

Carta a nuestros lectores

En los últimos meses, en algunos países latinoamericanos se ha intensificado el enfrentamiento entre sus gobiernos y los medios de comunicación, lo que ha puesto de moda la añeja controversia sobre el alcance y significado de la libertad de expresión y de prensa. Por su actualidad, Chasqui dedica su tema de portada a la situación que se vive en Venezuela, Bolivia, Chile y Uruguay, con artículos escritos por comunicadores cercanos a los acontecimientos que encarnan el mencionado conflicto en esos países.

Como un debido homenaje a Gabriel García Márquez, premio Nóbel que honra la profesión periodística, al cumplirse el cuadragésimo aniversario de su obra inmortal, *Cien años de soledad*, publicamos en el artículo de opinión las palabras con las que el colega explicó en Los Angeles, Estados Unidos, en 1966, ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) su labor periodística.

Otro tema que aborda el actual número de Chasqui es el de la comunicación política desde la perspectiva del impacto de las nuevas tecnologías. Como Estados Unidos está embarcado en el proceso electoral previo a los comicios presidenciales de 2008, María Helena Barrera analiza de qué manera se las está utilizando en la confrontación para la conquista de la Casa Blanca.

Juan Varela, desde Madrid, nos cuenta las más recientes experiencias españolas en materia de comunicación política, y Octavio Islas, desde México, hace un primer balance sobre el papel que jugaron los medios en el ajustado triunfo, hace un año, de Felipe Calderón del Partido Acción Nacional (PAN), sobre el candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador, en la carrera hacia la presidencia de ese país.

El aporte a la libre comunicación, del periodista polaco Ryszard Kapuscinski, recientemente fallecido, a quien Chasqui dedicó en marzo de 2006 su sección "Páginas de grandes periodistas", es analizado ahora por nuestra revista a fin de rescatar su memoria, inteligencia y profesionalismo.

En la sección de televisión pasamos revista a las transformaciones que las nuevas tecnologías están introduciendo en esa plataforma, para mejorarla y perfeccionarla, y en el área de cine, hacemos un examen de la exitosa participación latinoamericana en las recientes muestras de Berlín y Hollywood.

Finalmente, prestamos atención a los modelos y flujos de la comunicación gubernamental, y avizamos el arribo de la videopropaganda a la autopista mundial de la información, como se le conoce a la Internet. Rematamos la entrega con una oportuna reflexión que realiza el español Juan Manuel Rodríguez sobre lo que él denomina "el auge y el ocaso del periodista".

Chasqui

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.
Universidad Central del Ecuador

María Fernanda Espinosa
Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.
Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.
Organización de 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) 250-6149 - 254-4624
Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net
www.chasqui.comunica.org
weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584
Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I. 027
ISSN 13901079


CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Prensa	
<i>Miguel Wiñazki</i>	3	Ryszard Kapuscinski o el otro periodismo	
Portada		<i>Rubén Darío Buitrón</i>	56
Medios y pluralismo en Venezuela		Televisión	
<i>Andrés Cañizales</i>	4	Agoniza la televisión tradicional	
Evo Morales y los medios		<i>Mariano Cebrián Herreros</i>	60
<i>Ronald Grebe</i>	10	Cine	
La prensa chilena en la era Bachelet		Luz, cámara, acción: Latinoamérica en	
<i>Marco Herrera Campos</i>	16	Berlín y Hollywood	
Un año para olvidar que debe ser recordado		<i>Francisco Ficarra</i>	66
<i>Dino Capelli</i>	22	Comunicación Organizacional	
Opinión		La comunicación gubernamental	
El mejor oficio del mundo		<i>María de las Mercedes Cancelo San Martín</i>	72
<i>Gabriel García Márquez</i>	26	Informática	
Ensayos		La videopropaganda llega al Internet	
Comunicación Política: Campañas digitales		<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i>	76
<i>María Helena Barrera-Agarwal</i>	32	Dudas y Rupturas	
Democracia para ciudadanos ciborgs		Auge y ocaso del periodista	
<i>Juan Varela</i>	38	<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	82
Elecciones presidenciales en México 2006:		Periscopio Tecnológico	84
Cuando los medios desplazan a los electores		Bibliografía sobre Comunicación	86
<i>Octavio Islas</i>	46	Actividades del CIESPAL	92

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.

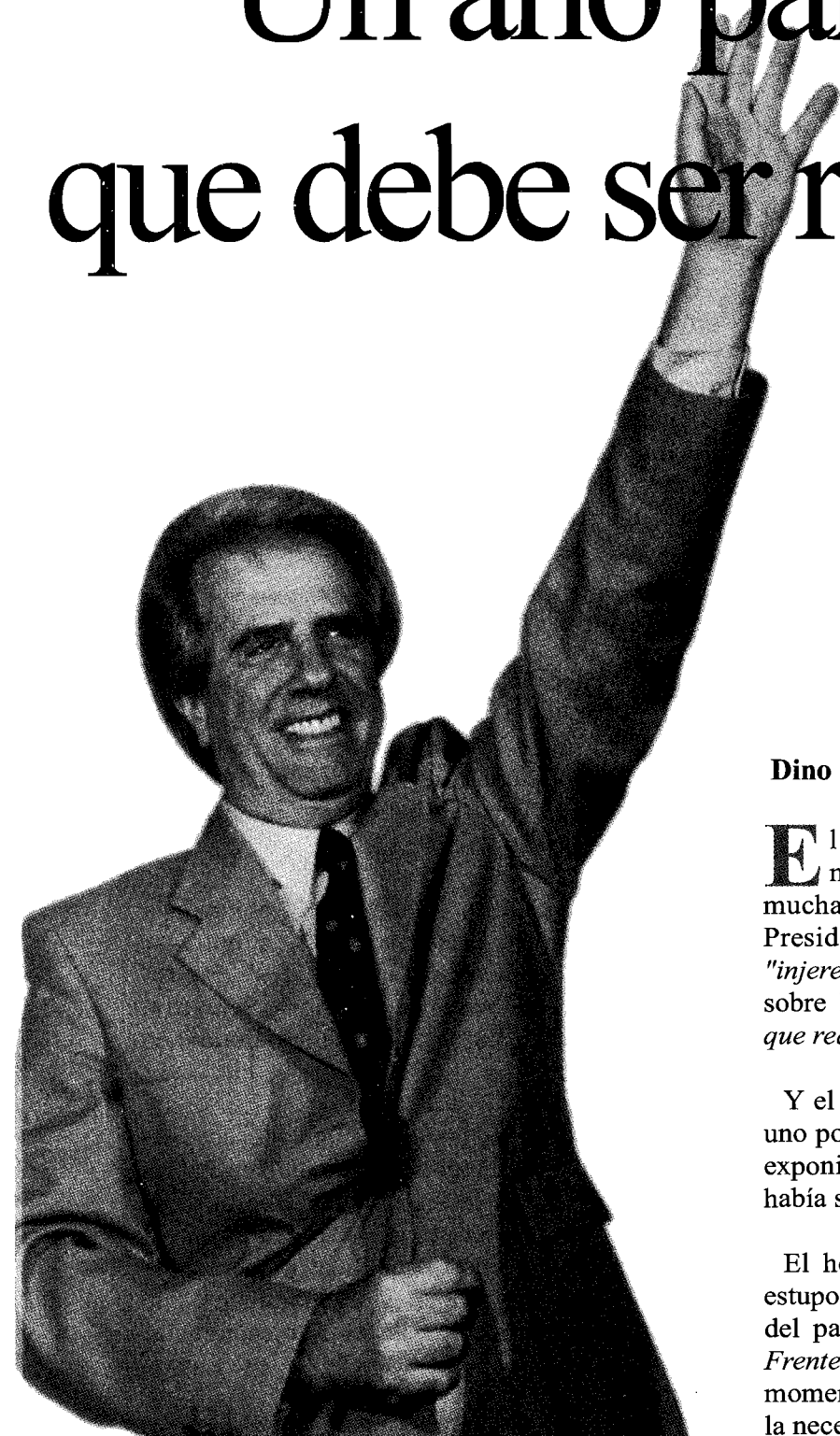


Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 98 - Junio 2007

<p>Director Edgar P. Jaramillo S.</p> <p>Editor Luis Eladio Proaño Email: luiselap@ciespal.net</p> <p>Consejo Editorial Lolo Echeverría - Héctor Espín Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.</p> <p>Asistente de edición Jorge Aguirre Email: chasqui@ciespal.net</p> <p>Portada y diagramación Mayra Cajilema C.</p> <p>Fotografía de portada David Guzmán</p>	<p>Chasqui es una publicación del CIESPAL</p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura http://www.felafacs.org/rederevistas</p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades http://redalyc.uaemex.mx</p> <p>Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
---	---

Los medios en Uruguay

Un año para olvidar que debe ser recordado



Dino Cappelli ■

El 2006 fue un año para olvidar en los medios de comunicación de Uruguay... por muchas razones. Comenzó mal luego que el Presidente, Tabaré Vázquez, buscara tener "injerencia" sobre la prensa, alertando para ello sobre la supuesta existencia de *algunos medios que realizan una oposición sistemática*.

Y el jefe del Ejecutivo nombró a esos medios, uno por uno. Varios de los aludidos respondieron exponiendo, públicamente, lo que consideraron había sido una ofensa pública.

El hecho, por lo inusual, provocó sorpresa y estupor en propios y ajenos, incluso al interior del partido de gobierno, *Encuentro Progresista Frente Amplio*, que se ha caracterizado en todo momento por defender la libertad de expresión y la necesaria independencia de los poderes.

■ **Dino Cappelli**, uruguayo, 33 años, es Técnico en Comunicación Social, periodista del diario *Plan b* y *El Acontecer de Durazno* y corresponsal de medios extranjeros
Correo-e: cappelli@adinet.com.uy



Los medios aludidos, además de sorpresa y estupor, reaccionaron con indignación y malestar, siendo contagiados otros medios colegas que no entendieron la clara intromisión que contenían las palabras del primer mandatario en la actividad mediática, algo que no ocurría desde los terribles y oscuros años de la dictadura militar que se prolongó entre 1973 y 1985.

El pronunciamiento presidencial, por lo inédito, constituyó una voz de alerta para toda la sociedad uruguaya, en especial para los movimientos gremiales que nuclean periodistas radiales, de prensa y televisivos, y esto, porque los nombrados pertenecían -y aún lo hacen- a esas tres formas de comunicación

La Justicia convocada

Con el correr del año el suceso se fue olvidando, pero quedaron sombras y resquemores. Los aludidos se sintieron perseguidos desde el gobierno, y los declarados por cuenta propia, medios de izquierda, sistematizaron la crónica e investigación de los hechos, como aludiendo a una retórica negativista de sus colegas.

***La justicia falló a favor
del medio y de la libertad
de expresión, aunque
halló culpable a la autora
de la carta de difamación***

Un año de juicios y audiencias, un año donde la Justicia tuvo que lidiar en muchos casos a causa de la publicación de hechos que a uno u otro uruguayo afectaron. Ha sido un año con muchos periodistas procesados por ejercer su función, por quienes se sintieron aludidos y acudieron a los tribunales para dirimir sus pleitos y, entre ellos, un caso que marca jurisprudencia de forma increíblemente negativa para los medios de comunicación.

Un caso especial

Un semanario de circulación regional en el centro del país se vio obligado a cerrar el año de la peor manera: fue condenado civilmente a pagar dos mil dólares a un agente de policía que se sintió aludido por una Carta de los Lectores que había publicado.

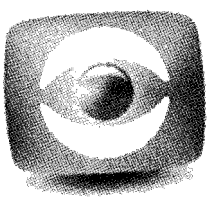
La Justicia Penal falló a favor del medio y de la libertad de expresión, aunque halló culpable a la autora de la carta de difamación e injurias. En la dirimencia, un Juez de Paz apeló a una ley obsoleta, fechada en los años del Gobierno de facto, y condenó al medio de comunicación, por la vía Civil, como responsable por los supuestos delitos de prensa cometidos a través de sus páginas.

Y el semanario *Punto y Aparte* de Sarandi Grande (Departamento de Florida) que dio cabida a la opinión de uno de sus lectores, deberá pagar la multa que constituye mucho dinero para un medio independiente radicado en una región empobrecida -centro sur del Uruguay- como aquella en la que se publica.

El mal reparto

El año 2005 fue además escenario de varias investigaciones de las asociaciones de prensa del Uruguay, respecto a la forma dispareja de distribuir la publicidad oficial entre las diferentes empresas periodísticas.

Los resultados obtenidos no han causado mayor asombro, pues las cosas que hacían los partidos



Canal 10 el canal uruguayo



tradicionales del pasado en el gobierno, blancos y colorados, y lo que hace la nueva izquierda no han cambiado un ápice.

La gran frutilla de la torta se queda en Montevideo, en los tres canales de televisión abierta de carácter privado, *Saeta TV*, *Teledoce* y *Monte Carlo TV*; en los tres mayores diarios de circulación nacional *El País*, *El Observador* y *Ultimas Noticias* y en las empresas radiales del área metropolitana *El Espectador*, *Radio Sarandí*, *Carve*, *Monte Carlo*, todas ellas en amplitud modulada (AM).

Y en el interior profundo del país siguen subsistiendo -sobreviviendo más bien sería de decir-, como pueden una serie de pequeños medios, entre semanarios, radios AM y frecuencia modulada (FM), diarios, revistas, programas y canales de la televisión locales.

Esos medios se desarrollan recibiendo un muy escaso apoyo, *con las migajas de los miles de dólares que se continúan distribuyendo en avisos del Estado*, se quejan sus dueños y empleados.

Pero hubo algo bueno

En el 2006 no todo fueron malas noticias, ya que sí ocurrieron cosas buenas, dignas de proyectarse al futuro y que marcan los desafíos de la prensa y de los medios en el Uruguay que se viene.

Cabe destacar la notoria y masiva aparición en el éter de radios comunitarias, generalmente iniciadas por iniciativa de profesionales que abandonaron medios de mayor poder económico y de alcance.

Han surgido de dos a tres emisoras por ciudad mayor de cinco mil habitantes -como promedio- que generalmente canalizan las necesidades de los oyentes (comunicación, presencias, programas en vivo) y se presentan como una opción a la hora de publicitar con menores costos para los anunciantes, y de promover acciones barriales y comunales que, de lo contrario, difícilmente llegarían al gran público.

Desafíos encontrados

Y pese a los años de crisis económica que aún tienen huellas en el país, las ideas persisten. En breve verá la luz un nuevo diario de circulación nacional, *Plan B*, que se sumará a otro surgido en el año anterior, *La Diaria*.





Gustavo Gomez Amarc Radios Comunitarias

Y también desde el Estado surgen señales de aportes económicos tendientes a jerarquizar el rol del canal oficial, TVEO. La señal que dirige Sonia Breccia ha invertido como nunca en su historia, y en el verano 2007 incorporará móvil satelital, cámaras y emisiones digitales, pantalla renovada y una completa programación.

Lo mismo ocurre en la radio. Las emisoras AM y FM controladas por el Estado han convocado a los periodistas a concurso para ocupar vacantes, planifican el nombramiento de corresponsales y han iniciado redes de comunicación abarcando el cien por ciento del territorio nacional.

Pero lo que sin duda marcará al 2007 como desafío -y de hecho existen presiones para que así sea- es la nueva Ley de Radiodifusión que aún duerme en espera de aprobación en el Parlamento.

Según los entendidos, esa es una ley que busca legitimar las radios comunitarias, darles forma legal y permitir que sus obreros puedan aportar y facturar, cobrar y pagar. Una ley que se impulsa desde la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), pero que por la desidia de los legisladores de ambas Cámaras aún no obtiene satisfacciones. ❀

¡ÚLTIMA HORA!

Diputados uruguayos aprobaron legislación para medios comunitarios

Reporteros sin Fronteras (RSF), en un comunicado fechado en París, saludó la decisión de la Cámara de Representantes del Uruguay de aprobar una ley de radiodifusión de los medios de comunicación comunitarios. “La organización espera que el proyecto consiga el mismo apoyo en el Senado”, dijo RSF.

“La nueva legislación uruguaya sobre radios y televisiones comunitarias debería inspirar al continente americano, que cuenta con millares de medios de este tipo. El texto aprobado por los diputados establece criterios de igualdad y transparencia en la concesión de las frecuencias y ese es, sin duda, el punto más importante. Deseamos que la Cámara Alta del Congreso revalide rápidamente el proyecto de ley, en los mismos términos”, acotó.

La nueva legislación uruguaya reconoce a los medios de comunicación comunitarios como un sector que forma parte integrante del terreno audiovisual y define a las radios y televisiones comunitarias como “servicios de interés público no estatales, prestados por asociaciones civiles sin fines de lucro”, destinadas a “satisfacer las necesidades de la comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información, y a la libertad de expresión” de los ciudadanos.

La ley, que no fija criterios restrictivos, excepto la ausencia de ánimo lucrativo, para calificar a un medio de comunicación de “comunitario” y concederle derecho para emitir, contiene como innovación principal la atribución de frecuencias “mediante concursos abiertos, transparentes y públicos”, y no dependiente de la discreción del Estado, como ocurría antes. Ahora se habilitará un nuevo Consejo honorario consultivo, formado por representantes del Estado, la sociedad civil y las universidades públicas y privadas, para que intervenga en el proceso de atribución y renovación de las frecuencias. ❀