

# Carta a nuestros lectores

**C**hasqui coloca en esta edición "bajo la lupa" a los medios y a los periodistas, cuestionándose si ha llegado o no el momento de establecer sobre ellos la tan imprescindible rendición de cuentas que rige sobre otras actividades. El tema recurrente de la corrupción ha tornado en mandatoria la necesidad de que hombres e instituciones justifiquen, debidamente, actos y procedimientos. Y los medios y periodistas, ¿a quién rinden cuentas? ¿quién los fiscaliza? ¿quién los audita? ¿Acaso tienen patente de corso para hacer lo que quieren? Son cuestiones que nuestros autores, Felipe Gaytán y Verónica Galán, tratan de absolver desde México.

En la columna de opinión el argentino Eduardo Andrés Vizer reflexiona sobre la transformación profunda a que se ven avocados actualmente los medios de comunicación, por el influjo de las nuevas tecnologías. Esto suscita la creación de nuevos soportes como el periodismo en la web y da lugar a una información mucho más ágil, dinámica y actual.

La comunicación política, que en el último año ha transformado las estructuras del poder en América Latina, vuelve a ser abordada en Chasqui, desde varias vertientes: el influjo mediático en la decisión ciudadana al momento de votar, el tratamiento que los medios dieron a los recientes comicios mexicanos y, por fin, una explicación bien articulada sobre como obtener el mayor provecho de la entrevista periodística a los políticos.

Dos temas muy sugerentes y de actualidad se suman a esta entrega: el silencio cómplice de ciertos medios de comunicación durante la larga noche de la dictadura chilena comandada por el recientemente fallecido Augusto Pinochet y las interioridades de la lucha por el poder en la Rusia de Putin, que mató en Moscú a la periodista Anna Politkovskaya y en Londres al espía Aleksandr Litvinenko. Parecería que los crímenes y abusos de la dictadura pinochetista, se homologan, sin rubor, en otra partes del mundo y los medios de comunicación se convierten en meros espectadores de ellos, evitando la crítica y peor aún la denuncia.

Artículos sobre la telenovela argentina Montecristo, que se vale del recurso televisivo para contar temas controvertidos del pasado político reciente en ese país; la participación latinoamericana en el reciente festival de Cine de Venecia; y, los problemas de comunicación que afrontan las empresas transnacionales, completan la publicación.

**Chasqui**

## 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

Carlos Ruano,  
Oficina de UNESCO para los países  
andinos

Héctor Espín R.  
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) 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>La entrevista como género de la comunicación política</b>	
<b>Rendición de cuentas de medios y periodistas</b>		<i>Rafael Yanés Mesa</i> .....	52
<i>Felipe Gaytán y Verónica Galán</i> .....	4	<b>Televisión</b>	
<b>Opinión</b>		<b>Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela</b>	
<b>Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias</b>		<i>Esteban Landau</i> .....	56
<i>Eduardo Andrés Vizer</i> .....	12	<b>Cine</b>	
<b>Ensayos</b>		<b>Latinoamérica en el Festival de Cine de Venecia 2006</b>	
<b>Operación Colombo:</b>		<i>Francisco Ficarra</i> .....	62
<b>La prensa que se calló con Pinochet</b>		<b>Comunicación Organizacional</b>	
<i>Marco Herrera Campos</i> .....	18	<b>Problemas de comunicación en las transnacionales</b>	
<b>Anna Politkovskaya</b>		<i>Dino Villegas</i> .....	70
<b>una muerte en una democracia fallida</b>		<b>Dudas y Rupturas</b>	
<i>Raúl Sorrosa</i> .....	24	<b>La lámpara encendida</b>	
<b>Comunicación Política</b>		<i>Juan Manuel Rodríguez</i> .....	76
<b>Influencia de los medios en el voto</b>		<b>Periscopio Tecnológico</b> .....	78
<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i> .....	30	<b>Bibliografía sobre Comunicación</b> .....	82
<b>Elecciones de México en la prensa estadounidense</b>		<b>Actividades del CIESPAL</b> .....	90
<i>Sergio Inestrosa</i> .....	40		
<b>México:</b>			
<b>Campañas electorales americanizadas</b>			
<i>Irving Berlín Villafaña</i> .....	46		

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  
Nº 96 Diciembre 2006

**Director**  
Edgar P. Jaramillo S.

**Editor**  
Luis Eladio Proaño  
Email: [luiselap@ciespal.net](mailto:luiselap@ciespal.net)

**Consejo Editorial**  
Lolo Echeverría - Héctor Espín  
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

**Asistente de edición**  
Jorge Aguirre  
Email: [chasqui@ciespal.net](mailto:chasqui@ciespal.net)

**Portada 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

# Rendición de cuentas de medios y periodistas



Felipe Gaytán Alcalá  
y Verónica Galán ■

Las recurrentes crisis políticas de los últimos años en América Latina han estado marcadas por el activo rol de periodistas y medios de comunicación. Casos de corrupción, malversación de fondos, escándalos de la vida privada de importantes personajes públicos, difusión de documentos reservados o confidenciales, todo ello ha dado la pauta en el cambio político. Los ejemplos se multiplican por doquier: El Presidente Lula y los casos de las maletas de dinero confiscadas al Partido

del Trabajo en Brasil; la hija no reconocida del ex Presidente peruano Alejandro Toledo; los videos grabados por Vladimiro Montesinos dando dinero a diputados corruptos, etc. Cada suceso publicitado levantó un serio debate sobre el papel que tienen los medios en la construcción de la democracia, y la responsabilidad, no solo jurídica sino política y social, que deben asumir en la difusión de la información, sea esta verídica o un trascendido sin fundamento alguno.

*Felipe Gaytán Alcalá, mexicano, doctor en Sociología por El Colegio de México, investigador de la Universidad La Salle, México.*

*Correo-e: fgaytan@colmex.mx*

*Verónica Galán, mexicana, periodista del Diario Reforma.*

*Correo-e: veronicagalan@hotmail.com*

---

Quizá el caso más representativo en América Latina sea el de los medios en México. Esto porque ha sido recurrente la filtración de información confidencial, difusión de llamadas telefónicas privadas y de videos en los que se muestra a políticos que reciben dinero o juegan cantidades millonarias en casinos de Las Vegas.

Los videos de René Bejarano, líder de la Asamblea del Distrito Federal, recibiendo dinero de un empresario, y el del Secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal, fueron los dos mayores escándalos difundidos y que muchos atribuyeron como una estrategia para minar la candidatura a la Presidencia de Andrés Manuel López Obrador, entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Esto ha llevado a que a los periodistas, más que a los propios medios, se les exija que revelen sus fuentes de información y sean objetos de demandas por difamación, encausados tanto por la vía civil como penal.

Aquí existen dos percepciones encontradas sobre el papel que están jugando los periodistas al dar a conocer este tipo de información. Por un lado se manifiesta que la democracia se construye sobre la transparencia en el ejercicio de la política, y son los periodistas mediadores en la construcción de una opinión pública informada y crítica. Todo suceso que involucra a actores políticos, sea privado o público, debe conocerse en nombre de la Razón Pública. En no pocas ocasiones se han dado a conocer como trascendidos notas que no han sido confirmadas y que posteriormente los medios se tienen que desmentir o retractar. Pero también ha servido para que los periodistas sean objeto de demandas jurídicas por difamación. En un solo expediente, Santiago Vasconcelos, sub-procurador de la República, demandó por difamación a cinco connotados periodistas, quienes criticaron actitudes del citado funcionario y revelaron los errores y sospechas de vínculos poco claros en el desempeño del cargo.

## *La objetividad periodística no significa neutralidad de intereses*

La otra percepción tiene que ver con la visión de los periodistas como simples peones en el juego del ajedrez de la política. La filtración de información no tiene otro objetivo que un ajuste de cuentas entre la clase política, luchas intestinas por el control del poder político. Los periodistas son a un mismo tiempo sujetos y objetos en dichas disputas. Son ellos quienes tienen acceso a información privilegiada, derecho de picaporte, y simultáneamente, son el ajustador de las cuentas pendientes. Esta percepción fue ampliamente debatida en el caso de los videos donde aparecen funcionarios de confianza de Andrés López Obrador, candidato a la Presidencia por el PRD; o el escándalo por la participación en los sistemas informáticos del Instituto Federal Electoral de Hildebrando Zavala, cuñado del entonces candidato presidencial de Acción Nacional. Otros casos llaman la atención como la difusión de llamadas telefónicas del líder de los diputados del PRI con Kamel Nacif, prominente empresario de Puebla, cuyo amigo cercano está siendo procesado por pederasta. En la anterior percepción se invocó la Razón Pública, en este caso se puede llamar -parafraseando a Sloterdijk- crítica de la Razón Cínica.

Lo cierto es que el debate se ha centrado en el papel de los periodistas y su relación con el Estado, pero como se ha analizado, el papel que han jugado los medios en cuanto empresas privadas. Recordemos que las empresas no solo se rigen por su vocación de informar a la opinión pública, también son grupos con fines de lucro. Cuando

tienen en sus manos información clasificada o imágenes comprometedoras, deliberan en torno a los compromisos adquiridos con los actores afectados y en su momento como generadores de pautas en la agenda política nacional y local; por otro lado, existe también la presión del *rating*, la capacidad de vender y comercializar los espacios en sus segmentos informativos. Para las empresas existe una ecuación ficticia y falaz: a un mayor *rating* corresponde una mayor credibilidad. Dar a conocer este tipo de información tiene necesariamente un incremento en su credibilidad y, de paso, en la cotización de sus espacios para la comercialización. Ello ha dado lugar a un tipo de periodismo *sui generis* en el que los trascendidos -colocados en una columna anónima o colectiva- adquieren relevancia por sí mismos, forma peculiar de lo que podemos llamar *Elogio de lo Insípido* del periodismo.

Ahora bien, existen casos de empresas beneficiadas por la difusión de escándalos, como es el caso de Televisa y Tv Azteca y de los periódicos el Universal y ahora Excelsior, periódico comprado por un importante consorcio empresarial que busca reactivarlo a través de investigaciones que den cuenta de la dimensión oculta en la disputa política.

Un ejemplo fue la publicación de una parte de la vida privada de un dirigente de la Asamblea Popular de Pueblos de Oaxaca (APPO), cuando se llevaban a cabo negociaciones con el gobierno federal en plena crisis política de esa entidad de la República Mexicana.

Otros casos no han sido exitosos, por el contrario, dar a conocer ciertas noticias los han llevado a la quiebra financiera. Este fue el caso del Canal 40. En su noticiero CNI se dio a conocer por primera vez los testimonios y denuncias sobre abuso sexual en contra del Padre Marcial Maciel, director fundador de los Legionarios de Cristo. La noticia

causó revuelo y ganó credibilidad social al noticiero, pero los grupos empresariales ligados a los Legionarios comenzaron un boicot publicitario contra el canal de televisión. Las grandes empresas agrupadas en la asociación conservadora *A Favor de lo Mejor*, encabezada por la Panificadora Bimbo, decidieron rescindir los contratos de publicidad. A la postre, la empresa propietaria de Canal 40 desapareció por la severa crisis financiera, además por las presiones de la empresa Tv Azteca.

### **Ética y responsabilidad de informar**

En cualquier caso, periodistas o medios están hoy en el debate sobre la rendición de cuentas por el tipo y alcance de la información publicada. Dicha discusión se ha centrado en dos extremos hasta ahora excluyentes: la responsabilidad jurídica de los periodistas y el código de ética en los medios.

La discusión sobre la rendición de cuentas de los periodistas se ha centrado en la regulación y sanción por la información publicada. El tema se ha centrado en sanciones por difamación, dolo y declaraciones falsas. La autoridad mexicana -en todos sus niveles- ha sido cuidadosa en tipificar los delitos sin dedicatoria a los medios. Aunque una buena parte de las demandas presentadas son contra periodistas, como si se tratara de un conflicto entre particulares. Entre los años 2002 y 2003 se presentaron 176 denuncias por difamación, de las cuales el 89 por ciento fueron contra periodistas y el resto, contra medios de comunicación (Fuente: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/libertadexpresion/2003/recuentob.html>).

Para el 2005 se presentaron 96 incidentes, de los

---

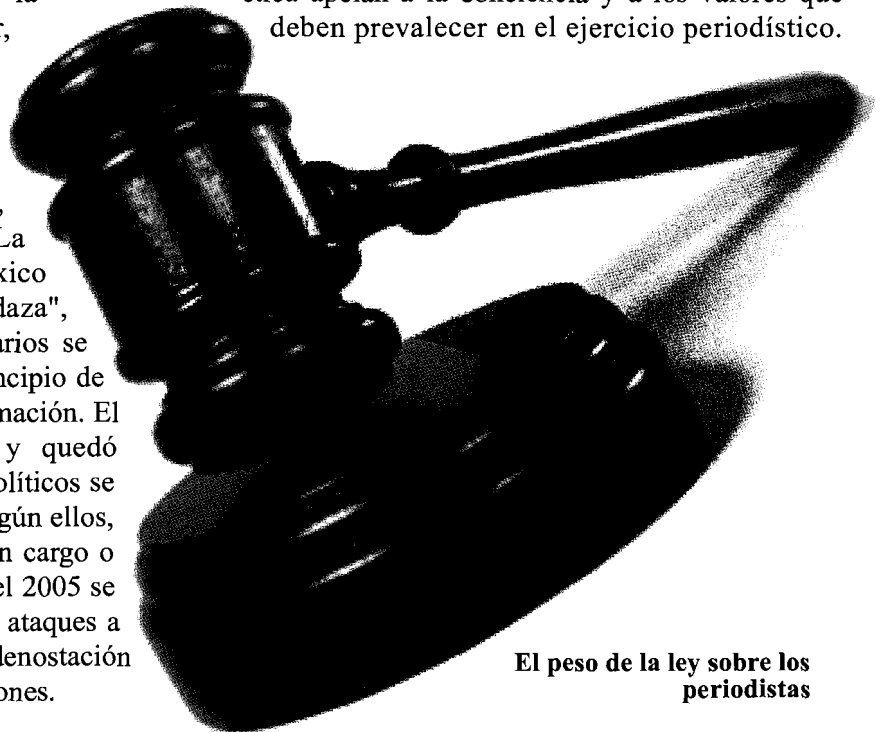
cuales el 35 por ciento ya no fue por la vía jurídica sino a través de amenazas e intimidaciones (Fuente: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tab les/FMB/libertadexpresion/2005/recuentob.html>).

En algunos casos se impusieron multas millonarias, como el de la periodista Isabel Arvide, quien tuvo que pagar más de 1.5 millones de pesos por llamar *encueratriz* a una antigua vedette argentina y ex-esposa de un ex presidente de la República. Otro fue el caso de Olga Wornat y la revista Proceso, sentenciados -con derecho de apelación- a pagar 1.7 millones de pesos a la esposa del Presidente Vicente Fox por calumnias y difamación. Digamos que estos son casos extremos del *Elogio a lo Insípido*, la frivolidad se impuso en el contenido de las querellas que para muchos representa una forma de escarmentar a los periodistas.

En otro caso se pretendió, por parte de las fuerzas políticas, retomar una ley presentada en 1998 que regulaba la actividad periodística, es decir, sancionar y evaluar lo publicado, la obligación de los periodistas a revelar las fuentes de su información a solicitud de un juez, establecer sanciones por dolo, difamación y calumnia, etc. La comunidad periodística en México llamó a este intento "Ley Mordaza", mientras que diputados y funcionarios se referían a su iniciativa como el principio de la regulación al derecho de la información. El intento legislativo no prosperó y quedó archivado. En algunos ambientes políticos se critica que los periodistas gocen, según ellos, de un fuero excepcional que ningún cargo o profesión tiene. Quizá por ello, en el 2005 se incrementó en un 35 por ciento los ataques a periodistas y medios a través de la denostación pública y las amenazas e intimidaciones.

Es notable la dimensión que adquiere el tema de la regulación informativa en el ámbito político, fuera de los medios y del gremio periodístico. La mencionada regulación se orienta a sancionar las consecuencias de la información y no el contenido mismo de la noticia. Esto lo subrayo porque existe información relevante cuyas repercusiones sociales y políticas no son estridentes, y, en cambio, aparecen notas triviales que reciben en los medios una resonancia inusitada, más por los efectos que por el contenido mismo. Como ejemplo está el caso de Isabel Arvide, una nota de la farándula llevada al plano de interés nacional.

La presión política y la exigencia han volcado la mirada de los medios y los periodistas sobre sí mismos. Entre periodistas y al interior de los medios se ha discutido la necesidad de establecer códigos de ética aceptados por todos, tanto por periodistas en lo individual como por la organización en general. Los llamados códigos de ética apelan a la conciencia y a los valores que deben prevalecer en el ejercicio periodístico.



**El peso de la ley sobre los periodistas**

No hay sanciones ni coerciones que limiten la libertad, solo reglas de conducta y de ciertos apercibimientos en el caso de los códigos éticos organizacionales. Mucho se ha criticado sobre el alcance de los códigos de ética. Algunos mencionan que no sirven para asumir la responsabilidad social, periodística y política de lo que se publica.

Cuando se menciona que los códigos de ética no sirven se refieren a que la ética es una cuestión volitiva, más de apreciaciones subjetivas que, si bien están mediados socialmente, los intereses particulares prevalecen.

Para algunos periodistas, pensar en códigos de ética generalizados es tanto como buscar la objetividad en la degustación del té. Se pueden establecer mínimos morales aceptables, de otra forma sería tanto como dar línea sobre lo que es posible, deseable y aceptable publicar. En el otro extremo están los que definen que un Manual Ético es necesario. Libros vienen y van, acuerdos al interior de los medios se multiplican y cambian continuamente.



Cada uno de los medios de comunicación ha elaborado manuales de ética periodística, sin contar la propuesta de la UNESCO. Sería complicado presentar aquí una reseña amplia de los códigos de ética, pero una breve revisión en la Web dará cuenta de la preocupación obsesiva de los medios por autorregularse. En el 2005 apareció en España un texto que recoge las discusiones por años en los medios ibéricos: Aznar, Hugo *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona, Paidós, 2005.

Existe una franja de periodistas y medios preocupados -al menos lo dicen públicamente aunque en sus noticias no se vea reflejado lo que discursivamente sostienen, como es el caso de Tv Azteca- por un marco general de comportamiento ético. Esto es importante para ellos, pues de no hacerlo se estaría en un relativismo que daría lugar a un cierto caos egocéntrico. Sería tanto como lo que afirma Leo Strauss "en el relativismo, comer carne humana se convierte en una cuestión de gusto."

Un caso ampliamente comentado años atrás sucedió cuando se transmitieron imágenes de la cárcel de máxima seguridad de La Palma, México. Dichas imágenes, tomadas por cámaras de seguridad interna del penal, mostraban a los reos en las celdas destinadas a la visita conyugal sosteniendo relaciones sexuales con sus parejas que iban a visitarlos. Muchos medios condenaron lo explícito de las imágenes, otros más criticaron la invasión a la privacidad. Los conductores del noticiero CNI Canal 40 justificaron la transmisión como un documento que debía ser conocido por la opinión pública por la manera en que, no ellos como medio de comunicación, sino la política carcelaria invadió la privacidad de los reos. En algunas columnas se mencionó que el video fue filtrado por abogados de narcotraficantes

---

encarcelados en ese penal, como presión para relajar las medidas disciplinarias del encierro.



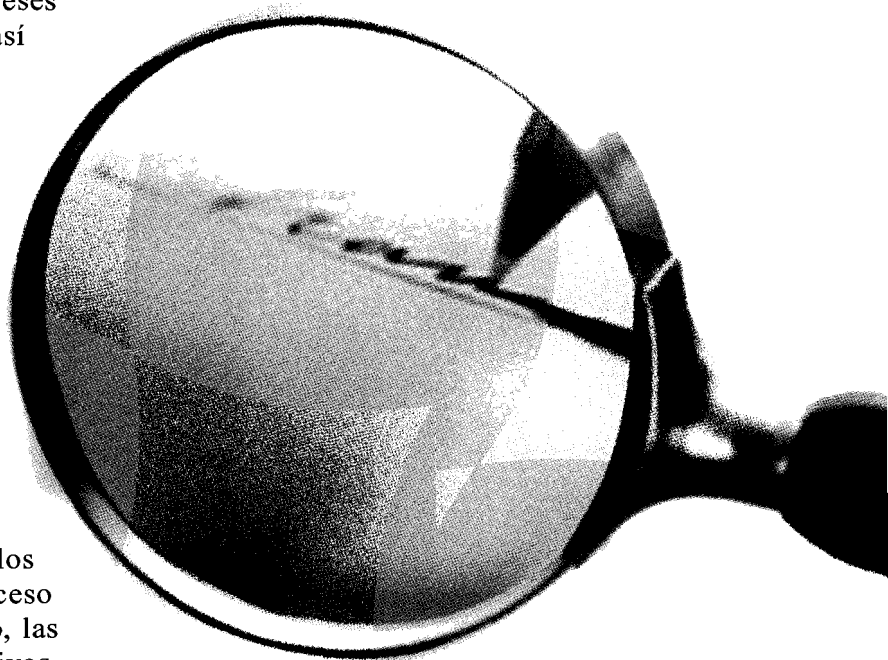
A diferencia de las sanciones jurídicas, los códigos de ética tienen un peso relativo en el ejercicio de informar. Queda en un ámbito de la conciencia publicar o no publicar una nota. Los comunicadores ponen en juego intereses personales, de prestigio y proyección, así como la credibilidad ante la opinión pública. Los códigos de ética sirven para establecer el marco de valores y una incipiente rendición de cuentas a sí mismos y a los medios en los que trabaja. El marco ético no es suficiente y eso es claro para todos los involucrados en el tema de los medios.

### **¿Rendición de cuentas de los periodistas?:**

La rendición de cuentas para los periodistas es cada vez más, un proceso complejo difícil de destrabar. Por un lado, las sanciones externas remiten a actos coercitivos, señalando los efectos de la información más

que en el contenido mismo. En cambio, el código de ética queda en un plano estrictamente volitivo, no se va más allá de un acto de contrición personal.

Proponemos introducir el concepto de *Accountability* para dar cuenta de la complejidad del problema al que nos enfrentamos. Si bien es cierto que es un término aplicado a la responsabilidad que ejercen servidores públicos, también es extensivo a los periodistas y medios, pues su labor como formadores de opinión pública y erigirse como ventanas a la arena política, los vuelve a ellos mismos objetos de escrutinio público y sujetos activos en el conflicto de intereses que se dirimen en la política. La objetividad periodística no significa neutralidad de intereses.



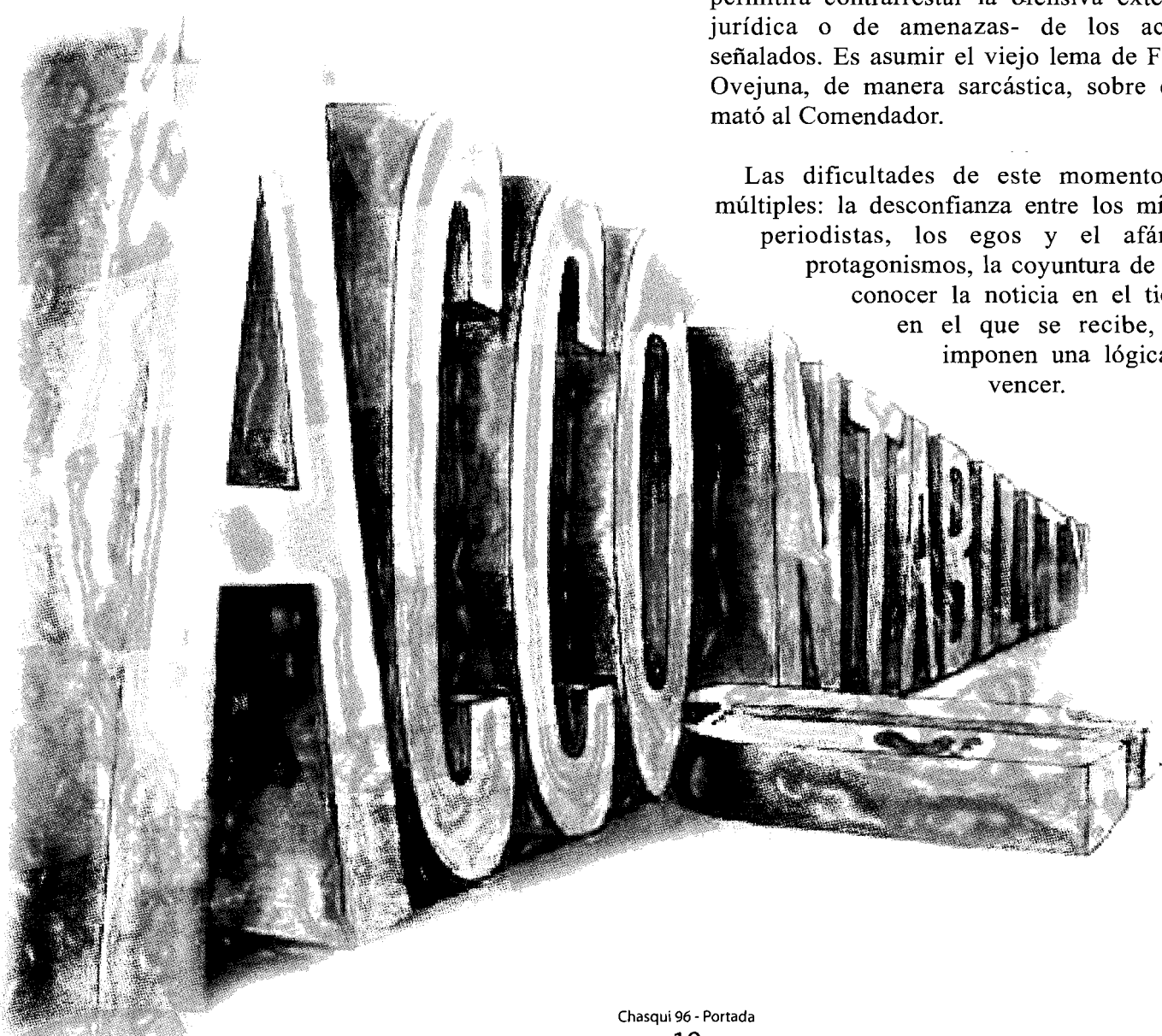


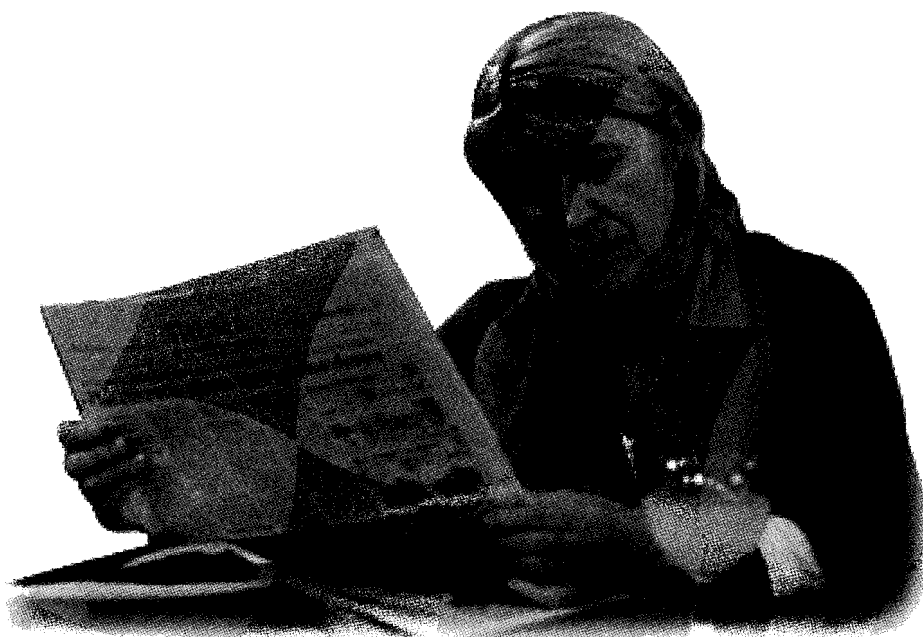
El concepto de *Accountability* permite integrar dos momentos del hecho periodístico que hasta aquí se mantenían separados cuando surge una noticia. Uno es el efecto de la información (*ex post*); otro tiene que ver con el cálculo y valoración para publicar y difundir la noticia (*ex ante*).

La condición *ex ante* es del pleno dominio de los periodistas. Son ellos los que definen la importancia o no de una nota más allá del rating que represente para la empresa en la que

laboran. Es aquí donde el simple código de ética resulta insuficiente. Más allá de invocar la Razón Pública para dar a conocer ciertas noticias, que los periodistas tengan mecanismos de consulta, entre su propia comunidad, a fin de establecer un juego de espejos, donde hay algo más que la ética, es poner en la mesa los escenarios posibles, derivados de tal o cual información, los costos y la oportunidad de hacerlo público. Las mesas de redacción y de noticias tienen un rol importante. De asumir su rol *ex ante*, permitirá contrarrestar la ofensiva externa - jurídica o de amenazas- de los actores señalados. Es asumir el viejo lema de Fuente Ovejuna, de manera sarcástica, sobre quién mató al Comendador.

Las dificultades de este momento son múltiples: la desconfianza entre los mismos periodistas, los egos y el afán de protagonismos, la coyuntura de dar a conocer la noticia en el tiempo en el que se recibe, etc., imponen una lógica por vencer.





### **Sobre la noticia la última palabra la tiene la opinión pública**

En cuanto a la condición *ex post*, en el *Accountability* periodístico, podemos señalar lo siguiente: una vez publicada la nota ni los medios, mucho menos los periodistas, tienen control sobre ella. La información publicada ahora es de la opinión pública y el juicio -negativo o positivo- será construido en la sociedad tanto en su dimensión política como civil. Aquí la rendición de cuentas se torna peligrosa, sobre todo porque serán en terreno abierto y con agentes externos a los medios, ante los cuales se tendrá que asumir la responsabilidad de lo publicado. Cuestionamos la pertinencia de los mecanismos jurídicos -coercitivos o persuasivos- para llamar a rendición de cuentas a los medios. Proponemos que, a la par de las críticas que hagan actores políticos y actores sociales, sean los medios y los periodistas los que repliquen lo publicado por otros medios, ya sea para ahondar y argumentar lo publicado o, en su defecto, debatir en la arena pública aquello que se presenta como información pero carece de argumentos. Con esto el periodismo de trascendidos estaría en el plano de lo anecdótico y no como oráculo, guía política de los que quieren conocer lo oculto en la información.

### **Notas finales**

El tema de la rendición de cuentas en los medios es un tema por demás complejo y complicado. Aceptar decisiones externas de sanción sobre el ejercicio periodístico coloca a los medios en una posición de debilidad frente al poder político. Por el contrario, dejarlo solo a la conciencia de los comunicadores deja un espacio abierto para que la filtración de información sea utilizada como estrategia de ajuste de cuentas.

Los medios, más que los periodistas en lo individual, necesitan tomar en sus manos la capacidad de construir su propio *Accountability*, ejercicio de monitoreo y evaluación sobre el hecho periodístico *ex ante* o *ex post*. Se trata de que los medios sean capaces de autorregularse y no depender del Estado como único garante del derecho a la información y a la libertad de prensa. Bien dijo León Felipe en el poema sobre el Romero: *Para enterrar a los muertos como debemos, cualquiera sirve, cualquiera...menos un sepulturero*. Y el sepulturero representa a los actores políticos ajenos al periodismo. ☪