

## *Carta a nuestros lectores*

**C**hasqui 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](mailto:chasqui@ciespal.net)

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://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

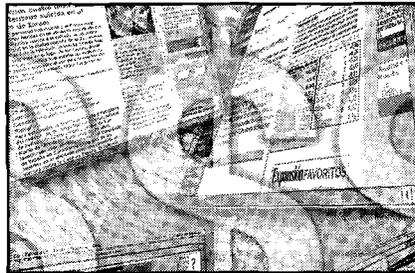


## OPINIÓN

- 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**

**CIESPAL**

# La tecnología de los medios en tiempos de guerra



Carlos Eduardo Cortés S. ■

El siglo XXI ha traído un cambio fundamental de paradigma en la industria de la teledifusión. La actual transición digital, acelerada por Internet, la banda ancha y el uso extendido de computadoras, nos hace pasar de una televisión basada en la difusión, a un conjunto de servicios de vídeo digital sustentados en el acceso.

Nuevas tecnologías han surgido para integrar las áreas de adquisición, producción, almacenamiento, emisión y monitoreo. A lo largo de la cadena de vi-

deo digital, nuevos procesos más eficientes y baratos transforman la práctica cotidiana de hacer televisión, ya se trate de capturar contenidos, producir, posproducir o transmitir.

Este nuevo escenario es, a la vez, digital y multi-medial. Sus contenidos ya no se distribuyen sólo en la televisión abierta; también abarcan sistemas de cable y difusión satelital directa (DBS), la llamada 'Telco TV' -basada en redes telemáticas-, y los diversos dispositivos de comunicación móvil inalámbrica.

Carlos Eduardo Cortés S., comunicador social colombiano, docente y consultor en nuevas tecnologías. Actualmente, editor de la revista TV Technology América Latina para IMAS Publishing Group, en Estados Unidos.  
Correo-e: Ccort4@aol.com

Así, esta transición planetaria sienta las bases de una nueva industria de teledifusión digital (*digicasting*), centrada hoy en crear y probar modelos de negocio emergentes en teledifusión, multidifusión y difusión de datos (*broadcasting, multicasting, datacasting*).

Distribuir noticias, información y entretenimiento ya no es, pues, un negocio exclusivo de los difusores de la era analógica. Estas nuevas tecnologías tienen el potencial de convertir a cualquier individuo con acceso a ellas, en difusor digital.

### **Proliferación de audiencias**

Una primera consecuencia de estos cambios es la proliferación de audiencias fracturadas en unidades más pequeñas: más nichos, y menos masas.

Como resultado, proveedores de contenido y anunciantes para cualquier plataforma trabajan en busca de fórmulas para atraer y retener usuarios.

De ahí que las más exitosas empresas de medios y tecnología insistan en articular la creación de contenidos con un gran conocimiento de tendencias e intereses de los consumidores.

Nadie puede predecir hasta dónde conducirán estas transformaciones. Pero, está claro que el televidente del siglo XXI tiende a buscar la gratificación inmediata. La razón es que la difusión digital multimedial permite -y se dirige hacia- el ideal de ofrecer acceso a voluntad ('lo que quiera, cuando quiera'), en forma de VOD (*video on demand* o video a la carta), o de *Near VOD* (casi VOD).

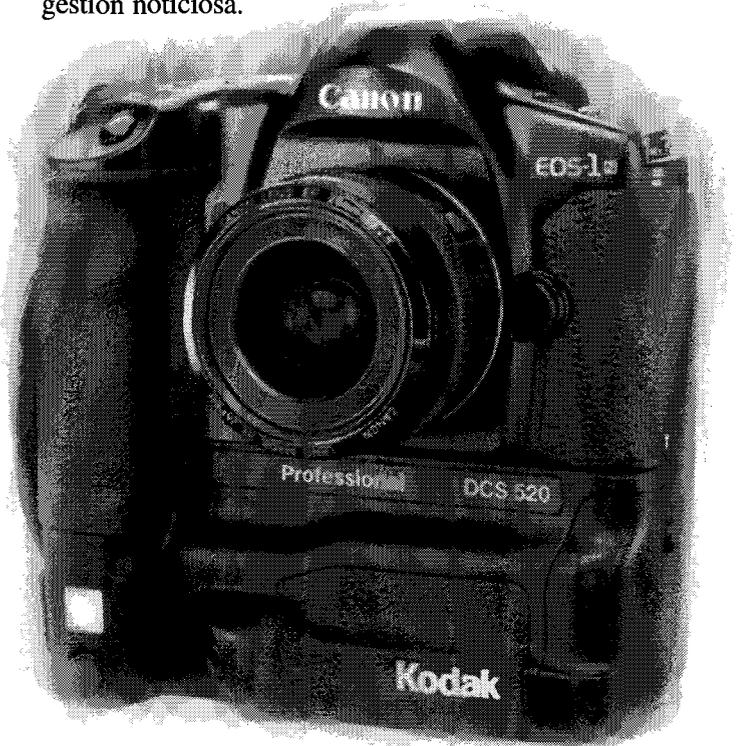
Si hoy vivimos rodeados de computadoras, juegos de vídeo, cámaras digitales, reproductores de música MP3, minicomputadoras Palm, teléfonos celulares con pantalla para vídeo y reproductores de DVD, por nombrar solo algunos, es porque la sinergia entre tecnología e industrias de información y entretenimiento genera nuevos servicios y negocios, basados en producir y reempacar contenidos para todos esos dispositivos dirigidos a nichos de usuarios.

Por tanto, no podemos sorprendernos de que nuestra era mediática digital modifique, en un lapso más corto de lo esperado, no sólo la forma de hacer televisión, sino nuestra propia televidencia, es decir, el proceso humano de ver televisión.

### **La evolución de las noticias**

El campo noticioso ha sido espacio privilegiado de esta evolución. Gracias a tecnologías como procesamiento digital y compresión de video, cámaras de control remoto, teléfonos satelitales y sistemas de transmisión satelital móvil (*flyaways*), la 'captura electrónica de noticias', también conocida por sus siglas en inglés (ENG), ya se venía transformando aceleradamente durante la década del noventa en el pasado siglo.

Sin embargo, toda una nueva generación de herramientas, dirigida a satisfacer la demanda creciente de cobertura en vivo por parte del público -en particular, la información noticiosa televisada o difundida vía Internet (*streaming media*), en tiempo real-, resquebrajó las bases tradicionales de la producción televisiva y permitió reinventar la gestión noticiosa.





**Desplegando antenas para transmitir**

Sumadas al auge de nuevos formatos cobijados bajo la denominación *reality show*, muchas premisas de la televidencia analógica entraron en crisis con la cobertura de tragedias como la del 11 de septiembre de 2001, o de conflictos bélicos como la invasión de Afganistán o la guerra de Irak.

La omnipresencia de la imagen puso en entredicho la tradicional 'calidad de teledifusión' (*broadcast quality*), un esfuerzo técnico permanente que solía garantizar vídeo con un mínimo nivel aceptable.

La propia demanda de información instantánea desafía hoy las restricciones inherentes a dicha calidad, que se volvió irrelevante ante el hecho de que los televidentes preferimos recibir imágenes deficientes de videófonos satelitales o de cámaras de aficionado, en vez de nada.

## *La transición planetaria sienta bases para una nueva industria de teledifusión digital*

### **La nueva tecnología**

Las coberturas en vivo de Afganistán e Irak usaron diversas combinaciones de codificador de vídeo, teléfono satelital y alimentación de energía, e incluso equipos para videoconferencia.

Ello incluyó la *Talking Head* (cabeza parlante): un videófono satelital del tamaño de un maletín de ejecutivo, fabricado por 7-E Communications Ltd., de Londres, que cabe en el compartimiento superior de un avión, recibe alimentación eléctrica del encendedor de cigarrillos de un automóvil, y tiene todas las interfaces de vídeo y audio que necesitan los periodistas.

Su último modelo, TH-2, puede establecer un enlace entre dos teléfonos InMarSat para enviar vídeo y audio a 123 Kbps, deficiente para la mayoría de las necesidades noticiosas, pero suficiente para salir en vivo antes que lleguen las *flyaways* u otras señales de vídeo.

Según Dick Tauber, vicepresidente de CNN para satélites y circuitos "son una especie de herramienta de noticias que da el primer golpe". Originalmente, muchas de estas operaciones se hacían a 64 [Kbps].

Cuando usted duplica el ancho de banda, logra una mejora importante en la calidad de la imagen” (Sanjay Talwani. *Prueba de fuego para videófonos*, TV Technology América Latina, marzo de 2002).

Y esto último se logra al digitalizar la señal transmitida, a fin de multiplicar la capacidad del transpondedor satelital. Al combinar pequeñas antenas parabólicas para teléfonos satelitales geoestacionarios, con cámaras DV y editores portátiles con *software* para noticias, equipos de reportería como los de CNN, CBS, NBC y AP, consiguieron hacer cobertura permanente en vivo, como nunca antes había ocurrido en una guerra.

Así grabaron y editaron historias en diez minutos, las comprimieron y enviaron vía protocolo de transferencia de Internet (FTP), hasta servidores en sus sedes, desde los cuales las pusieron al aire. En 2002 también se comercializaron *softwares* como ‘Net2Phone’ y ‘Microsoft Messenger’, capaces de convertir cualquier computadora personal en un videófono.

En suma, al combinar movilidad con bajo precio, sin depender de conexiones eléctricas ni líneas telefónicas, estas nuevas tecnologías le brindan al periodista una independencia física inexistente hasta ahora.

### La información como arma de guerra

Al momento de redactar este artículo, 13 periodistas habían muerto en Irak; diez estaban heridos y dos, desaparecidos. Se dice que es el conflicto bélico internacional en que más colegas han caído. Y eso es muy grave. Pero, ¿no es también el resultado lógico de haber convertido la información en arma de guerra, y a los periodistas en protagonistas?

En la tradición bélica, la información estratégica se le negaba al enemigo, y en vez de ello se usaba el engaño para sorprenderlo. Pero, en Irak, el gobierno Bush convirtió a los medios en un arma de guerra. Mediante la información, intimidó a los líderes militares iraquíes. Al permitir el acceso a las noticias televisivas, envió “un mensaje sencillo y



La copista recibe la noticia que el periodista envía desde el frente

## *El televidente del siglo XXI tiende a buscar la gratificación inmediata*

directo: ríndanse. La oposición no tiene esperanza. Si no nos creen, sólo miren la televisión” (Lucian Truscott, *In this war, News is a Weapon*, The New York Times, marzo 25, 2003).

Es decir, como lo analiza Francis Pisani, la información desempeñó una doble función clave para la campaña en Irak, por un lado, los Estados Unidos basó gran parte de su superioridad militar en la circulación de una cantidad considerable de información en tiempo real, entre los servicios y las unidades en combate.

“La logística está sustentada en este principio. Las fuerzas especiales coordinan sus ataques directamente con la aviación, gracias al acceso simultáneo a toda la información disponible.

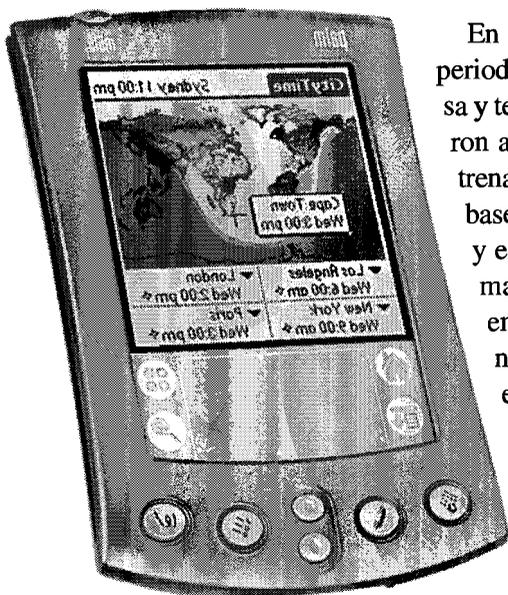
“La rápida circulación de la información nos permite atacar un objetivo en sólo unos pocos minutos; a veces, ocho a diez minutos”, explica John Arquilla, profesor de estrategia militar en la Escuela Naval de Monterrey. Durante la guerra del Golfo, se requerían 10 horas entre el momento en que se detectaba el objetivo y la intervención de la aviación”. (*La información y las bombas*, México, Sala de Prensa 54, abril de 2003).

### Los periodistas en el conflicto

Por otro lado, al convertir la información noticiosa en recurso táctico en Irak, las fuerzas militares estadounidenses fomentaron la participación de periodistas más allá de la cobertura profesional.

Los introdujeron a la operación militar en zona de guerra y, en muchos casos, los incorporaron a la vida cotidiana de los combatientes, para compartir las raciones de comida y sufrir las mismas penurias a bordo de un tanque blindado o un portaviones, no sin antes brindarles un mínimo de preparación.

En enero de 2003, 50 periodistas de radio, prensa y televisión se sometieron a una semana de entrenamiento militar en la base naval de Norfolk, y en la de infantería de marina de Quantico, en el estado de Virginia. El propósito era enseñarles, a personal no militar, cómo sobrevivir en situaciones de batalla.



Las grandes cadenas y su tecnología satelital

El entrenamiento incluyó prácticas de campo y visitas a destructores, cruceros, submarinos nucleares y portaviones, para orientar a los comunicadores sobre posiciones para grabación en cubierta, o mientras se encuentran con fuerzas militares durante un escenario de combate (Susan Ashworth, *Entrenamiento prepara a los medios y equipos para la batalla*. TV Technology América Latina, marzo/abril de 2003).

Es muy difícil establecer el papel y el lugar desde donde un periodista ejerce su oficio en medio de una guerra. Pero resulta conflictivo integrarse a un grupo de combatientes, cuando la misma Convención de Ginebra establece en el artículo 79 del Protocolo Adicional que los “periodistas involucrados en misiones profesionales peligrosas en zonas de conflictos armados deben ser considerados como civiles”. ¿Qué hace, pues, un civil a bordo de un vehículo militar en medio de una batalla?

No hay respuestas simples para preguntas complejas. El entrenamiento buscaba salvar las vidas de los periodistas. Y ello está muy bien. Pero, terminó por convertirlos en protagonistas que narraban su propia experiencia humana, lo cual constituyó una trampa para la propia información periodística (¿recuerda a Peter Arnett, despedido de la NBC por dar declaraciones a la televisión de Irak?)

Según Ignacio Ramonet, la nueva ideología de información en tiempo real, que la radio y la televisión han adoptado, establece que no puede existir un acontecimiento sin que sea grabado y seguido en directo. “Esa idea consigna que el mundo tiene cámaras en todas partes y que cualquier cosa que se produzca puede ser grabada. Y si no se graba no es importante.

“En el nuevo orden de los medios, las palabras, los textos, no valen lo que las imágenes. ¿Cómo ocultan hoy la información? Por un gran aporte de ésta: la información se oculta porque hay demasiada para consumir y, por lo tanto, no se percibe la que falta” (*Comunicación contra información*, México, Sala de Prensa 30, abril de 2001).

#### Monitores de los centros de poder

Robert Fisk, especialista en Medio Oriente y corresponsal del diario británico *The Independent*, define a los periodistas como “los monitores de los centros de poder”.

Sin embargo, podríamos preguntar con Ramonet, ¿cuáles son realmente los poderes hoy? “El primero de todos es el poder económico; el segundo, el mediático, y, relegado en una tercera posición, el político”.

Vivimos cambios acelerados en el oficio periodístico, que la propia tecnología disponible promueve y facilita. ¿Debe haber, entonces, límites para que el periodismo televisivo se convierta en protagonista del poder mediático?

¿Y, si se asume dicho protagonismo como natural, debería, en consecuencia, monitorearse a sí mismo?

Está claro que la movilidad inalámbrica, liberada de conexiones eléctricas y líneas telefónicas, le otorga al periodista una independencia física sin precedentes.

Pero no ocurre lo mismo con la independencia profesional. La información noticiosa convertida en mercancía o en arma de guerra, le hace un flaco favor a la misión fundamental de los medios: aclarar el debate democrático. ●

*Distribuir noticias,  
información  
y entretenimiento  
ya no es un negocio  
exclusivo de los  
difusores de  
la era analógica*



La emisión para los públicos