

Carta a nuestros lectores

Chasqui se pregunta en este número si ciertos medios de comunicación de los países comprometidos con la guerra de Irak, informaron con imparcialidad y ejercieron su labor crítica con ecuanimidad.

En este contexto, la mayoría de los televidentes del mundo estuvo siempre fija en tres cadenas de televisión: la BBC de Londres, la Televisión Española y la CNN. Creímos, por eso que le sería grato tener elementos de juicio, para decidir hasta que punto fueron fieles a la tradición de un periodismo independiente y objetivo, más allá del compromiso de sus gobiernos.

Esto, sin embargo, no agota todo el interés sobre Irak. Muchos se preguntan con razón cuales fueron las nuevas tecnologías de comunicación que utilizaron los periodistas para informar sobre el conflicto y si, bajo la sombra de la guerra, nació un nuevo lenguaje que hay que aprender a descifrar. En este número, el lector encontrará una respuesta para ambas inquietudes.

Armand Mattelart, en la página de Opinión, vuelve a inquietarnos hablando sobre la desregulación y la privatización, la mundialización y la globalización y el controvertido principio de la excepción cultural.

Chasqui aborda también temas como el del "periodismo cívico", en un contexto de compromiso más obsesionado con las angustias de la comunidad. Los periódicos en Internet están, cada vez más, dejando de ser leídos gratuitamente. ¿Es esta una manera de acumular ganancias y compensar el decrecimiento alarmante de su circulación?

Analizamos así mismo la severa crítica a la que está siendo sometido "Le Monde" para entender un poco más la dura realidad que aqueja a la prensa, aunque goce de prestigio universal. Para quienes estén interesados en saber qué pasa con la libertad de prensa en Rusia y lo difícil que es instaurarla en países que no la conocieron, **Chasqui** les ofrece la posibilidad de un fresco atisbo.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

N° 82 Junio 2003

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Rosa Rodríguez,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Mélida Pavón,
Comisión Nacional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, 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

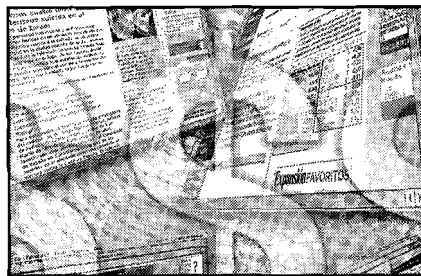
Registro M.L.T., S.P.I.027

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** **Irak, Armas de desinformación masiva**
Leonardo Ferreira y Manuel Sarmiento
- 12** **La guerra desde Perú, Pacifismo mediático y rating**
Sandro Macassi

OPINIÓN

- 18** **Alianzas para superar la fragmentación**
Armand Mattelart

ENSAYOS

- 24** **Periodismo cívico, Pasado, presente y futuro**
Marcio Fernandes
- PRENSA*
- 30** **Le Monde: Entre bomberos se pisan las mangueras**
Lolo Echeverría

- 34** **Rusa, Putin contra la prensa**
Raúl Sorrosa

- 38** **La prensa en Internet se paga**
Juan Varela

TELEVISIÓN

- 46** **La Televisión Española y la otra guerra de Irak**
Francisco Fernández Beltrán y Fernando Vilar Moreno

- 54** **BBC on line, weblogs y víctimas**

- 60** **Televisión Latinoamericana, Tácticas en tiempos difíciles**
Ramón Salgueiro

INFORMÁTICA

- 66** **La tecnología de los medios en tiempos de guerra**
Carlos Eduardo Cortes

LENGUAJE

- 72** **Errores comunes en el lenguaje periodístico. Las palabras botón de guerra**
Juan Manuel Rodríguez

- 74** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 80** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 86** **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

BBC Online, weblogs y víctimas



La página web de la cadena pública británica de televisión -la BBC- (www.bbc.co.uk) se convirtió durante el conflicto en Irak en uno de los principales medios de noticias de los Estados Unidos, y no por afinidad lingüística, sino porque los usuarios estadounidenses parecieron identificarse más con medios extranjeros que con los propios.

Un informe de Mediabriefing para Chasqui precisó que la fórmula de la BBC, contraria a la mezcla periodismo-patriotismo, dio sus frutos entre los oyentes estadounidenses.

Según la misma fuente, los weblogs atrajeron también en gran medida a los públicos ansiosos de información lo más objetiva posible, hasta tal punto que algunas empresas ordenaron a sus periodistas dejar de difundirlos. Hay quienes creen, incluso, que el atractivo que provocó la cadena Al Jazeera y las represalias de que fue víctima, se debieron al hecho de que difundía otro tipo de información, distinta a aquella que divulgaban las grandes cadenas estadounidenses.

Por fin, la guerra dejó un saldo trágico en las filas del periodismo que siguió sus incidencias, para informar verazmente a la audiencia de todo el mundo.

Americanización

Antes de la guerra, el director general de la BBC, Greg Dyke, advirtió contra los riesgos de una "americanización" de los medios británicos, argumentando que la mayor parte de las organizaciones periodísticas estadounidenses habían juzgado equivocadamente a su audiencia y que, desde el 11 de septiembre, gran parte de las redes de distribución de información se habían envuelto en la bandera del patriotismo exaltado.

El jefe de la BBC sostuvo que "la pérdida de la confianza de nuestra audiencia no es algo que afecte a la BBC", añadiendo que "si algo ha quedado probado tras la guerra contra Irak, es que la BBC no mezcla patriotismo con periodismo".

Los datos dieron la razón

Según Mediabriefing, las afirmaciones de Dyke pudieron sonar petulantes, pero los datos, a la final, le dieron la razón, ya que parece ser que un gran número de estadounidenses rechazó esa mezcla y buscó en otros países sus propias fuentes de información.

De acuerdo a la empresa de análisis de Internet australiana Hitwise, *BBC Online* tuvo durante el mes de marzo más visitantes procedentes de los Estados Unidos que los que obtuvieron algunos sitios de noticias punteros en su propio país, como es el caso de Fox News o *The Washington Post*.

A este notable incremento de la audiencia de usuarios estadounidenses que buscaban información desde enfoques diferentes a los que ofrecía la prensa norteamericana, ha ayudado incluso el hecho de

*La fórmula
de la BBC
contraria a la mezcla
periodismo-patriotismo,
dio sus frutos
entre los oyentes
estadounidenses*



que algunos diarios estadounidenses decidieran ofrecer un nuevo tipo de "información de servicio" a sus lectores, brindando enlaces a sitios de noticias fuera del país, para que sus lectores obtuvieran un plus de información.

También The Guardian

Tanto el sitio web de la cadena pública británica de televisión como el del diario *The Guardian*, invadieron las clasificaciones de los sitios informativos más visitados por los norteamericanos. *BBC Online* se situó en el puesto 59 entre las webs más visitas de Estados Unidos.

Durante la semana que siguió al estallido de la guerra en Irak, el tráfico procedente de los Estados Unidos hacia la web de la BBC se incrementó un 47%. En el caso de la versión electrónica de *The Guardian*, este porcentaje subió hasta el 83%.

La empresa Nielsen/NetRatings, por su parte, aseguró durante el conflicto que el 49% de los 1,3 millones de visitantes únicos a la edición *online* del

diario británico *The Guardian* procedían de los Estados Unidos, que probablemente buscaban la versión periodística de medios como ese diario británico o *The Observer*, más inclinados a la izquierda.

Jon Dennis, editor de noticias de Guardian Unlimited, corroboró que los lectores de los Estados Unidos estaban visitando esas páginas por la diversidad de opiniones que se publicaban y por el debate que se proporcionaba, frente a la ausencia de crítica en los medios estadounidenses.

Para muchos, el debate de los medios en Estados Unidos se produjo fundamentalmente en Internet, en donde el fenómeno de los weblogs hizo todo el trabajo crítico, que era precisamente el que solían hacer los medios tradicionales.

Los weblogs

Es un hecho que esta segunda Guerra del Golfo pasará a la historia como el primer gran conflicto en el que Internet estuvo presente de manera absolutamente importante, como la primera fuente de noticias;

los periodistas transmitieron sus crónicas con webcams, los medios de comunicación actualizaban al minuto sus portales en la red y, además, se contó con una interesante novedad: los War Blogs o "weblogs" dedicados a la guerra y algunos de ellos realizados desde el campo de batalla.

Los weblogs, de esta forma, se han instalado ya en el panorama de los medios de comunicación, con efectos en la audiencia, influencia, originalidad y eficacia que es, en algunos casos, sorprendente, ya que suponen el paso final de un proceso en el que el público se convierte en proveedor de contenidos y deja su papel de mero consumidor.

Algunos ejemplos, como el de <http://www.Lawrence.com>, demuestran que no andan muy equivocados quienes afirman que nos encontramos ante una nueva fórmula periodística, que puede competir o completar los modos tradicionales. Y demuestra que, cuando se aceptan las virtudes de este nuevo género, la "prensa tradicional" puede sacar mucho provecho de ellas.

Determinadas compañías de medios importantes como MSNBC, Fox News, Knight-Ridder o Advance Publications consideran que el fenómeno weblog supone una nueva y excitante forma de periodismo, por lo que se muestran muy activas y abiertas a la hora de ofrecer weblogs realizados por sus propios periodistas y amparados por toda la organización.

La sección Mr. Webb de la CNN proporcionó abundantes guías para los interesados en esta nueva forma de comunicación, detallando, entre otros, las siguientes páginas para quienes deseen obtener mayor información:

<http://www.minid.net/>

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

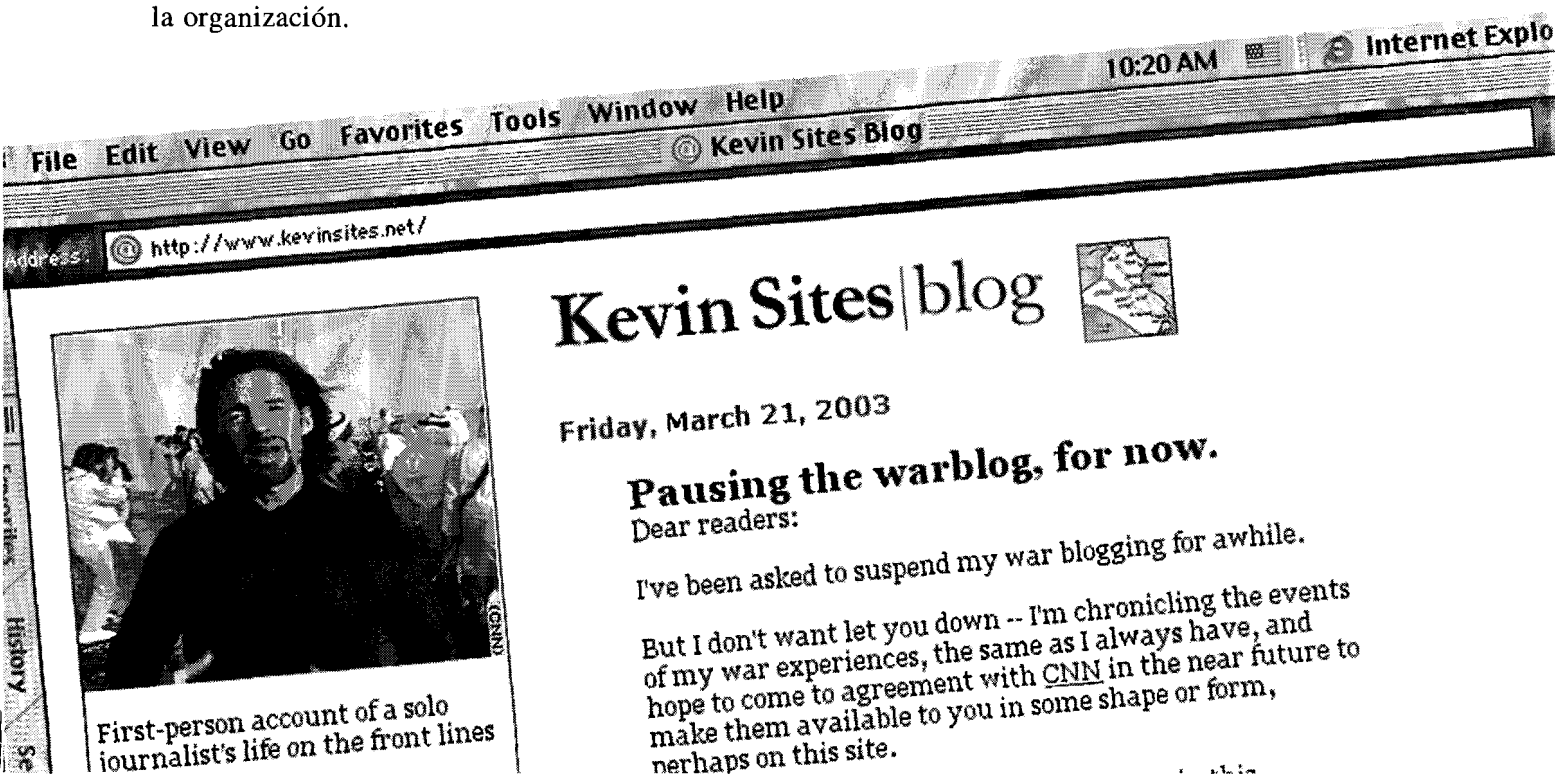
<http://www.weblogs.com.ar/>

<http://www.mccd.udc.es/orihuela/webdeblogs>

<http://www.librodenotas.com/almacen/archivos/003805.html>

Durante la guerra, uno de los weblogs que mayor atracción produjo fue el del periodista de CNN Kevin Sites (<http://www.kevinsites.net/>), en el que contó sus impresiones desde el frente de batalla, aunque intempestivamente quedó en suspenso por instrucciones de la sede en Atlanta. Igual cosa ocurrió con el weblog de Denis Horgan (<http://www.DenisHorgan.com>), del *Hartford Courant*, un pequeño diario de Connecticut, en los Estados Unidos, que primero atrajo lectores y luego quedó en suspenso por disposición de los dueños del diario.

En contraste, la BBC habilitó un weblog (<http://news.bbc.co.uk/>) para que sus distintos corresponsales de guerra insertasen sus opiniones, conforme se iban sucediendo las novedades en el frente de batalla.



First-person account of a solo journalist's life on the front lines

Kevin Sites | blog



Friday, March 21, 2003

Pausing the warblog, for now.

Dear readers:

I've been asked to suspend my war blogging for awhile.

But I don't want let you down -- I'm chronicling the events of my war experiences, the same as I always have, and hope to come to agreement with CNN in the near future to make them available to you in some shape or form, perhaps on this site.

El riesgo para los periodistas en la guerra fue mayor que para los soldados

Los periodistas destacados en cualquier lugar del planeta reportan directamente a sus empresas todo aquello de lo que son testigos, cumpliendo las normas editoriales que para cada caso o situación están vigentes. Posteriormente, en la tranquilidad de su hotel, abren su computadora portátil y elaboran sus impresiones particulares, contando situaciones o novedades que no pudieron incluir en sus relatos para sus diarios o empresas. Esos relatos de primera mano y en todo coloquial son colocados en los weblogs que atraen la atención de los internautas.

Saldo trágico entre periodistas

Pero una terrible consecuencia de la guerra fue el de las bajas en filas del periodismo: 13 muertos, por lo menos cuatro heridos y un número similar de desaparecidos, fue el saldo.

El militar español Miguel Ángel Ballesteros escribió el 19 de mayo en El País de Madrid:

“Los reporteros, pese a no ser combatientes y estar protegidos por los convenios internacionales, se han visto sometidos a no pocos riesgos para cumplir con la misión de informar. Los datos dejan pocas dudas. La guerra ha sido cubierta por 3.000 periodistas acreditados, de los cuales 600 han ido *embedded* (incrustados) con las tropas aliadas. Trece han muerto, es decir el 0,43%. Si lo comparamos con las 140 bajas de los 200.000 combatientes aliados, el 0,07%, podríamos



concluir que el riesgo de formar parte de la lista de fallecidos en esta guerra ha sido seis veces más elevado para los periodistas que para los combatientes”.

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Sergio Vieira de Mello, hizo un reconocimiento especial a los periodistas que fallecieron en Irak. “Con su trabajo contribuyeron a hacer valer los derechos humanos, subsistiendo en condiciones muy difíciles para hacer valer el derecho de la libertad de expresión”, declaró.

En tanto, el director general de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO), Koichiro Matsuura, advirtió sobre los riesgos que enfrentaron los periodistas para desarrollar su labor

Señaló que entre los años 1990 y 2002, al menos 274 de ellos murieron en zonas de guerra, y recordó a los 13 informadores muertos en Irak.

“Saludamos a todos los periodistas que buscan la verdad durante las guerras, aunque ello los lleve a situaciones extremas, y aplaudimos su coraje para enfrentar peligros que ponen en riesgo sus vidas, admiramos su tenacidad para dar a conocer los hechos y rendimos tributo a su profesionalismo”, dijo.

Otras “víctimas”

Otra de las “víctimas” de la guerra fue el periodista Peter Arnett, despedido de su trabajo por realizar declaraciones controvertidas a la televisión de Irak.

También fue afectada la cadena televisiva árabe de noticias Al Jazeera, cuyo sitio en Internet fue blanco de una serie de bloqueos que la sacaron del espectro electrónico.

Un caso especial fue el del periodista argentino Jorge Zicolillo, denunciado por la revista argentina TXT por tentativa de estafa, ya que supuestamente enviaba sus crónicas desde Bagdad, sin estar en Bagdad. Zicolillo había llegado a un arreglo con TXT, tras informarles que viajaría a Irak para realizar la cobertura para los medios franceses Le Monde y L'Express. Zicolillo se defendió manifestando: *me pidieron muchas cosas más que las acordadas: que saliera en la radio, en la televisión... Me negué y eso se paga caro: ahora me quieren ensuciar.*

Por fin, el respetable The New York Times, a sus 152 años de vida, hizo un mea culpa público y despidió a su reportero afroamericano Jayson Blair, de 27 años, tras haber detectado graves irregularidades en su trabajo profesional durante tres años.

El escándalo saltó cuando Macarena Hernández, reportera del diario de Texas San Antonio Express News, escribió al Times quejándose de que Blair había plagiado un artículo suyo sobre la madre de un soldado desaparecido en Irak. La investigación comprobó el plagio y, más aún, determinó que Blair durante tres años y sin moverse de Nueva York, había efectuado la cobertura de numerosas noticias, inventado otras e, incluso, falsificado documentos. ●



En la II Guerra del Golfo el Internet fue el medio de comunicación más importante