a confesar”, el conductor soltó lo siguiente: “yo pedí que le informaran falsamente el nombre de mi esposa, yo fui el que le pedí que confundiera mi programa con Telenoche y me felicitara por

eso; yo pedí que corrieran la pared medianera del edificio para que no pudiera salir ("macho," comentario de uno de los bufones entre risas); es hora de sincerarse, soy el responsable; fui yo el que le dijo lo del impuestazo, le dije a Chacho (Alvarez) renunciá y Chacho renunció; yo hice que renunciaran los ministros, que le otorgaran poderes a Cavallo; le pedí que bajaran el 13 por ciento a los jubilados para hacerle una broma a mi suegro; yo fui el que hizo que el riesgo país se fuera a 1300 ("sos grosso", palabras de otro cortesano); yo le dije que decretara el estado de sitio; yo compré tres millones de ollas y sartenes y organicé el cacerolazo; yo di la orden de reprimir; yo le conseguí un helicóptero para que se fuera..." Y el cierre: "Fernando, llamame mañana y te digo qué hacer con las coimas; y la pastilla de esta noche, no confundás la amarilla con la roja." La euforia estalló con estas palabras y el conductor pasó a su rutina.

Pero ese no fue el final. A continuación del programa, en el noticiero del canal Telefé se volvió sobre el enfrentamiento. La locutora habló de las declaraciones de de la Rúa y de las reacciones del destacado conductor de ese mismo canal. Y terminó diciendo que el ex presidente fue al programa por su voluntad, como lo hicieron y lo siguen haciendo muchos políticos, para cerrar con las siguientes palabras: "otra vez se busca matar al mensajero."

Que el ex mandatario fue al programa por su voluntad no cabe duda, pero tampoco cabe dudar sobre la pésima asesoría que tuvo para hacerlo; las andanzas del grupo Sushie (sus hijos con algunos amigos) dejaron más de una huella en aquellos años.

Corresponde detenernos en lo que resuena de fondo en estos cruces. De la Rúa se inscribió con sus quejas en una tradición de por lo menos un siglo, expresada con toda claridad a comienzos de la Primera Guerra Mundial: la causa de ese horror fue, según creencia por demás difundida en aquellos años, la prensa: el hecho de dar a conocer el asesinato del archiduque Francisco

**Ante la posibilidad
de poner el grito
en las estrellas
por cualquier intento
de censura se creó
la sensación
de "todo vale"**

Fernando en Sarajevo provocó, artículos van y artículos vienen, esa marejada de muertes. El segundo gran hito de tal mirada lo dio la propaganda nazi. Un país entero cambiado por la voz de un sujeto y la de su coro de agitadores. Las masas fascinadas iban hacia donde ellos querían y la consecuencia fue la Segunda Guerra Mundial. (Pocos escucharon las palabras de alguien que advirtió sobre el equívoco; me refiero a Wilhem Reich, quien publicó en 1932 su obra *Psicoanálisis de las masas del fascismo*, para explicar que si el discurso de Hitler y sus secuaces tenía ese éxito era porque los sectores medios alemanes lo hacían posible, a causa del autoritarismo en sus relaciones cotidianas...) Luego vino la avalancha de éxitos de la publicidad: otra vez las masas fascinadas, ahora por las mercancías. Llegamos así a los últimos veinte años del siglo pasado, cuando comenzaron a generalizarse las dudas sobre esa mirada tan estrecha; hoy no es

sencillo insistir en el todo poder de los medios. La condición de posibilidad de su influencia está en la vida de la gente, en lo que la gente ya es. Eso, sin dejar de reconocer un círculo cada vez más estrecho de influencias.

¿Exime de toda responsabilidad tal comprobación a los artífices cotidianos de la cultura mediática? Esa fue la tesis que disparó la locutora del programa periodístico: otra vez se intenta matar al mensajero. Por lo tanto, el mensajero, todo mensajero, es inocente.

La expresión utilizada por Telefé Noticias tiene varios siglos. Alude a la reacción de algún déspota frente a las malas noticias. Imaginemos a un soldado enviado desde el campo de batalla, su carrera desesperada para informar al gobernante y la reacción terrible de éste frente a un pobre ser que solo ha cumplido con su deber. Si se realiza una búsqueda en Internet, es posible encontrar más de mil sitios de páginas en español, en los cuales aparece la frase aplicada a distintas situaciones: el asesinato de periodistas en buena parte de los países latinoamericanos, el recuerdo de figuras fundamentales de la prensa en la Argentina matadas por la última dictadura, el intento de controlar los medios por parte de los equipos fieles a Bush, la represión a la prensa en regímenes capaces de reprimirlo todo...

¿Qué relación tienen esos mensajeros con el programa y la figura de Marcelo Tinelli? Me resulta un exabrupto aplicar la expresión a alguien que poco ha aportado a una reflexión sobre los horrores vividos por el país a lo largo de los años 90: el desfonde económico, la farandulización de la política, el cinismo cotidiano, la corrupción sin márgenes, el empobrecimiento de más de la mitad de la población...

Nadie le pide al circo que se ponga reflexivo y cambie de estilo. Pero tampoco es válido asumir la actitud de inocente mensajero atacado. Que de la Rúa se equivoca al transferir sus problemas a un espectáculo circense, no quiere decir que no se lo haya manipulado y no se haya sostenido la burla por semanas y semanas. A la vez tiene razón el

conductor: ni él ni Videomatch tomaron las medidas con las que nos bendijo el gobierno de la denominada Alianza. Pero de allí a su inocencia, a su total prescindencia de los hechos políticos vividos a partir de los años 90, hay un paso que no podemos aceptar. El conductor y su programa fueron totalmente coherentes con ese modelo de vida que emponzoñó las relaciones sociales, sobre la base del *todo vale y de todo me puedo reír*. El inocente mensajero-empresario tuvo sus predilectos políticos y contribuyó a crear una atmósfera de irrealidad, una invitación a la joda mientras el país era quebrado moral y económicamente, en ese orden.

Corresponde revisar los conceptos y la aplicación de los mismos: hay mensajeros y mensajeros, no es bueno para la comprensión de nuestra sociedad igualarlos a todos en la fiesta de la cultura mediática. ●

**De la Rúa
se equivocó
al transferir
sus problemas
a un espectáculo
circense**