

Carta a nuestros lectores

Existe en América Latina, en especial en las Escuelas y Facultades de Comunicación Social, una profunda inquietud por definir qué materias se deben enseñar y cuáles deben ser sus contenidos, en función de la revolución y cambio incesantes de las nuevas tecnologías de información. **CHASQUI** dedica en este número el artículo de fondo a la exploración de este problema.

Todos sentimos, si bien de forma diferente, el impacto de las nuevas tecnologías, especialmente de Internet que ha vuelto obsoletas las formas de trabajar en prensa, radio y televisión. Académicos de Chile y Venezuela, que diariamente batallan para formar comunicadores del futuro, nos cuenta sus experiencias y nos detallan sus recomendaciones.

El profesor italiano Francisco Ficarra responde en la columna de opinión a un cuestionamiento sobre la responsabilidad social de los periodistas. Tras un descarnado análisis de algunos aspectos de la realidad mundial, nos ofrece varios lineamientos respecto de la grave responsabilidad que han adquirido los comunicadores de ahora.

Inma Martín Herrera nos habla, en forma práctica y precisa, sobre cómo escribir para la web, que tiene particularidades en nada emparentadas con aquellas que se emplean en prensa, radio y televisión.

El académico español Enrique Bustamante sale al paso de las afirmaciones que en el número anterior hizo el también español Juan Varela, editor del blog www.periodistas21.blogspot.com, sobre la reforma instrumentada por el gobierno socialista de Madrid, en la Radio y Televisión Española (RTVE). Bustamante es testigo de excepción del proceso, ya que integró el *Comité de Sabios*, al que el gobierno encargó la reforma. Su testimonio nos ayudará a entender mejor el proyecto y alcance de la reforma gubernamental española al darnos la oportunidad de sopesar las opiniones opuestas que ha generado.

CHASQUI también pasa revista a otros importantes acontecimientos de coyuntura en el espectro comunicacional mundial: las nuevas realidades que afrontan los medios en Rusia, con un gobierno empeñado cada vez más en controlarlos; la iniciativa del gobierno de Venezuela de poner en marcha Telesur, a fin de hacer contrapeso a cadenas poderosas como CNN y Fox; el crecimiento explosivo de la prensa rosa o del corazón, un fenómeno que sobrepasa fronteras y conmueve a los mas variados públicos; el sensacional impacto logrado en Chile por la revista satírica *The Clinic*, dedicada a criticar sin tapujos a la dictadura pinochetista, la democracia que le sucedió y todas las instituciones de la sociedad chilena actual, en una especie de lavado ritual, que elimina complejos, frustraciones y temores a un pueblo que le tocó afrontar una muy dura prueba en las postrimerías del siglo XX.

Finalmente, incluimos un muy completo análisis sobre la televisión de alta definición o HDTV, destinada a convertir a la pantalla chica, a corto plazo, en un prodigio de imagen, color y sonido.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 92 Diciembre 2005

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
Francisco Carrión Mena,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Consuelo Yáñez Cossio,
Ministerio de Educación y Cultura
Héctor Chávez Villao,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

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 y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe
en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 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.**

Portada

4| La formación de los periodistas en el siglo XXI

Fernando Villalobos G. - Maryalejandra Montiel
Katia Muñoz Vásquez - Sergio Celedón Díaz



Opinión

18| Una brújula social para los comunicadores

Francisco Ficarra



Ensayos

24| Ciber Redacción Periodística:

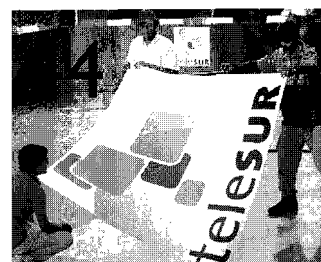
Nuevo lenguaje para un nuevo medio

Inma Martín Herrera

30| Radiotelevisión española:

Oportunidad para un auténtico servicio público

Enrique Bustamante



38| Revive el culto a la personalidad en Rusia

Raúl Sorrosa

44| ¿Qué es Telesur?

Carlos Arcila Calderón

Prensa

52| La prensa rosa

Laura Soto Vidal

58| The Clinic: La prensa satírica de Chile

Paul Alonso



Televisión

66| La televisión de alta definición

Carlos Cortés

Comunicación Organizacional

72| Competencias para crear

equipos inteligentes

Germán Hennessey



80| Periscopio Tecnológico

84| Bibliografía sobre Comunicación

90| Actividades del CIESPAL



The Clinic: La prensa satírica de Chile



Con un tiraje de 70 mil ejemplares, más de 160 números editados y formato de periódico, *The Clinic* es la revista más vendida de Chile. Desde su creación en 1998, este quincenario también es un referente obligado de la prensa alternativa en Latinoamérica. Sus características son el humor descarnado, la escritura irreverente, su rechazo contra todo lo que implicó la dictadura militar y su búsqueda constante por revelar las contradicciones de la sociedad chilena.

Paul Alonso ■

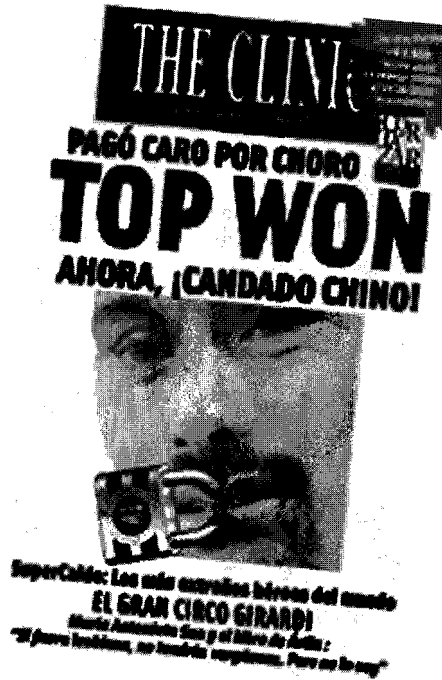
Al finales del año 1998, mientras Augusto Pinochet estaba detenido en Londres, el escritor Patricio Fernández reunió en Santiago a un grupo de amigos con la intención de sacar un panfleto que cuestionara la manera en que se enfocaban las noticias sobre el antiguo militar. “Aún se le trataba con mucho recelo. Nosotros intentamos volverlo humano al viejo. Lo intocable se volvía tocable”, nos dice Fernández.

Así nació *The Clinic*, una publicación satírica que incluía comentarios, ilustraciones, bromas corrosivas y que en sus inicios no tuvo ningún tipo de proyección a largo plazo. Fernández había copiado el nombre y los caracteres de *The London Clinic*, la institución en la que un desgastado Pinochet esperaba sentencias sobre su futuro. La detención del ex-general, promovida por el juez español Baltasar Garzón, había acaparado la atención internacional y el caso se presentaba como un hecho histórico del derecho internacional y la defensa de los derechos humanos.

De distribución gratuita, *The Clinic* apenas tuvo cuatro páginas, en blanco y negro. Se editaron ocho números de manera irregular y autofinanciada. El pasquín fue un producto interesante y no pasó desapercibido, pero nadie imaginó que en pocos años se convertiría en la revista más leída de Chile.

Antecedentes de una broma

El 11 de septiembre de 1973 comenzó la llamada guerra contra el terrorismo, cuando el general Augusto Pinochet dio un golpe de Estado contra el presidente chileno Salvador Allende. En la actualidad, se tienen pruebas concretas de que el gobierno norteamericano tuvo conocimiento y apoyó ese san-



griente golpe de Estado que implicó la muerte de Allende en el Palacio de la Moneda. También se sabe que el servicio de inteligencia de los Estados Unidos (CIA) ofreció entrenamiento a los militares chilenos para llevar a cabo una escandalosa represión que trajo consigo más de 3.000 muertos e incalculables “desaparecidos”.

Aún más. Previamente, los Estados Unidos había entregado más de un millón y medio de dólares a *El Mercurio*, el principal diario de Chile, con la intención de desestabilizar el gobierno elegido democráticamente. Con este acto repudiable se mar-

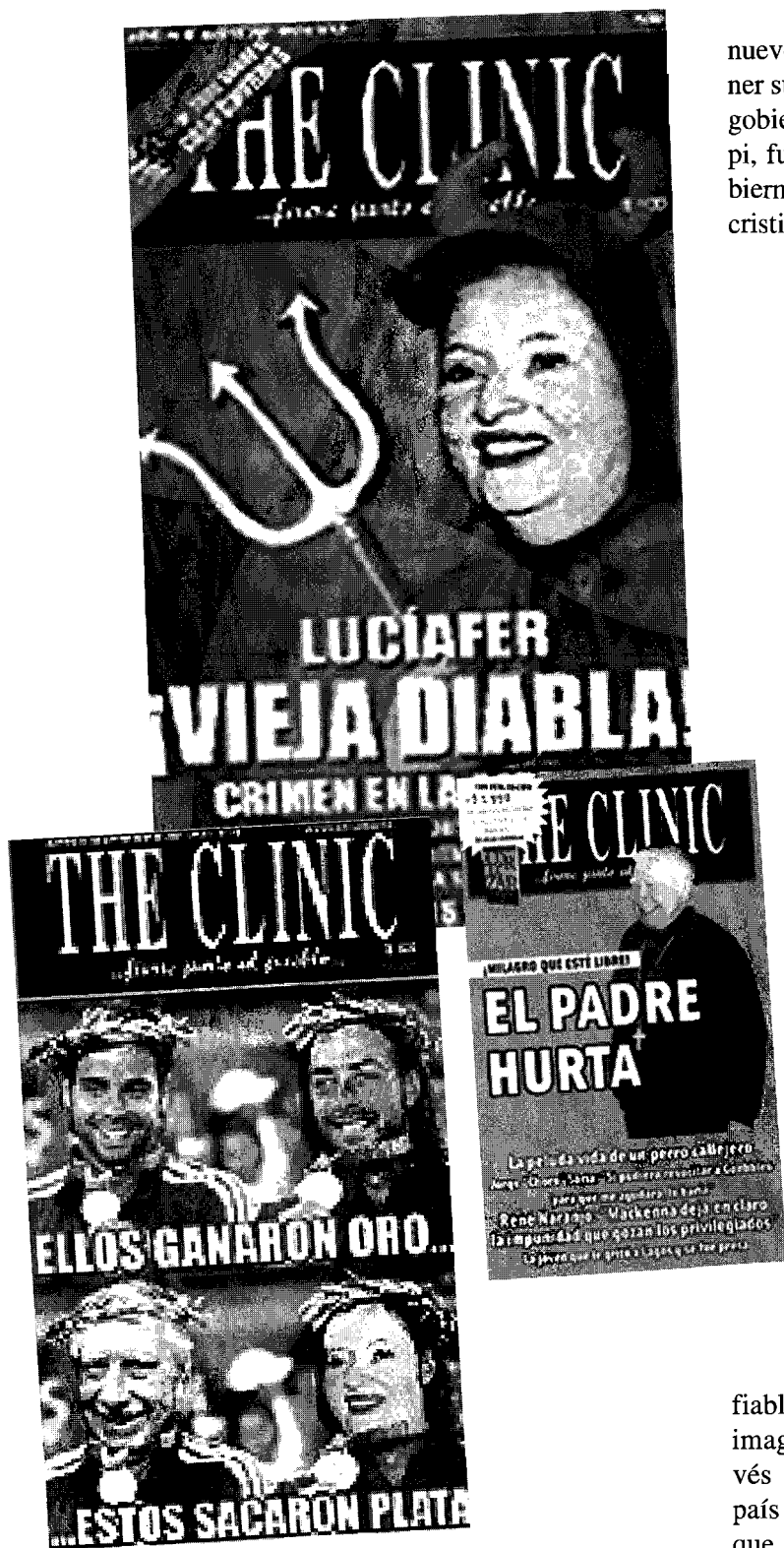
caba un estigma de sumisión que acompañaría a la prensa chilena por mucho tiempo. Algunos precedentes, como el diario demócrata-cristiano *La Época*, intentarían cambiar el rostro de esta prensa vendida y temerosa.

La Época tuvo un rol importante en la campaña por el NO en el plebiscito de 1988 que sacó a Pinochet del poder y, de hecho, influyó positivamente al periodismo chileno y forzó cierta modernización en los medios. Sin embargo, no supo adaptarse al

*La revista
dio una nueva
interpretación
a las noticias*

Paul Alonso, peruano, periodista y escritor, actualmente estudia una maestría doble de Periodismo y Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Texas en Austin y trabaja en el Knight Center of Journalism for the Americas.

Correo-e: paulalonso@mail.utexas.edu



nuevo periodo de la transición democrática y mantener su independencia. Su línea editorial se tornó pro-gobiernista y el fundador de *La Época*, Emilio Fillipi, fue nombrado embajador en Portugal por el gobierno del nuevo presidente electo, el demócrata cristiano Patricio Aylwin. A pesar del éxito editorial, el periódico pasó buena parte de su existencia en crisis económica y desapareció definitivamente en 1998.

Si bien Pinochet ya no estaba a la cabeza del gobierno, era senador vitalicio y seguía manteniendo poder político. Corría la segunda mitad de la década de los noventa y se vivía una agobiante pasividad, a través de la cual se negaban las heridas abiertas en los años de terror. Este disfraz que envolvía a la sociedad chilena estaba basado en la celebración del auge económico. A pesar de ciertos temores iniciales, el gobierno de Patricio Aylwin supo mantener la estabilidad económica. Es más, los índices de inversión y ahorro presentaron mejores resultados que durante el régimen militar.

Como apuntaba el sociólogo chileno Tomás Moulian, esta celebración de la economía creaba un efecto tácito: reconocía el aporte de la dictadura militar en el área económica y se apropiaba de él. A través de una elaborada estrategia que incluía viajes presidenciales, exhibicionismos empresariales, participación del país en ferias internacionales, el gobierno post autoritario cultivaba un cuidadoso marketing de su éxito económico. Se buscaba construir a Chile como un país con-

fiable y una transición perfecta. Sin embargo, esta imagen -que se mostraba en la vida cotidiana a través de un consumismo compulsivo- escondía un país enfermo que no se atrevía a diagnosticarse y que se escudaba detrás del olvido: "No ha habido

Ningún tipo de proyección a largo plazo tuvo The Clinic en sus inicios

una purificación del karma de 17 años de terror. Chile actual está basado en la impunidad, en el carácter simbólico de los castigos, en la ausencia de verdad, en una responsabilidad histórica no asumida por las Fuerzas Armadas ni por los empresarios”, escribe Moulian en 1997.

Al año siguiente, Pinochet sería arrestado. El ex-dictador no era inmune. De pronto, se oyeron nuevas voces.

El absurdo se toma en serio

Tras sus primeros y caóticos ocho números, Patricio Fernández formó una sociedad con el empresario Pablo Dittborn. Cada uno invirtió un millón de pesos (alrededor de 1.500 dólares) y emprendieron la edición quincenal de *The Clinic*, a 12 páginas hechas en una computadora personal y con un tiraje de 10 mil ejemplares que se vendían en kioscos.

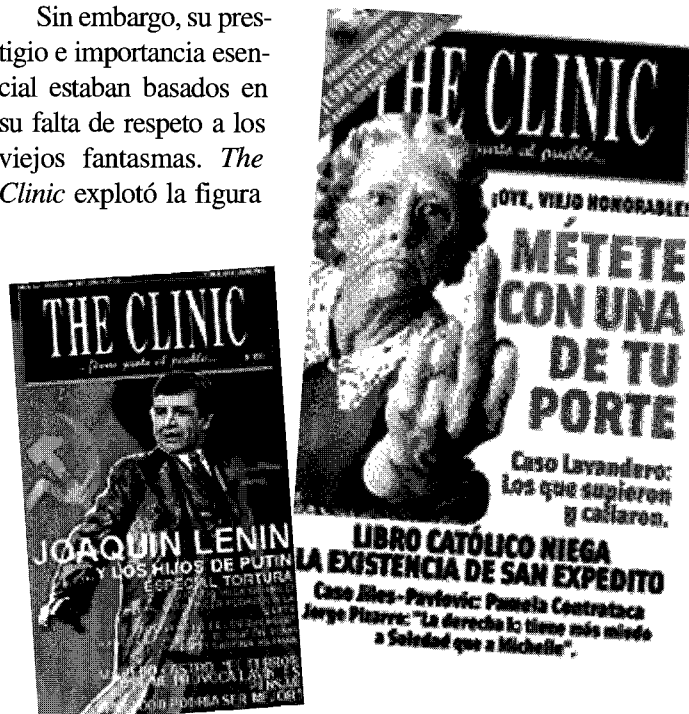
Fernández recuerda que todo número era el último: “Nos pusimos a hacer lo que nos daba la gana, con la irresponsabilidad del que no quiere llegar a ningún lado”. Esta irresponsabilidad comercial, sin

embargo, fue reivindicada por una nueva manera de hacer periodismo, heredera de la prensa satírica chilena. “Las secciones se nos fueron ocurriendo y tuvieron éxito. *The Clinic* ha sido un caos que encontró su propia organización”, asegura el director.

Mientras que la prensa hegemónica seguía una línea conservadora y buena parte de ella era aún de tendencia pinochetista, *The Clinic* se dedicó a dar una nueva interpretación a las noticias. Les daban la vuelta con humor feroz, las volvían ficción con la intención de decir mejor la *verdad*. Al mismo tiempo, convocó a colaboradores procedentes del ámbito de la cultura y de las letras, como el poeta Nicanor Parrá, escritores como Pedro Lemebel y el desaparecido Roberto Bolaño, y una variedad de artistas plásticos del medio local.

A la vez, tenían *colaboradores secretos*. Varios periodistas de la prensa hegemónica colaboraban con *The Clinic*, ya sea filtrando información que no se publicaba en sus medios o publicándola de manera anónima o con seudónimo. Esto les permitía tener información exclusiva que les ayudaba a perfilar una línea diferente.

Sin embargo, su prestigio e importancia esencial estaban basados en su falta de respeto a los viejos fantasmas. *The Clinic* explotó la figura



de Pinochet para hacer burla de él hasta las últimas consecuencias. Desde su arresto, Pinochet había vuelto a ser noticia en el medio internacional. Según un estudio citado por Juan Jacobo Velasco sobre la presencia de Pinochet en *The New York Times*, el ex-dictador había acaparado más atención que en toda su trayectoria política. Sin embargo, mientras buena parte de los medios internacionales lo condenaba como un dictador que rompió la constitucionalidad y cometió violaciones contra los derechos humanos, en Chile se le trataba con timidez y con un lenguaje lleno de eufemismos: "Allí donde en el exterior y en privado se dice dictador, en la prensa chilena aparece general en retiro. Allí donde se habla de dictadura, se cambia por régimen militar. Y en donde se acusa de crímenes de lesa humanidad, asesinatos y torturas, en el establishment comunicacional se habla de procesos", escribe Velasco.

Y es que esos medios de comunicación eran los mismos que habían podido sobrevivir durante la dictadura gracias a sus vínculos y cercanía con el poder, lo que los convirtió en aliados oficialistas. De ahí que durante los últimos años hayan aparecido casos de *mea culpa*, en los cuales los

Se han roto los tabús en el tratamiento de las noticias

periodistas chilenos pedían perdón a la sociedad por no haber cuestionado ni investigado más las violaciones a los derechos humanos. Uno de los casos más sonados fue el de María Angélica de Luigi, periodista de *El Mercurio* durante los años 80 (*The Clinic*, noviembre, 2004).

En este sentido, la nueva generación de *The Clinic* rompió con cualquier tipo de tabú en el tratamiento de noticias, mientras que la sociedad chilena, parafraseando a Ariel Dorfman, exorcizaba a sus muertos. *The Clinic* fue una terapia brutal e hilarante que comenzó a curar las heridas desmitificando todo símbolo del antiguo régimen.



Pero también *The Clinic* se dio cuenta de que Pinochet no sería eterno como noticia. Había que mirar alrededor y enfrentar una nueva realidad democrática que distaba mucho de ser perfecta. Por eso, también desafiaron a las figuras que ostentaban el poder en el nuevo periodo, desde personajes de la política (especialmente de la UDI, el partido de la derecha chilena) y empresarios hasta la farándula. De afinidades palpables con la izquierda chilena, el *Clinic* tampoco ha dudado en hacer mofa de personajes allegados al gobierno del presidente Ricardo Lagos, del cual se dice que en algún momento apoyó la publicación. La gente de *The Clinic* se dio cuenta de que más allá de la figura de Pinochet, “en Chile, como en todo país, había absurdos permanentes”. Captar ese absurdo se volvió la noticia.

La broma inteligente se vuelve un éxito

The Clinic es actualmente la revista más leída de Chile. De los 70 mil ejemplares que imprimen quincenalmente se venden al menos 50 mil. Es además un caso muy particular dentro de las empresas periodísticas, pues es una de las pocas que sobrevive gracias a las ventas (su precio es accesible, 500 pesos - alrededor de un dólar -).

Debido a su carácter radical, *The Clinic* mantuvo por un buen tiempo a la publicidad alejada de sus páginas, pero esta situación ha ido cambiando. “El mercado de lectores es grande. Esto le muestra a cierto tipo de empresas que es un buen espacio para hacer publicidad”, dice Patricio Fernández. “Las compañías conocen la línea editorial del periódico y no se meten con el contenido. Saben que no aceptáramos presiones”.

En la actualidad, cada número de *The Clinic* sale a 40 páginas, excepto por las ediciones especiales que suelen tener 76 páginas. La versión on line es reciente -noviembre, 2004, (www.theclinic.cl)- y el equipo de reporteros sigue manteniéndose bastante básico. Cuatro editores supervisan a un grupo de alrededor de 10 practicantes, a quienes no se les paga,



pero se les permite firmar sus notas. Para los directivos, *The Clinic* también se está convirtiendo en un espacio importante de formación para la nueva generación de periodistas.

Las portadas de *The Clinic* son, sin duda, una de sus armas principales. A color y con la ayuda de *Photoshop*, estas páginas tienden a producir un impacto inmediato. El uso de un lenguaje coloquial, cotidiano y efectivo se vuelve indispensable para construir la idea.

De la misma manera, es famosa también su sección de titulares de ficción y *The Clinic Interview*, entrevistas que han sido recogidas en una antología publicada en el 2003. Además de la publicación de las tradicionales Cartas al Editor y el editorial salido

de la picante pluma del Pato Fernández, son recurrentes Quinta de Recreo (análisis de la quincena noticiosa), Historia Nacional de la Infamia (recuento descarnado y crítico de momentos históricos de Chile), La Carne (columna desprejuiciada y coloquial sobre sexo), Caldo de Cultivo (sección de reseñas y comentarios del mundo cultural) y Los 100 personajes menos influyentes de Chile.

También hay en cada número un promedio de cuatro artículos de fondo, propuestas cada vez más logradas de periodismo de investigación. En estos textos suelen tratarse temas de actualidad política y escándalos sociales, pero también hay una determinación por no perder de vista el pasado dictatorial de Chile. De ahí que se publiquen textos como la entrevista a Manuel Contreras (el temido ex-director de la DINA, servicio de inteligencia chileno en la dictadura); una conversación con Alberto Cardemil (ex -subsecretario

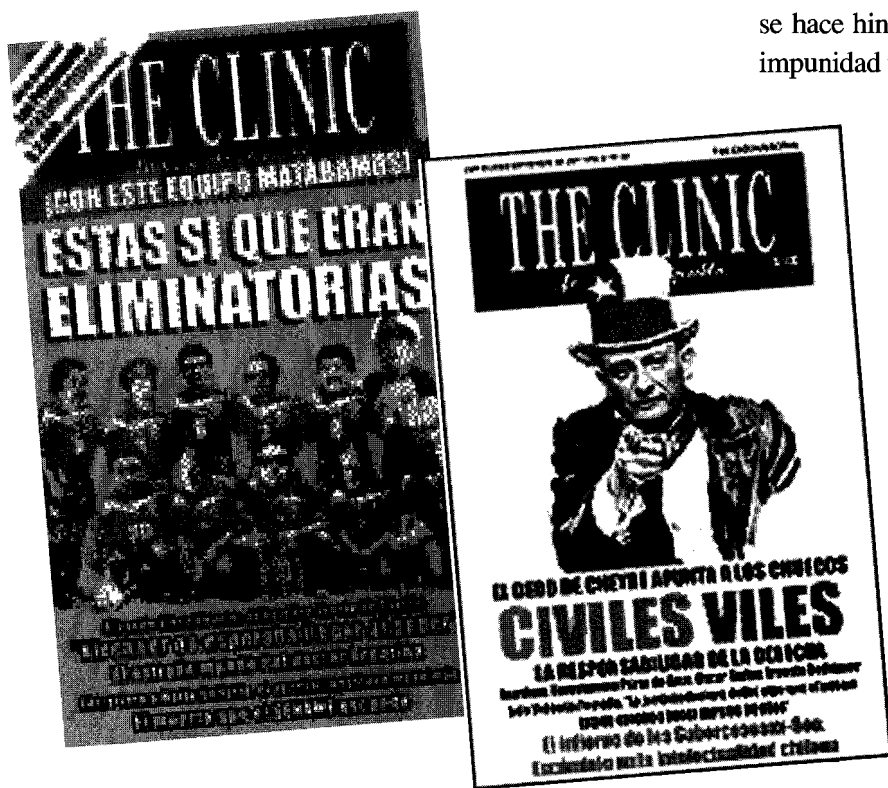
El influjo de The Clinic ha renovado a la prensa chilena

del Interior del régimen militar), investigación a Iván Moreira (político de la UDI y defensor de Pinochet) y una serie de crónicas y columnas de opinión en las que se hace hincapié incansablemente para no permitir la impunidad ni el olvido.

Lo alternativo pelea por el centro

The Clinic ha renovado la prensa chilena y desde sus inicios ha cuestionado cualquier noción estática de “periodismo cultural” o “prensa alternativa”. Para su fundador, todo está interconectado: el periodismo, la política, la cultura, el entretenimiento, el deporte, el humor. “*The Clinic* buscó interrelacionar estos conceptos desde un punto de vista diferente y creativo”, afirma Fernández.

De alguna manera *The Clinic* es la otra prensa a diferencia, por ejemplo, del hegemónico *El Mercurio*. Pero hay algunas precisiones que podríamos sugerir antes de

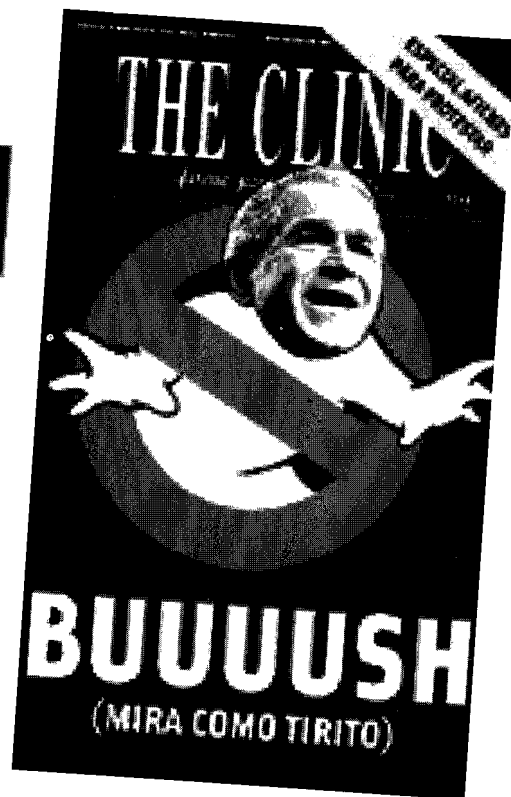


considerarlo como un medio alternativo que se posiciona contra el *mainstream* dando manotazos de ahogado a ese monstruo que llamamos concentración de medios.

Primera precisión: *The Clinic* no nació con la aspiración de ser un medio influyente y exitoso que pudiera competir en términos editoriales con las grandes empresas periodísticas. Esto fue la consecuencia de haber tenido la sensibilidad de captar, a través de sus historias y ficciones, las contradicciones de la sociedad chilena y responder a una necesidad contextual y urgente: aprovechar la captura de Pinochet para exorcizar el terror de la dictadura militar en el periodo apático de la transición democrática. En sus inicios, no intentó más que ser una broma. En el camino logró organizarse espontáneamente.

Segundo, si bien es cierto que *The Clinic* es una publicación cuyo slogan es *firmo junto al pueblo*, le habla al ciudadano de a pie y usa el lenguaje coloquial del chileno común, no es un producto espontáneo que surja de la imaginación popular. Es una creación de cierta elite cultural, letrada y cosmopolita, como la mayoría de publicaciones que se pueden considerar alternativas en Latinoamérica, que tienen periodicidad y que llegan a dejar rastro. En el caso de la prensa escrita, las reacciones alternativas —principalmente en sociedades elitistas, con grandes índices de analfabetismo y con poco acceso a círculos de poder— están limitadas a nuevas generaciones de periodistas e intelectuales, que pueden conseguir los medios para financiar proyectos editoriales aunque estos sean de bajo presupuesto.

En tercer lugar, *The Clinic* es una propuesta que, tras el éxito, quiere luchar por la hegemonía. Recién hace un año se puede decir que se ha consolidado y



ha asegurado su permanencia en el mercado de los medios chilenos y una de las primeras determinaciones que ha tomado es seguir creciendo, profesionalizarse. Según el director del quincenario, el problema de la publicación en considerarse “alternativa” o “marginal” está relacionado con el lugar de enunciación de esos conceptos. “Hay que tener cuidado con lo que pueden implicar”, dice Fernández. “El que dice que algo es alternativo o marginal suele establecerse en el centro. *The Clinic* quiere concursar por el centro, quiere transformar ese centro”.

De hecho, *The Clinic* ya ha transformado en buena medida ese espacio tan reñido que tiene que ver con la audiencia a la que llega y con las reacciones que provoca. En fin, con el poder. Y sus metas son aún más ambiciosas. Un poco en broma, un poco en serio, el director sueña conque algún día el poderoso *El Mercurio* sea un suplemento de *The Clinic*. “Un suplemento humorístico, claro”, agrega. ☉