

# Carta a nuestros lectores

**E**n 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](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>Páginas de grandes periodistas</b>		<b>Prensa</b>	
<i>Miguel Wiñazki</i> .....	3	<b>Ryszard Kapuscinski o el otro periodismo</b>	
<b>Portada</b>		<i>Rubén Darío Buitrón</i> .....	56
<b>Medios y pluralismo en Venezuela</b>		<b>Televisión</b>	
<i>Andrés Cañizales</i> .....	4	<b>Agoniza la televisión tradicional</b>	
<b>Evo Morales y los medios</b>		<i>Mariano Cebrián Herreros</i> .....	60
<i>Ronald Grebe</i> .....	10	<b>Cine</b>	
<b>La prensa chilena en la era Bachelet</b>		<b>Luz, cámara, acción: Latinoamérica en</b>	
<i>Marco Herrera Campos</i> .....	16	<b>Berlín y Hollywood</b>	
<b>Un año para olvidar que debe ser recordado</b>		<i>Francisco Ficarra</i> .....	66
<i>Dino Capelli</i> .....	22	<b>Comunicación Organizacional</b>	
<b>Opinión</b>		<b>La comunicación gubernamental</b>	
<b>El mejor oficio del mundo</b>		<i>María de las Mercedes Cancelo San Martín</i> .....	72
<i>Gabriel García Márquez</i> .....	26	<b>Informática</b>	
<b>Ensayos</b>		<b>La videopropaganda llega al Internet</b>	
<b>Comunicación Política: Campañas digitales</b>		<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i> .....	76
<i>María Helena Barrera-Agarwal</i> .....	32	<b>Dudas y Rupturas</b>	
<b>Democracia para ciudadanos ciborgs</b>		<b>Auge y ocaso del periodista</b>	
<i>Juan Varela</i> .....	38	<i>Juan Manuel Rodríguez</i> .....	82
<b>Elecciones presidenciales en México 2006:</b>		<b>Periscopio Tecnológico</b> .....	84
<b>Cuando los medios desplazan a los electores</b>		<b>Bibliografía sobre Comunicación</b> .....	86
<i>Octavio Islas</i> .....	46	<b>Actividades del CIESPAL</b> .....	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  
Nº 98 - Junio 2007

**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.

**Fotografía de portada**  
David Guzmán

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

# Auge y ocaso del periodista

Juan Manuel Rodríguez ■

Con el calentamiento global el grave problema de la posible extinción de algunas especies animales se ha trasladado a las profesiones humanas. A esta misma visión se adhirió Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, en su disertación titulada "El periodismo del nuevo siglo", durante las jornadas de reflexión acerca del poder de los medios celebradas recientemente en la Universidad de Valencia (España).

Contagiado por esa preocupación biológica del desastre, al comienzo de su conferencia Ramonet afirmó que "los periodistas están en vías de extinción." Aunque el enunciado contradice el auge de las Facultades de Periodismo y el aumento de los alumnos registrados en ellas, la propuesta levantó enormes aplausos. La gente alaba lo que quiere escuchar, no hay duda, y el oficio de periodista suele ser visto por el público como una molestia necesaria, molestia que muchas veces se extirpa de la sociedad con los asesinatos y las censuras instituidas por los grupos de poder.

La predicción acerca del fatal desenlace de la labor periodística se describió a través de los cambios profesionales provocados por las nuevas tecnologías. Para probar el desagradable resultado, la conferencia se centró en demostrar los cambios en dos aspectos básicos: en el concepto de información y en su proceso de divulgación. Sin embargo, en las razones a favor de su tesis existen varios pensamientos errados o, por lo menos, incompletos. La pregunta es si se extingue la profesión de los periodistas, o si se ha transformado debido a las nuevas tecnologías. A nuestro modo de ver no hay extinción sino un proceso de adaptación por el cambio del escenario mediático.

## ¿Nuevo concepto de información?

Según el conferencista, dos son las señales que marcan esta nueva información. La una es que la comunicación absorbe las esferas de la información y la cultura, de tal manera que la comunicación, entendida como difusión y transporte, se dirige hacia la masificación cultural e informativa. La segunda es que la información se ha tornado superabundante y rápida, y su valor reside en ser una mercancía sometida a las leyes de la oferta y la demanda. Esto conduce a que "informar es esencialmente hacer asistir a un acontecimiento, es decir, mostrarlo, situarse a un nivel en el que el objetivo consiste en decir que la mejor manera de informarse equivale a informarse directamente (Ramonet)."

Pero la esencia de la información no ha cambiado, solamente el transporte. Que haya más petróleo, que la conducción por los tubos sea más rápida y que esté regida por las circunstancias del mercado, no cambia lo que se transporta, solamente hay situaciones diferentes en el modo de entrega hacia las refineras. De la misma manera, la información, siendo la forma de un contenido, no ha mutado, solamente ha cambiado la disposición, el formato y la entrega de la misma a través de canales más veloces y con mayor capacidad de acarreo.

Los sucesos se aprehenden en forma directa o vicaria. La asistencia a los acontecimientos que nos muestra una pantalla de televisión, es una participación indirecta que nos remite a los mitos de la telepresencia y ubicuidad, creencia que supone poder estar en diferentes sitios a la vez y participar de ellos, pero ese contacto no es real sino simbólico. La información directa, aunque de suyo llegará mediatizada

■ **Juan Manuel Rodríguez**, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción, docente del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.  
Correo-e: [juan@mail.usfq.edu.ec](mailto:juan@mail.usfq.edu.ec)

---

por los sentidos y restringida por los umbrales perceptivos, solamente existe cuando el receptor es testigo de los hechos; en todos los demás casos está conformada, perturbada y transformada por la retórica del lenguaje mediático.

Asistir a un suceso por la televisión o los multimedios consiste en aceptar una información que ha sido procesada por la selección del encuadre, la perspectiva, el ángulo, la iluminación, el audio, el interés, la intención y la retórica propia del medio. Sin una presencia real de los objetos, esa asistencia es una representación alentada por los medios al convertir la información en espectáculo. La sangre de los conflictos bélicos no salpica en el rostro de los telespectadores. Por ello, el enunciado "ver es comprender" resulta errado. Ver es solamente sentir y percibir. De tal manera que observar la caída de los cuerpos no nos conduce a la explicación de las leyes que actúan en ese fenómeno. Entender y comprender lo visto es asunto muy complicado.

El mayor y fácil acceso a la información, su rapidez y abundancia no implican que estemos más informados o comprendamos mejor, quizá solamente se refiere a que nos entretienen con una información sesgada, redundante, simplista y artificial, formas de censura para fabricar mentes de acuerdo con los intereses del mercado.

### **Un proceso en tétada**

Este nuevo mito del contacto o presencia con el suceso representado aparece en el análisis de Ramonet acerca del proceso informativo. Infiere que la relación triádica entre acontecimiento, intermediario y ciudadano ahora es dual, pues el intermediario ha sido suprimido por la cámara, quedando solamente el acontecimiento y el destino. Sin embargo, la relación de tres elementos, anunciada en la retórica aristotélica (quién habla, qué habla, a quién), hace tiempo que se lo describía como un proceso de cuatro elementos, pues había que incluir, en la información masiva, un medio encargado de difundir y soportar el mensaje informativo hasta llegar al público. La supresión del intermediario conlleva el fetichismo de que la cámara se opera sola y que la edición de los encuadres, las superposición de sonido y el lenguaje verbo-icónico

son fruto de un "deus ex machina" que nos acerca el mundo sin la participación de un sujeto que estima el mundo, lo examina, analiza y ordena. Si hipotéticamente fuera posible suprimir al intermediario (periodista), la cámara con cerebro tendría que asumir ese trabajo que realizaba el reportero, pero careceríamos de una información de interpretación y solamente nos quedaría la de expresión, pues la máquina, hasta ahora, no hace una hermenéutica de los hechos.

La reducción fenomenológica presentada por Ramonet le lleva a afirmar que es "la instantaneidad lo que confiere valor a una información", dejando a un lado la claridad, la veracidad, la validez y otras variables que han estado ligadas a ese concepto. Además, la instantaneidad en la información no existe, lo que aparece es la simultaneidad, lo que frecuentemente se ha dado en llamar actualidad. El instante es inasible, lo que se capta es un fluir de sucesos. El tiempo transcurrido entre el hecho y su recepción por una audiencia puede ser simultáneo o parecerlo, pero no son instantes de lo mismo.

Ramonet concluye que "es cierto que las nuevas tecnologías favorecen considerablemente la desaparición de la especificidad del periodista." Al contrario, ¿por qué no declarar que amplían y cambian lo distintivo de la labor periodística? Si la mayoría de empresas, organizaciones e instituciones producen y divulgan mayor cantidad de información, el campo del periodismo se ha ensanchado. Las nuevas tecnologías han contribuido a amplificar el papel del comunicador y han creado nuevos medios donde realizar el oficio. Precisamente por ello, el periodista deberá prepararse en las técnicas de los modernos medios, aprender diseño, manejar programas de computación, distinguir entre lo superfluo de lo substancial, incorporar hipertextos y hacer amigables los accesos a la información. La llamada "extinción" del periodismo no existe, lo que hay es un largo y complejo proceso de adaptación a las transformaciones de esta situación particular en "la era de la información", considerando además que la mayor información no conduce al conocimiento. Los periodistas que se adaptan pueden evolucionar, pero no perecen aunque sus hábitos y hábitat hayan variado por el calentamiento global de los medios. ❁