

## *Carta a nuestros lectores*

**C**hasqui coloca en esta edición "bajo la lupa" a los medios y a los periodistas, cuestionándose si ha llegado o no el momento de establecer sobre ellos la tan imprescindible rendición de cuentas que rige sobre otras actividades. El tema recurrente de la corrupción ha tornado en mandatoria la necesidad de que hombres e instituciones justifiquen, debidamente, actos y procedimientos. Y los medios y periodistas, ¿a quién rinden cuentas? ¿quién los fiscaliza? ¿quién los audita? ¿Acaso tienen patente de corso para hacer lo que quieren? Son cuestiones que nuestros autores, Felipe Gaytán y Verónica Galán, tratan de absolver desde México.

En la columna de opinión el argentino Eduardo Andrés Vizer reflexiona sobre la transformación profunda a que se ven avocados actualmente los medios de comunicación, por el influjo de las nuevas tecnologías. Esto suscita la creación de nuevos soportes como el periodismo en la web y da lugar a una información mucho más ágil, dinámica y actual.

La comunicación política, que en el último año ha transformado las estructuras del poder en América Latina, vuelve a ser abordada en Chasqui, desde varias vertientes: el influjo mediático en la decisión ciudadana al momento de votar, el tratamiento que los medios dieron a los recientes comicios mexicanos y, por fin, una explicación bien articulada sobre como obtener el mayor provecho de la entrevista periodística a los políticos.

Dos temas muy sugerentes y de actualidad se suman a esta entrega: el silencio cómplice de ciertos medios de comunicación durante la larga noche de la dictadura chilena comandada por el recientemente fallecido Augusto Pinochet y las interioridades de la lucha por el poder en la Rusia de Putin, que mató en Moscú a la periodista Anna Politkovskaya y en Londres al espía Aleksandr Litvinenko. Parecería que los crímenes y abusos de la dictadura pinochetista, se homologan, sin rubor, en otra partes del mundo y los medios de comunicación se convierten en meros espectadores de ellos, evitando la crítica y peor aún la denuncia.

Artículos sobre la telenovela argentina Montecristo, que se vale del recurso televisivo para contar temas controvertidos del pasado político reciente en ese país; la participación latinoamericana en el reciente festival de Cine de Venecia; y, los problemas de comunicación que afrontan las empresas transnacionales, completan la publicación.

**Chasqui**

### **Consejo de Administración**



Presidente,  
Víctor Hugo Olalla P.  
Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión M.  
Ministro de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo C.  
Ministro de Educación y Cultura

Héctor Chávez V.  
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.  
Organización de los 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) 2506149 - 2544624  
Fax (593-2) 2502487

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>Portada</b>		<b>La entrevista como género de la comunicación política</b>	
<b>Rendición de cuentas de medios y periodistas</b>		<i>Rafael Yanés Mesa</i> .....	52
<i>Felipe Gaytán y Verónica Galán</i> .....	4	<b>Televisión</b>	
<b>Opinión</b>		<b>Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela</b>	
<b>Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias</b>		<i>Esteban Landau</i> .....	56
<i>Eduardo Andrés Vizer</i> .....	12	<b>Cine</b>	
<b>Ensayos</b>		<b>Latinoamérica en el Festival de Cine de Venecia 2006</b>	
<b>Operación Colombo:</b>		<i>Francisco Ficarra</i> .....	62
<b>La prensa que se calló con Pinochet</b>		<b>Comunicación Organizacional</b>	
<i>Marco Herrera Campos</i> .....	18	<b>Problemas de comunicación en las transnacionales</b>	
<b>Anna Politkovskaya</b>		<i>Dino Villegas</i> .....	70
<b>una muerte en una democracia fallida</b>		<b>Dudas y Rupturas</b>	
<i>Raúl Sorrosa</i> .....	24	<b>La lámpara encendida</b>	
<b>Comunicación Política</b>		<i>Juan Manuel Rodríguez</i> .....	76
<b>Influencia de los medios en el voto</b>		<b>Periscopio Tecnológico</b> .....	78
<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i> .....	30	<b>Bibliografía sobre Comunicación</b> .....	82
<b>Elecciones de México en la prensa estadounidense</b>		<b>Actividades del CIESPAL</b> .....	90
<i>Sergio Inestrosa</i> .....	40		
<b>México:</b>			
<b>Campañas electorales americanizadas</b>			
<i>Irving Berlín Villafaña</i> .....	46		

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 96 Diciembre 2006

**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.

**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

## Los periodistas y la política

Francisco Febres Cordero ■

Ahora resulta -va resultando desde hace algunos años- que el periodismo es la mejor plataforma para lanzarse a la política.

Al fin y al cabo, los periodistas han ganado popularidad, un elemento nuevo que pretende que el oficio cambie la sustancia dura, férrea de que está hecho, por otra cauchosa, dúctil, agradable, complaciente.

Entonces, solo es cosa de rendirse ante las zalamerías del partido que los pretende, acordar una cifra con el líder que los financia, y comenzar a recorrer, con los brazos en alto, la geografía donde está el electorado al que hay que cautivar.

Y, claro, también es cuestión de seguir jugando con los olvidos. Y con los silencios.

Porque ellos olvidaron que el periodismo es un oficio que cosecha más angustias que lisonjas, sudores más que aplausos, dolores más que lauros. Y que, por eso, se construye más desde las sombras que desde la enceguecedora luz del espectáculo.

Y silenciaron la voz que arremete contra los embustes.

Olvidaron la distancia que es necesario mantener con el poder, la

necesidad de indagar, de criticar, de hurgar, de escarbar para exhibir las purulencias que otros pretenden esconder.

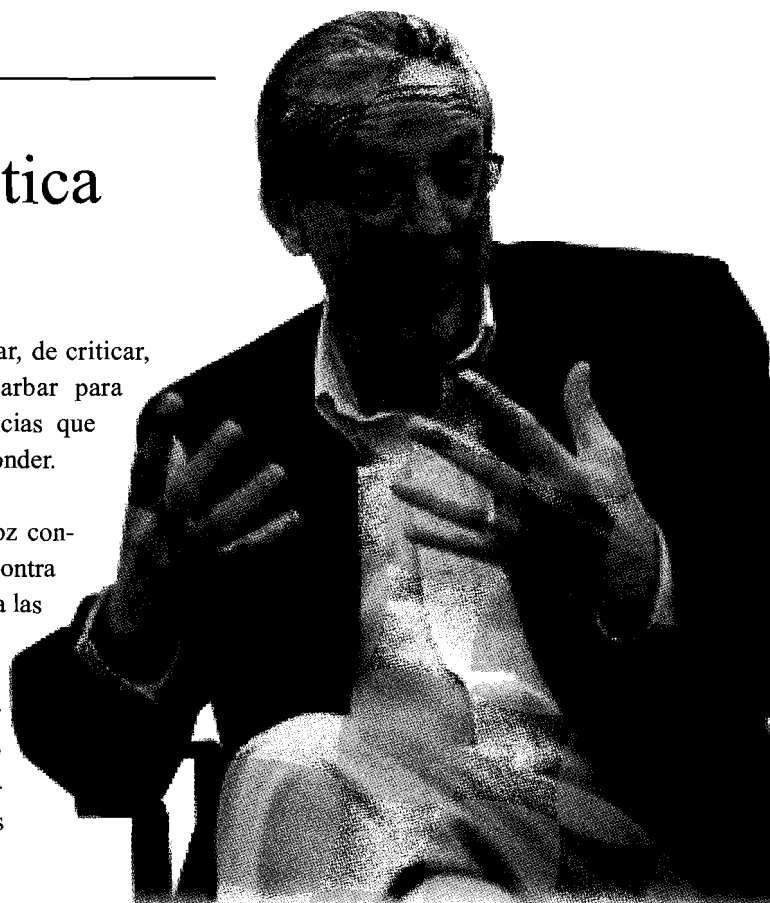
Silenciaron la voz contra los latrocinios, contra las injusticias, contra las prebendas.

Olvidaron mostrar a las autoridades lo que sus colaboradores les tapan, les esconden.

Silenciaron la voz para decir a los mandatarios aquello que sus cortesanos no les dicen.

Mas para esos periodistas que hoy pretenden trasmutarse en caudillos, el periodismo es un espejismo, es brillo, maquillaje. Son cámaras y flashes. Sonrisas, cuerpo escultural. Son corbatas a la moda, pelo engominado, una dicción correcta y, muchas veces, una actitud servil, obsecuente ante el señorón que se adueño del medio con el solo objetivo de defender sus bastardos intereses vinculados.

¿Qué entienden por periodismo esos periodistas sino la oportunidad de alcanzar el estrellato a cualquier precio? ¿Qué entienden por periodismo sino la lucha encarnizada para lograr que su programa se man-



tenga en los más altos niveles de audiencia? Si para eso hay que apelar a la truculencia, a la banalidad, al morbo, ¡qué más da!

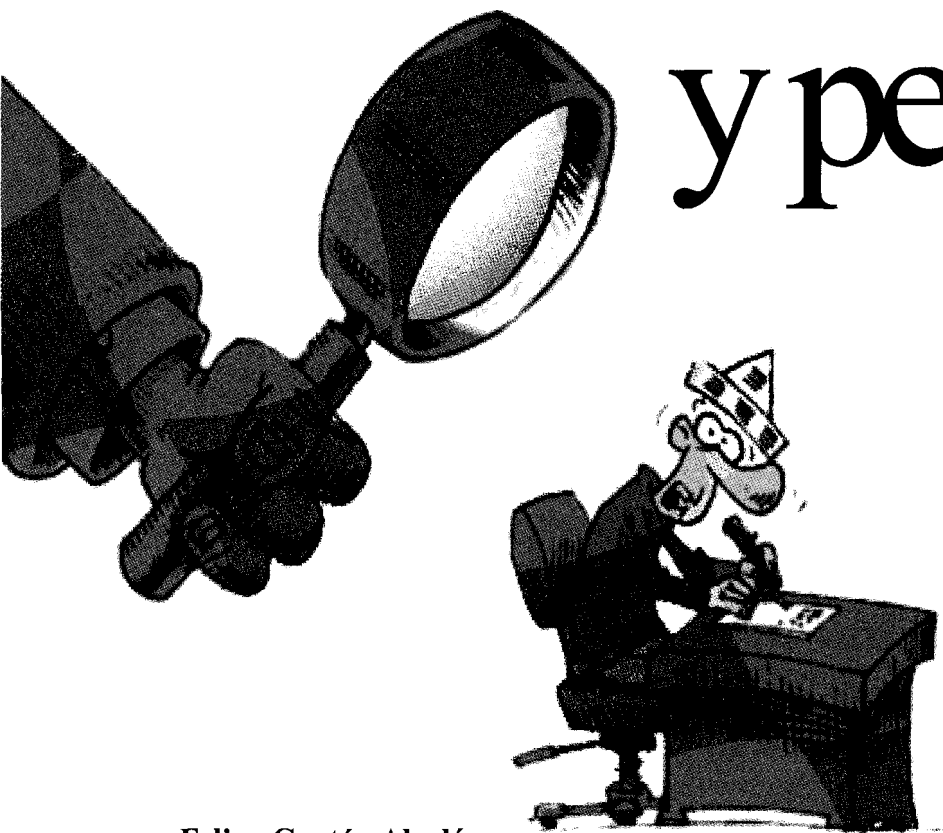
Así construyeron su fama. Ahora, en la convicción de que la política es también un espejismo, van en pos de los votos.

Después regresarán a colocarse tras las cámaras como si tal cosa, sin inmutarse cuando el público, atónito, no pueda distinguir si el que les habla lo hace desde el periodismo o desde la política.

Y es que para esas estrellas fugaces, las dos cosas son lo mismo: oportunidades para agrandar su imagen que, sin duda, es lo único que aman. ❁

■ *Texto tomado del libro "El Tócrata" que reúne los artículos publicados por el periodista en el Diario "El Universo" de Guayaquil, Ecuador*

# Rendición de cuentas de medios y periodistas



Felipe Gaytán Alcalá  
y Verónica Galán ■

Las recurrentes crisis políticas de los últimos años en América Latina han estado marcadas por el activo rol de periodistas y medios de comunicación. Casos de corrupción, malversación de fondos, escándalos de la vida privada de importantes personajes públicos, difusión de documentos reservados o confidenciales, todo ello ha dado la pauta en el cambio político. Los ejemplos se multiplican por doquier: El Presidente Lula y los casos de las maletas de dinero confiscadas al Partido

del Trabajo en Brasil; la hija no reconocida del ex Presidente peruano Alejandro Toledo; los videos grabados por Vladimiro Montesinos dando dinero a diputados corruptos, etc. Cada suceso publicitado levantó un serio debate sobre el papel que tienen los medios en la construcción de la democracia, y la responsabilidad, no solo jurídica sino política y social, que deben asumir en la difusión de la información, sea esta verídica o un trascendido sin fundamento alguno.

*Felipe Gaytán Alcalá, mexicano, doctor en Sociología por El Colegio de México, investigador de la Universidad La Salle, México.*

*Correo-e: fgaytan@colmex.mx*

*Verónica Galán, mexicana, periodista del Diario Reforma.*

*Correo-e: veronicagalan@hotmail.com*



---

Quizá el caso más representativo en América Latina sea el de los medios en México. Esto porque ha sido recurrente la filtración de información confidencial, difusión de llamadas telefónicas privadas y de videos en los que se muestra a políticos que reciben dinero o juegan cantidades millonarias en casinos de Las Vegas.

Los videos de René Bejarano, líder de la Asamblea del Distrito Federal, recibiendo dinero de un empresario, y el del Secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal, fueron los dos mayores escándalos difundidos y que muchos atribuyeron como una estrategia para minar la candidatura a la Presidencia de Andrés Manuel López Obrador, entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

Esto ha llevado a que a los periodistas, más que a los propios medios, se les exija que revelen sus fuentes de información y sean objetos de demandas por difamación, encausados tanto por la vía civil como penal.

Aquí existen dos percepciones encontradas sobre el papel que están jugando los periodistas al dar a conocer este tipo de información. Por un lado se manifiesta que la democracia se construye sobre la transparencia en el ejercicio de la política, y son los periodistas mediadores en la construcción de una opinión pública informada y crítica. Todo suceso que involucra a actores políticos, sea privado o público, debe conocerse en nombre de la Razón Pública. En no pocas ocasiones se han dado a conocer como trascendidos notas que no han sido confirmadas y que posteriormente los medios se tienen que desmentir o retractar. Pero también ha servido para que los periodistas sean objeto de demandas jurídicas por difamación. En un solo expediente, Santiago Vasconcelos, sub-procurador de la República, demandó por difamación a cinco connotados periodistas, quienes criticaron actitudes del citado funcionario y revelaron los errores y sospechas de vínculos poco claros en el desempeño del cargo.

## *La objetividad periodística no significa neutralidad de intereses*

La otra percepción tiene que ver con la visión de los periodistas como simples peones en el juego del ajedrez de la política. La filtración de información no tiene otro objetivo que un ajuste de cuentas entre la clase política, luchas intestinas por el control del poder político. Los periodistas son a un mismo tiempo sujetos y objetos en dichas disputas. Son ellos quienes tienen acceso a información privilegiada, derecho de picaporte, y simultáneamente, son el ajustador de las cuentas pendientes. Esta percepción fue ampliamente debatida en el caso de los videos donde aparecen funcionarios de confianza de Andrés López Obrador, candidato a la Presidencia por el PRD; o el escándalo por la participación en los sistemas informáticos del Instituto Federal Electoral de Hildebrando Zavala, cuñado del entonces candidato presidencial de Acción Nacional. Otros casos llaman la atención como la difusión de llamadas telefónicas del líder de los diputados del PRI con Kamel Nacif, prominente empresario de Puebla, cuyo amigo cercano está siendo procesado por pederasta. En la anterior percepción se invocó la Razón Pública, en este caso se puede llamar -parafraseando a Sloterdijk- crítica de la Razón Cínica.

Lo cierto es que el debate se ha centrado en el papel de los periodistas y su relación con el Estado, pero como se ha analizado, el papel que han jugado los medios en cuanto empresas privadas. Recordemos que las empresas no solo se rigen por su vocación de informar a la opinión pública, también son grupos con fines de lucro. Cuando

tienen en sus manos información clasificada o imágenes comprometedoras, deliberan en torno a los compromisos adquiridos con los actores afectados y en su momento como generadores de pautas en la agenda política nacional y local; por otro lado, existe también la presión del *rating*, la capacidad de vender y comercializar los espacios en sus segmentos informativos. Para las empresas existe una ecuación ficticia y falaz: a un mayor *rating* corresponde una mayor credibilidad. Dar a conocer este tipo de información tiene necesariamente un incremento en su credibilidad y, de paso, en la cotización de sus espacios para la comercialización. Ello ha dado lugar a un tipo de periodismo *sui generis* en el que los trascendidos -colocados en una columna anónima o colectiva- adquieren relevancia por sí mismos, forma peculiar de lo que podemos llamar *Elogio de lo Insípido* del periodismo.

Ahora bien, existen casos de empresas beneficiadas por la difusión de escándalos, como es el caso de Televisa y Tv Azteca y de los periódicos el Universal y ahora Excelsior, periódico comprado por un importante consorcio empresarial que busca reactivarlo a través de investigaciones que den cuenta de la dimensión oculta en la disputa política.

Un ejemplo fue la publicación de una parte de la vida privada de un dirigente de la Asamblea Popular de Pueblos de Oaxaca (APPO), cuando se llevaban a cabo negociaciones con el gobierno federal en plena crisis política de esa entidad de la República Mexicana.

Otros casos no han sido exitosos, por el contrario, dar a conocer ciertas noticias los han llevado a la quiebra financiera. Este fue el caso del Canal 40. En su noticiero CNI se dio a conocer por primera vez los testimonios y denuncias sobre abuso sexual en contra del Padre Marcial Maciel, director fundador de los Legionarios de Cristo. La noticia

causó revuelo y ganó credibilidad social al noticiero, pero los grupos empresariales ligados a los Legionarios comenzaron un boicot publicitario contra el canal de televisión. Las grandes empresas agrupadas en la asociación conservadora *A Favor de lo Mejor*, encabezada por la Panificadora Bimbo, decidieron rescindir los contratos de publicidad. A la postre, la empresa propietaria de Canal 40 desapareció por la severa crisis financiera, además por las presiones de la empresa Tv Azteca.

### **Ética y responsabilidad de informar**

En cualquier caso, periodistas o medios están hoy en el debate sobre la rendición de cuentas por el tipo y alcance de la información publicada. Dicha discusión se ha centrado en dos extremos hasta ahora excluyentes: la responsabilidad jurídica de los periodistas y el código de ética en los medios.

La discusión sobre la rendición de cuentas de los periodistas se ha centrado en la regulación y sanción por la información publicada. El tema se ha centrado en sanciones por difamación, dolo y declaraciones falsas. La autoridad mexicana -en todos sus niveles- ha sido cuidadosa en tipificar los delitos sin dedicatoria a los medios. Aunque una buena parte de las demandas presentadas son contra periodistas, como si se tratara de un conflicto entre particulares. Entre los años 2002 y 2003 se presentaron 176 denuncias por difamación, de las cuales el 89 por ciento fueron contra periodistas y el resto, contra medios de comunicación (Fuente: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/libertadexpresion/2003/recuentob.html>).

Para el 2005 se presentaron 96 incidentes, de los

---

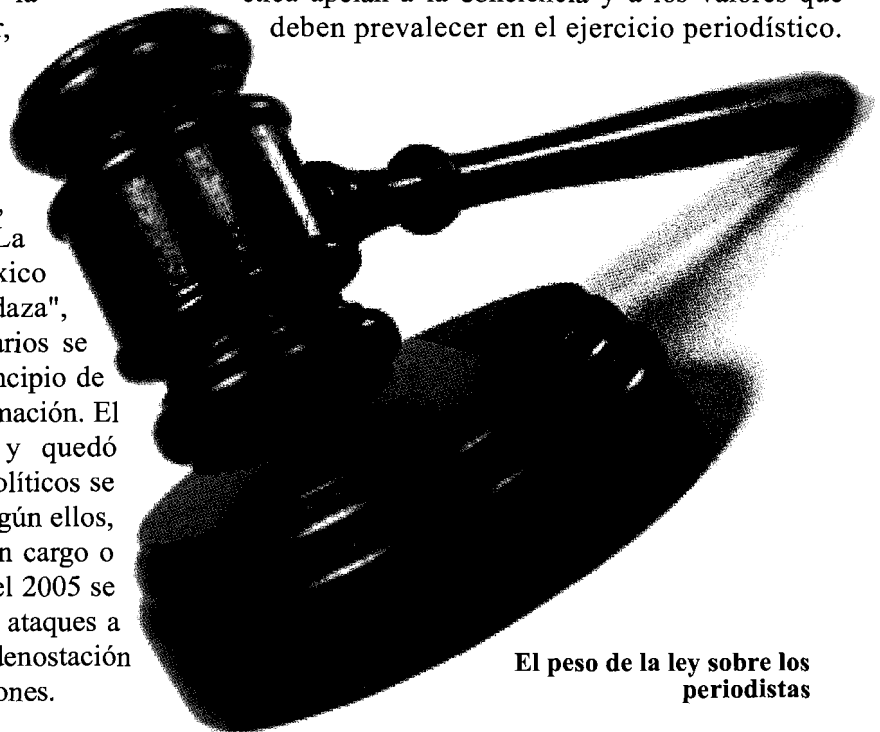
cuales el 35 por ciento ya no fue por la vía jurídica sino a través de amenazas e intimidaciones (Fuente: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tab les/FMB/libertadexpresion/2005/recuentob.html>).

En algunos casos se impusieron multas millonarias, como el de la periodista Isabel Arvide, quien tuvo que pagar más de 1.5 millones de pesos por llamar *encueratriz* a una antigua vedette argentina y ex-esposa de un ex presidente de la República. Otro fue el caso de Olga Wornat y la revista Proceso, sentenciados -con derecho de apelación- a pagar 1.7 millones de pesos a la esposa del Presidente Vicente Fox por calumnias y difamación. Digamos que estos son casos extremos del *Elogio a lo Insípido*, la frivolidad se impuso en el contenido de las querellas que para muchos representa una forma de escarmentar a los periodistas.

En otro caso se pretendió, por parte de las fuerzas políticas, retomar una ley presentada en 1998 que regulaba la actividad periodística, es decir, sancionar y evaluar lo publicado, la obligación de los periodistas a revelar las fuentes de su información a solicitud de un juez, establecer sanciones por dolo, difamación y calumnia, etc. La comunidad periodística en México llamó a este intento "Ley Mordaza", mientras que diputados y funcionarios se referían a su iniciativa como el principio de la regulación al derecho de la información. El intento legislativo no prosperó y quedó archivado. En algunos ambientes políticos se critica que los periodistas gocen, según ellos, de un fuero excepcional que ningún cargo o profesión tiene. Quizá por ello, en el 2005 se incrementó en un 35 por ciento los ataques a periodistas y medios a través de la denostación pública y las amenazas e intimidaciones.

Es notable la dimensión que adquiere el tema de la regulación informativa en el ámbito político, fuera de los medios y del gremio periodístico. La mencionada regulación se orienta a sancionar las consecuencias de la información y no el contenido mismo de la noticia. Esto lo subrayo porque existe información relevante cuyas repercusiones sociales y políticas no son estridentes, y, en cambio, aparecen notas triviales que reciben en los medios una resonancia inusitada, más por los efectos que por el contenido mismo. Como ejemplo está el caso de Isabel Arvide, una nota de la farándula llevada al plano de interés nacional.

La presión política y la exigencia han volcado la mirada de los medios y los periodistas sobre sí mismos. Entre periodistas y al interior de los medios se ha discutido la necesidad de establecer códigos de ética aceptados por todos, tanto por periodistas en lo individual como por la organización en general. Los llamados códigos de ética apelan a la conciencia y a los valores que deben prevalecer en el ejercicio periodístico.



**El peso de la ley sobre los periodistas**

No hay sanciones ni coerciones que limiten la libertad, solo reglas de conducta y de ciertos apercibimientos en el caso de los códigos éticos organizacionales. Mucho se ha criticado sobre el alcance de los códigos de ética. Algunos mencionan que no sirven para asumir la responsabilidad social, periodística y política de lo que se publica.

Cuando se menciona que los códigos de ética no sirven se refieren a que la ética es una cuestión volitiva, más de apreciaciones subjetivas que, si bien están mediados socialmente, los intereses particulares prevalecen.

Para algunos periodistas, pensar en códigos de ética generalizados es tanto como buscar la objetividad en la degustación del té. Se pueden establecer mínimos morales aceptables, de otra forma sería tanto como dar línea sobre lo que es posible, deseable y aceptable publicar. En el otro extremo están los que definen que un Manual Ético es necesario. Libros vienen y van, acuerdos al interior de los medios se multiplican y cambian continuamente.



Cada uno de los medios de comunicación ha elaborado manuales de ética periodística, sin contar la propuesta de la UNESCO. Sería complicado presentar aquí una reseña amplia de los códigos de ética, pero una breve revisión en la Web dará cuenta de la preocupación obsesiva de los medios por autorregularse. En el 2005 apareció en España un texto que recoge las discusiones por años en los medios ibéricos: Aznar, Hugo *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona, Paidós, 2005.

Existe una franja de periodistas y medios preocupados -al menos lo dicen públicamente aunque en sus noticias no se vea reflejado lo que discursivamente sostienen, como es el caso de Tv Azteca- por un marco general de comportamiento ético. Esto es importante para ellos, pues de no hacerlo se estaría en un relativismo que daría lugar a un cierto caos egocéntrico. Sería tanto como lo que afirma Leo Strauss "en el relativismo, comer carne humana se convierte en una cuestión de gusto."

Un caso ampliamente comentado años atrás sucedió cuando se transmitieron imágenes de la cárcel de máxima seguridad de La Palma, México. Dichas imágenes, tomadas por cámaras de seguridad interna del penal, mostraban a los reos en las celdas destinadas a la visita conyugal sosteniendo relaciones sexuales con sus parejas que iban a visitarlos. Muchos medios condenaron lo explícito de las imágenes, otros más criticaron la invasión a la privacidad. Los conductores del noticiero CNI Canal 40 justificaron la transmisión como un documento que debía ser conocido por la opinión pública por la manera en que, no ellos como medio de comunicación, sino la política carcelaria invadió la privacidad de los reos. En algunas columnas se mencionó que el video fue filtrado por abogados de narcotraficantes

---

encarcelados en ese penal, como presión para relajar las medidas disciplinarias del encierro.



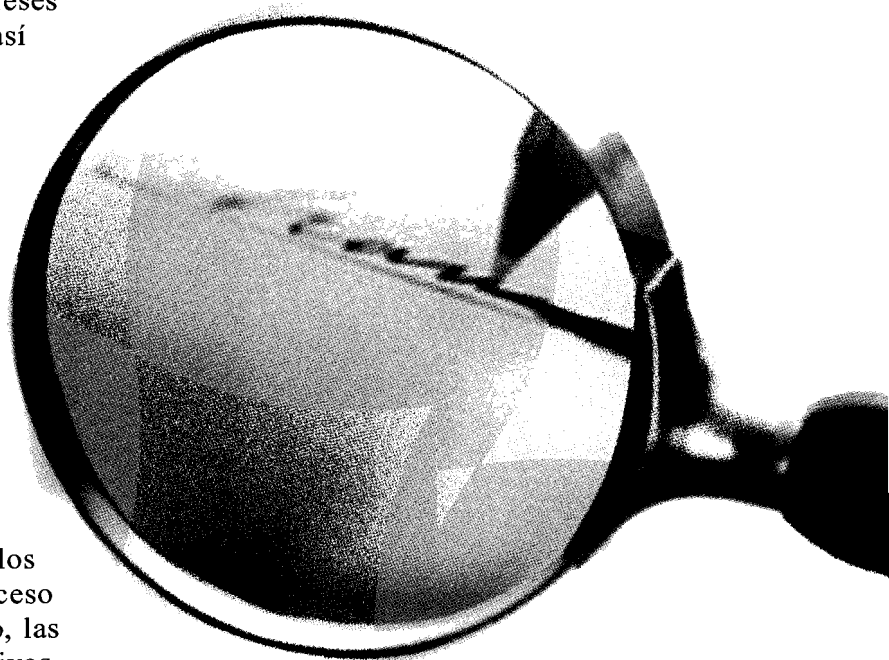
A diferencia de las sanciones jurídicas, los códigos de ética tienen un peso relativo en el ejercicio de informar. Queda en un ámbito de la conciencia publicar o no publicar una nota. Los comunicadores ponen en juego intereses personales, de prestigio y proyección, así como la credibilidad ante la opinión pública. Los códigos de ética sirven para establecer el marco de valores y una incipiente rendición de cuentas a sí mismos y a los medios en los que trabaja. El marco ético no es suficiente y eso es claro para todos los involucrados en el tema de los medios.

### **¿Rendición de cuentas de los periodistas?:**

La rendición de cuentas para los periodistas es cada vez más, un proceso complejo difícil de destrabar. Por un lado, las sanciones externas remiten a actos coercitivos, señalando los efectos de la información más

que en el contenido mismo. En cambio, el código de ética queda en un plano estrictamente volitivo, no se va más allá de un acto de contrición personal.

Proponemos introducir el concepto de *Accountability* para dar cuenta de la complejidad del problema al que nos enfrentamos. Si bien es cierto que es un término aplicado a la responsabilidad que ejercen servidores públicos, también es extensivo a los periodistas y medios, pues su labor como formadores de opinión pública y erigirse como ventanas a la arena política, los vuelve a ellos mismos objetos de escrutinio público y sujetos activos en el conflicto de intereses que se dirimen en la política. La objetividad periodística no significa neutralidad de intereses.

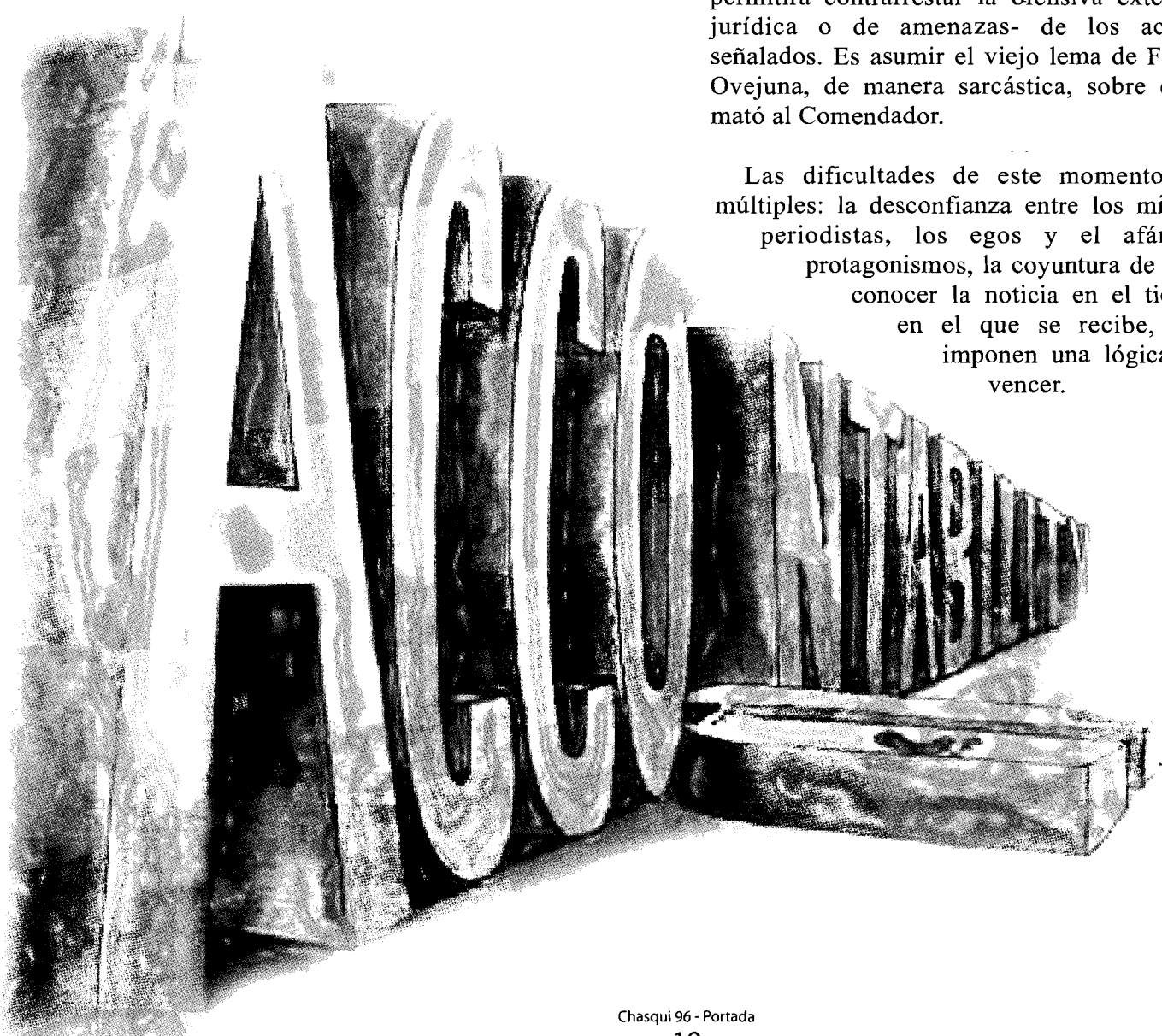


El concepto de *Accountability* permite integrar dos momentos del hecho periodístico que hasta aquí se mantenían separados cuando surge una noticia. Uno es el efecto de la información (*ex post*); otro tiene que ver con el cálculo y valoración para publicar y difundir la noticia (*ex ante*).

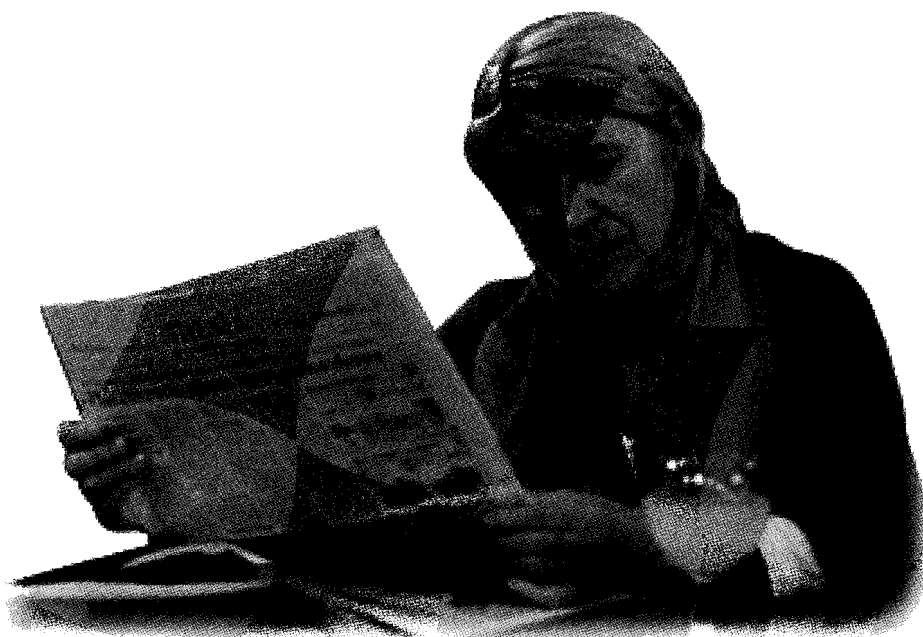
La condición *ex ante* es del pleno dominio de los periodistas. Son ellos los que definen la importancia o no de una nota más allá del rating que represente para la empresa en la que

laboran. Es aquí donde el simple código de ética resulta insuficiente. Más allá de invocar la Razón Pública para dar a conocer ciertas noticias, que los periodistas tengan mecanismos de consulta, entre su propia comunidad, a fin de establecer un juego de espejos, donde hay algo más que la ética, es poner en la mesa los escenarios posibles, derivados de tal o cual información, los costos y la oportunidad de hacerlo público. Las mesas de redacción y de noticias tienen un rol importante. De asumir su rol *ex ante*, permitirá contrarrestar la ofensiva externa - jurídica o de amenazas - de los actores señalados. Es asumir el viejo lema de Fuente Ovejuna, de manera sarcástica, sobre quién mató al Comendador.

Las dificultades de este momento son múltiples: la desconfianza entre los mismos periodistas, los egos y el afán de protagonismos, la coyuntura de dar a conocer la noticia en el tiempo en el que se recibe, etc., imponen una lógica por vencer.







### **Sobre la noticia la última palabra la tiene la opinión pública**

En cuanto a la condición *ex post*, en el *Accountability* periodístico, podemos señalar lo siguiente: una vez publicada la nota ni los medios, mucho menos los periodistas, tienen control sobre ella. La información publicada ahora es de la opinión pública y el juicio -negativo o positivo- será construido en la sociedad tanto en su dimensión política como civil. Aquí la rendición de cuentas se torna peligrosa, sobre todo porque serán en terreno abierto y con agentes externos a los medios, ante los cuales se tendrá que asumir la responsabilidad de lo publicado. Cuestionamos la pertinencia de los mecanismos jurídicos -coercitivos o persuasivos- para llamar a rendición de cuentas a los medios. Proponemos que, a la par de las críticas que hagan actores políticos y actores sociales, sean los medios y los periodistas los que repliquen lo publicado por otros medios, ya sea para ahondar y argumentar lo publicado o, en su defecto, debatir en la arena pública aquello que se presenta como información pero carece de argumentos. Con esto el periodismo de trascendidos estaría en el plano de lo anecdótico y no como oráculo, guía política de los que quieren conocer lo oculto en la información.

### **Notas finales**

El tema de la rendición de cuentas en los medios es un tema por demás complejo y complicado. Aceptar decisiones externas de sanción sobre el ejercicio periodístico coloca a los medios en una posición de debilidad frente al poder político. Por el contrario, dejarlo solo a la conciencia de los comunicadores deja un espacio abierto para que la filtración de información sea utilizada como estrategia de ajuste de cuentas.

Los medios, más que los periodistas en lo individual, necesitan tomar en sus manos la capacidad de construir su propio *Accountability*, ejercicio de monitoreo y evaluación sobre el hecho periodístico *ex ante* o *ex post*. Se trata de que los medios sean capaces de autorregularse y no depender del Estado como único garante del derecho a la información y a la libertad de prensa. Bien dijo León Felipe en el poema sobre el Romero: *Para enterrar a los muertos como debemos, cualquiera sirve, cualquiera...menos un sepulturero*. Y el sepulturero representa a los actores políticos ajenos al periodismo. ☪

# Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias

*Eduardo Andrés Vizer* ■

En buena medida, el paradigma emergente en el siglo XXI va demarcando nuevos modos de relación entre la militancia, nuevas formas de activismo social y los medios de comunicación. Ambos han cambiado mucho, tanto cuantitativa como cualitativamente. El primero se ha multiplicado hasta el punto de armar redes para cubrir escenarios mundiales con agendas enormemente diversas. El militante puede ser miembro de una Organización Social (OS), pero también un individuo solitario con capacidad de acceso a una batería de medios: Internet, páginas web, e-mail, y la emergente explosión de la comunicación por los teléfonos celulares. El activismo social ya no debe ser forzosamente organizado, ni requerir de *actos de fe*, ni formalidades. Puede ser espontáneo, y tomar la forma de "multitudes" convocadas por situaciones críticas (como las manifestaciones policlasistas y con intereses diversos en la crisis de diciembre del 2001 en Argentina).

"Inmediatamente después del atentado en Madrid del 11 de marzo del 2004, los ciudadanos que no aceptaban las declaraciones iniciales del partido dirigente, -que atribuía a ETA la autoría del atentado- recurrieron a la comunicación masiva a través de Internet para emprender movilizaciones espontáneas ante el mundo. Las manifestaciones *no* fueron mera consecuencia de los mensajes de correo electrónico y SMS (mensajes de texto).

Quienes tenían motivos para actuar encontraron un nuevo medio para recabar información, publicar mensajes, organizar y crear. Nos hallamos ante un nuevo medio de organización social, cultural y política. Las redes telefónicas inalámbricas y los sistemas informáticos accesibles para cualquier usuario constituyen, junto con las personas, un potencial inmenso (para bien y para mal), comparable al de la imprenta o el alfabeto. Con

■ *Eduardo Andrés Vizer*, argentino, doctor en Sociología, profesor en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Federal de Rio Grande do Sul de Brasil.  
Correo-e: [eavizer@gmail.com](mailto:eavizer@gmail.com)

toda probabilidad no serán pacíficas, o democráticas, todas las movilizaciones futuras organizadas por Internet y el teléfono móvil.

El motivo de esperanza más pragmático es que el nuevo régimen tecnosocial es todavía joven" (del Prólogo a la edición castellana de *Multitudes inteligentes*, H. Rheingold, 2004). En marzo del 2004, el partido gobernante en España controlaba la mayoría de la televisión pública y gran parte de la privada, así como la mayoría de las radios y la opinión pública a su favor. Sin embargo, los SMS se encargaron de poner en evidencia pública la manipulación y la desinformación instrumentados por el gobierno. Éste no solamente perdió las elecciones, sino que indignó a la sociedad porque además de la tragedia y el terror del atentado, se sintió usada y engañada con fines electorales. Con las movilizaciones se evaporó buena parte del capital de credibilidad en los medios de información masivos.

### **Telefonía móvil y mensajes de texto**

En el año 2004 se vendieron en el mundo 600 millones de teléfonos celulares, la décima parte de la población mundial. Analfabetos, favelados, descalzos, políticos y periodistas acceden a la telefonía inalámbrica para difundir sus mensajes, para convocar o denunciar. *La Sociedad de la comunicación* se ha transformado

en un hecho. Si en la Unión Soviética de Andropov -en los años 70- se prohibieron las fotocopias, hoy en día nadie puede prohibir la telefonía móvil y los consiguientes mensajes de texto. En la China existen los cargadores públicos de teléfono, aun en lugares donde todavía no ha llegado la electricidad.

*Las redes  
telefónicas  
inalámbricas y los  
sistemas  
informáticos  
constituyen un  
potencial inmenso  
comparable al de  
la imprenta o el  
alfabeto*

En los Estados Unidos, en el año 2004, 32 millones de norteamericanos afirmaron obtener información de los diarios de Internet, y los lectores de blogs aumentaron en un 58 por ciento en solo seis meses. El blog es un diario personal que se escribe en Internet, donde no se busca dar específicamente información sino opinión personal, que los lectores buscan, comparan, comparten o critican. Paralelamente, muchos programas de televisión por cable comparten una tendencia que se llama periodismo de afirmación. Con el crecimiento de Internet como canal de comentario abierto al público, el periodismo de opinión (un anatema para el periodismo clásico) crece en forma exponencial, así como decrecen paulatinamente los lectores de periódicos, hasta el punto que ya no son pocos los que temen por su desaparición (al menos en su forma tradicional).

Los miedos y las fantasías que suscitó en especialistas, educadores y políticos el uso manipulado de los medios, y los riesgos de tender hacia la pasividad frente a la pantalla de la televisión,

## OPINIÓN

se diluyen ante el nuevo escenario social y mediático. Los medios cubren desde el pequeño living familiar, pasando por el Estado, hasta los escenarios mundiales. Desde el fondo de mi casa hasta la cabina de los astronautas.

La respuesta al desafío de las transformaciones cuantitativas y cualitativas que traen los nuevos escenarios de la "Cultura Tecnológica" (Vizer 1983) ha sido la búsqueda de la articulación y la reintegración de todos los medios en complejos sistemas mutuamente interdependientes y en red. Redes más abiertas o más cerradas, pero que siempre deben permanecer alertas a todo lo que sucede, a riesgo de perder la exclusividad y "su" público, así como brindar canales de acceso y participación (o seudoparticipación) abierta al público.

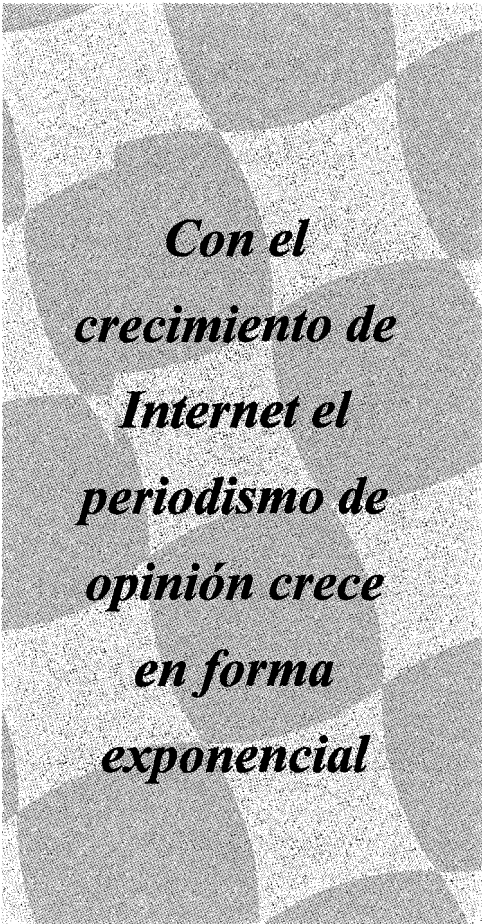
### Cuatro factores en juego

Para pensar una "modelización" (Vizer 2005) de este proceso que lo entienda en su complejidad y sin reduccionismos -por sobre todo tecnológicos-, tenemos al menos cuatro factores en juego que son sobredeterminantes en este nuevo escenario: la evolución de las tecnologías, la creciente disminución de los costos de producción, el acceso y los usos sociales que permiten estas tecnologías, y por último los cambios en las demandas sociales. Dos factores son tecnológicos, uno es económico y el otro es social. La multiplicación de las tecnologías de los

medios, la miniaturización, y la accesibilidad económica aseguran la creación y la penetración de mercados hasta hace pocos años reservados al Primer Mundo y a los sectores de mayor poder adquisitivo. Realmente debemos admitir que estos medios conforman la base de una infraestructura informacional que permite, por primera

vez, pensar en la posibilidad de su uso democrático y alternativo a los medios dominantes. Si se me permite una metáfora marxista, prefiero pensar en las posibilidades que abre este desarrollo tecnológico en términos de fuerzas productivas, como la infraestructura de una inminente *Sociedad de la Información* (una infraestructura hipertecnológica sobre cuyas bases se informan los dispositivos y las nuevas estructuras de producción y circulación capitalista). Por otro lado, pienso en un modelo de sociedad idealizada como una *superestructura comunicacional*, una Sociedad de la Comunicación abierta y democrática, con libre acceso a los conocimientos, a las opiniones y a las críticas.

Hay una consecuencia central en el pasaje de la sociedad industrial tradicional a la sociedad de la información -no deja de ser chocante considerar que la revolución industrial haya pasado, en solamente dos siglos, de ser el motor de las transformaciones hacia la modernidad, hacia una nueva forma de sociedad *tradicional*, todavía basada en la producción física y el consumo de recursos naturales-. Y esta consecuencia tiene profundas



*Con el  
crecimiento de  
Internet el  
periodismo de  
opinión crece  
en forma  
exponencial*

implicancias no solamente *materiales* sino también teóricas y epistemológicas. La tradición intelectual nos ha marcado con la impronta de pensar las estructuras y los procesos sociales y económicos desde la perspectiva de sus condiciones de producción. Una forma de determinación lineal y por etapas: producción, circulación y consumo.

Las tecnologías -la digitalización en primer término- han quebrado las barreras de tiempo y espacio, introduciendo el pasado y el futuro en las ecuaciones de un presente perpetuo. El cálculo de probabilidades, el azar y la indeterminación han entrado a formar parte de los planes de producción económica a una escala sin precedentes.

La *velocidad de la circulación* de la información condiciona los procesos de producción (un ejemplo de esto es el *just in time*). El acceso a los procesos, los dispositivos y las estructuras sobre las cuales se *produce* la circulación de bienes o de la información han pasado a ser un recurso absolutamente estratégico. Los flujos del capital financiero constituyen en este sentido un ejemplo central. El modelo de la sociedad de la información presupone el crecimiento exponencial de los flujos inmateriales, y la dependencia creciente de ellos para asegurar la supervivencia de la sociedad "real" (por ej. cuando se produce un "apagón" de energía eléctrica, no es por falta del recurso físico, -lo que se puede prever-, sino de una falla en los sistemas de regulación y control). Aún se

nos hace difícil pensar en la producción en términos de circulación, aunque sabemos que es en la propia circulación donde se va produciendo y reproduciendo un sistema, ya sea económico, político o social.

### ¿Y las consecuencias?

No sabemos qué implicancias tendrán estas *transformaciones infraestructurales* en la sociedad, la política y la cultura. Sabemos que tener información es tener poder, y nunca en la historia existieron tantas posibilidades y recursos de información-poder. Pero tampoco jamás en la historia el valor de la información se hallaba tan determinada por el tiempo, o más bien por la duración decreciente del valor de una información. Como no todo el mundo puede o está interesado en correr detrás de la información, inevitablemente se generan asimetrías a todo nivel. Esto se ve muy claramente en el mundo académico y la investigación científica, en la competencia económica, y en la *brecha*

*digital (the digital divide)* entre países y sectores sociales. A mediados del siglo XX, la radio transistores alimentó las expectativas de promover programas de desarrollo y modernización rural pergeñadas por la Escuela de Comunicación y Desarrollo. A comienzos del siglo XXI, son Internet, la telefonía celular integrada y la convergencia digital -entre otras



***Las tecnologías  
han quebrado las  
barreras del tiempo  
y espacio,  
introduciendo el  
pasado y el futuro  
en las ecuaciones  
de un presente  
perpetuo***

## OPINIÓN

tecnologías- las que representan las bases promisorias para generar condiciones para una sociedad de la comunicación más democrática, organizada y articulada a través de dispositivos de circulación social productiva. Cada ciudadano puede -al menos en teoría- constituirse en un militante público en circunstancias apropiadas. Pero debemos aclarar las limitaciones que estas innovaciones no pueden superar.

Este escenario guarda ciertas reminiscencias con las formas anarquistas en su rechazo a los condicionamientos y rigideces de las estructuras organizadas. Por otro lado, también presenta asociaciones con un individualismo activo que no choca en absoluto con el ideario liberal clásico. Los individuos se reúnen espontáneamente -o bien convocados- a conformar una multitud (figura teórica cara a nuevos planteos de análisis político). Una multitud se reúne con fines precisos para *construir un acontecimiento*, que puede encuadrarse tanto desde un campo artístico (los *happenings* sesentistas) como uno político (la protesta de las cacerolas). El espontaneísmo construye el acontecimiento, emerge y se expresa en acciones y manifestaciones de todo tipo. Pero no construye -ni busca construir- organización, permanencia, compromisos fuertes y estables. El marginado social, el explotado o el excluido, conformando un sector social creciente y ya estructural en el tercer mundo, puede *engrosar las filas* de una

multitud en una manifestación, pero no representa más que un *convidado* casual y momentáneo que no modifica en nada sus condiciones objetivas de existencia. El paradigma tradicional de la organización social, con sus valores, compromisos e identidades fuertes, sigue siendo el *dispositivo* social más adecuado para presionar y expresar las injusticias dentro de un sistema social. Y el sistema social no deja de estructurarse de acuerdo con reglas de poder, de propiedad, de distribución desigual de los recursos.

El *acontecimiento* tiene todas las características de la comunicación: es un emergente expresivo de condiciones y situaciones, y puede revelarse a través de acciones directas, o por operaciones mediáticas con un comienzo y un fin; requiere de actores sociales en situaciones y contextos específicos. Pero cuando termina, es como la representación teatral, cada uno vuelve a su realidad: los actores bajan del escenario, el público que se ha regocijado, sufrido o conmovido, aplaude. Y todos vuelven a sus casas.

Las tecnologías de información y comunicación tienen la virtud de generar nuevos espacios y tiempos, nuevos dispositivos -¿nuevas formaciones infraestructurales?-, que terminan tejiendo las nuevas ecologías en red de la sociedad de la información. Su especificidad y dinámica corresponde a las lógicas de la circulación más que a las de la producción, tal como se lo entiende en la sociedad

*Cada ciudadano  
puede  
constituirse en  
un militante  
público en  
circunstancias  
apropiadas*



industrial. Así como le ha llevado siglos a la era industrial superar la era feudal, aún no podemos saber cuánto le llevará a esta móvil sociedad conformar nuevas relaciones de producción-circulación. No sabemos si el paradigma de esta nueva sociedad (de la información, del conocimiento, de la comunicación) promoverá más desigualdad y más concentración de poder, o si logrará distribuir más equitativamente los recursos que aseguren un acceso más igualitario a mejores condiciones de vida compartidas por toda la sociedad.

Mientras tanto, en nuestra *modernidad líquida*, -al decir de Baumann-, y después del fracaso de las estructuras burocráticas y la planificación centralizadas, los movimientos sociales parecen hallarse ante la necesidad de desarrollar estrategias duales, articuladas sobre acciones físicas y a la vez comunicacionales.

Entre la organización rígida o la *flexible*; entre la *guerra de posiciones* y el acontecimiento; entre un monólogo repetitivo o el diálogo abierto.

### Periodismo 3.0

En la red las cosas cambian aceleradamente y el lenguaje con ellas. Hay varios conceptos que aparecen y en poco tiempo se han convertido en nuevos estándares. Términos como Periodismo 3.0 y web 2.0 (w2). ¿Qué son?

Hace algunas semanas, un edificio en Santiago de Chile comenzó a incendiarse, no había reporteros cerca, pero en poco más de media hora la página web del principal diario chileno, El Mercurio, comenzó a mostrar fotos y textos del suceso. Para hacerlo, se basó en los aportes de los ciudadanos.

Conceptualmente, el Periodismo 3.0 se sustenta en la consolidación de la llamada web 2.0, que ha sido definida por uno de sus fundadores, Tim O'Reilly, así: "Una verdadera aplicación web 2.0 es una que mejora mientras más personas la usan. El corazón verdadero de web 2.0 es la capacidad de aprovechar la inteligencia colectiva".

En w2, la plataforma puede ser consultada y modificada; la participación permite la emergencia de esa inteligencia colectiva y su aprovechamiento, gracias a su "arquitectura de participación" la w2 vive de las innumerables y variadas contribuciones de los usuarios. Los wiki son el mejor ejemplo. Aparte de la Wikipedia, existen los Meta, Wikcionario, Commons, Wikilibros, Wikisource,

Wikiquote, Wikiversidad, Wikispecies y Wikinoticias. Diccionarios, noticias y conocimientos aportados de forma horizontal y abierta. Es la Biblioteca de Babel, de Borges, materializada.

El desarrollo de la web 2.0 hace posible que la generación de información se democratice, justo lo que propone el Periodismo 3.0. El chileno Juan Lozada define la trayectoria: "Periodismo 1.0 es el que traspasa contenido tradicional de medios a internet. Periodismo 2.0 es la creación de contenido en y para la red, sumando interactividad, multimedia, etcétera. Periodismo 3.0 es la socialización de la información periodística en la que los participantes intervienen en el propio mensaje".

Algunos blogs son Periodismo 3.0, pero la mayoría no lo son. Muchos diarios en línea ya incorporan los blogs como parte de su rutina, pero el Periodismo 3.0 no se reduce al bloguismo.

La tendencia sigue en crecimiento y ahora se comienza a hablar de los medios ciudadanos hiperlocales que pretenden convertir a los propios vecinos en productores de la información. Se habla también de nanoaudiencias (públicos muy pequeños y focalizados) con la esperanza de establecer un sistema de información conversacional y en red, no controlado jerárquicamente. ☸

Operación Colombo:

# La prensa que se calló con Pinochet



**Marco Herrera Campos** ■

**E**n 1975, 119 opositores a la dictadura militar chilena murieron indefensos y pasaron a engrosar la lista de los detenidos desaparecidos. Los diarios oficialistas de la época fueron cómplices de una burda campaña de desinformación y manipulación de los hechos.

■ *Marco Herrera Campos, chileno, periodista por la Universidad de Chile, profesor en la Universidad de Viña del Mar. Correo-e: markoherrera@hotmail.com*

---

Pocos periodistas de izquierda que ejercieron en Chile, en la prensa de derecha durante la dictadura de Augusto Pinochet, han tenido el valor de reconocer que sintieron miedo o no quisieron saber de los horrores que cometía la policía política en las década de los setenta y ochenta. Uno de estos profesionales fue la periodista María Angélica de Luigi, que durante varios años escribió en la sección política del Cuerpo D de *El Mercurio*, el decano de la prensa nacional y uno de los principales instigadores del golpe militar de 1973, y nunca se atrevió a escribir y menos a sugerir, en las reuniones de pauta, temas vinculados a los derechos humanos.

El *mea culpa* de la periodista puso sobre la mirada de la opinión pública a todos aquellos profesionales que por diversos motivos tuvieron que trabajar en la prensa adicta al régimen de Pinochet, sobre todo a quienes cumplieron roles directivos o cubrieron frentes sensibles como política, tribunales o policía. El testimonio de María Angélica de Luigi dejó al descubierto a muchos otros periodistas que olvidaron su deber con la verdad y bien común, y que, pudiendo, nunca escribieron o investigaron sobre las violaciones a la vida que se cometían a diario en el país.

Lo que sigue es un extracto de su carta pública aparecida en el periódico *The Clinic*, en su edición del 9 de diciembre de 2004, uno de los pocos medios alternativos que hoy circulan en Chile: *Lo siento. Mientras Mónica González, Patricia Verdugo, la Camus, la Monckeberg, la dulce y angustiada Elena Gaete, del Apsi, arriesgaban la vida, yo me daba gustos de perra fina bajo los aleros de El Mercurio. Gustitos: escribir bien, forzar preguntas inteligentes, poner en aprietos, colar entrelíneas sofisticadas. ¿Alguien planteó en alguna pauta en El Mercurio que había que hacer un reportaje a los cuarteles de la Dina? Yo tampoco. No puedo culpar a nadie. Nunca se me censuró. Perra.*

*Mientras a otras chilenas les rompían la vagina con animales, botellas, electricidad, les daban puñetazos y mataban a sus hijos y padres, yo le leía cuentos a mi hijo, pololeaba, iba a las cabañas de los periodistas en El Tabo, usaba suecos y minifalda, carreteaba, ¿era feliz? Lo siento... Pedir perdón a todos, a nadie... Fui una perra. Güevona.*

El caso de la periodista María Angélica de Luigi resume el rol que cumplió la prensa de derecha en los oscuros días de la dictadura militar.

### **Operación silencio**

Para entender lo que sucedió con el periodismo en la década del 70 y 80 en Chile, hay que señalar que en 1973 el 36,6 por ciento de la prensa escrita era proclive a la Unidad Popular, la coalición de partidos políticos que apoyaba a Salvador Allende. Tras el golpe militar, uno de los objetivos principales de Pinochet fue silenciar a la prensa de izquierda y lo hizo con éxito, a sangre y fuego. De esa forma, sacó de circulación 312 mil ejemplares diarios, eliminando a los periódicos *El Clarín* (220 mil ejemplares), *El Siglo* (del Partido Comunista, 29 mil), *Puro Chile* (25 mil), *La Nación* (21 mil) y *Las Noticias de Última Hora* (17 mil).

Si bien los diarios golpistas sufrieron control y censura, una vez pasada la represión militar pudieron circular sin ningún tipo de trabas, salvo las impuestas por los celadores de la pureza ideológica del régimen. Permanecieron de esta manera los diarios *La Tercera* (220 mil ejemplares), *El Mercurio* (126 mil), *Las Últimas Noticias* (81 mil), *La Segunda* (55 mil), *Tribuna* (40 mil) y *La Prensa* (29 mil). En total, 541 mil ejemplares diarios.

Los militares además clausuraron cerca de 40 radioemisoras afines al ideario político del Presidente Allende (115 radios de alcance nacional, regional y provincial fueron partidarias del golpe y siguieron en funciones), once periódicos regionales y un centenar de revistas editadas por *Quimantú* (la editorial del Estado), *Horizonte* (del Partido Comunista) y *Prensa Latinoamericana* (del Partido Socialista).

La prensa adicta al régimen de facto tuvo que someterse a las nuevas reglas imperantes que emanaban de un órgano censor: la Dirección Nacional de Comunicación Social (Dinacos), encargada de entregar a los medios "la versión oficial de los hechos". Y entre los periodistas se impuso una nociva práctica, cuyos efectos aún se perciben en la prensa nacional: la autocensura.

### Operación Colombo

Uno de los episodios más vergonzosos del periodismo chileno -que respondió a esa "versión oficial de los hechos"- tuvo lugar en julio de 1975, cuando los medios de información escritos, afines a la dictadura militar, dieron cuenta de la muerte por rencillas internas de 119 opositores en territorio argentino.

***Entre los periodistas se impuso una nociva práctica, cuyos efectos aún se perciben en la prensa nacional : la autocensura***



Galería de desaparecidos

La llamada Operación Colombo dejó para la posteridad uno de los titulares más abyectos del periodismo del terror, aparecido en el diario oficialista *La Segunda* el 24 de julio de 1975: *Exterminan como ratas a miristas*. Hasta el día de hoy, los responsables del montaje mediático no hacen su *mea culpa*. Sin embargo, la sanción ética a los autores intelectuales ya es un hecho.

El 23 y 24 de julio de 1975, la agencia de noticias United Press International (UPI), (filial chilena), y los diarios *El Mercurio*, *Ultimas Noticias*, *La Segunda* -de propiedad de la familia Edwards- y *La Tercera* -del consorcio Copesa-, entregaron en riguroso orden alfabético los nombres de 119 militantes de izquierda muertos en territorio argentino, dando a entender que en los grupos de resistencia chilenos se estaba produciendo una purga interna, a raíz de las diferencias ideológicas originadas tras el golpe militar del 11 de septiembre de 1973.

La información, que fue destacada en titulares de portada, tomaba como fuente primaria a dos publicaciones, la edición del día 15 de julio de la revista *Lea* de Buenos Aires y la edición del día 17 del diario *O'Día* de Curitiba, Brasil. Lo curioso de estas fuentes es que salieron a la luz en una única edición y nunca más se supo de ellas.

---

El montaje mediático -replicado en Chile sin corroboración o chequeo de fuentes- fue una operación muy bien planificada por los organismos de seguridad de las dictaduras del cono sur, en el marco de la Operación Cóndor, destinada a compartir información de inteligencia para la eliminación de opositores y grupos armados de resistencia, entre los que se encontraba como primera prioridad para la policía política de Pinochet -la tristemente célebre Dirección Nacional de Inteligencia (DINA)- el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), un partido político que había optado por la vía armada para derrocar la dictadura militar. Sus líderes eran Miguel Enríquez y Pascal Allende, sobrino del Presidente Salvador Allende.

La historia de esta infamia periodística se inició en abril de 1975, cuando en territorio argentino se encontró el cuerpo descuartizado del militante socialista David Silberman, supuestamente *dado de baja* por un comando del MIR. Sin embargo, la verdad era que Silberman había sido capturado por la DINA en Chile, recluido en el centro de detención clandestino de calle José Domingo Cañas y hecho desaparecer por un comando militar.



Posteriormente, el 11 de julio, *aparecieron* otros dos cuerpos cerca de Buenos Aires, que también habían sido *dados de baja* por una *sangrienta vendetta interna* que llevaba a cabo el MIR. En este momento la DINA da inicio al montaje mediático para hacer más creíble la trama de sus ejecuciones a los opositores chilenos e involucra a los diarios afines a la dictadura. La policía política de Pinochet comienza a entregar a los medios nacionales la versión de que en territorio trasandino se estaría organizando un ejército guerrillero.

## EL MERCURIO

De esta forma, el diario *El Mercurio* reproduce el 23 de julio de 1975 un cable de la agencia UPI fechado en Buenos Aires bajo el título de "Identificados 60 miristas asesinados" y con el subtítulo "Ejecutados por sus propios camaradas". En la información se establecía que "de acuerdo con el semanario *Lea*, la siguiente nómina de miristas chilenos habrían sido eliminados en los últimos tres meses por sus propios compañeros de lucha..." agregándose que... "estas eliminaciones se habrían registrado en Argentina, Colombia, Venezuela, Panamá, México y Francia y es la culminación de un largo proceso de divergencias, mutuas recriminaciones y disputas por dinero".

## Las Últimas Noticias

El diario *Las Últimas Noticias* publica el mismo día la información de la UPI, bajo el título "Nómina de los ajusticiados", precedido del subtítulo de "Sangrienta pugna en el MIR". En la misma fecha, el diario *La Tercera* publicó la misma información con el titular en portada: "El MIR ha asesinado a 60 de sus hombres".

### ***La Segunda***

El 24 de julio de 1975 el diario *La Segunda* titula en primera página y con grandes caracteres: "Exterminan como ratas a miristas", precedido del subtítulo "Gigantesco operativo militar en Argentina" una información atribuible a sus reporteros y entregada en "fuentes responsables oficiales".

El mismo 24 de julio, el diario *Las Ultimas Noticias* entrega más información, esta vez a cuatro columnas bajo subtítulo de "Muertos, heridos y fugados" y un título de "Fuerzas de seguridad argentinas abaten a extremistas chilenos". La nota señala que la noticia surge "de fuentes del Gobierno chileno", sin explicitarlas, y reitera textualmente lo señalado por *O' Día y Lea*.

### LA TERCERA

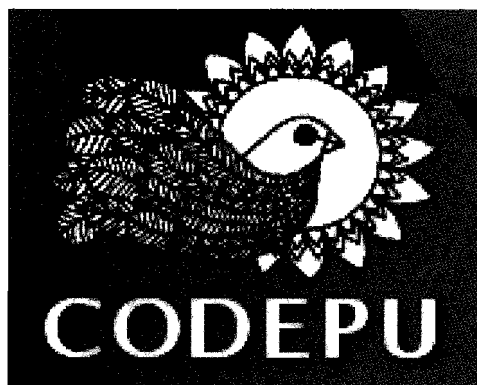
El 24 de julio de 1975, el diario *La Tercera* y bajo el título "Confirmado: Habían presentado en Chile amparos en favor de los miristas muertos en Argentina", señala: "Funcionarios de la secretaria en lo criminal de la Corte de Apelaciones de Santiago confirmaron anoche que la mayoría de los extremistas del MIR muertos en las sangrientas luchas internas de ese grupo terrorista que desarrollan en Argentina, Colombia Venezuela, Panamá, México y Francia... tenían presentados en su favor recursos de amparo ante ese alto Tribunal...".

El mismo 24 de julio, el diario *El Mercurio* señalaba en su editorial: "Los políticos y periodistas extranjeros que tantas veces se preguntaron por la suerte de estos miembros del

MIR y culparon al gobierno chileno de las desaparición de muchos de ellos, tienen ahora la explicación que rehusaron aceptar. Víctimas de sus propios métodos, exterminados por sus propios camaradas, cada uno de ellos señala con trágica elocuencia que los violentos acaban por caer víctimas del terror ciego e implacable que provocan, y que, puestos en ese camino, ya nada ni nadie puede detenerlos".

### **Sanción ética**

Tuvieron que pasar más de treinta años para que el Tribunal de Ética del Colegio de Periodistas de Chile acogiera una demanda interpuesta por el llamado Comité de los 119 y la Corporación de Derechos del Pueblo (Codepu) y sancionara a los periodistas responsables de divulgar información falsa y mal intencionada. La resolución fue dada a conocer el 21 de marzo de 2006.





---

## ***El Colegio de Periodistas de Chile no cumplió con su deber de proteger el correcto desempeño profesional***

El fallo estableció que en el caso de las publicaciones aparecidas en el diario *El Mercurio* y cuyo responsable era su director René Silva Espejo, quedó claro que los periodistas responsables del manejo de la información no cumplieron con su obligación de confrontar los hechos, base de la noticia, con otras fuentes que no fuera la oficial, con lo cual fallaron en entregar la verdad que la ciudadanía tenía el derecho de recibir. Y dado que el director René Silva Espejo había fallecido, se le declaró inimputable.

Lo mismo se estableció para el caso de las publicaciones aparecidas en el diario *La Segunda* y cuyo responsable era su director Mario Carneyro, agravado por el uso de titulares agraviantes y sensacionalistas tendientes no a destacar una información sino a manipular tendenciosamente la misma. Dado que Carneyro también había muerto, se le declaró inimputable.

Para el caso de las publicaciones aparecidas en el diario *Las Últimas Noticias* y cuyo responsable era su director Fernando Díaz Palma, se estableció que su conducta fue más reprochable ya que a la fecha ejercía la presidencia del Colegio de Periodistas de Chile. Fue sancionado con censura pública y suspensión de su calidad de miembro del Colegio de Periodista durante seis meses.

En el caso de las publicaciones aparecidas

en el diario *La Tercera* y cuyo responsable era su director Alberto Guerrero Espinoza, éste recibió sanción de censura pública y suspensión de su calidad de miembro del Colegio de Periodista durante seis meses.

El fallo también menciona a la periodista Mercedes Garrido Garrido, a la fecha subdirectora del diario *La Segunda*, y a quien se le atribuye el titular "Exterminan como ratas a miristas", sin embargo fue absuelta dado que las acusaciones formuladas en su contra no fueron probadas. A la periodista Beatriz Undurraga Gómez, de *El Mercurio*, se le aplicó las sanciones de censura pública y suspensión de su calidad de miembro del Colegio de Periodistas de Chile durante tres meses.

En un hecho digno de destacar, el Tribunal de Ética señaló que el Colegio de Periodistas de Chile tampoco cumplió con su deber de proteger el correcto desempeño profesional y ser un referente en la defensa de valores éticos en el ejercicio de un periodismo sano para la sociedad. Le faltó la decisión de defender los requerimientos de la sociedad de estar correctamente informada y denunciar la responsabilidad que tuvo la prensa y los periodistas que fueron cómplices de esta situación.

Si bien la sanción moral por el montaje periodístico en algo viene a reparar el daño causado a los familiares de las víctimas, es sintomático que ninguno de los periodistas sancionados haya apelado al dictamen del Tribunal de Ética y hasta ahora han guardado ominoso silencio. La opinión pública chilena aún espera sus respectivos *mea culpa* y que los diarios involucrados asuman sus respectivas responsabilidades por el bien de la prensa nacional y la democracia. ❀

# Anna Politkovskaya, una muerte en una democracia fallida



Raúl Sorrosa ■

**P**ragua:

Escribir esta nota no ha sido nada fácil, no solo por el tema: una colega ajusticiada el 7 de octubre por un sicario que más de un interesado pudo haber pagado, sino porque en su Rusia natal los asesinatos no se han detenido (han muerto dos importantes banqueros, uno de ellos el vicegobernador del Banco Central e incluso otro colega periodista de ITAR-TASS). ¿Es pura casualidad? ¿Es una muestra del inmenso témpano de hielo que se oculta en la desconocida Rusia de Vladimir Putin? Es el efecto de una democracia fallida. De paso, el asesinato ocurrió el mismo día en que el presidente ruso celebraba su cumpleaños, en este caso, el número 54.

■ *Raúl Sorrosa, ecuatoriano, periodista, editor-productor en la oficina en Praga, República Checa, de la cadena mexicana de noticias ECO.*  
Correo-e: [raulsorrosa@quick.cz](mailto:raulsorrosa@quick.cz)

---

Desde 1993 hasta ahora, en Rusia han muerto, de lo que se sabe, 43 periodistas. Al 15 de octubre de 2006 el barómetro de Reporteros Sin Fronteras señalaba que en el mundo había 60 periodistas y 24 colaboradores muertos, 130 periodistas encarcelados, tres colaboradores encarcelados y 56 ciberdisidentes encarcelados. Estadísticas, como decía Stalin.

### Anna Politkovskaya



Ella es la última de una serie de periodistas que, en la Federación Rusa, han sufrido ataques a causa de sus actividades profesionales, por informar de forma independiente sobre violaciones a los derechos humanos y sacarlas a luz. Según han informado los medios de comunicación, un funcionario de la policía declaró que un vecino había encontrado, a las 17h10 del 7 de octubre de 2006, a Anna Politkovskaya (48) muerta por disparos en un ascensor del bloque de pisos donde residía en Moscú. Según los informes, la fiscalía ha abierto una investigación criminal por "asesinato premeditado". Los canales rusos de televisión mostraron el video tomado por una cámara de seguridad cercana a la escena del crimen; se aprecia a un hombre delgado, con gorra de beisbolista y por la mala calidad de la cámara no es posible ampliar las imágenes para llegar a detalles que permitan identificarlo. Si la investigación llega a depender solo de ese video ni el sicario ni quienes le pagaron llegarán a ser

detenidos. Politkovskaya fue enterrada el 10 de octubre en el cementerio moscovita de Trojekurovski.

En Rusia a los sicarios se los llaman "kiler", adaptación de la voz inglesa *killer*. Usar la expresión "zakazat" en el argot ruso define, en ocasiones, pedir una pizza o un billete de avión, aunque también, si habla sobre alguien, implica el deseo que lo manden al otro mundo. Los medios de comunicación rusos indican que un sicario se consigue por 100 dólares, aunque también por varios miles, dependiendo de quién sea la víctima. Uno de los más famosos sicarios se llama Alexandr Solonik, conocido como Alejandro el Grande, capturado por la policía en 1994; admitió haber atacado a toda una serie de prominentes del bajo mundo a inicios de la década de los noventa del siglo pasado. Nunca reveló quién le pagó.

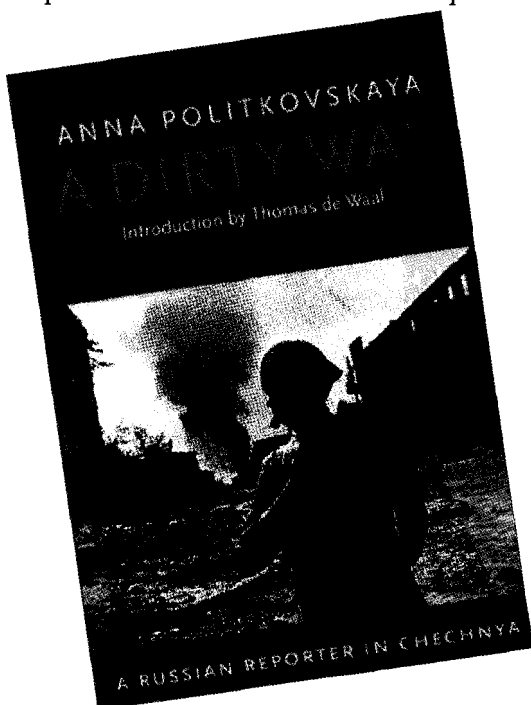
El asesinato provocó reacciones inmediatas. Amnistía Internacional (AI) le pidió al presidente Vladimir Putin que condene el asesinato de Anna Politkovskaya y demuestre que no puede haber impunidad para este tipo de crímenes. "De esta manera, el presidente demostraría su apoyo a las personas que defienden los derechos humanos y a los periodistas independientes en la tarea, no solo legítima sino además fundamental, que desempeñan en la sociedad rusa", dice el comunicado de AI. Pero también el Parlamento Europeo reunido en sesión plenaria reflexionó sobre las relaciones UE - Rusia tras el asesinato y rindió homenaje a la reportera por "su coraje y entrega excepcionales".

El presidente de la Comisión Europea, José Manuel Barroso, declaró que la credibilidad del gobierno ruso está en juego y debe aprehender a los asesinos, cómplices y encubridores. "Es una cuestión de credibilidad del gobierno ruso y de las autoridades rusas. Deben demostrar que son capaces de poner ante la justicia a quienes

realizan ese tipo de crimen horrendo. Deseamos que sus asesinos sean puestos ante la justicia. La señora Politkovskaya fue una gran luchadora de la libertad de expresión", dijo Barroso el 15 de este mes a la BBC.

### Valiente y entregada labor

Anna venía informando sobre la situación de los derechos humanos en Chechenia, desde 1999, para el periódico bimensual *Novaia Gazeta* (para la edición del 9 de octubre debía entregar un artículo con fotos dedicado a la tortura en Chechenia: su material nunca llegó a la redacción). Su valiente y entregada labor de cobertura del conflicto ha sido reconocida mediante numerosos galardones, como el Premio Internacional de Periodismo de Derechos Humanos que le concedió la Sección Británica de Amnistía Internacional en 2001. También escribió profusamente sobre abusos cometidos en otros lugares de Rusia, como la violencia en el ejército, la corrupción en las estructuras estatales y la brutalidad policial. Publicó también "Rusia según Putin", editado en francés e inglés en el que denunciaba no solamente las exacciones en Chechenia sino también la corrupción y los ataques a los derechos humanos en el país.



## *Anna pensaba que la habían envenenado deliberadamente*

Anna Politkovskaya fue objeto de intimidación y hostigamiento por parte de las autoridades rusas y chechenas, a causa de sus críticas abiertas sobre la política y actuación del gobierno. En varias ocasiones fue detenida, amenazada y sufrió graves represalias a causa de su labor informativa, una de ellas en junio de 2004, cuando permaneció varias horas detenida en Tsenteroi (Chechenia), en el domicilio de Ramzan Kadyrov, actual primer ministro de Chechenia, donde, según dijo, fue insultada y amenazada. También, según informes, se le impidió viajar a Beslan (Osetia del Norte) en septiembre de 2004, durante la crisis de los rehenes que tuvo lugar en la localidad. Anna pensaba que la habían envenenado deliberadamente a bordo de un avión que volaba desde Moscú a Rostov-on-Don, ya que perdió el conocimiento tras beber una taza de té durante el vuelo.

### Las últimas consecuencias

Ahora, Vladimir Putin ha encargado al fiscal superior las investigaciones y ha dicho que será "hasta las últimas consecuencias, caiga quien caiga". En América Latina, creo, tenemos bastante experiencia con ese tipo de declaraciones. No por nada Reporteros Sin Fronteras lo tiene catalogado como "un depredador de la libertad de prensa" y afirma: "Como el fino estratega formado por la KGB que es, Vladimir Putin continúa su tarea de apropiación de los medios de comunicación. El Kremlin controla la prensa

---

escrita, las radios y los canales de televisión, a través del poderoso grupo energético Gazprom. Tan solo unos pocos periódicos escapan a ese dominio, para caer en el de los oligarcas. El presidente ruso monopoliza cada vez más la pequeña pantalla, e incluso se permite dar lecciones en directo a sus ministros. Un caso de impunidad ensombrece aún más el cuadro : el asesinato en 2004 de Paul Khlebnikov, periodista de la revista norteamericana Forbes, cuyos autores intelectuales no han sido identificados todavía".

No es la primera vez que escribimos sobre este tema. Así, las historias de cómo Putin salió de compras para controlar los medios o de cómo creó *Russia Today* para controlar la imagen internacional de su Federación, aparecieron en las ediciones anteriores de Chasqui 72, 82 y 92 con los titulares "¿Hay ahora libertad de prensa en Europa Oriental?", "Rusia, Putin contra la prensa" y "Revive el culto a la personalidad en Rusia".

Politkovskaya tenía un fino humor crítico, porque además de la obvia relación de Putin con la KGB, prefirió compararlo con la figura del clérigo zarista Akaky Akakievich, creación literaria del autor ruso Nikolay Gogol. Akakievich deseó ser exitoso modificando la cáscara, su costra, usando un abrigo costoso; solo le importaba la apariencia. Cuando se lo robaron, descubrió que estaba vacío. Putin se le parece: es pequeño, es un personaje gris que no desea serlo, tiene una oportunidad histórica para tener otro color, pero está condenado a ser lo que es, gris.

### Otros asesinatos

No podemos cerrar esta parte sin referirnos al asesinato en Moscú del gerente comercial de la agencia de prensa ITAR-TASS, Anatoli Voronin (55). De acuerdo con fuentes policiales fue

asesinado con un objeto corto punzante; recibió varias punzadas y su cuerpo inerte fue encontrado al día siguiente por su chofer. Esto ocurrió 16 de octubre 2006. La policía trata el tema como un asesinato, no tiene aún el motivo claro del hecho y para los investigadores policiales el crimen no se cometió por sus actividades profesionales sino por su estilo personal de vida o se trató de un asalto común. Lo cierto es que nada fue robado de su departamento. Voronin tenía 23 años de trabajo para la agencia de prensa, un organismo estatal, de las mayores agencias del mundo.



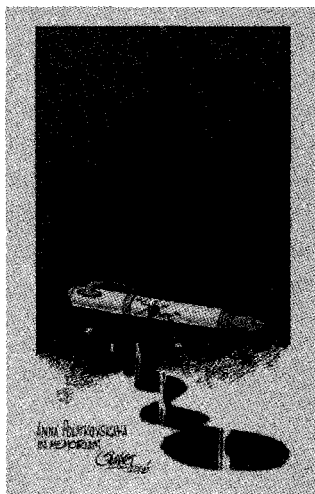
Anatoli Voronin

Ni podemos terminar sin señalar que en octubre la serie de asesinatos no se detuvo para nada. El 11 de octubre, otro sicario mató por la tarde, también en Moscú, a Alexander Plochin (38), director de la sucursal del segundo banco más grande de Rusia: *Vnestorbank*. Su cuerpo fue encontrado, en la escalera de la casa donde vivía, muerto con un tiro a la cabeza. En este caso, la policía y los investigadores piensan que se trató de un asesinato a encargo, provocado por sus actividades profesionales. Dos días después, tres sicarios atentaban contra el primer vicegobernador del Banco Central ruso, Andrei Kozlov, un funcionario calificado de incorruptible que entró en choque con varios sectores porque luchaba contra el lavado de dinero, fue asesinado a la salida del complejo deportivo moscovita *Spartak*. Fueron tres los asesinos, que se entregaron voluntariamente a la policía, porque no recibieron su paga y empezaron a temer por sus propias vidas.

## La punta del témpano

¿Fue el asesinato de Politkovskaya un acto aislado? Hemos señalado ya que no: lo peor es que tampoco parece que será el último. Más parece ser la punta de un témpano que encierra algo peor: que todos nuestros derechos civiles y humanos están siendo mancillados en nombre de "causas superiores". En la Rusia de Putin es Chechenia, es su zona de influencia en sus ex satélites como Ucrania y Georgia tomadas por Occidente mediante revoluciones perfectamente dirigidas, su espacio vital ante una OTAN que se acerca peligrosamente, con los Estados Unidos que desea instalar en la zona bases que controlarán el sistema antimisiles de protección temprana en Polonia o la República Checa. Hay muchas "causas superiores" para violar uno que otro derecho en nombre de la seguridad nacional.

Y en Occidente la cosa no es tan buena. Al momento de terminar de escribir esta nota (19 de octubre) el presidente de los Estados Unidos ha promulgado la Ley Sobre Comisiones Militares (aprobada el 29 de septiembre en el Congreso). Amnistía Internacional opina lo siguiente: "La ley da el visto bueno en la práctica a las violaciones contra los derechos humanos cometidas por los Estados Unidos en la guerra contra el terror. Esta ley coloca a los Estados Unidos directamente al margen del derecho internacional, y ha convertido la mala política del Ejecutivo en mala legislación nacional. Amnistía Internacional hará campaña para que esta ley sea revocada, y solo espera que su constitucionalidad sea cuestionada en los tribunales".



El mundo atraviesa un período complicado y peligroso: Washington y Moscú tienen una agenda violenta que no admite críticas ni el control independiente a sus métodos de luchar contra los enemigos, reales o imaginarios. En ambos casos hablamos también de recursos energéticos. Putin lo ha dicho claramente a principios de octubre: Rusia tiene los recursos naturales pero es el Kremlin el que los controla. Rusia ha hecho sentir a Europa Occidental, el invierno pasado, que va en serio cuando se trata de negociaciones, críticas y respeto a una superpotencia. Redujo suministros a Georgia y Ucrania, asustó a Alemania.

Washington se garantiza el abastecimiento de energía desde Iraq. El presidente de los Estados Unidos ha definido que en esta marcha no admite puntos neutros: o eres mi amigo o eres mi enemigo. En el contexto de la "guerra contra el terror" y citando informes de AI: el gobierno estadounidense ha recurrido a las detenciones secretas, a las desapariciones forzadas, a las detenciones prolongadas en régimen de incomunicación, a las detenciones indefinidas sin cargos, a las detenciones arbitrarias, y a la tortura y otros tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes. Miles de personas siguen detenidas indefinidamente bajo custodia militar estadounidense en Irak, Afganistán y Guantánamo.

## Puntos sobresalientes en la vida de Anna Politkovskaya

- Nacida en 1958 y graduada como periodista en la Universidad de Moscú en 1980, trabajó en el periódico soviético *Izvestiya* por más de una década. En 1999 se unió a *Novaya Gazeta*, uno de los pocos periódicos nacionales rusos que tomaron una línea editorial crítica contra el Kremlin.
- Reconocida periodista rusa de fama internacional por sus apasionados reportajes en el conflicto en Chechenia, denunciando los abusos a los derechos humanos y por su libro titulado *La*



*Guerra Sucia* en el que recogía sus experiencias como corresponsal durante el conflicto en el Cáucaso desde 1999.

- En 2004 ganó el premio *Olof Palme* por sus trabajos a favor de los derechos humanos "y su coraje y valor al trabajar en circunstancias difíciles y peligrosas".
- En julio del año 2000 escribió uno de sus más conocidos artículos titulado *En el Infierno*, en el que describe la capital chechenia, Grozny: "las ruinas de la ciudad son como una nueva montaña en el Cáucaso, hambre al estilo africano, niños casi en los huesos... las calles vivientes llenas de ojos muertos. Gente loca y medio loca. Calles donde se tropieza con las armas, minas donde quiera, explosiones permanentes, desesperanza".
- En octubre de 2002 fue una de las pocas personas

que entraron a un teatro en Moscú cuando los rebeldes chechenos tomaron cientos de rehenes pidiendo negociar, lo que terminó en matanza.

- En 2004 trató de llegar a Beslan cuando los chechenos tomaron la escuela, pero durante el vuelo alguien le dio comida envenenada y cayó gravemente enferma.
- En ese mismo año publicó su libro *La Rusia de Putin: La vida en una fallida democracia*, describiendo a Rusia como un país donde los derechos humanos son rutinariamente violados.
- Su último artículo publicado en *Novaya Gazeta* el 28 de septiembre fue una condena a las milicias pro-Kremlin que operan en Chechenia como parte de la política de chechenización de Moscú.



Aleksandr Litvinenko, antes y después

### El espía asesinado por investigar asesinato de la periodista

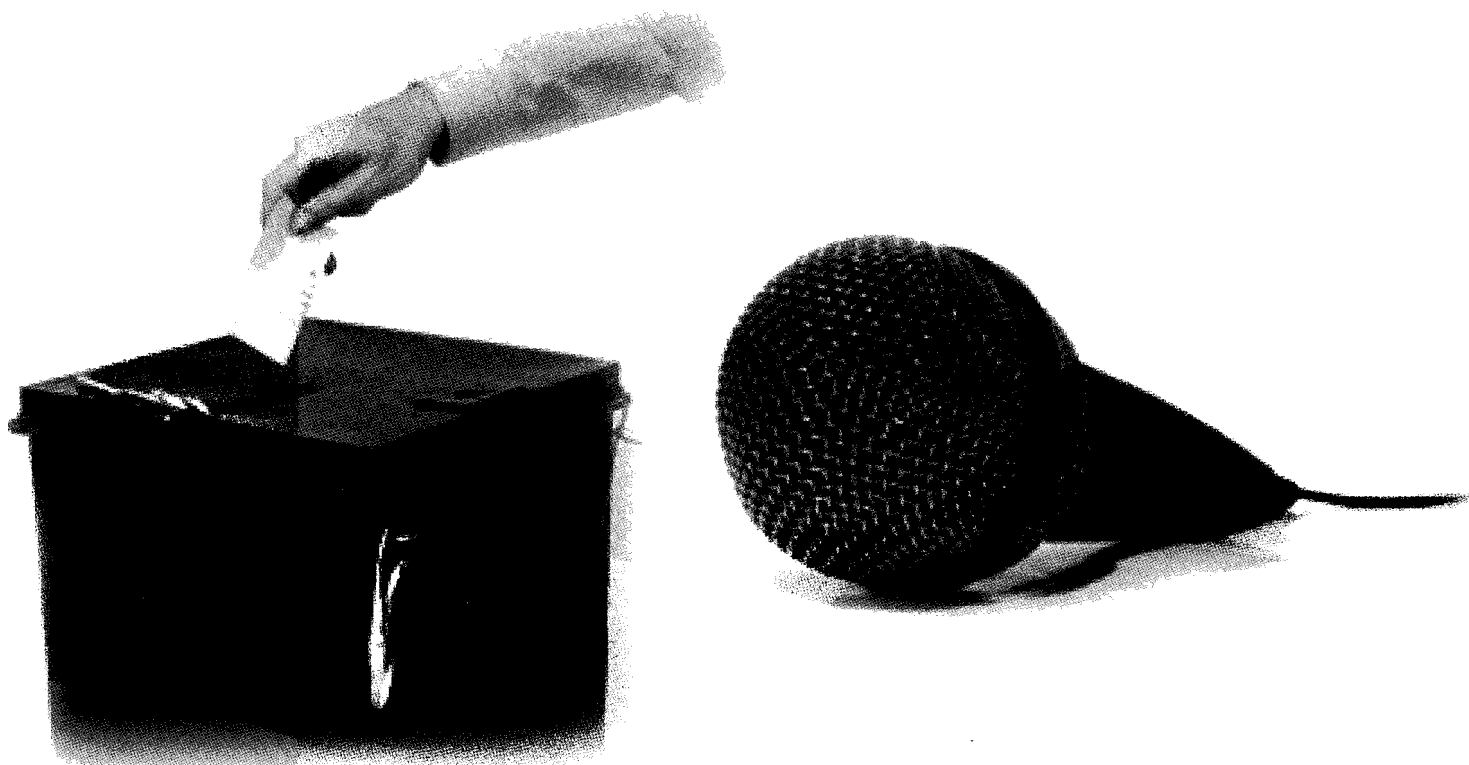
Al finalizar noviembre el mundo se conmovió al saber que el ex-espía ruso Aleksandr Litvinenko había muerto en su refugio en Londres, envenenado con polonio, horas después de recibir información sobre el ajusticiamiento en Moscú, un mes antes, de Anna Politkovskaya.

El presidente de la Federación Rusa, Vladimir Putin, señalado inmediatamente como autor intelectual de ambas muertes, se apresuró a desmentir su ninguna responsabilidad en los incidentes, cuyas características pusieron en problemas a las relaciones diplomáticas entre Londres y Moscú.

Lo único cierto es que algo aún difícil de identificar está ocurriendo con las libertades en Rusia. Raúl Sorrosa, escribiendo un mes antes para Chasqui desde la República Checa, pronosticó que en cualquier momento ocurriría un nuevo asesinato y así ha sido.

Rusia embarcada con el resto de las potencias en la convivencia pacífica post guerra fría, resulta ser un protagonista intocado, en donde campea la impunidad. Pese a los llamados de Amnistía Internacional, Reporteros sin Fronteras y otros organismos mundiales, los jefes del Kremlin ofrecen "investigaciones hasta las últimas consecuencias" y se quedan tan campantes, como ocurría cuando en la monarquía zarista, la arbitrariedad y el despojo, eran el pan de todos los días. ☪

# Influencia de los medios en el voto



## **E** Francisco Javier Paniagua Rojano <sup>■</sup>

En la mayoría de los países democráticos, tanto en Europa como en América Latina, gran parte de la acción política se juega en los medios de comunicación, que se han convertido en el único escenario en el cual se debate un consenso político. En los últimos años, los foros televisivos, las encuestas y el marketing político han reemplazado la relación directa entre el ciudadano y sus representantes, la discusión en las plazas de las ciudades, e incluso el debate en las instituciones. Lo

cierto es que se han convertido en la principal plataforma a través de la cual los políticos dirigen sus mensajes no solo al electorado, sino también a sus adversarios, sus manifestaciones y sus denuncias.

Los medios de comunicación contribuyen a la construcción de la realidad política. De ésta depende la decisión del elector de ir a votar o no, y a qué partido político. La pregunta es, ¿qué imagen

■ *Francisco Javier Paniagua Rojano*, español, profesor de la Universidad de Málaga  
Correo-e: [fj-paniagua@terra.es](mailto:fj-paniagua@terra.es)

---

ofrecen los medios de la política?, ¿sucede la realidad política como la cuentan los medios? ¿Se puede decir que el mensaje político publicado en los medios refleja la realidad política que acontece? ¿Y qué efecto tiene sobre el elector?

### **Factores que intervienen en la construcción de la realidad política**

Con la pregunta "¿qué contaremos hoy?" comienzan a diario su trabajo las redacciones de todo el mundo. El espacio (página en prensa y tiempo en radio y televisión) está en blanco. Desde el "momento cero" hasta la publicación de una información, ésta atraviesa un proceso que la *mass communication research* ha estructurado en las ya conocidas tres etapas (*Newsgathering*, *Newsmaking*, y *Newsreporting*). En cada una de ellas se toman una serie de decisiones, que de manera directa o indirecta condicionan la realidad política que ofrecen los medios: la selección de las fuentes, el profesional que cubrirá la noticia, la sección, etc. Es lo que llamamos *Gatekeeping*.

En todo este proceso intervienen una serie de factores que Paula Shoemaker (1991) clasifica en lo que denomina cuatro niveles de mediación:

**a. Las características individuales de los periodistas.** Su formación académica, su experiencia, su comportamiento ético; las aptitudes personales, valores y creencias que presenten, así como sus tendencias políticas. Todos estos elementos pueden influir en el tratamiento que el profesional dará a las noticias políticas.

**b. Las rutinas profesionales.** Aquellas prácticas que se repiten con frecuencia en el quehacer informativo y que constituyen el contexto inmediato en el que se desenvuelven los periodistas.

**c. Cuestiones organizacionales.** La influencia que ejerce sobre la información todo lo que tiene que ver con la infraestructura del medio: organización del personal, distribución de las secciones, condiciones tecnológicas, suscripción a una o varias agencias de noticias, identidad propia de la redacción, propiedad del medio...

**d. Elementos externos al medio:** las fuentes, la competencia empresarial con otros medios de comunicación, la publicidad, los gobiernos y la audiencia.

Si todo esto es así, si el proceso de elaboración de la información implica mucho más que una función de selección, se puede decir que el mensaje político que llega desde las instituciones o los partidos políticos sufre una transformación severa al ser recogido por los medios de comunicación. De hecho, de una misma realidad política se obtienen relatos diferentes según cuál sea el medio que la aborde. Es lo que ha llevado a Richard Davis a contraponer en *The Press and American Politics. The New Mediator* (1992) la "teoría del prisma" a la del "espejo", según la cual los medios no reflejarían la realidad tal cual es, sino que actuarían como un prisma que recibe rayos de luz (informaciones de toda procedencia) y los refracta, constriñe y expande. De esta forma, los medios encuadran, enfocan, transforman e incluso inventan en ocasiones la actualidad sobre la que deben informar.

***El mensaje político sufre  
una transformación severa  
al ser recogido por los  
medios de comunicación***

### Algunas reflexiones de los profesionales de los medios (informe anual de la profesión periodística 2005)

- En la actualidad, el 83 por ciento de los profesionales que trabajan en los medios de comunicación en España son **Licenciados en Periodismo**, el 7,2 por ciento en otra licenciatura de Ciencias de la Comunicación, el seis por ciento posee otro título universitario y sólo un 3,7 por ciento no tienen ninguna titulación.
- Más de la mitad de los periodistas consultados (51,3 por ciento) cree que la **posición política** que mejor define a la profesión es la izquierda o el centro-izquierda.
- Aunque los problemas de naturaleza ética aparecen en un segundo plano respecto de los laborales (un 63 por ciento cree que la precariedad laboral es el principal problema de los periodistas), una mayoría de los profesionales reconoce haber recibido **presiones** de algún tipo en el ejercicio de su actividad. Así lo reconoce el 62,1 por ciento de los periodistas, que señalan el origen de estas influencias en las **instituciones políticas (22,2 por ciento)**, los anunciantes (nueve por ciento), empresas (8,2 por ciento), representantes de las instituciones (4,5 por ciento) y otros grupos de presión (2,7 por ciento). La radio y las agencias son los medios en los que más profesionales han recibido presiones de instituciones políticas (32 por ciento en cada caso), seguidos de la prensa digital (23,5), la prensa escrita (20,7 por ciento), la televisión (19,1), las revistas (17,5 por ciento). En la mayoría de los casos estas presiones van dirigidas a evitar la publicación de una noticia (65,9 por ciento) o la modificación de ésta (52,3 por ciento), según reconocen los directores de los medios en el estudio de 2004.
- Estos datos hacen que el propio periodista tenga la percepción de que su nivel de **independencia** se sitúe en una escala del uno al 10 por debajo del aprobado, en concreto 4,9 por ciento.
- Para los periodistas españoles, las especialidades de la profesión que menos se ajustan en su práctica a la **ética profesional** son la crónica social (2,2 sobre 5 por ciento) y la política (2,5 sobre 5 por ciento).
- Según se recoge en un estudio realizado por el Observatorio de Periodismo en Internet, puede afirmarse que, en la mayoría de los casos, los medios representan la realidad política desde el punto de vista del Gobierno o de la oposición, es decir, que predominan las fuentes institucionales, por lo que la agenda mediática no la definen los propios medios, el 90,9 por ciento de las noticias son de iniciativa ajena, y solo el 8,9 por ciento se corresponde con noticias de iniciativas propias del medio (y aun en este caso puede haber duda).

## La percepción del ciudadano de la realidad política

Los medios de comunicación, especialmente la televisión, juegan un papel importante dentro de la política, que depende hoy más que nunca de los medios, como señala Raúl Trejo, que considera que "en las democracias occidentales se practica una **democracia para los medios**", probablemente, sin prestar al ciudadano la importancia que éste merece en la mayoría de los casos. Ahora bien, otra cosa bien distinta es preguntarnos sobre los efectos de estos en los ciudadanos.

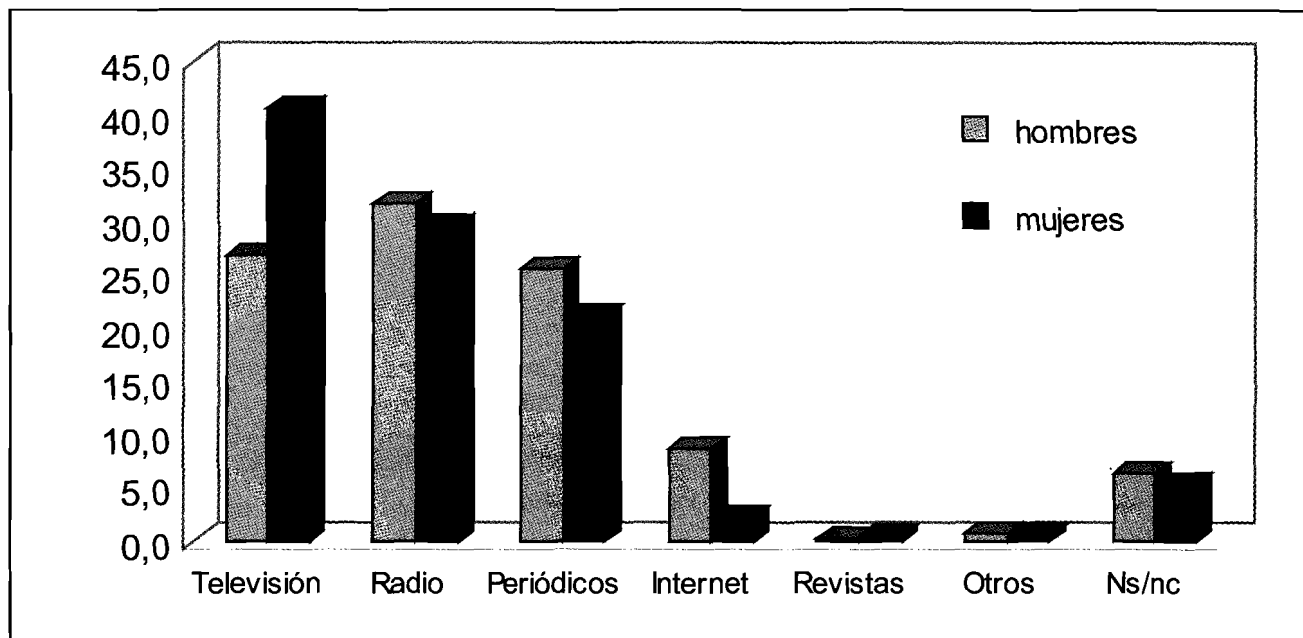
En primer lugar, hay que explicar que, hasta ahora, la medición de los efectos de los medios ha seguido el esquema tradicional de la psicología, basado en la publicidad comercial, que entiende la influencia de los medios en tres niveles distintos:

**la cognición:** (por la cognición sabemos que Mariano Rajoy es el portavoz de la oposición y candidato del PP a la presidencia del gobierno o que José Luis Rodríguez Zapatero es el presidente del Gobierno y que es del PSOE), **la actitud o juicio:** (el juicio permite valorar si Rajoy o Zapatero son buenos candidatos), **el comportamiento:** (actuación según el juicio tomado: votar a Rajoy o a Zapatero)

María José Canel, en *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, propone un modelo de análisis del impacto que el mensaje político tiene en los ciudadanos, que se resume en los siguientes términos:

**Datos sociodemográficos:** edad, sexo, estatus social, nivel formativo, etc.

### Medio de mayor credibilidad por sexo



Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Encuesta realizada por Demométrica

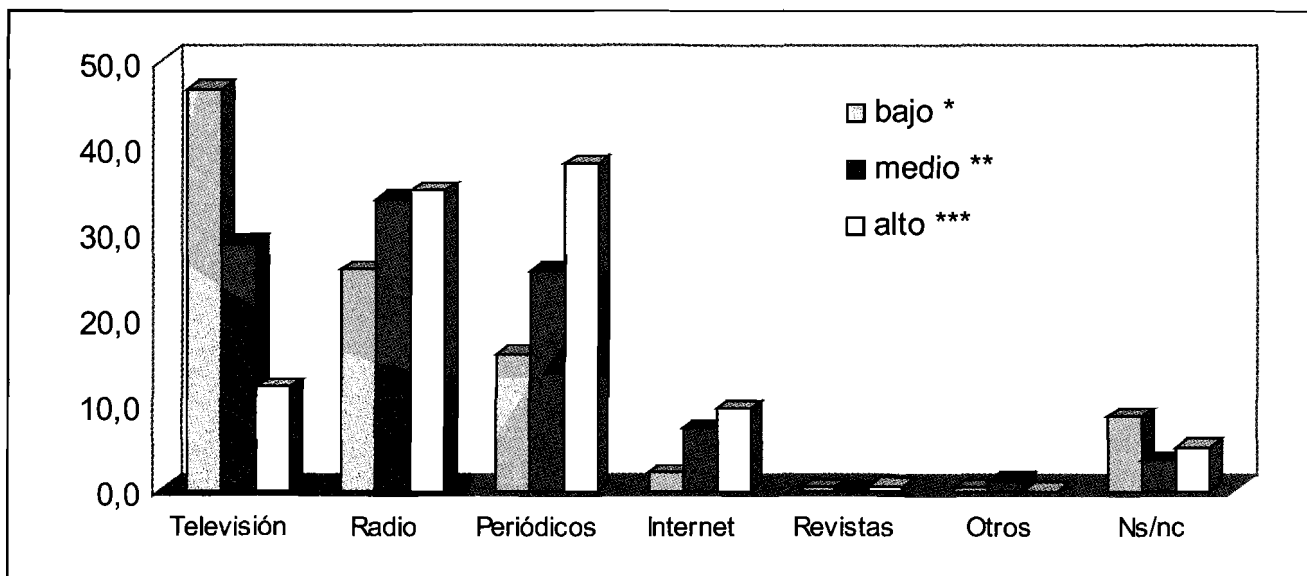
# COMUNICACIÓN POLÍTICA

## Medio de mayor credibilidad por edades

MEDIO	18-29 años	30-44 años	45-64 años	65+ años
Televisión	31,6%	33,2%	33,2%	36,6%
Radio	23,6%	33,2%	32,5%	32,2%
Periódicos	31,6%	20,7%	24,3%	17,3%
Internet	9,9%	8,2%	1,9%	1,1%
Revistas	0,0%	0,3%	0,3%	0,5%
Otros	0,7%	0,3%	0,6%	1,1%
Ns/nc	2,6%	4,1%	7,1%	11,2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2005  
Encuesta realizada por Demométrica

## Medio de mayor credibilidad por nivel de estudios



\* Sin estudios / terminados antes de los 16 años

\*\* Terminados a los 19 años / diplomados / carreras técnicas

\*\*\*Licenciados, ingenierías, etcétera

Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística 2005  
Encuesta realizada por Demométrica



## Implicación de los ciudadanos en los asuntos públicos

Según el *Barómetro de enero de 2005* del CIS, solo a tres de cada diez españoles (29,6 por ciento) les interesa la política, frente al 69,7 por ciento que le interesa poco (35,6) o nada (34,1).

A pesar de que más del 60 por ciento de los ciudadanos está bastante satisfecho o muy satisfecho con la democracia en España, el grado de implicación de estos en los asuntos públicos es bajo con respecto a otros países: solo un cinco por ciento ha intentado ponerse en contacto con sus representantes cuando ha tenido algún problema. y solo el 3,1 por ciento reconoce que está afiliado a un partido político.

a. **Las tendencias políticas**, su grado de implicación con un partido, su comportamiento electoral, su posicionamiento ideológico, etc. Como sucede en el caso de los periodistas, ideológicamente, la mayoría de los españoles se define de centro-izquierda (66 por ciento) frente al nueve por ciento aproximadamente que confiesa ser de derechas, según el Barómetro del CIS de enero de 2005.

b. **Consumo de medios**: facilidad de acceso a los medios, frecuencia de consumo de los medios, franja horaria de televisión y radio en la que consume la información política, medio específico por el que la sigue, el grado de atención que presta a la información política y la confianza en los medios de comunicación.

Medio por el que sigue la información política	Todos los días	3-4 días por semana	1-2 días por semana	Con menor frecuencia	Nunca	N.S.	N.C.	(N)
Lee las secciones políticas de los periódicos	15.2	15.2	17.2	17.2	33.9	1.0	0.3	(2479)
Escucha las noticias de la radio	30.5	17.2	12.3	15.9	23.1	0.7	0.3	(2479)
Ve las noticias de la televisión	64.1	19.2	8.1	4.2	3.4	0.7	0.3	(2479)
Aparte de las noticias, escucha otros programas sobre política en la radio	9.0	9.4	11.7	20.0	48.2	1.2	0.5	(2479)
Aparte de las noticias, ve otros programas sobre política en televisión	7.4	11.6	15.1	25.0	39.2	1.2	0.4	(2479)
Usa Internet para obtener información acerca de la política	2.9	3.3	2.7	7.1	81.9	1.6	0.4	(2479)

Fuente: *Barómetro de enero de 2005*  
Centro de Investigaciones Sociológicas



## Grado de interés mostrado por tipos de noticias

TIPO DE INFORMACIÓN / por ciento	Mucho	Bastante	Poco	Ningún	NsNc
Información política	14,8	35,4	32,6	17	0,3
Información política local	13	36,1	33,7	19,9	0,3
Información deportiva	17,2	27	30	25,3	0,2
Información financiera y de negocios	4,8	16,2	40,3	36,9	1,8
Información internacional	16,3	48,7	27	7,7	0,2
Sucesos	12,4	40,3	36,4	10,6	0,3
Información científica y tecnológica	12,6	39	31,3	15,4	1,6
Noticias del corazón	2,8	12,7	29,6	54,8	0,2
Información cultural	17,8	50,7	26,3	4,7	0,4

Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Encuesta realizada por Demométrica

## Grado de confianza por las noticias

	Mucho	Poco	Ninguna	NsNc
<b>Culturales</b>	63,5	24,7	7,5	4,4
<b>De ciencia y Tecnología</b>	48,9	27,7	11,6	11,8
<b>De sucesos</b>	44,2	40,7	11	4,1
<b>Deportivas</b>	43,4	27,7	18,3	10,6
<b>Internacionales</b>	41	42,7	11,7	4,6
<b>Financieras y negocios</b>	22,1	34,8	25,1	18
<b>Del corazón</b>	4	21,1	70,5	4,4,
<b>Política</b>	18,8	50,9	26,5	3,8
<b>Política local</b>	22,7	51,8	21,8	3,8

Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Elaboración propia

Por otro lado, hay que destacar que el sistema español de medios se parece poco al norteamericano, a no ser por la deriva banalizante que describe realidades duales, de riqueza y pobreza mediática en las clases socioculturales, contraste que es mucho menos acentuado en el resto de Europa. Según distintas argumentaciones teóricas, como la más reciente de Hallin y Manzini, el sistema mediático español

aparece entre los europeos de baja gama democrática, esto es, lo que se enuncia como una **democracia polarizada**, que se da en las naciones con dictaduras no muy lejanas, con pobre nivel de organización profesional, predominio de los intereses industriales sobre los cívicos, escasa o nula autorregulación, ausencia de códigos éticos, etc.

**Credibilidad de los periódicos nacionales de información general,  
deportivos y gratuitos sobre una escala de 1 a 4  
(puntuación más alta: 4)**

	Respuestas 2005	Hombre Media	Mujer Media	18-29 Media	30-44 Media	45-64 Media	65+ Media	Bajo Media	Medio Media	Alto Media
El País	147	3,0	2,9	3,1	2,9	2,9	3,2	3,0	3,0	2,9
El Mundo	95	2,9	3,0	3,3	2,8	3,0	2,9	3,0	3,1	2,8
El Periódico de Catalunya	52	3,0	3,0	2,9	3,1	2,9	2,5	3,0	3,0	2,7
La Vanguardia	40	3,2	3,4	3,2	3,2	3,3	3,7	3,3	3,3	3,3
ABC	37	3,1	3,0	3,2	3,0	2,8	3,3	2,6	3,1	3,1
Marca	23	2,6	3,8	2,9	2,6	3,8	4,0	3,2	3,1	1,5
La Razón	13	2,1	3,0	3,0	2,7	2,5	2,4	2,0	2,6	2,7
20 Minutos	15	2,6	2,8	2,4	3,0	2,7	2,7	3,2	2,5	2,0
Metro	7	2,4	2,5	2,4	0,0	2,5	0,0	2,5	2,4	0,0
Qué!	7	3,3	3,4	3,6	2,5	0,0	4,0	4,0	3,3	2,0
As	6	3,3	0,0	3,0	3,3	0,0	3,5	3,5	3,2	0,0

Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Encuesta realizada por Demométrica

## COMUNICACIÓN POLÍTICA

### Credibilidad de las emisoras nacionales de radio sobre una escala de 1 a 4 (puntuación más alta: 4)

	Respuestas 2005	Hombre Media	Mujer Media	18-29 Media	30-44 Media	45-64 Media	65+ Media	Bajo Media	Medio Media	Alto Media
<b>SER</b>	197	3,1	3,3	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,0	2,9
<b>COPE</b>	104	3,3	3,4	3,5	3,2	3,3	3,4	3,3	3,1	2,8
<b>Radio Nacional</b>	102	2,9	3,2	3,0	3,1	3,1	2,9	3,1	3,0	2,7
<b>Onda Cero</b>	86	3,1	3,3	3,0	3,1	3,2	3,6	3,5	3,3	3,3
<b>Punto Radio</b>	12	3,3	3,1	0,0	3,2	3,3	2,5	3,0	3,1	3,1

Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Encuesta realizada por Demométrica

### Credibilidad de las emisoras nacionales de TV sobre una escala de 1 a 4 (puntuación más alta: 4)

	Respuestas 2005	Hombre Media	Mujer Media	18-29 Media	30-44 Media	45-64 Media	65+ Media	Bajo Media	Medio Media	Alto Media
<b>TVEI</b>	275	2,7	3,1	2,8	2,8	2,9	3,1	3,0	2,7	2,8
<b>Antena 3</b>	246	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0	3,2	3,2	3,0	2,5
<b>Telecinco</b>	224	2,9	3,0	2,8	3,0	3,1	3,2	3,2	2,9	2,7
<b>La 2</b>	38	3,0	2,9	3,0	3,1	3,0	2,7	2,9	3,0	3,0
<b>Canal +</b>	11	2,6	3,0	2,1	3,7	2,7	1,0	2,9	3,0	2,2

Fuente: *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*  
Encuesta realizada por Demométrica

Conviene resaltar que la identificación con la línea política solo es motivo de confianza en los medios para el 13,7 por ciento de la audiencia, a pesar de que, como es de suponer por los datos ofrecidos en las tablas anteriores referidas a la credibilidad de los periódicos y las cadenas de radio y televisión, existe una identificación mayoritaria entre la orientación de los receptores y la sensibilidad política de los medios que habitualmente consumen. Llama la atención si desglosamos esta variable en función de sexo, edad y nivel formativo.

Así, el 16,4 por ciento de los hombres sí reconoce su identificación política con los medios

que consume habitualmente, frente al 10,8 por ciento de las mujeres. Este motivo de elección gana peso a medida que avanza la edad de los encuestados, sobre todo entre los 30 y 64 años, donde la mitad de los preguntados reconoce que se identifica políticamente con la línea editorial de los medios que consume habitualmente.

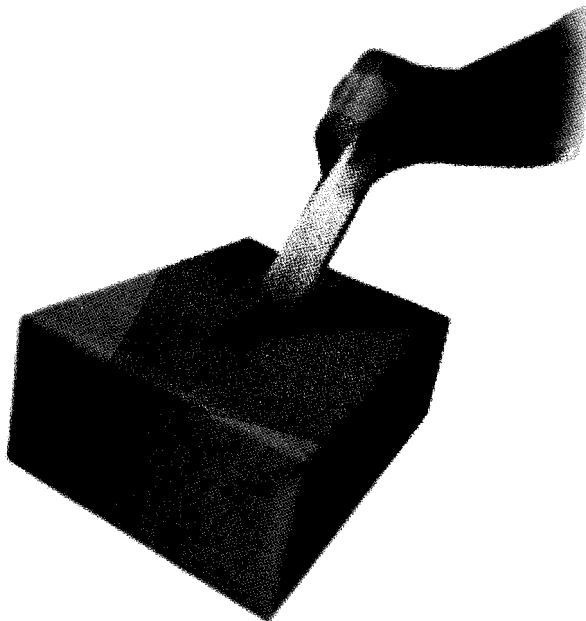
Por la tanto, medir con exactitud el número de electores que deciden su voto gracias a los medios de comunicación, o conocer qué partidos se ven favorecidos en los resultados electorales por la influencia de los medios es una

---

tarea imposible, ya que cada votante es un caso particular.

Así, cobra relevancia la teoría de las preferencias políticas en la recepción del mensaje: se tiende a prestar más atención a los que están más en sintonía con sus tendencias políticas y evitar los contrarios. En definitiva, este **proceso selectivo** es una autoprotección o autoselección que consta de tres fases:

**1) La exposición selectiva:** tendencia que tienen los ciudadanos a exponerse a aquellas informaciones más en consonancia con sus intereses y actitudes. Por ejemplo es impensable que un votante de izquierda acuda a un mitin de un partido de derecha o viceversa.



**La decisión de votar depende de la realidad que construyen los medios**

**2) La atención selectiva:** tendencia a prestar atención a las informaciones o aquellas partes de las mismas que más coinciden con nuestras ideas, creencias o conductas, y al mismo tiempo evitar las contrarias. Por ejemplo el votante de izquierda es más probable que preste mayor atención a aquella noticia que ofrece una visión más acorde con su ideología o sus valores.

**3) La retención selectiva.** Por las razones expuestas, el receptor suele recordar con más facilidad aquellas partes del mensaje que estén en más consonancia con sus propios intereses y actitudes.

Resumiendo, podemos afirmar que el efecto que producen los medios en los ciudadanos es selectivo, y siempre atendiendo a una serie de factores que condicionan el valor que el receptor da a la noticia, sobre todo si tenemos en cuenta que los ciudadanos con derecho a voto reconocen que las principales razones de su voto (en primer o segundo lugar) son la ideología (33 por ciento), el programa electoral (32 por ciento), la capacidad del partido para gobernar (25 por ciento), la actuación del partido en la legislatura anterior (23,7 por ciento), el líder del partido (22,9 por ciento), la campaña electoral (11,7 por ciento), la experiencia de los candidatos (10 por ciento) y la tradición familiar (5,6 por ciento). Precisamente los medios de comunicación son el principal canal de información por el que los españoles conocen cada uno de estos elementos (salvo la tradición familiar y la ideología) que le ayudarán a formarse su propia realidad política, en función de los factores mencionados a lo largo de todo este artículo. ❁

# Elecciones de México en la prensa estadounidense



Sergio Inestrosa ■

**E**ste texto es el resultado de un proyecto de investigación sobre los medios de comunicación y la política en los Estados Unidos. Esta investigación se centró en las noticias que la prensa estadounidense difundió sobre el proceso electoral mexicano. El monitoreo comenzó a hacerse a partir de febrero, cuando arrancaron formalmente las campañas en México, y terminó el 6 de septiembre, fecha en que la prensa dio a conocer al ganador oficial de las elecciones del 2 de julio.

La metodología que se usó fue, primero clasificar los periódicos en dos: de tiraje nacional, como el *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, y periódicos regionales, como: *Dallas Morning News*, *Houston Chronicle*, *Los Angeles Times*, *La Opinión*. En todos los casos se monitorearon las páginas de Internet y se imprimió la información relativa a las elecciones mexicanas. Después se pasó a evaluar la calidad de la información y a hacer el reporte. La razón fundamental

■ *Sergio Inestrosa*, mexicano, profesor en el Endicott College, de Beverly, Massachusetts, Estados Unidos, investigador en medios de comunicación, política y ensayística latinoamericanas.  
Correo-e: [sinestro@endicott.edu](mailto:sinestro@endicott.edu)

---

para dividir la prensa en dos niveles obedeció a la forma en que la misma prensa abordó el tema de las elecciones, mientras los periódicos regionales dieron cuenta desde un principio y casi a diario del proceso electoral mexicano, en algunos casos reproduciendo información tomada de periódicos mexicanos, como es el caso de *Dallas Morning News* que reprodujo textos del periódico *El Universal*; los periódicos nacionales, por su parte, comenzaron a ocuparse del proceso electoral de forma más sistemática hasta mediados de junio, justo después del segundo debate y cuando las encuestas hablaban de un empate técnico entre el candidato del partido oficial, Felipe Calderón, y el de la coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador.

La hipótesis de trabajo fue que las elecciones en México debían despertar un interés relativo en la prensa estadounidense, dado que México no solo es el vecino del sur sino el tercer socio comercial de los Estados Unidos. Aunque hay que apresurarse a decir que la prensa estadounidense no es muy afectada a prestar atención a los asuntos extranjeros y, por el contrario, tiende a privilegiar la agenda doméstica, a menos que un asunto internacional revista especial importancia para los intereses de los Estados Unidos, como es el caso del tema del terrorismo, la Guerra en Irak, el conflicto Árabe-Israelí, el programa nuclear en Irán.

## ***La prensa estadounidense no es muy afectada a prestar atención a los asuntos extranjeros***

### **El contexto**

Hay que destacar que este año ha sido de mucha actividad electoral en América Latina. Durante el 2006 se han celebrado elecciones en Chile, Perú, Colombia, Costa Rica, Nicaragua, México, Ecuador, Venezuela, además de Brasil y Haití y en muchos de estos países la izquierda ha logrado ganar las elecciones.

En México las elecciones se celebraron el domingo 2 de julio. En ella participaron cinco candidatos, cuatro hombres y una mujer. Al arranque del proceso, se veía a los tres partidos grandes, Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido de Acción Nacional y Partido de la Revolución Democrática (PRD), como los partidos con mayores posibilidades de triunfo, pero poco a poco la contienda se perfiló como una cuestión de dos: Felipe Calderón, del PAN, y Andrés Manuel López Obrador, de la Alianza por el Bien de Todos, que incluía al PRD. La noche misma del 2 de julio, los dos candidatos se declararon ganadores y al día siguiente, López Obrador destapó la caja de Pandora al afirmar que había habido fraude y que él no reconocía el triunfo de Felipe Calderón. De esta forma se inició una larga batalla legal y fue el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) quien determinó, el 5 de septiembre, que Felipe Calderón había ganado las elecciones por un margen de apenas 0.58 por ciento, es decir unos 243 mil votos sobre Andrés Manuel López Obrador.

### **La agenda de la prensa**

La investigación reveló que la agenda de la prensa regional fue más variada, aunque se ocupó de los asuntos de México de forma más regular. Entre los asuntos que la prensa regional colocó en agenda están: el mundial de fútbol, el IV Foro Mundial del Agua que se celebró en Ciudad de México en el mes de marzo, la posible legalización

de los inmigrantes en los Estados Unidos, que coincidió con las marchas de latinos en distintas ciudades estadounidenses, la violencia en México y la inseguridad en la frontera, el encuentro Fox-Bush que se celebró, a finales de marzo, en Cancún, para dar seguimiento a los trabajos de la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN).

La prensa nacional, por el contrario, fue más selectiva y comenzó a ocuparse de las elecciones en la medida en que se acercaba la fecha y las encuestas comenzaron a mostrar un virtual empate entre el candidato oficialista y el izquierdista López Obrador, sugiriendo una elección muy cerrada que podía ser impugnada por alguno de los candidatos. Este nuevo escenario era una buena oportunidad para que desde los Estados Unidos se apuntalara a Calderón como la mejor opción para México, sobre todo después de los triunfos de la izquierda en otros países de la región. Lo que menos le interesaba a los Estados Unidos era tener un gobierno de izquierda al otro lado de la frontera sur.

### **El voto de los mexicanos en el extranjero**

Por primera vez en la historia de México se pudo votar en el extranjero, pero el proceso fue tan engorroso que menos de 57 mil mexicanos se registraron. A mediados de febrero, dos periódicos regionales: *Los Angeles Times* y *La Opinión*, periódico que se publica en español en Los Angeles, destacaron el bajísimo número de votantes mexicanos registrados para votar en el extranjero. Ambos periódicos tomaron la información de agencias noticiosas, *La Opinión* la tomó de EFE y *Los Angeles Times*, de AP. La noticia de *Los Angeles Times* señalaba que en los Estados Unidos viven casi cuatro millones de mexicanos con credencial de elector, pero que la mayoría vive ilegalmente y no va a México para votar, pues tendría después que pagar unos dos mil

dólares a los "coyotes" para volver a cruzar la frontera. El periódico también señaló que el proceso de registro para votar fue muy burocrático y restrictivo. Por su parte, *La Opinión*, en un tono menos crítico, señaló que las casi 57 mil solicitudes llegaron al Instituto Federal Electoral (IFE) desde 86 países y que en la promoción del voto en el extranjero participaron unas 138 organizaciones sociales.

### **El seguimiento a los candidatos**

En la prensa estadounidense fue Felipe Calderón el que recibió una mayor cobertura y atención por parte de la prensa. Esto se debió, en parte, a que su equipo de campaña hizo un mejor trabajo de cabildeo entre los periodistas y, en el fondo, porque Calderón es el candidato que mejor representa los intereses de los Estados Unidos en México.

El 17 de mayo, el periódico *Dallas Morning News* reportó que ante un mal inicio de campaña, Felipe Calderón contrató los servicios de dos expertos norteamericanos en marketing político (Dick Morris, ex-asesor de Bill Clinton, y Robert Allyn, estratega del Partido Republicano) quienes le aconsejaron una estrategia agresiva sobre la base de una campaña de spots negativos en los que se vinculaba a López Obrador con el presidente venezolano Hugo Chávez, y se le presentaba como un candidato intolerante, un verdadero peligro para México.

***Lo que menos le  
interesaba a los Estados  
Unidos es tener un  
gobierno de izquierda al  
otro lado de la frontera***



Sin embargo, fue un extenso artículo titulado "The Populist at the Border" publicado el 4 de junio en el *The New York Times* por el editorialista David Rieff, el que marcó el punto de quiebre en la percepción positiva que tenía la prensa estadounidense de López Obrador. El artículo no solo cuestionó la capacidad y las intenciones del candidato de la Alianza por el Bien de Todos, sino que hizo eco de la campaña negativa de Calderón al presentarlo ante el público estadounidense como un peligro también para los Estados Unidos, como alguien que generaría mayor inestabilidad en los mercados y que incrementaría la inmigración. El equipo de López Obrador cometió el error de no darle importancia a la prensa en los Estados Unidos y no revertió la imagen negativa ni en México ni al otro lado de la frontera y, como sabemos, terminó perdiendo las elecciones.



### La cobertura del proceso electoral

En general, se puede afirmar que la prensa, tanto a nivel regional como nacional, hizo de las elecciones mexicanas parte importante de su agenda, especialmente a partir de mediados de junio, justo después del segundo debate y cuando las encuestas comenzaron a mostrar un empate técnico entre Felipe Calderón y López Obrador. Para algunos periodistas, esto era un indicador de que Calderón podía ganar, aunque fuera por un margen muy mínimo, pues como se dice en política, caballo que alcanza gana.

Los periódicos de circulación nacional como *The Washington Post*, *The New York Times* y

*Wall Street Journal* tienen reporteros destacados en México y fueron estos los encargados de dar seguimiento a los eventos relacionados con el proceso electoral. Los periódicos regionales suelen comprar las noticias de las agencias noticiosas, salvo el caso de periódicos importantes como *Los Angeles Times* que también tienen sus reporteros.

Entre los meses de mayo y septiembre 5, cuando el Tribunal Electoral Federal declaró presidente electo a Felipe Calderón, *The Washington Post* publicó 196 noticias relacionadas con las elecciones, lo cual es una cifra muy importante tratándose de un tema

internacional que no es parte fundamental de la agenda de política exterior de Washington como lo son el terrorismo, la Guerra en Iraq, el conflicto palestino y la crisis nuclear con Irán. *The Washington Post*, además, abrió un espacio llamado *Mexico Votes 2006*, a cargo de la periodista Ceci Connolly, que siempre hacía una buena síntesis informativa de lo que otros estaban informando sobre las elecciones y a partir de ello se invitaba al público a reaccionar frente a las noticias que ella publicaba sobre el proceso electoral. Este espacio tuvo gran interés y hubo ocasiones en que hubo hasta 39 páginas de comentarios.

Por su parte, fue en *The New York Times* donde apareció el mayor número de artículos de fondo que analizaba el proceso electoral y los escenarios posibles para solucionar la crisis pos-electoral. A nivel regional fueron los periódicos *Dallas Morning News* que abrió un espacio titulado *Mexico 2006 the Race for President* y el *Houston Chronicle*, que más notas sobre las elecciones reportaron, con un total de 103 cada uno hasta el 5 de septiembre.

### **Noticias de fraude**

En junio 12, *Los Angeles Times* publicó un artículo titulado *Old-Style Taint Shadows Election in México* escrito por el periodista Richard Bodreaux. En ese artículo se daba cuenta del financiamiento ilegal por parte del gobierno federal en favor del candidato del Partido de Acción Nacional. Además se afirmaba que en repetidas ocasiones el presidente Vicente Fox se inmiscuyó en el proceso electoral violando con ello la ley. El periódico aclaró que la legislación mexicana es diferente de la estadounidense y lo que en los Estados Unidos es legal, no lo es necesariamente en México.

El lunes 3 de julio la prensa norteamericana dio cuenta de lo cerrada que había resultado la elección

en México y poco después comenzó a reportar las acusaciones de fraude por parte del candidato de la Alianza por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador. Sin embargo, poco a poco, ante la inconsistencia y contradicciones de las acusaciones de López Obrador, la prensa empezó a distanciarse de la noción de fraude y puso el énfasis en la solución al proceso electoral que estaba en manos del Tribunal Electoral Federal, que tenía la autoridad y solvencia suficiente para determinar la legitimidad del proceso y legitimar así al ganador.

### ***La prensa se distanció de la noción de fraude y puso el énfasis en la solución del proceso electoral***

En esta etapa del proceso es quizá cuando mejor se puede apreciar el trabajo de lobby de la gente de Felipe Calderón en la prensa estadounidense, pues poco a poco los periódicos comenzaron a abandonar a López Obrador en su demanda de hacer un conteo general de los votos y a confiar en la autoridad moral del Tribunal Electoral Federal. El último periódico en recomendar a López Obrador acatar el fallo del tribunal fue *The New York Times*, en un editorial en el que le recomendó a Calderón no olvidar al tercio de la población que votó en su contra e insistió en la importancia de incluir algunas de las propuestas de López Obrador sobre el combate a la pobreza en su plan de gobierno.

### **El declarado vencedor**

La prensa dio a conocer el martes 5 de septiembre, un día antes de que venciera el plazo legal para declarar al vencedor, que Felipe Calderón

---

había ganado las elecciones del 2 de julio. La prensa norteamericana también dio a conocer las reacciones y descalificaciones que hiciera López Obrador frente a la decisión del Tribunal y su plan de continuar la resistencia civil, ya no a través de los plantones sino de una Convención Democrática Nacional que se celebró el 16 de septiembre, día de la independencia nacional, y que declaró a López Obrador "presidente legítimo" frente a un gobierno que, desde ya, ellos consideran ilegítimo.

El reportero James C. McKinley Jr., del *The New York Times*, al escribir sobre la declaración del Tribunal Electoral Federal que daba el triunfo a Felipe Calderón recordó la larga historia de fraudes en las elecciones mexicanas, e hizo eco de la desconfianza de los seguidores de López Obrador sobre la imparcialidad del proceso y sobre la honorabilidad de las instituciones encargadas de organizar las elecciones.

## Colofón

Contrario a lo que suele ocurrir con la prensa en los Estados Unidos, que es poco receptiva del panorama internacional, esta vez tanto a nivel regional como nacional reportó de forma más o menos amplia el proceso electoral; por supuesto que las circunstancias del proceso electoral mexicano, descritas antes, favorecieron el interés de la prensa.

Otro elemento que explica esta singular atención de la prensa estadounidense por el proceso electoral fue el contexto particular que vive América Latina este año del 2006 con tantos procesos electorales, algunos de ellos ganados ya por partidos de izquierda. El que en México triunfara la izquierda era una situación que los Estados Unidos no estaba dispuesto a permitir; no olvidemos que el candidato del PAN es quien asegura de mejor manera la continuidad de las políticas neoliberales que se han venido aplicando desde los años ochenta en México y que cuentan con el respaldo de los Estados Unidos y del Fondo Monetario Internacional.

Tampoco se puede despreciar el trabajo de lobby hecho por el equipo de Calderón y que logró generar simpatías para su candidato entre los periodistas estadounidenses. En ello se ve la mano no solo de su asesor en asuntos internacionales, Arturo Sarukhán, ex-cónsul en Nueva York, sino también del ex-secretario de Relaciones Exteriores de México, Jorge Castañeda. ❁



Felipe Calderón triunfó en forma ajustada

México:

# Campañas electorales americanizadas



**Irving Berlín Villafaña** ■

**A**unque los consultores norteamericanos reducen las campañas electorales al arte de ganar el poder usando tres ingredientes básicos, el dinero, los medios televisivos y las campañas negativas, me parece, que son mucho más que eso. Las campañas electorales son el momento culminante de la representación política que transfiere el poder

■ *Irving Berlín Villafaña, profesor universitario. Maestría en Comunicación por la Universidad Internacional de Andalucía.*

*Ex becario del CIESPAL.*

■ *Correo-e: iberlin@hurra.modelo.edu.mx*

---

del pueblo a los gobernantes. Lo esencial, en consecuencia, es la calidad de esa representación. El conteo de los votos es, ciertamente, una convención que hemos acordado para medirla, pero, sin lugar a dudas no es suficiente.

Si las campañas son procesos controlados con técnicas comunicacionales y éstas no mejoran las condiciones de la transferencia del poder ciudadano a los gobernantes, entonces vivimos democracias de pacotilla. Algunos datos, como los niveles crecientes del abstencionismo entre los votantes mexicanos, llaman la atención sobre la dudosa calidad de la representación, lo mismo que los frecuentes conflictos poselectorales en campañas muy competidas. Un repaso de las etapas de la campaña electoral mexicana del 2006 para elegir Presidente de la República también da cuenta de diversos factores de distorsión de la transmisión del poder al gobierno.

### Primera

La elección mexicana, desde mi punto de vista, tiene tres partes. La primera del 18 de enero al 13 de marzo, cuando cada candidato hacía propuestas e intentaba sumar al electorado presentando básicamente:

- a) Propuestas de gobierno.
- b) Propuestas ideológicas derivadas de los partidos. y,
- c) Características emotivas de los candidatos.

En ese momento, Andrés Manuel López Obrador (Coalición por el Bien de Todos: PRD-PT-Convergencia) iba arriba con el arrastre de su política populista y una larga precampaña favorecida por el episodio del desafuero.

Las otras campañas estaban a la zaga, diez puntos abajo, y las campañas convencionales no parecían rendir frutos. Felipe Calderón, del PAN, en segundo lugar; Roberto Madrazo, del PRI, en tercero y dos candidatos más en los últimos, remotos

lugares: Roberto Campa, del PANAL, y Patricia Mercado, de Alternativa Socialdemócrata y Campesina.

### Segunda

La segunda etapa se inició el 15 de marzo con la nueva estrategia de contraste que implementó el PAN. A partir de este momento, puede verse en páginas de periódicos y reportes noticiosos lo siguiente:

- a) Inicio de una campaña televisiva intensa de ataques contra López Obrador, (cosa que, por ejemplo, en España tiene mayores límites porque los partidos políticos no pueden comprar publicidad política a las televisoras nacionales y el acceso a la televisión pública es proporcional).
- b) Aumento del protagonismo del Presidente Fox, que también se suma al ataque del PAN a un proyecto político indeseable para el país.
- c) Cambio de *slogan* de Calderón y variación populista en sus ofertas electorales.
- d) Cobertura televisiva desfavorable al Sr. López en parte promovida por el desdén perredista al duopolio audiovisual. El 1 de abril las encuestas ya mostraban un descenso de la intención de López Obrador.

En este momento también se sitúan los peores errores del candidato de la Coalición por el Bien de Todos:

1. Atacó duramente las encuestas, en lugar de guardar silencio y rectificar.
2. Se aisló voluntariamente de los medios de comunicación y enfrentó a algunos comentaristas.
3. Se negó a participar en el primer debate, e
4. Inició una campaña de protección, de defensa ante los ataques del PAN y solo inició su campaña negativa hasta el 9 de mayo, más de un mes después de resistir el ataque.

## Tercera

La tercera etapa se inició con el segundo debate televisivo, en el cual Andrés López Obrador denunció al candidato de Acción Nacional acusándolo de favorecer ilegalmente a empresas de su cuñado, con el propósito claro de ajustar su intención de voto a la baja en fechas cercanas a la elección.

Aquí encuentro las siguientes características:

- Ataque informativo y publicitario contra los candidatos del PAN sobre el caso de corrupción de la empresa Hildebrando, (cosa que en los Estados Unidos hubiera ocurrido al mismo tiempo que el primer ataque contra el PRD, puesto que las elecciones no duran la locura de seis meses y no hay tiempo para espaciar ataques y defensas),
- Negociaciones cupulares presuntas entre funcionarios del gobierno federal y gobernadores priístas y de otros partidos para conseguir el voto útil del PRI en desbandada electoral,
- La activación de nuevos actores, ilegales de acuerdo con el Código Electoral, como los grupos empresariales que difundieron *spots* no favorables al candidato del PRD (cosa que en los Estados Unidos está permitida, ya que las campañas se refuerzan por grupos de interés), y
- Andanada de *spots* con ataques, defensas, propuestas y solicitud del voto. En términos jurídicos, el PAN, a la inversa de la primera etapa del negativismo electoral, tuvo que defenderse y usar los mismos argumentos esgrimidos por la Coalición por el Bien de Todos ante el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Federal correspondiente.

Las campañas electorales, al modo americano, son procesos dinámicos monitoreados por las encuestas para ajustar las estrategias hasta lograr un mejor posicionamiento o el empeoramiento de los enemigos. La evidencia empírica de esta elección

parece confirmar la eficacia de las técnicas: campañas negativas creíbles sumadas a errores mediáticos del adversario se traducen en la reposición de ambos candidatos: uno hacia abajo y el otro hacia arriba. ¿Son estas variables las que hacen ganar o perder una elección? ¿Dinero, inversión en campaña de ataques, tiempo para realizarlos, control mediático sobre los actores e intervención de coadyuvantes con mayor presencia televisiva? ¿La legislación mexicana está diseñada para la aplicación de campañas electorales al estilo gringo?



---

## La representatividad cuestionada

¿Por qué se ganan o se pierden elecciones? En el caso mexicano podemos decir, por ejemplo, que el panista Felipe Calderón ganó porque:

- a) La campaña negativa del PAN creó miedo o conciencia sobre los riesgos de elegir a López Obrador,
- b) La atmósfera negativa se incrementó gracias a la ayuda del Presidente Fox que mediante spots y declaraciones cuestionó la plataforma del perredista,
- c) Las negociaciones con gobernadores priístas funcionaron al quitarle fuerza al candidato Madrazo y reorientar el voto útil de muchos de ellos hacia el PAN,
- d) Contó con la ayuda de otros actores -ilegales para la legislación mexicana- como los grupos empresariales que en la recta final pagaron *spots* "concientizadores" del voto contra AMLO,
- e) La encuesta de GEA-ISA publicada el 1 de abril abrió camino para parar una tendencia de opinión pública y revertirla, aprovechando errores del tabasqueño, hasta crear otro clima comunicacional más favorable,
- f) La campaña negativa implementada por el PRD en su contra no tuvo la contundencia o "tiempo aire" suficiente para disminuirle electores de manera significativa.

En contraparte, podemos suponer que López Obrador perdió las elecciones porque:

- a) Padeció la soberbia de meses de liderazgo y pensó que podía llegar a gobernar sin las televisoras, como parece decir en los primeros días de abril,
- b) Tomó decisiones de comunicación equivocadas (faltar al primer debate y darle argumentos a los medios, defenderse mucho y atacar tarde, cuestionar las encuestas, encarar periodistas, etc.),

## *Las campañas electorales, al modo americano, son procesos dinámicos monitoreados por las encuestas*

- c) Respondió con ineficiencia al ataque concertado de varios actores -PAN, Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Vicente Fox y luego los grupos empresariales, etc.
- d) Hubo deficiencias en la operación política de la selección de candidatos y arreglos de cupula con priístas descontentos con la campaña de Madrazo,
- e) Sus propuestas populistas empezaron a caer en lo risible para la clase media -como aquella de otorgar un subsidio directo a personas de escasos recursos-,
- f) Los mexicanos entendieron, de verdad, que es un peligro para México,
- g) El ataque a Felipe Calderón en el caso Hildebrando llegó tarde.

Este catálogo de versiones puede irse enriqueciendo, desde luego, con las propuestas de diversos observadores de la política o comunicación. Quisiera, sin embargo, hacer notar que:

- a) Algunos aspectos de estas campañas no contribuyeron a mejorar la argumentación ni la calidad de la información que orientara la decisión electoral. Como saben los diversos candidatos, los *spots* negativos son simplificaciones bárbaras que distorsionan la información política.



b) La calidad del arbitraje electoral a cargo del IFE, Instituto Federal Electoral, fue deficiente ya que no pudo frenar a tiempo la desinformación ni la participación de actores contra la Ley. Incluso, al final del proceso, el Tribunal Federal Electoral hizo señalamientos en el sentido de denunciar las violaciones presuntas del Presidente Fox y las agrupaciones empresariales, sin consecuencias legales de ninguna clase, a no ser que se tratara de "regaños tibios e informales".

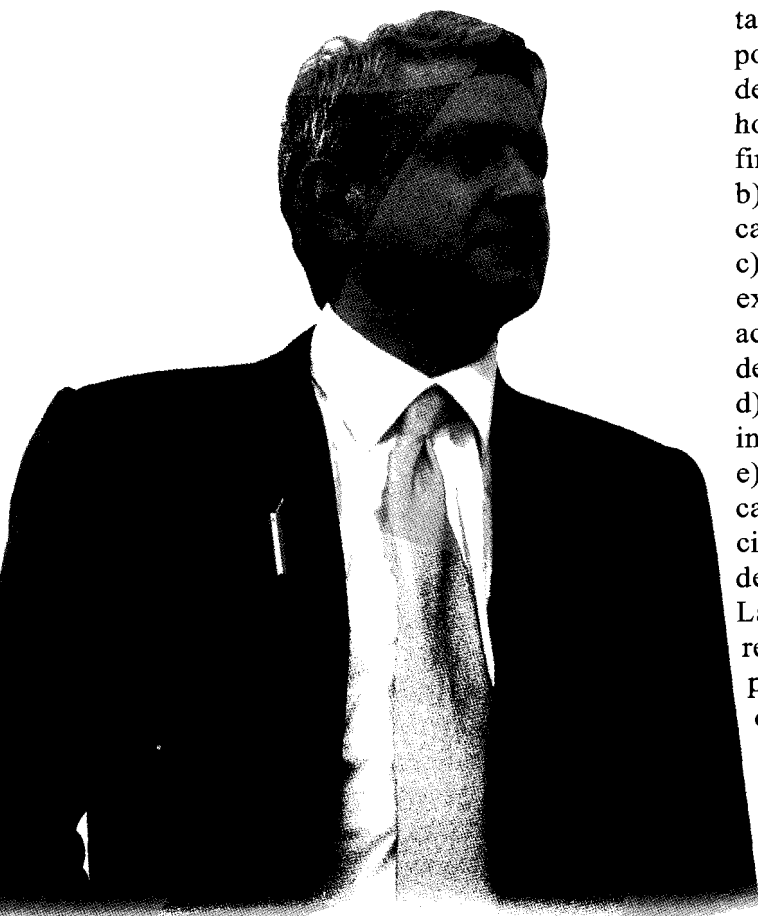
c) Los efectos negativos contra AMLO suscitados por las irregularidades del Presidente y de los empresarios que manipularon a un número relevante de votantes son científicamente indemostrables. Es decir, no hay científico social en este planeta que pueda demostrar de manera irrefutable y a toro pasado, que una serie de *spots* y un paquete de declaraciones tuvieron efectos en tales o cuales votantes para hacer la diferencia en contiendas electorales cerradas. En consecuencia, no es posible demostrar ninguna cosa; ni que no son relevantes para alterar la voluntad popular y tampoco que lo son. **Es decir, no pueden ser probados, por la naturaleza multicausal del hecho social.** Lo que sí es demostrable es que se violó la Ley y la equidad, de acuerdo con las reglas mexicanas del juego.

*La irrupción de las técnicas americanas, con alguna ayudita clientelar, logró remontar las tendencias de la opinión pública*



d) Las innovaciones estratégicas de esta campaña no tuvieron antecedente en el país y que las instituciones que las regularan o sancionaran se vieron superadas por la acción de los agentes con todo y sus poderes de facto.

e) La libertad de los actores más poderosos de la sociedad se privilegió por encima de la equidad entre los jugadores políticos. Y que la falta de equidad, en cualesquiera que sean sus factores y sus efectos, impide la adecuada y limpia transferencia del poder del pueblo a los gobernantes. Más aún cuando la diferencia de votos fue de 0.56 por ciento.



El desfase entre las instituciones y la realidad de estas campañas electorales pasaron por alto el debate libertad-igualdad y las nuevas formas de persuadir a los votantes a través de las técnicas mediáticas. En México, el entramado organizador de las elecciones que permitió la alternancia política del PRI a un partido conservador, no facilitó el ascenso del populismo izquierdista, y sí exhibió sus inconsistencias al ponerse en funcionamiento nuevos recursos para retener el poder. Algunas de estas inconsistencias fueron:

a) Tiempos electorales muy largos que desgastan

tanto a los ciudadanos como a los grupos políticos, pudiendo afectar la unidad interna de los partidos, la credibilidad del proceso y la honestidad en el manejo de las fuentes de financiamiento.

b) Vacíos normativos para frenar mensajes calumniosos entre los candidatos y partidos.

c) Incapacidad de sanción y acción jurídica expedita para frenar la participación de actores coadyuvantes, ajenos a la contienda, de acuerdo con la legislación mexicana.

d) Técnicas insuficientes de monitoreo de información política.

e) Incapacidad de deslindar entre delitos y campañas de información negativa. Incapacidad, en suma, de mantener las mismas reglas del juego electoral para unos y otros por igual. Las tensiones entre las instituciones y la realidad se han manifestado en el conflicto postelectoral que vive el país y el mismo dictamen que el Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial elaboró para sancionar el proceso.

La irrupción de las técnicas americanas, utilizadas en la contienda electoral, con alguna ayudita clientelar, logró remontar las tendencias de la opinión pública desfavorables al candidato del Presidente Fox. Sin embargo, otros efectos colaterales se relacionan con una disminución de la calidad de la representación, puesto que la legitimidad del ganador ha sido cuestionada desde las élites políticas que perdieron. La americanización de las campañas electorales escribe capítulos con pena y sin gloria en democracias defectuosas, donde el buen manejo de las estrategias y tácticas novedosas pueden hacer ganar a un candidato y perder o afectar la gobernabilidad, agudizando la crisis de las instituciones. ❁

# La entrevista como género de la comunicación política

Rafael Yanes Mesa ■



**E**l diálogo entre un periodista y un comunicador político puede tener dos objetivos: hacer una semblanza del personaje o conocer sus comentarios sobre un asunto de la actualidad informativa. La entrevista, como género periodístico, la entendemos como el texto resultante de esta conversación, que, en el periodismo escrito, puede estar redactado en primera persona con las palabras textuales de ambos, es decir, una entrevista directa, o como un artículo basado en las declaraciones de un determinado personaje, que es la entrevista creativa. En el caso de la radio y la televisión, la verdadera entrevista -al margen de que se emita en directo o en diferido-, es la que llega al receptor en su integridad. Cuando se hace una selección de respuestas se acerca más a una rueda de prensa, aunque solo hubiera un periodista; o a un reportaje,

■ *Rafael Yanes Mesa, español, doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna -Islas Canarias, España, autor de varios libros entre ellos, Géneros periodísticos y géneros anexos. Correo-e: rafaelyanesmesa@yahoo.es*

---

si se utiliza como complemento de una información. La entrevista es una conversación que se da a conocer en un medio informativo.

La entrevista en radio y televisión es comunicación política directa, pues la conversación se emite en su integridad y el periodista no interpreta la importancia de cada una de las respuestas con una titulación determinada. Cuando esta entrevista provoca una noticia por el contenido de una determinada respuesta, se convierte en comunicación política indirecta.

Gabriel García Márquez opina que es el "género maestro", porque en ella está la fuente de la cual se nutren todos los géneros periodísticos, mientras que algunos autores consideran que la entrevista es un género auxiliar de otros, como la crónica o el reportaje. Montserrat Quesada la define como un método mediante el cual un periodista entra en contacto con un personaje que despierta interés público por su personalidad o por el cargo que ocupa, aunque diez años más tarde, esta autora, en una obra conjunta con Eric Frattini, le añade un condicionante a esta definición que le otorga mayor exactitud, al concretar que se trata de un "texto especializado".

Posiblemente, la entrevista es el género más auténticamente periodístico y protagonista de las mayores polémicas, pues mientras unos consideran que es el que menos se ha estudiado y parece ser la "hermana pobre" de las Ciencias de la Información, otros lo rechazan plenamente y afirman que es el género que más se ha investigado y uno de los que más monografías ha originado. Probablemente esta última opinión esté más cerca de la realidad, ya que la bibliografía existente sobre la entrevista es bastante amplia entre los géneros de esta ciencia que aún está iniciando su andadura.

En el caso de la entrevista política, lo único que la diferencia de las demás modalidades se circunscribe al protagonista, que es un líder político.

Ni conceptualmente ni en su estructura formal tiene otra característica que la singularice. Es un texto que contiene un mensaje persuasivo, emitido por un comunicador político, dentro de un texto informativo. La entrevista tiene una finalidad persuasiva, porque las opiniones del entrevistado son ya una subjetividad, pero esta función está ligada a la persona que las expresa y no al periodista ni al contenido de la información que finalmente se publica. No es un texto de opinión. Es un género que informa sobre las opiniones de un personaje de relevancia política.

#### **Una conversación publicada**

Sigfried Mendel afirma que "las entrevistas son tan variadas como las personas que las conceden, los reporteros que las hacen y las noticias que las suscitan", y Montserrat Quesada asegura que hay casi tantos tipos de entrevistas como periodistas entrevistadores. Dejando al margen la posible exageración de ambas aseveraciones, es conveniente analizar lo que de este género han escrito algunos estudiosos para acercarnos a su concepto teórico. Manuel del Arco ofrece la definición más breve, y que puede servir para iniciar su estudio: "es una conversación llevada a letra impresa". Una entrevista es, sencillamente, un intercambio oral o escrito con una persona de relevancia que despierta interés en la opinión pública. Además de tratarse de una conversación, debe ser un texto atractivo para el lector, aunque la mayoría de las definiciones insisten en dos elementos ineludibles: el diálogo y un texto periodístico con características propias.

La entrevista es un género principalmente informativo, a pesar de que también existen distintas modalidades de ésta que no lo son estrictamente, incluso puede considerarse como un subgénero dentro del reportaje, cuando el texto se redacta en tercera persona, y no reproduce literalmente las palabras del entrevistado. Se trata de un género al que se le supone de máximo interés,

porque sitúa al lector en contacto directo con el mundo particular y privado de unas personas que destacan por sus cualidades intelectuales, artísticas, humanas, o el cargo que ostentan.

La entrevista, a pesar de ser un texto eminentemente informativo, puede incluir alguna apreciación del periodista en forma de comentario explícito sobre el contexto, pero nunca sobre las respuestas, ya que su fin es informar objetivamente de las opiniones expresadas por el entrevistado.

Pero la entrevista política no es simplemente una conversación, sino el relato resultante de ella. Se trata de un texto que se publica en un periódico en el que se da cuenta del diálogo sostenido entre un periodista y un líder social del que interesa su opinión sobre algún asunto. Es un diálogo entendido como una apertura del entrevistado hacia el receptor, por lo que el periodista se convierte en un puente de relación entre las opiniones del personaje y las inquietudes políticas del ciudadano.

Lo fundamental es considerarlo un género periodístico diferenciado. Se trata de un texto con características propias, basado en un diálogo con una persona cuyo nombre, actividad u opinión interesa a los demás. Aunque la entrevista es, ante todo, una narración, porque nos acerca a los personajes entrevistados a través de sus opiniones personales. David Vidal, basado en los estudios del teórico ruso Mijail Batjín, prefiere definir la entrevista no como un género específicamente periodístico, sino como un texto discursivo debido a que es una comunicación oral, es decir, enunciativa.

En cualquier caso, hay cuatro condiciones que debe reunir toda entrevista publicada en un medio informativo escrito: *interés real* por su protagonista o por la calidad de sus respuestas, primera condición sin la cual no merece ser publicada; *justeza en la transcripción*, pues, aunque no se publique lo contestado literalmente, tiene que reflejar la intención de cada respuesta; naturalidad en lo escrito, que debe transmitir al lector el tono en

el que se desarrolló la conversación; y amenidad, que son las aportaciones del periodista en la descripción del ambiente para lograr un texto agradable.

Se puede concluir en que la entrevista política es un género del periodismo informativo que refleja las respuestas de un responsable público, cuyas opiniones, debido al cargo que ostenta o a la actualidad informativa, son de interés general.

### Fases de la entrevista política

Una entrevista está compuesta por cinco integrantes: el entrevistador, el comunicador político, el medio informativo, el asunto y el contexto. De ellos, solo uno permanece en el tiempo mientras los otros cambian. Solamente el periodista continúa a través de las entrevistas de su vida. En este apartado se estudiará la realización del trabajo desde el punto de vista del entrevistado, que se concentra exclusivamente en el diálogo. Para el profesional de la información en el periodismo escrito existen tres momentos diferentes: la preparación del trabajo, la entrevista propiamente dicha, y la transcripción del texto. En el caso de la radio y la televisión no existe el tercero.

En general, las preguntas que se hacen en una entrevista pueden ser clasificadas en abiertas y cerradas. Las primeras son aquellas en las que el entrevistado tiene la posibilidad de responder como considere oportuno, mientras que las preguntas cerradas solo admiten un monosílabo, aunque puede estar acompañado por una explicación. Pero una clasificación de preguntas, en cuanto al objetivo que persiguen dentro de la entrevista, nos la aporta José Francisco Sánchez, quien considera que el éxito en ocasiones depende de cosas tan sencillas como el orden de las preguntas que se plantean. Estas son las acertadas indicaciones que recomienda este autor al periodista, y que puede servir al político para afrontar el diálogo con precaución. Son seis fases que conforman la elaboración de este género periodístico:

---

**1. Preguntas cómodas.** En primer lugar, y para ganar la confianza del comunicador político, el periodista comienza con preguntas fáciles de contestar que aportan un ambiente distendido, apropiado para una conversación amistosa. Son cuestiones gratas de recordar para el personaje, cuyas respuestas no van a aparecer en el texto que se publica pero son el comienzo adecuado para una charla íntima en la que se establece un clima que posibilita obtener algunas confidencias. Es una fase de aproximación entre las dos partes, con el único objetivo de establecer una cordialidad que facilite la conversación posterior. El entrevistado debe ser consciente de la existencia de esta estrategia y colaborar con ese clima afable basado en la sinceridad.

**2. Preguntas examen.** Son las que se plantean para comprobar la sinceridad del personaje, y, por tanto, el grado de fiabilidad de sus palabras posteriores. Las respuestas ya las conoce el periodista, pero se hacen para saber si existe una actitud a la defensiva por parte del entrevistado, o por el contrario se muestra abierto al diálogo. Aquí, la imaginación del periodista es la pieza clave para un acercamiento, y la prudencia del político para sincerarse en aquellos aspectos que no inciden en las posteriores respuestas.

**3. Preguntas ordinarias en orden creciente de dificultad.** Es la fase más importante de la entrevista. Por medio de preguntas auxiliares, se pretende llevar al entrevistado a las cuestiones más comprometedoras. Se trata de preguntar cosas que incluso pueden ya conocerse parcialmente, pero se hacen con el objetivo de obligar al personaje a manifestarse sobre algo que, si no es de esta forma, evadiría con facilidad. Es un procedimiento denominado por algunos periodistas como "la técnica del embudo", aunque no es una regla aceptada por todos. Aquí, el político debe centrarse fielmente a los mensajes persuasivos que tiene planificados emitir. No se trata de evitar algunas preguntas,

sino de centrarlas dentro del argumentario prefijado.

**4. Preguntas de humo.** Son las que utiliza el periodista a lo largo de la entrevista de forma esporádica con el objetivo de ganar tiempo ante respuestas inesperadas. Se trata de interrogantes abiertos que plantean cuestiones poco importantes que no interesan al periodista, para que en ese intervalo pueda meditar sobre un nuevo planteamiento de alguna circunstancia imprevista que aparece en la conversación y repreguntar algún aspecto concreto. Es fácil detectar cuándo sucede. El entrevistador titubea, y ese mismo tiempo debe preparar al político para centrar la respuesta que ya se ve venir.

**5. Preguntas finales sin grabadora ni bloc de notas.** Una vez terminada la entrevista formal, vienen una fase que puede considerarse fuera de la entrevista. En estos momentos, el entrevistado puede relajarse y hacer alguna manifestación importante que en el transcurso de la entrevista no había hecho por estar centrado en el mensaje que había planificado. Es una fase que en ocasiones se convierte en la más importante de la conversación, pues en ella pueden aparecer respuestas sorprendentes que finalmente formen el titular publicado. Naturalmente, el periodista debe respetar el *off the record* previamente pactado, pero la precaución en estos instantes finales es una regla de oro.

**6. Transcripción del texto.** Finalizada la entrevista -si no ha sido transmitida en directo-, su grabación está lista para ser emitida. Sin embargo, para el periodismo escrito llega un nuevo momento decisivo, que es el de redactar lo que se va a publicar, es decir, a todo lo grabado y anotado hay que darle forma. Si el comunicador político ha transmitido correctamente su mensaje, lo publicado finalmente deberá reflejar con claridad lo esencial de sus palabras.☪

# Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela



**Esteban Landau** ■

**S**iempre se pensó que la trama de la historia argentina y la de todos aquellos países del cono sur que sufrieron dictaduras militares en la década del 70 podría ser un buen argumento para una novela. Ahora esto es realidad.

La existencia de feroces represores que caminan por la calle como si nada pasara, de abuelas y madres de desaparecidos que buscan desesperadamente a sus hijos o a sus nietos y la propia historia de aquellos que recuperaron su identidad

■ *Esteban Landau, argentino, guionista y productor periodístico en la productora Cuatro Cabezas, egresado del IV Programa Balboa para jóvenes periodistas iberoamericanos.*

■ *Correo-e: elandau@datafull.com*



---

robada en los años de plomo es material suficiente para un verdadero "culebrón".

En la Argentina, este año, hay un programa que sobresale del resto. Se trata de Montecristo, una novela cuya trama gira en torno al tema del robo de bebés que se produjo en el país entre 1976 y 1983, durante la última dictadura militar.

La novela que se emite por Telefé -el canal líder de audiencia- es uno de los dos programas más vistos de año. Y junto con el éxito surgen algunos interrogantes: ¿es Montecristo una novela tradicional? ¿Respeto las leyes del género? ¿Hasta qué punto la ficción televisiva es fiel a la historia y al libro? ¿Cómo trabajaron los guionistas para adaptar la trama a la realidad política y social de un país, en este caso Argentina?

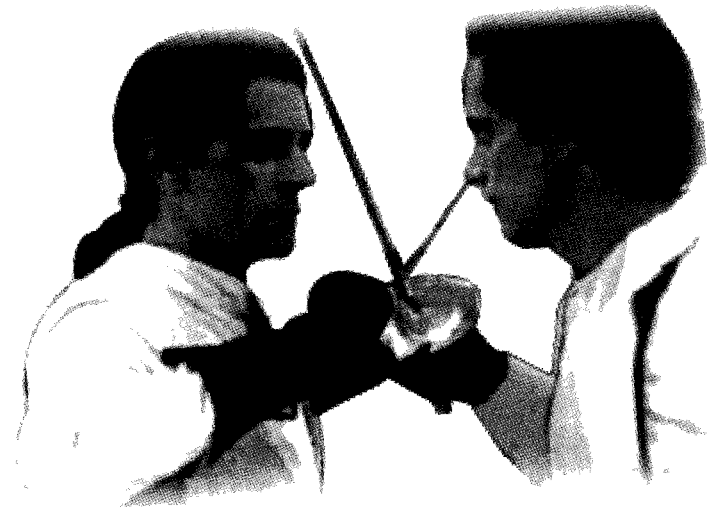
¿Fue acertado utilizar el argumento de los desaparecidos? ¿Qué opinan los organismos de derechos humanos al respecto? ¿La buena aceptación de la gente habla de una sociedad más madura y con memoria o es simplemente la aceptación de una telenovela más?

### **La trama y sus personajes**

Montecristo -una adaptación televisiva de la novela de Alejandro Dumas- tiene una trama simple y compleja a la vez. Santiago Díaz Herrera (Pablo Echarri) es un abogado joven y feliz que está a punto de casarse con Laura Ledesma (Paola Krum) de quien -sin que Santiago lo sepa- también está enamorado Marcos (Joaquín Furriel), su gran amigo a quien conoce desde la infancia.

Marcos es hijo de un empresario llamado Alberto Lombardo (Oscar Ferreiro). Lombardo tiene un pasado oscuro como médico y partero de un centro clandestino de detención. Cuando el padre de Santiago (Mario Pasik), un juez defensor de los

derechos humanos, está a punto de reabrir una investigación que lo involucra, Lombardo decide matar al juez y a su hijo.



El primer asesinato se lleva a cabo en Buenos Aires y el segundo queda en manos de Marcos, quien está con Santiago en un torneo de esgrima en Marruecos. Pero algo sale mal y Santiago no muere sino que es recluido en una prisión. Diez años después, Santiago sale de las sombras y tiene entre cejas la idea de vengarse de sus verdugos.

### **El triángulo amoroso**

En Marruecos, mientras agoniza en la playa, Santiago es salvado por Victoria (Viviana Saconne) quien lo ayuda a sobrevivir y a hacerse una operación para recomponer su rostro. Esa relación que nace entre ellos crecerá con el tiempo con el impulso compartido de encontrar verdad y justicia. Es que así como Santiago es hijo de un juez defensor de los derechos humanos, Victoria es hija de desaparecidos y está dispuesta a hacer todo lo posible para hallar a su hermana apropiada por los militares. Lo que no sospecha, y que quedará en evidencia a medida que transcurren los capítulos, es que su hermana no es otra que Laura, el verdadero y único amor de Santiago. Así es cómo se conforma un particular triángulo amoroso.

### ***Después de veinte años de los penosos hechos evocados se los aborda por primera vez desde la telenovela***

"La idea fue que la historia de amor, el triángulo amoroso de Santiago, Laura y Victoria, pasara por ahí. Utilizar para el melodrama la línea de dos hermanas separadas por circunstancias de la vida que se reencuentran en algún momento es un tema muy realizado en las novelas, pero esta vez lo contextualizamos con los desaparecidos y las familias rotas en aquella época", explicaba Marcelo Camaño -uno de los autores del programa- en una entrevista concedida al diario *La Nación*.

#### **La búsqueda de la identidad robada**

El tema de la identidad es un elemento clave a la hora del relato. Y no porque sea nuevo en el marco de las novelas -que en su mayoría giran en torno a ese problema-, sino porque ahora esa búsqueda está relacionada con un período histórico nefasto de la historia argentina.

"La telenovela Montecristo ha puesto en el tapete esta problemática, así como la desaparición de personas, el robo de niños, la tortura, el asesinato y la impunidad propios de la última dictadura argentina, sumados a otros temas universales como la traición, la envidia, el amor, la rivalidad, los celos, la codicia, la negación, la violencia familiar y la corrupción. Se trata de una telenovela en la que no están ausentes los recursos

propios del teatro dramático. De modo tal que los discursos creíbles y refinados se entremezclan con situaciones insólitas o extravagantes, produciendo una alternancia entre lo culto y lo popular" explica la filósofa Esther Díaz en una nota publicada en el suplemento Ñ del diario *Clarín*. Y agrega: "La remisión constante a los efectos del terrorismo de Estado en la Argentina marca un hito en la historia del género. Pues a más de veinte años de los penosos hechos evocados se los aborda por primera vez desde la telenovela. Y parecería que es justamente ahí donde se puede rastrear uno de los motivos del éxito".

#### **La adaptación del libro**

Otro gran acierto de Montecristo es haber logrado una adaptación del libro de manera tal que respete el espíritu, pero que al mismo tiempo pudiera ser el punto de partida para la historia. "Cuando empezamos a trabajar sobre la adaptación, primero al presente y luego a la Argentina, tuvimos en cuenta que en *El conde de Montecristo* el disparador de la historia es una cuestión política: una carta de Napoleón que Edmundo Dantés debe entregar y eso provoca que lo metan preso sin retorno, dice Adriana Lorenzón, también autora del ciclo, en el mismo reportaje publicado en el diario *La Nación*.

En ese sentido, de todos los temas que se podían abordar los autores eligieron uno con un transfondo político lo suficientemente fuerte para justificar el asesinato de un juez, que Santiago fuera preso y que hubiese una consecuencia luego en el presente. Y el que más le cerró fue el de la dictadura militar. "Nos pareció que iba a tener una base sólida para justificar todos los conflictos. Porque estamos hablando de una cuestión social que

---

es una herida abierta para toda la sociedad argentina", explican los autores y ponen énfasis en la dicotomía entre venganza y justicia: "Este conflicto nos permite transformar argumentalmente la venganza en justicia. Porque en el original el tema de la venganza es mucho más lineal, el conde llega a vengarse y, cuando termina todo dice: *Estoy en paz*. Acá la venganza se va a transformar en justicia".

### La realidad y la ficción

Han pasado 30 años desde el golpe militar de 1976, pero en esta Argentina actual el tema de la dictadura parece tener tanta relevancia como en aquellos tiempos. Y hay varios puntos de contacto entre la trama de ficción y los últimos hechos.

En Montecristo, por ejemplo, mientras se produce el juicio en contra de Lombardo, Laura y su hijo Matías desaparecen. En la realidad, en Argentina desde el 18 de septiembre está desaparecido Julio López, testigo clave en el juicio al represor Miguel Etchecolatz y, aunque se han hecho múltiples conjeturas, una de las hipótesis más firmes sobre su desaparición dice que se trató de enviar un mensaje a los futuros posibles testigos de los cientos de juicios abiertos por crímenes de lesa humanidad, sobre qué les puede llegar a pasar si declaran lo que saben.

Así, este hecho que conmueve a la opinión pública y generó varias marchas por parte de los organismos de derechos humanos amenaza con convertirse en el del primer desaparecido en democracia por motivos políticos. Pero ese no es el único hecho que relaciona a la realidad con la ficción.

En la telenovela, Lisandro Donoso, mano derecha de Lombardo, sufre un infarto justo en el momento en el que está por declarar y en la realidad, el ex represor de la Escuela de Mecánica de la Armada (ESMA), Jorge Anaya no pudo declarar porque dos horas antes de que tenía que hacerlo le diagnosticaron una cardiopatía grave. Pero sin duda, el hecho que causó más alegría y que terminó por unir a la ficción con la realidad es la aparición del nieto número 85.



Principales protagonistas de la telenovela

### El nieto 85

El 12 de septiembre, las Abuelas de Plaza de Mayo informaron que habían encontrado al nieto número 85. Su nombre era Marcos Suárez Vedoya. Hasta ahí, una historia más de un hijo de desaparecidos que finalmente se reencontraba

con su verdadero origen. Lo que diferenciaba a este de otros casos es que la foto de Marcos había aparecido días antes en el programa Montecristo.

La historia empezó en marzo cuando Marcos llegó hasta la sede de Abuelas de Plaza de Mayo en busca de algún dato que le permitiera conocer su pasado. Hasta ese momento, lo único que sabía sobre su vida era lo que le había contado su madre adoptiva, y solo tenía algunas fotos de su infancia y una inscripción en el registro civil donde no había referencia alguna a su padre. Nunca sospechó que podría ser hijo de desaparecidos ni que su madre no era quien le había dado la vida.

### *En las adaptaciones de Montecristo en Chile y México el destaque es el narcotráfico y el contrabando de bebés*

Pasaron algunos meses y el 22 de junio, Marcos fue a la tarde al Hospital Durand de la Capital Federal para hacerse la prueba de ADN. Y esa misma noche, cuando llegó el momento de Montecristo encendió la televisión. Allí estaba la actriz Viviana Saccone en su papel de Victoria, sosteniendo entre sus manos una foto suya de cuando era bebé.

Ahora ¿cómo es posible que su rostro apareciera en el programa? Esa imagen fue cedida por las Abuelas de Plaza de Mayo, quienes desde el comienzo de la tira trabajaron conjuntamente con los guionistas para aportar información, describir sensaciones, de manera tal que lo que se viera pese a ser ficción, estuviera muy cerca de la realidad.

Estela de Carlotto, la presidenta de las Abuelas de Plaza de Mayo, siempre se mostró agradecida por cómo el programa encaró la problemática de los desaparecidos. En una entrevista publicada en el semanario *Perfil* sostuvo que "fue una sorpresa fantástica ver la repercusión de la tira no solo por los niveles de audiencia, sino además por la manera en la que habían incluido en una trama de amor y odio el tema de la dictadura, de la violación de los derechos humanos y el conflicto de la identidad".

### **Montecristo en Latinoamérica**

Montecristo no sólo se puede ver en la Argentina sino también en México y en Chile, donde Telefé Contenidos vendió el formato. La trama en esos países no es igual a la que cautivó a tanta gente en la Argentina.



En las adaptaciones de Montecristo en Chile y México es reemplazada por el narcotráfico y el contrabando de bebés. En México el cambio obedece a cuestiones históricas: allí no hubo un plan sistemático para la desaparición de personas como en la Argentina y en Chile,

---

un amor Y una venganza

# MONTECRISTO



donde sí existió una dictadura encabezada por Augusto Pinochet, con mecanismos similares a los de los militares argentinos, el tema del robo de niños durante los años de plomo no está lo suficientemente maduro como para hacer de eso el principal argumento de una novela.

## Conclusiones

Hay críticos que definen a Montecristo como una novela kirchnerista en alusión a la política de derechos humanos que lleva adelante el

presidente argentino Néstor Kirchner, quien entre otras cosas planea hacer de la ESMA, el principal centro de detención ilegal, un museo de la memoria.

Pero más que un programa de un tinte político determinado, la buena recepción por parte del público de Montecristo habla de una sociedad argentina madura que puede enfrentar a sus propios demonios y fantasmas y recibir una historia compleja. Tan compleja como aquellos años nefastos que no tienen que repetirse nunca más. ❀

# Latinoamérica en el Festival de Cine de Venecia 2006



Francisco Ficarra ■

**E**n la ciudad de las góndolas por excelencia, la presencia latinoamericana habla principalmente portugués en la 63ª edición de la *Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica*, conocida breve y mundialmente como la *Mostra di Venecia*, Muestra o Bienal de Venecia.

Francisco Ficarra, italiano, profesor, periodista y escritor, residente entre la costa mediterránea y los Alpes italianos  
Correo-e: [f\\_ficarra@libero.it](mailto:f_ficarra@libero.it)

---

La decana de los festivales cinematográficos en Europa tiene un escenario único en el mundo para llevar a cabo tal evento, como es la mágica ciudad de Venecia, que a lo largo de los siglos ha sabido mantener ese toque distintivo y emblemático de toda la península itálica hacia el exterior.

Desde el 30 de agosto hasta el 9 de septiembre de 2006, la isla del Lido fue la sede del evento. Durante todos esos días, y con un clima primaveral, se encendieron los proyectores cinematográficos y miles de asistentes participaron en la fruición de películas de todo el mundo. Un dato por destacar es que por vez primera en la historia de la *Mostra*, todos los filmes proyectados a concurso para los diversos premios tenían el cartel de primicia o estreno mundial.

La actriz italiana Isabella Ferrari fue la madrina de la 63ª edición del festival. Mientras que la labor de presidenta del jurado de la sección oficial fue desarrollada por la actriz francesa Catherine Deneuve. El director mejicano Guillermo del Toro estuvo en el jurado del *Premio Venecia Opera Prima Luigi De Laurentiis*. Además, en la presente edición se celebró el centenario del nacimiento de tres grandes directores de la industria del cine en la península itálica: Luchino Visconti, Mariano Soldati y Roberto Rosellini.

***Por vez primera todos  
los filmes proyectados a  
concurso tenían el cartel  
de primicia o estreno  
mundial***

Algunas cifras pueden indicar rápidamente al lector la magnitud del acontecimiento veneciano con proyección internacional: 2.589 títulos de películas visionados durante la Muestra, de los cuales 1.429 son largometrajes. Las obras presentadas en el 2006 ponen de manifiesto que un felino audaz ha empezado a rugir con fuerza desde Latinoamérica.



### **Los principales espacios de la Muestra y la presencia brasileña**

Las áreas esenciales y/o edificios fundamentales del evento se pueden agrupar de la siguiente manera: Cinematográfica (Sala Grande, Sala Volpi, Sala Zorzi y Sala Pasinetti), Casino (oficina de prensa, Sala Perla, congresos, exposición, etc.), PalaLido y PalaBiennale (salas de proyección) y el Movie Garden (zona destinada a la promoción de otros acontecimientos del séptimo arte en el exterior de la bienal).

Fue en esas salas en donde las producciones de lengua portuguesa y proveniente mayoritariamente del Brasil, han brillado con un resplandor especial en la presente edición. Por ejemplo, los trabajos de Joaquim Pedro de Andrade y Maria de Andrade han sido proyectados en la sala Volpi: *Macunaíma* (versión original y digitalizada), *Vereda tropical*, *Guerra conjugal*, *O poeta do Castelo*, *O homem do Pau Brasil*, *Aleijadinho*, *Os inconfidentes*, *Couro de gato*, *O padre e a moça*, entre otras. Es la primera vez que se ha decidido revisar estas producciones pasadas más de dos décadas. Todo ello se debe al realismo y alegorismo de sus contenidos, que hacen del cineasta brasileño uno de los directores latinoamericanos más notables del siglo XX.

Realizando una clasificación exhaustiva del trabajo del cineasta, tenemos dos grupos: largometrajes y cortos (muchos de ellos documentales). En el primer grupo están: *Garrincha* (documental), *Alegria do Povo* (1963), *O Padre e a Moça* (1965), *Os inconfidentes* (1972), *Guerra conjugal* (1975), *O Homen do Pau Brasil* (1981). En el segundo, excepto *Couro de Gato* (1960), todos los cortos son documentales: *O mestre de Apipucos* (1959), *O poeta do Castelo* (1959), *Cinema Novo* (1967), *Brasília*, *Contradições de uma Cidade Nova* (1967), *Linguagem da Persuasão* (1970), *Vereda Tropical* (1977) y *O Aleijadinho* (1978).

### ***El auge del cortometraje es mundial y se debe a ser una primicia fuera del país de origen***

Joaquim Pedro de Andrade es conocido como uno de los gestores del *Cinema Novo*, un movimiento que sacudió las mismas raíces del sector audiovisual brasileño. Bajo la dirección de su hija Alicia, muchas de sus creaciones recientemente han sido restauradas y digitalizadas. No en vano, su trabajo más representativo, *Macunaíma*, fue presentado en la selección oficial de la Muestra de Venecia en 1969. Sin lugar a dudas, todo un clásico dentro de la filmoteca del Brasil.

### **Más latinoamericanos en el Lido de Venecia**

Los asistentes a la Muestra también pudieron asistir a la proyección de la película de ciencia ficción *Children of Men* -Los hijos de los hombres- del mexicano Alfonso Cuarón. Las actrices y actores, entre otros, son: Clive Owen, Julianne Moore, Peter Mullan y Chiwetel Ejofor. Brevemente se narra un espacio temporal (año 2027) en donde no hay más nacimientos de seres humanos. Esa fecha produce en el imaginario colectivo una aceptación implícita del contenido porque no es muy lejana. En la cinta se tocan temas como la guerra, la inmigración, la ecología y la distribución de la riqueza en el mundo. Es interesante ver como hay un freno en la comunicación entre las personas por motivos ideológicos.



---

Además, se ha podido presenciar la obra *Quelques Tours en Septembre*, del director y guionista argentino Santiago Amigorena. Una trama de espionaje estadounidense que se remonta al primero de septiembre del 2001, con escenarios parisinos y venecianos. Unida a la presente temática del 11 de septiembre y fuera de concurso se puede incluir el film *World Trade Center*, de Oliver Stone, que ocupó las primeras posiciones en las carteleras de las salas cinematográficas europeas.

La sección *Corto Cortissimo* estuvo presidida por el director y productor sudafricano Teboho Mahlatsi. Los otros integrantes del jurado fueron el director ruso Aleksey Fedortchenko y la italiana Francesca Calvelli. También aquí han presenciaron filmes de Latinoamérica, tales como:

- *Trillizas Propaganda -Propaganda Triplets-* del argentino Fernando Salem, cuya duración es de 15 minutos y relata cómo unas trillizas nadadoras pierden el sincronismo para ganar un torneo preolímpico cuando una de ellas se enamora.
- *Faça sua Escolha*, del brasileño Paulo Miranda. En siete minutos se presenta una vertiginosa tragicomedia de encuentros y desencuentros sentimentales entre un grupo de amigos.

El auge del cortometraje es mundial. En Venecia, los cortometrajes en 35 milímetros deben cumplir los siguientes requisitos: primicia mundial o no proyectado fuera de los países de origen o en Italia.

En la Bienal, las nuevas tendencias del largometraje en 35 milímetros y en soporte digital HD tienen la posibilidad de optar al premio Orizzonti -Horizontes. En dicho apartado

cabe señalar dos obras latinoamericanas en el 2006:

- *Suely in the Sky*, de Karim Aïnouz (Brasil). Se narra el drama humano del abandono de una joven madre con su pequeño hijo, por parte de su esposo.
- *El Cobrador -in God We Trust* cuyo director es el mejicano Paul Leduc. El relato de varias historias paralelas de violencia, marginación y otros estadios de degradación en las urbes.

El jurado de este premio estuvo compuesto por el director italiano Carlo Carlei, el escritor Giuseppe Genna, la productora japonesa Keiko Kusabe, el director egipcio Yousri Nasrallah. El rol de presidente del jurado lo tuvo el alemán Philip Gröning (director, productor, escenógrafo, director de fotografía y pintor).

En la semana internacional de la crítica encontramos el film argentino *El amarillo*, de Sergio Mazza. El largometraje presenta la problemática de la búsqueda de empleo en una zona fronteriza entre Argentina, Brasil y Uruguay. Sin embargo, el protagonista pone de manifiesto uno de los temas de mayor preocupación para la inmensa mayoría de los habitantes de nuestro planeta, ante el nuevo modelo económico internacional que no tiene en cuenta la edad, aspecto físico, nivel cultural, experiencia laboral, etc.

Finalmente, la producción *Chicha tú madre* (Perú y Argentina-<http://www.chichatumadre.com>) de Gianfranco Quatrini, fue proyectada en la Sala Perla. La película relata la cotidianidad de un taxista y aprendiz de cartomancia limeño, quien tiene una gran vitalidad para superar los obstáculos diarios. A través de las cartas busca cambiar su vida.

### El compromiso del cineasta

En casi todas las obras cinematográficas de Latinoamérica vistas en la Muestra de Venecia se puede constatar ese compromiso del cineasta latinoamericano, de hacer una radiografía o tomografía de la realidad popular. Para algunos, ese tipo de plantear y mostrar la cruenta coyuntura que atraviesan millones de habitantes del planeta les puede fastidiar. Sin embargo, no hay que preocuparse porque, igual, esos individuos no tienen tiempo para ir al cine o buscan a toda costa y con todos los medios sostener a los amos y señores de los eternos desajustes sociales del planeta, y que ni Charles Chaplin, en el célebre film *Tiempos Modernos* puede arreglarlos.

Tal vez ese estilo directo de enseñar todas las penurias en la riquísima Latinoamérica debería ser imitado en sociedades teóricamente desarrolladas

o del primer mundo. Son pueblos que también están encarrilados pasivamente a la desintegración del bienestar social y cuyas consecuencias -guste o no- ya están reflejadas en las cintas de celuloide o en el soporte digital de las producciones del otro lado del Atlántico.

Mientras Francisco Delich nos describe magistralmente en su libro *Repensar América Latina* o Zygmunt Bauman espléndidamente nos da a conocer la situación actual en su ensayo literario *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, algunos ignorantes piensan que eso ocurre a los desafortunados de siempre en la historia reciente de la humanidad. No obstante y curiosamente algunos han comenzado a sonar alarmas paralelas a las descritas con anterioridad. Va como un primer y simple ejemplo el libro de Alberto Alesina y Francesco Giavazzi, *Goodbye Europa: crónica de un declive económico y político*.



---

Venecia, todos aquellos que están inmersos en la industria del cine latinoamericano han resplandecido con luz propia. O sea que no estamos delante de coproducciones entre Estados ricos y pobres, que tan solo beneficia a los que ponen el dinero para enriquecerse a costa de las miserias ajenas. Esa luz multicolor es una muy buena señal, ya que desde la unión de los pueblos latinoamericanos saldrá la energía necesaria para cambiar el destino trazado por fuerzas exógenas a su cotidianidad. Prueba de ello es el excelente nivel de creatividad que se plasma en cada una de esas cintas cinematográficas y que sirve para contrarrestar los modestos recursos económicos que se dispone para hacer cine.

Otros, en cambio, utilizan esa sinceridad y transparencia en las producciones cinematográficas para continuar en desprestigiar gratuitamente a las naciones menos desarrolladas -económicamente hablando- pero con riquezas naturales incalculables. Un deplorable ejemplo son aquellas redacciones retrógradas o en la retaguardia de los medios de comunicación social, que tienen prácticamente un burdel en su propia acera o vereda y se rasgan las vestiduras de lo que sucede ante tal problema en el otro lado del Atlántico. Claro que el oscurantismo e ignorancia de algunos habitantes de un pseudo principado -anclados en el medioevo- favorezcan que en las campañas electorales autonómicas, la propaganda -supuestamente confidencial- se distribuya gratuitamente en soporte DVD un millón de copias de vídeo cuyo contenido es casi todo en blanco y negro, pero unido al periódico dominical. El prisma cromático al final del túnel narrativo lo detenta el incombustible virrey tiranosaurico -con su calva cabellera peinada al mejor estilo de Kim Jong Il- y su candidato discípulo. Por cierto, no se entiende el uso del término *tango* en un capítulo de la historieta, en vez de *sardana* en Perpiñán. Los habitantes del Río de La Plata,

que felizmente están muy lejos de esos mamarrachos escandalosos, se merecen el máximo de respeto hacia su música y baile popular.

He aquí un fiel reflejo de cómo a veces los recursos económicos ilimitados en producción audiovisual no promueven la conciencia crítica, avispada y creativa de los conciudadanos. Peor aún, hay un constante regreso al pasado. En los kioscos de revistas del viejo mundo, por ejemplo, se continúan en reeditar libros, DVD, vídeos, etc. -como si fuesen churros- de los grandes irresponsables que llevaron a casi toda la humanidad a la Segunda Guerra Mundial. A veces, cabe preguntarse si se ha salido verdaderamente de esa era destructiva y xenófoba. Por lo visto, no.

Latinoamérica debe generar su propio trayecto cinematográfico y no caer en la trampa de las imitaciones por cuestiones de rápidos beneficios económicos. El crisol de etnias que pueblan y se han integrado a lo largo de los últimos siglos en todo el continente americano enriquecerá todavía más su cinemateca, prueba de ello son las iniciativas de volver a proyectar en festivales de gran prestigio internacional las producciones de hace décadas. Afortunadamente, todavía hoy el objetivo de las cámaras latinoamericanas apunta hacia el ser humano y el pueblo que lo debe acoger e integrar.

### Misceláneas del Festival

A continuación, y en forma resumida, otras curiosidades desde el Lido de Venecia.

1) Categorías, premios, galardonados y largometrajes del 2006:

- León de oro para el mejor film: el chino Jia Zhang-Ke, por la película *Sanxia Haoren*

(*Still Life*). Fue la gran sorpresa y estuvo al margen de todos los pronósticos periodísticos y quinielas que en otros eventos similares suelen acertar casi en un 99 por ciento.

- León de plata para la mejor dirección: Alain Resnais, por *Private Fears in Public Places*.
- León de plata revelación: Emanuele Crialesi, por la extraordinaria película sobre la inmigración italiana en el continente americano: *Novomondo*.
- Premio especial del jurado: Mahamat-Saleh Haroun, por *Daratt*.
- Copa Volpi para la mejor interpretación masculina: Ben Affleck, en *Hollywoodland*.
- Copa Volpi para la mejor interpretación femenina: Helen Mirren, en *The Queen*.
- Premio Marcello Mastroiani para una actriz o actor emergente: Isild Le Besco, en *L'Intouchable*.
- Osella para el mejor trabajo técnico: el mexicano Alfonso Cuarón fue galardonado por *Children of Men* -Los hijos de los hombres.-
- Osella para la mejor escenografía: Peter Morgan, por *The Queen*.
- León especial: Jean-Marie Straub y Danièle Huillet, por la innovación del lenguaje cinematográfico.

2) Las películas fueron proyectadas con soportes digitales para obtener el máximo de calidad en el sonido y la imagen. Por ello, todos los sistemas de proyección y reproducción en las salas tenían

una resolución de 2K y 4K, una luminosidad superior a los 25.000 ANSI Lumen, con una respuesta colormétrica "xyz", de acuerdo con los estándares mundiales. En algunos casos, se emitieron contenidos del cine digital en 3D. El objetivo final de toda esta tecnología es garantizar al espectador una fruición de calidad, acorde con las directrices del director y del equipo de producción. Consecuentemente, ha sido la vez primera que un prestigioso festival del cine adoptó los sistemas y la calidad de las proyecciones con el respeto de las normas internacionales.

3) Las historias secretas del cine es el título que han tenido numerosas proyecciones de los autores cuyo centenario del nacimiento se festejaban, como fueron: Visconti, Soldati y Rossellini. Otras en cambio se remontan a las primeras décadas de la historia del cine popular ruso que salieron a la luz en la Mostra, destacándose en ese sentido la colaboración de la Agencia Federal para la Cultura y la Cinematografía de la Federación Rusa. Gracias al trabajo del director Nikita Mikhalkov, se han emitido en las pantallas de la Bienal obras y autores de un interesante movimiento cinematográfico, prácticamente desconocido en el mundo.

4) La zona denominada *Movie Garden* es ideal para el intercambio de información entre los pequeños productores y promotores de eventos a menor escala en Italia y el resto del mundo. No nos olvidemos que en exhibiciones de tal fastuosidad se aprovecha al máximo las oportunidades para encontrar canales de distribución de las obras presentadas en concurso o fuera del mismo.

5) Los cortos son la gran apuesta que realizan los jóvenes estudiantes de cinematografía, ciencias de la información, audiovisual, etc.

---

Potenciar esos sectores desde el ámbito público o privado es muy positivo para tener siempre abierta una ventana a nuevas ideas y futuros profesionales del séptimo arte.

### Lecciones aprendidas al bajar el telón ...

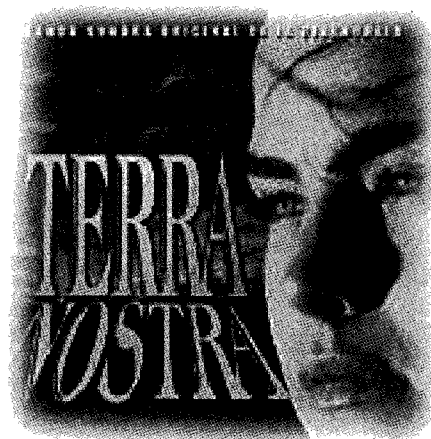
En los tiempos actuales, en donde el aire que se respira en cualquier gran urbe de nuestro planeta está súper degradado por el transporte urbano, fábricas, quema de desperdicios, etc., resiste al pasar del tiempo ese símbolo italiano que circula sobre el agua: las góndolas (aunque las pobres aguas de los canales venecianos también sufren de la contaminación). Sin embargo, con ese medio de traslación, muchos latinoamericanos han estado presentes en un acontecimiento de gran prestigio mundial en el Lido de Venecia.

Brasil fue la gran protagonista en el 2006. Es el premio a una intensa trayectoria en filmar historias reales como las telenovelas *La esclava Isaura*, con su actriz Lucelia Santos (1976) o *Tierra nuestra*. La primera de ella con una proyección en 70 países y la segunda, en 84 Estados. El secreto está en la calidad del audiovisual latinoamericano. El trabajo restaurado de Joaquim Pedro de Andrade ha sido todo un éxito para revalorar un hito importante en la historia reciente del cine brasileño.

Esperemos que las alas del león veneciano permitan hacer volar la imaginación de los industriales cinematográficos, en los supuestos países desarrollados, para centrar la mirada en el ser humano, las dificultades de la cotidianidad y el degrado del entorno social, como excepcionalmente lo están haciendo en las naciones latinoamericanas. Negar la realidad siempre ha tenido consecuencias catastróficas a mediano, o largo plazo. Los únicos que salen bien parados -en los tiempos actuales de gran



Escena de *La Esclava Isaura*



confusión y a pesar de su pésima gestión en quinquenios o décadas- son ciertos políticos, perennemente inmunes o irresponsables por los daños a la sociedad y ante sus conciudadanos. La memoria y el pensamiento han desaparecido en muchas sociedades. Un buen cine puede devolver al pueblo estas funciones mentales y vitales para una digna sobrevivencia.

Por último, dos datos destacados y a tener en cuenta: Primero, que las producciones participantes en la *Mostra di Venezia* 2006 desde Latinoamérica han superado a las provenientes desde la península Ibérica. En segundo término, la apertura de un nuevo festival en Roma: *La Fiesta Internacional del Cine*. ❁

# Problemas de comunicación en las transnacionales



**Dino Villegas** ■

**L**a gestión de la comunicación, en la gestión de la interacción simbólica en las organizaciones, depende de los contextos, experiencias previas, discursos paralelos y otros innumerables factores. Pero

si en una organización local este fenómeno es complejo de trabajar, la dificultad se multiplica para las empresas que se relacionan en ambientes internacionales.

La globalización ha llevado a las organizaciones a trabajar en diferentes lugares del mundo e interactuar constantemente con diferentes culturas; las tecnologías de la información y comunicación hacen que equipos virtuales, geográfica y culturalmente separados, sean cada vez más comunes en las corporaciones multinacionales.

■ *Dino Villegas P., Socio Consultor - Comundo Comunicación Aplicada, Doctorando en Gestión Avanzada de Negocios Internacionales en la Universidad de Lleida-España.*  
■ Correo-e: [dvillegas@comundo.cl](mailto:dvillegas@comundo.cl)

---

Ya no solo se trata de fabricar en un país y vender en otro, se trata de intercambiar conocimientos, mejorar prácticas, trabajar juntos, coordinar acciones, moverse en una misma dirección y bajo una misma estrategia.

El siguiente caso ejemplifica la dinámica de las conversaciones diarias interculturales que se da el día a día en las organizaciones. El relato está basado en una situación real vivida por una organización multinacional.

### **Cuyes, ¿comida o mascota?**

La directora de comunicación para Latinoamérica de una empresa que cuenta con sede en varios países de la región y con su casa central en los

Estados Unidos, recibe un día cualquiera el siguiente mail desde la empresa en Perú:

*Constanza,  
¿Cómo estas?, quisiéramos publicar nuestro exitoso curso de cuyes en la revista internacional de la compañía. El curso se realizó en el marco de las actividades de Responsabilidad Social de la Empresa y de vinculación con comunidades vecinas, estamos muy orgullosos de nuestro aporte a la sociedad. Adjunto 3 fotografías y el artículo para su publicación.*

*Estaré a la espera de tus correcciones y/o aprobación.*

*Muchas gracias, saludos  
Antonia*



**¿Cómo publicitar un exitoso curso de cuyes, también conocido como conejillo de indias?**

La directora de comunicación sabía que los cuyes eran un alimento apetecido en Perú, también sabía que en los Estados Unidos eran mascotas, por lo que predijo un conflicto intercultural. Luego de confirmar con la división en Perú, que los cuyes eran criados para después comer Cuy Chactado, decidió pedir de todas formas la autorización a la vicepresidencia estadounidense de comunicaciones. La respuesta fue la siguiente:

*Constanza,*

*La verdad es que no creo que podamos incluir esta noticia, la compartí con otras personas por acá y nuestro estómago no lo soportó, al ver las fotos solo puedo imaginar a las pobres mascotas en platos de comida.*

*Sabemos que Perú se ha quejado porque no se han publicado muchas noticias de ellos, pero busquen otra cosa que podamos incluir.*

*Saludos,*

*Ron.*

Si bien la trascendencia de esta problemática no pasó más allá de la decepción de los organizadores y los participantes en Perú, la dinámica del proceso tiene implicancias mayores. Por ejemplo, si el tema de relaciones con comunidades vecinas y responsabilidad social es catalogado como estratégico, entonces ¿cuál es el mensaje que se le envía al área a cargo en Perú?, ¿deben o no deben seguir estimulando este tipo de iniciativas?

Otras preguntas que se desprenden del relato anterior tienen relación con cuál es la cultura que prevalece en este tipo de situaciones ¿la corporativa?, ¿la nacional?, ¿la del país de origen de la empresa?

Desde la comunicación es relevante comprender también si este tipo de situaciones se dan en otros casos, ¿es bien acogida la estrategia empresarial en los lugares donde trabajan las empresas multinacionales o existen problemas culturales?

### **Estudio de casos: cuatro empresas, múltiples países**

A través del estudio de cuatro empresas reviso estas interrogantes y los actuales problemas de comunicación en las empresas multinacionales, así como las soluciones que les están dando.

Un tema que resalta inmediatamente, en las conversaciones sostenidas con ejecutivos claves, es la especificidad de los problemas de comunicación con cada país. La mayor parte de las organizaciones concuerdan en que estos problemas no son generalizables, ni siquiera a nivel de Latinoamérica. Los conflictos de comunicación nacen directamente de la relación entre la empresa con los rasgos específicos de cada cultura. Así, los mismos procedimientos en una determinada organización serán aceptados correctamente por un país y no en otro.

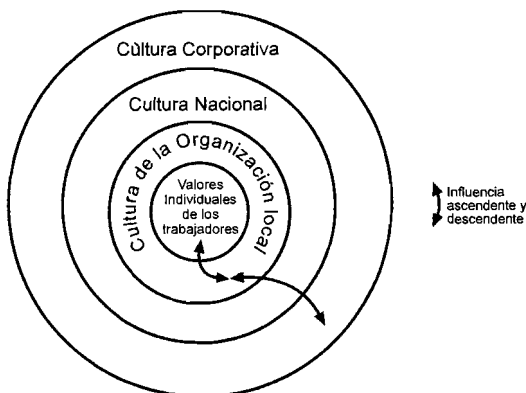
Un sistema de *coaching* aplicado a nivel mundial, en una de las compañías estudiadas, fue bien recibido por prácticamente todos los lugares en donde trabajan, con la excepción de un país latinoamericano en donde fue rechazado de plano por los ejecutivos locales. La persona encargada supo inmediatamente que al comunicar esta decisión a las esferas superiores causaría un problema mayor, debido a que los sistemas de retroalimentación y cambio en la empresa eran lentos y burocráticos. La dirección de la organización asumió que el proceso fue exitoso, desaprovechando el conocimiento de la cultura local de la organización. Ejemplos como estos han llevado a las corporaciones a comprender que existen problemas de comunicación ocultos en sus estructuras, pero no necesariamente tienen claro el cómo resolverlos.



Al revisar la estrategia corporativa para Latinoamérica de una empresa multinacional, junto a un alto ejecutivo de la misma, pude ver cómo se destacan temas de liderazgo, competencias y compromiso con la organización. Ante la pregunta sobre el tema intercultural, me respondió: "sabemos que tenemos un problema en ese sentido, que las diferencias culturales deberían estar insertas en el plan estratégico, pero no sabemos cómo".

La cultura de las divisiones locales de las empresas transnacionales son el resultado de la mezcla de la cultura corporativa de la empresa -que a su vez tiene rasgos de la cultura del país de origen y la cultura del país en que están localizados. En la figura número 1 grafico el cómo se da esta interacción desde una perspectiva teórica.

Figura 1  
Influencias Culturales en Empresas Transnacionales



Adaptado de Leung et al (2005). Culture and international business: recent advances and their implications for future research. *Journal of International Business Studies* (2005) 36, 357-378

Este proceso de mutua influencia cultural va a depender tanto de lo arraigado de la cultura local, como de la fuerza/motivación con que se imponga la cultura global de la corporación. Uno de los ejecutivos entrevistado me mencionó que la empresa donde trabajaba antes la podía definir como "norteamericanos haciendo negocios en el mundo", lo que dejaba poco espacio para propuestas locales. Por el contrario, afirma que la

organización en la que trabaja actualmente, la cultura local es más fuerte que la global de la compañía, lo que a veces se traduce en descoordinación entre las subsidiarias de los diferentes países.

Al imponer la cultura corporativa de la organización sin espacio para la cultura local, esta última se comienza a manifestar informalmente, por ejemplo en una de las empresas estudiadas se tiene como norma muy estricta la prohibición de tomar alcohol durante los almuerzos o reuniones de negocios, informalmente me enteré de que esto no es respetado por los ejecutivos en algunos países, en donde la norma cultural dice que los almuerzos de negocios son con vino, creando una señal de poco apego a las normas.

Otro problema que surge en las empresas multinacionales, principalmente en organizaciones más centralizadas y con una cultura corporativa muy fuerte respecto a las locales, es la burocracia. La gran cantidad de personas que trabajan y la distancia geográfica hacen que las empresas restrinjan algunas decisiones, demorando el tiempo de acción. En una empresa mencionaban que ésta es una de sus principales trabas, los niveles de confidencialidad hacen compleja la labor de las relaciones públicas, debido a que cada palabra debe ser aprobada primero por la dirección en la casa matriz.

## Mejores prácticas. Lo que hacen las empresas

Las empresas han comenzado a tomar algunas decisiones que les permiten conocer y trabajar mejor con culturas locales. En este estudio pude detectar una serie de mejores prácticas que las organizaciones están llevando a cabo; algunas de ellas son las siguientes:

### a. Ejecutivos puentes

Hasta hace un tiempo muchas compañías preferían

a ejecutivos con experiencia en la industria y en la empresa, las presidencias locales y los más altos cargos eran destinados a personas que habían hecho carrera en la organización, generalmente de origen de la nación "madre" de la compañía. Según pude observar, hoy además de la experiencia en la industria se busca un entendimiento cultural profundo del o de los países en los que el ejecutivo va a trabajar.

En uno de los casos de estudio, por ejemplo, siempre los presidentes para Latinoamérica habían sido del país de origen de la corporación, sin embargo, el último nombramiento seleccionó a un latinoamericano, quien además había pasado un período trabajando en la casa matriz.

En otro caso, el ejecutivo entrevistado me aclara, "nosotros estratégicamente hemos preferido trabajadores y ejecutivos locales y/o que entiendan la cultura del país, pero además los ejecutivos chilenos son enviados a la casa matriz para comprender la cultura corporativa con la que trabajamos. Sin ir más lejos, nuestro presidente, por ejemplo, es canadiense pero con una amplia experiencia en Latinoamérica y particularmente en Chile."

***Además de la experiencia  
en la industria se busca  
un entendimiento cultural  
profundo de los países en  
los que el ejecutivo va a  
trabajar***

Con esta lógica las empresas van creando puentes culturales y los ejecutivos pueden ser traductores simbólicos de lo que pasa en cada país.

### **b. Estandarización de herramientas y certificaciones**

Con el objetivo de establecer una orientación común entre los diferentes países en que se encuentran, prácticamente todos los casos de estudio utilizan la estandarización de herramientas.

Mecanismos que traducen la estrategia a indicadores como el Balance Scorecard, sistemas de calidad como Six Sigma o certificaciones del tipo ISO, generan un lenguaje común.

En la investigación de Erez-Rein et al (Mind the Gap: Key Success Factors in Cross-Border Acquisitions, 2004) queda demostrada la capacidad de estas herramientas de introducir elementos discursivos que modifican la cultura organizacional. El caso que estudian demuestra cómo en la adquisición de una compañía israelí la incorporación de la metodología Six Sigma juega un rol preponderante en el cambio cultural de la organización.

Este lenguaje común va muchas veces más allá de la misma organización, crea una especie de cultura inter-organizacional/global acostumbrando a los ejecutivos a cierto tipo de códigos. Uno de los entrevistados mencionó al respecto que en 1991, cuando llegaron a Chile, tenían bastantes problemas de comunicación debido a las diferencias culturales, pero que hoy éstas han disminuido sustancialmente, debido a la cantidad de empresas que trabajan con sistemas estandarizados en el país.

Si bien estos sistemas son efectivos en generar un lenguaje común, no lo son para generar compromisos e identificación con la empresa.

**c. Comunicación ascendente y transversal**

Aunque todos los ejecutivos entrevistados están de acuerdo con la necesidad de generar mecanismos ascendentes de comunicación que proporcionen mayor información desde las bases a la dirección estratégica, y al mismo tiempo que permita compartir las mejores prácticas entre países, solo en una empresa manifestaron poseer sistemas cualitativos para ello. El resto de los estudios, a los que tuve acceso, eran de carácter cuantitativo y si bien entregan información muy valiosa, no proporcionan un conocimiento de sentido.

En la organización que mencionaron poseer estos mecanismos afirman que han flexibilizado los lineamientos permitiendo cambios e innovaciones. De esta forma, los ejecutivos, al viajar, pueden ver cómo funcionan las mismas herramientas en otros países, incorporando las prácticas exitosas y compatibles a su quehacer. Otro elemento que mencionan relevante son las auditorías, las que consideran auditores de diferentes partes del globo, lo que les permite entender por qué una norma funciona o no en determinadas culturas, flexibilizándolas de ser necesario.

**A modo de conclusión**

Si bien los problemas de comunicación en las organizaciones transnacionales dependen de la cultura específica en que estén insertos, las empresas deben poder congeniar las culturas corporativas con las locales aprovechando lo mejor de ambas.

En el artículo *Become a global communicator*, los autores Davis, Rycker y Verckens (1997) proponen una matriz para identificar los tipos de comunicadores globales. Luego de analizar los cuatro casos de estudios

discutidos, me parece que esta matriz puede ser modificada para interpretar los tipos de empresas internacionales.

**Tipos de empresas transnacionales**

<b>Influencia de la cultura local</b>	<b>Alto</b>	<b>Empresa Localizada</b>  Bajo compromiso con cultura corporativa global, actúan como empresas independientes.	<b>Empresa Global</b>  Fuerte compromiso con cultura corporativa y contempla mejores elementos de cultura local.
	<b>Bajo</b>	<b>Proyecto Extranjero</b>  Bajo compromiso con cultura corporativa global y poca influencia de las culturas locales. Prevalece la cultura nacional de origen.	<b>Empresa Extranjera</b>  Poca influencia de las culturas locales. Se imponen las normas corporativas.
	<b>Bajo</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>
		<b>Penetración de la cultura corporativa global</b>	

De esta manera puede observar cómo una política internacional muy controlada a veces impide la aparición de la cultura local; por el contrario, empresas que pierden su identidad como corporación y asumen en su totalidad la de los países en donde trabajan, causan desorden y una comunicación poco efectiva.

Las empresas deben buscar el equilibrio entre lo positivo de su cultura corporativa y lo mejor de las culturas donde trabajan, generando mecanismos de comunicación transversal entre países y ascendentes con la estrategia global. 🌸

# La lámpara encendida

Juan Manuel Rodríguez ■

“¿Dónde están los hombres?” Con pregunta similar y farol en mano, el filósofo Diógenes el Cínico buscaba un ejemplar verdadero entre los ciudadanos griegos. Pero la frase citada es del Principito durante su vagabundaje por el desierto. En la soledad de las dunas, el viajero espacial se topa con una flor de tres pétalos. La interroga para hallar a los humanos. La flor recurre a la memoria. Recuerda el paso de una caravana y contesta que solamente existen seis o siete hombres, pero que nunca se sabe dónde encontrarlos pues el viento los arrastra de un lado a otro porque no echan raíces. Finalmente sentencia que esta falta de arraigo es la causa de la amargura humana. Afincarse, echar raíces, aproximarse y crecer solidariamente junto a los otros proporciona sentido a la persona. Lámpara, búsqueda y raíz aparecerán al final en este mismo contexto.

## El grito y el silencio

Una vida sin contactos humanos es pensable, pero imposible. Emociona observar cómo una madre se acerca a su hijo, un sacerdote al agónico, un místico a Dios, un perro al pordiosero que lo acaricia y un pintor al lienzo donde trabaja. Somos prójimos (próximos) de aquellos que se nos arriman, también de esos a los cuales nos acercamos y nos aceptan; y somos amigos de esos objetos que nos acompañan: el libro almo, la butaca, el vértice de la montaña, el paisaje marino, el árbol amigo que creció compartiendo el mismo aire, las máquinas que traicionan haciéndonos creer que nos acompañan. La indiferencia, el olvido, la fragmentación social, el rencor y descuido son actos que propician la separación.

Las formas de acercarse y alejarse son tan variadas y ricas que complican y avivan la existencia. Estamos necesitados de soledad, pero también de compañía y comunicación. Sin estos momentos que envuelven toda la vida social no existiría ni lo humano ni lo cultural. La comunicación, el amor, el nacimiento y la muerte, el grito y el silencio, la guerra y la paz son algunas situaciones en que la atracción y repulsión se producen y manifiestan. Nos acercamos con miedo o confianza, ilusión y curiosidad, interés o desinterés, de tal modo que estas maneras de allegarnos a los prójimos y a las cosas tiñen y destiñen nuestro tránsito por la existencia. En el acercamiento y su contraparte, el repudio, se encuentra comprometido todo proyecto humano. De la misma manera que no hay vida sin conducta, tampoco existe conducta sin comunicación.

¿Se nos aproxima la muerte o nosotros nos aproximamos a ella por ser una necesidad irremediable? Llegar a lo desconocido requiere cautela más que audacia; pero cuando lo desconocido se nos acerca, tememos. No es lo mismo algo extraño que se nos aproxima, que nosotros decididos a acercarnos. Al arrimarnos, prevemos resultados e imaginamos posibilidades; sin embargo, la provocación de un acercamiento inesperado nos produce temor o angustia, desespero y asombro. Las contiendas pueriles ejemplifican este juego vital que se representa alejando el peligro y causándolo por aproximación. El fútbol, contienda que atrae a tantos fanáticos, resume esta rivalidad entre acercar el peligro a un arco y alejarlo del otro; y en algo

■ *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)

---

similar coinciden otros juegos de competición y las guerras. También la comunicación es expulsión y salida de nuestra conciencia; tal vez inicio de una senda para la andanza y puerta de misterios entre interlocutores. De acercarse y alejarse, de este vaivén entre repulsiones y afectos trata la verdadera comunicación. Leer es aproximarse a un objeto que será compañero, calmante, malestar, ocio, subversión o aburrimiento.

Nos enseñan a acercarnos al mundo con técnicas de investigación y observación; pero en las relaciones humanas y en el mundo de las cosas aprendemos a aproximarnos por experiencia propia y vicaria. Quizá no nos enseñan a alejarnos. La obsesión es vivir para un acercamiento radical. Y la pasión posibilita el encuentro entre dos obsesiones. La existencia se ampara en esos entusiasmos.

Nunca nos acercamos en estado puro. Tras cualquier acto de aproximación, siempre hay intenciones que modelan, esquemas mentales, preferencias, estereotipos, prejuicios, exclusiones e inclusiones. Bajo este sentido, que se limita por el desliz de la mirada y también por su agudeza (situación), nos aproximamos a las máquinas receptoras de mensajes banales y adormecedores. La presencia directa con la persona se diluye y se cambia por la experiencia indirecta con apariencias humanas y objetos figurativos. Nos aislamos y no hay búsqueda ni encuentro.

## **Presencia y ausencia**

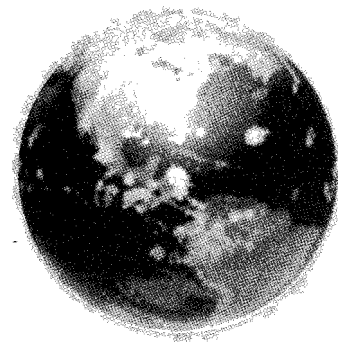
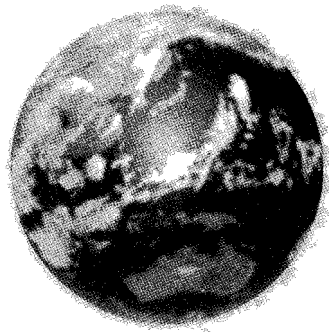
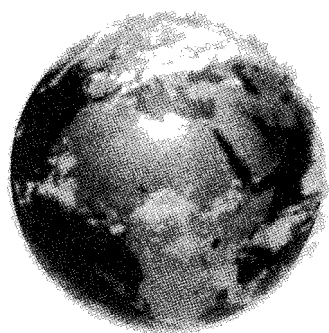
Prendemos el televisor. La lámpara encendida, símbolo de la espera como en las vírgenes que aguardaban la llegada del señor y su encuentro, ahora es divertimento y evasión. La lámpara de la televisión insiste en eso mismo, pero con la ilusión engañosa de que a través de ella entramos en diálogo. Con el espectáculo del programa creemos echar raíces en un suelo de irrealidad donde no hay hombres sino retratos que danzan para evadirnos y engañarnos con acercamientos irrelevantes. La

vetetización del presente social, del pasado y futuro ingresa por la imagen de los medios y los multimedia, ¿los medios masivos o los "miedos" masivos? El miedo al contacto directo, por tanto la distracción con la máquina que es fácil de manipular. El contenido del mensaje desaparece entre el oropel, en la pose y la figura maquillada, y aparece la seducción de la vaciedad.

La sensación visual mediatizada reemplaza el contacto directo con las cosas, de tal manera que la expresión oral y escrita ya no versa sobre la vivencia directa sino sobre las experiencias leídas y vistas. Por eso la literatura trata cada vez más sobre libros que sobre existencias, sobre la expresión de los muertos y no sobre la aparición del ser. Con el teléfono digital, el ipod, la televisión y el computador portátil nos aislamos del contacto personal.

En una sociedad altamente preparada para aceptar la realidad ilusoria y artificial como natural, donde las cosas se diluyen y difuminan, el mayor valor es ser aceptado. Ser percibido es existir, para ello hay que hacerse notar, aparecer en los medios y convertirse en producto. En ello radica el seudo valor de llamar la atención y provocarla con cualquier pretexto.

Ecce homo. He aquí el hombre. Lo dijo y escribió F. Nietzsche, también el otro hombre verdadero, pero ninguno de ellos apareció en televisión. La lámpara encendida ya no busca, ni espera, ni involucra, solamente nos distrae de nuestra radical soledad para que sumisos y obsesos no nos paralice el aislamiento, creyendo en las imágenes, en las representaciones de las cosas, sin raíces donde crecer. Si el Principito interrogara hoy por los hombres la flor contestaría "están viendo televisión," obnubilados y magnetizados, distraídos. Esa flor afirmaría que los hombres crecen bajo la sombra de este aparato; frente a la televisión se absorben y aíslan renunciando al encuentro con otras personas, a las presencias. Y la canija flor de tres pétalos concluiría de igual manera: "¿Los hombres?... Nunca se sabe dónde encontrarlos. El viento los lleva, pues no tienen raíces. Y no tenerlas les causa amargura." 🌻



# Periscopio Tecnológico

## Disponible archivo general de la web

Los interesados en recuperar páginas archivadas en la web deben saber que ya no están donde originalmente se hallaban, ni en otro sitio en el resto de Internet; para hallarlas pueden conectar al link: <http://www.archive.org/web/web.php>

Aunque el archivo general del Internet se lo conocía hace tiempo, solamente tenía disponibles páginas HTML y no otros tipos de contenido, pero el sitio ha sido habilitado para encontrar también otro tipo de material, siendo, además, muy útil para ver páginas y contenido "oficialmente ya desaparecidos".

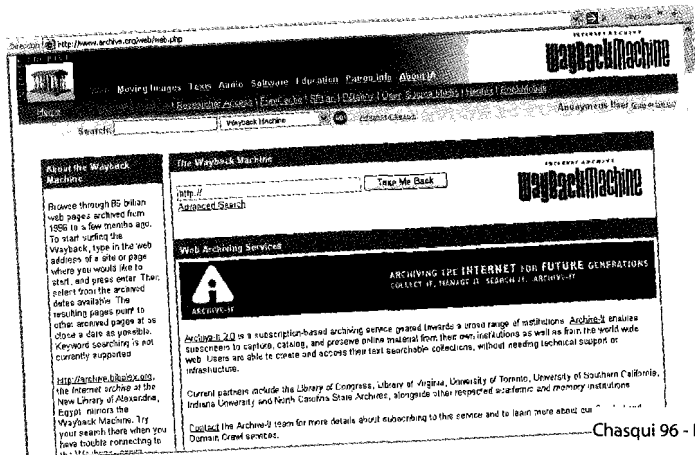
## Desarrollan pantalla para imágenes tridimensionales

Las empresas danesas Ramboll y viZoo consiguieron desarrollar una pantalla que muestra verdaderas imágenes tridimensionales a través de una plataforma en forma de pirámide invertida.

La nueva Cheophtics360 consigue reproducir imágenes en tres dimensiones, que se pueden ver desde cualquiera de los lados de la pantalla, aún de grandes proporciones. El dispositivo logra imágenes casi perfectas entre un metro y medio y 30 metros de altura, dentro de su espacio de proyección. Reproduce casi todos los colores y un gran número de formas en movimiento, incluyendo personas reales.

No se trata de imágenes bidimensionales, que por efecto de color producen la sensación de profundidad, sino de verdaderos cuerpos suspendidos en el aire, visibles desde cualquier ángulo.

El prototipo puede verse en el portal [www.youtube.com](http://www.youtube.com)



---

## Mapeo por radar de América del Sur

La empresa EarthData International (EarthData) firmó un contrato por 4.3 millones de dólares con la Agencia Nacional de Inteligencia Geoespacial (NGA, por sus siglas en inglés), para realizar el mapa de extensas porciones de América del Sur utilizando el sistema de mapeo por radar GeoSAR de su propiedad. El trabajo producirá mapas de terrenos e imágenes de alta resolución, para respaldar diversas actividades de gestión de información y tierras.



Montado en un avión con motor a reacción y utilizando dos bandas de radar (bandas X y P) en forma simultánea, el sistema GeoSAR sobrevolará áreas sudamericanas y recolectará imágenes y modelos tridimensionales sumamente precisos de la superficie de la bóveda selvática, así como del terreno que se encuentra por debajo de dicha bóveda.

## La PC de 100 dólares en 2007

El proyecto *Un portátil por niño*, que impulsa el Instituto de Tecnología de Massachussets (MIT), anunció que el próximo año se iniciará la producción de un ordenador portátil, que tendrá un costo de 100 dólares y que en su primera etapa se venderá en zonas deprimidas de Brasil, Argentina, Nigeria y Libia.

El primer lanzamiento de 10 millones de unidades utilizará tecnología Linux, tendrá un procesador de 500 MHz y 128 MB de memoria de acceso aleatorio dinámico (DRAM), con 500 MB de memoria flash; no contará con disco duro pero sí con cuatro puertos USB, así como conexión de

red inalámbrica para conectarse con equipos similares y acceso a la web.

## Desarrollan sistemas de generación eléctrica

En Japón se ha desarrollado un sistema para que los pasajeros que circulan por los torniquetes al Metro y otros sistemas de transporte masivo produzcan electricidad, mediante el uso de generadores que utilizan las rotaciones para producir energía

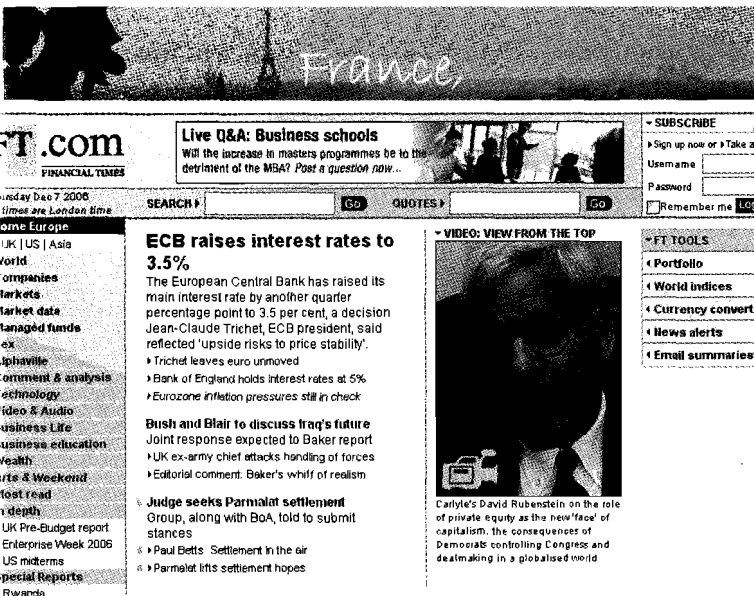
Otra empresa desarrolló una batería biotermal, que genera su propia electricidad a partir del calor desprendido por el cuerpo de una persona, y permite mantener cargado el marcapasos cardíaco que utiliza, la vestimenta termal que emplea, etc.

## DVD de papel

También en Japón han desarrollado un DVD de papel para almacenar hasta 25 GB de datos y que, por sus características, puede ser cortado con un tijera y estilete a fin de preservar la seguridad y confidencialidad de la información almacenada en él.



**Financial Times estrena redacción multimedia**



Este diario de Londres, considerado la biblia del periodismo económico, estrenó en octubre una redacción multimedia que integra las redacciones tradicional y electrónica en una sola, para así reestructurar las operaciones editoriales y transformar de forma radical el sistema de trabajo.

La "nueva redacción" fue posible con la implantación del sistema Methode, desarrollado por la firma italiana EidosMedia, que permite que el sitio web y la edición impresa puedan ser editados desde la misma plataforma y bajo una sola jefatura. Este modelo pretende crear "una de las mayores redacciones multimedia del mundo", según el director, Lionel Barber, y prevé que todos los periodistas estén disponibles para comenzar a trabajar desde las 07h00 al menos tres días al mes.

En tanto, *The Daily Telegraph* abandonó su sede de la City para desembarcar en un complejo

multimedia en pleno centro de Londres y *The Times* trasladó a su equipo económico de la edición on line a la sección hermana del diario en papel.

**En San Francisco el Internet será gratis**

La ciudad estadounidense de San Francisco se convirtió en la primera ciudad del mundo que contará con un servicio municipal inalámbrico o Wi-Fi, para acceder a la web, en todo su territorio

La corporación municipal, encabezada por el Alcalde Gavin Newsom, llegó para el efecto a un acuerdo preliminar con la empresa EarthLink, un proveedor que trabaja con varios socios entre los que se encuentra Google.

Según los términos del arreglo, la empresa deberá desarrollar un programa de Internet inalámbrico gratuito para la ciudad de 777 mil habitantes, debiendo, con el tiempo, extender la cobertura para alcanzar a todos los vecindarios de la capital californiana.

"Disponer de Internet Wi-Fi ubicua cambiará el acceso de los residentes a la educación, los servicios sociales y las oportunidades económicas," dijo Newsom.





## La nueva generación de bibliotecas en Internet

Los aficionados a los libros en Internet pueden elegir ahora entre una serie de bibliotecas en la web, para acceder a trabajos escritos sólo con un click del ratón.

- Google Book Search (<http://books.google.com>), el más conocido, con "miles" de trabajos digitales. Se puede acceder a textos clásicos completos -como la 'Divina Comedia' de Dante- y a resúmenes o fragmentos de libros aún bajo la protección de derechos de autor. Se puede buscar por nombre de autor, fecha de publicación o palabras o expresiones que aparezcan en el título o el texto.

**Google**  
Búsqueda de libros BETA

La Web Imágenes Grupos Noticias Más »

Búsqueda de libros

Búsqueda:  Todos los libros  Libros enteros

- Open Content Alliance (<http://www.archive.org/details/texts>), que tiene 35.000 libros escaneados, la mayoría en inglés. Ninguno de los trabajos está protegido por el derecho de autor, y pueden ser descargados, impresos o utilizados libremente con objetivos comerciales. El motor de búsqueda es menos sofisticado que el de Google Books, pero puede detectar palabras de referencia si la calidad de las páginas es suficiente.

**Internet Archive**

139,154 items

Top Rating Averages

1. *The Jacksons*  
Batting average: 68.25%
2. *Collected papers on analytical psychology*  
Batting average: 68.25%
3. *A study of the Ethical of Sparta (Ethical of Sparta) (Ethical of Sparta) (Ethical of Sparta)*  
Batting average: 68.25%
4. *Molecular Magnetism*  
Batting average: 67.44%
5. *A DICTIONARY OF APPLIED PHYSICS*  
Batting average: 67.44%

Sub-Collections

- American Libraries**  
Colonial Favorites: Grody Two-Sheets (details | read #) Publisher's chronolithographed pictorial wrappers c1888 Cow cake, or, the chronicle of crows (details | read #) The house that Jack built, a game of forfeits: to which is added, The entertaining fable of "The Mapple" (details |)
- Canadian Libraries**  
Historical Texts De exilite Dei (1475) (details | pdf) A native of France, Nicolas Jenson was one of the most important printers operating in Venice in the fifteenth century. Between c.1470 and 1480, Jenson produced around 150 books including the 1475 printing of St. Augustine's "De."

- Windows Live Search Books, en desarrollo por Microsoft Computer, en el sitio (<http://publisher.live.com/>) invita a autores y editores a enviar sus libros para ser incorporados.



- Gallica, (<http://gallica.bnf.fr/>) de la Biblioteca Nacional de Francia, tiene 90.000 libros digitalizados disponibles en "formato imagen" pero no permite encontrar palabras clave dentro del texto.



- Otros sitios especializados ofrecen versiones de texto de trabajos digitalizados, en general clásicos, que pueden ser descargados para leer o imprimir y permiten búsquedas por palabras clave, como el de las obras completas de Shakespeare" (<http://www-tech.mit.edu/Shakespeare/>) o el sitio de Molière (<http://www.site-moliere.com/>) y otros que ofrecen poesía, ensayos, o libros por temas. 🌸

# Bibliografía sobre Comunicación

## Libros



Calvo Herrando, Manuel (2006). **Arte y Ciencia de divulgar el conocimiento**. Quito: CIESPAL. Colección Intiyán. (43). 310 p.

Tarea fundamental del periodismo científico es la difusión de la ciencia de una manera concisa y accesible a todo público. El texto detalla de manera sencilla y sistemática las pautas y normas para dicho ejercicio profesional, aspirando a convertirse

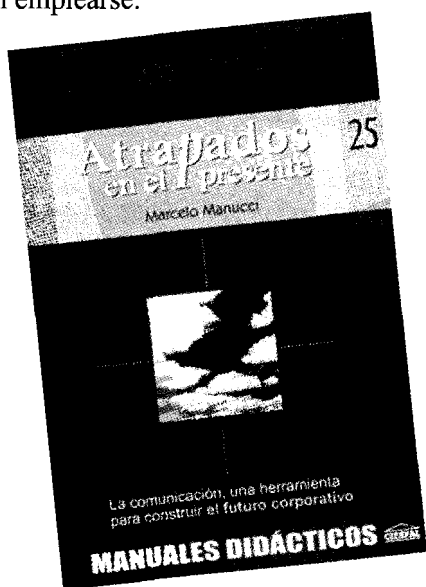
en orientador de la labor de los periodistas, interesados en la propagación del intrincado funcionamiento de las ciencias y cuyo escenario se caracteriza por el acelerado desarrollo tecnológico y científico. También es propósito de este libro acercar la ciencia a las personas que menos la conocen, o necesitan conocerla mejor a fin de descartar mitos y misterios que posibiliten la capacidad de discernir los aspectos puramente técnicos para tomar decisiones y entender el por qué de las cosas.



González Castro, Vicente (2000). **Las trampas de los sentidos: información subliminal**. La Habana: Pablo de la Torriente. 111 p.

El texto es el resultado de una intensa investigación del autor alrededor de un tema deslumbrante. Están reunidas en la publicación las experiencias de 20 años de profundización del tema, desde las primeras sorpresas de los mensajes escondidos hasta las apelaciones actuales, que no tienen nada de escondidas, pero son más fuertes y dañinas.

El mensaje subliminal constituye la justa opción para adentrarse en ese mundo interior, casi informe, donde imágenes y representaciones se agazapan o desdoblán como queriendo ser descubiertas en su propia esencia. Inicia la obra con los orígenes que tuvo la información subliminal, plantea algunas teorías, incursiona en las diferentes técnicas de los mensajes ocultos, palabras y signos detonantes, los diferentes tipos de significados, el doble mensaje, la publicidad subliminal, lo subliminal en el arte y para concluir se cuestiona ¿si existe una ética para lo subliminal? proponiendo algunas técnicas que pueden emplearse.



Manucci, Marcelo (2005). **Atrapados en el presente: La comunicación, una herramienta para construir el futuro corporativo**. Quito: Ciespal. Colección Manuales Didácticos. (25). 249 p.

En esta obra el autor explora conceptos de disciplinas científicas como: los de la Física cuántica, de la Teoría del caos, el pensamiento sistémico, y el pensamiento complejo para desenredar ficciones corporativas y narraciones que definen la realidad en la que las organizaciones viven y desarrollan su actividad. Introduce a los lectores en las nuevas perspectivas y posibilidades que brinda la comunicación estratégica, incluyendo ejercicios para que, en la práctica de la comunicación, se conviertan en oportunidades en este período histórico de permanentes cambios. Confirma que en las organizaciones la comunicación deja de ser un instrumento de transmisión para transformarse en una *herramienta* de diseño y gestión de significados. Es una ayuda para que los docentes investigadores logren involucrar a sus estudiantes en la investigación.

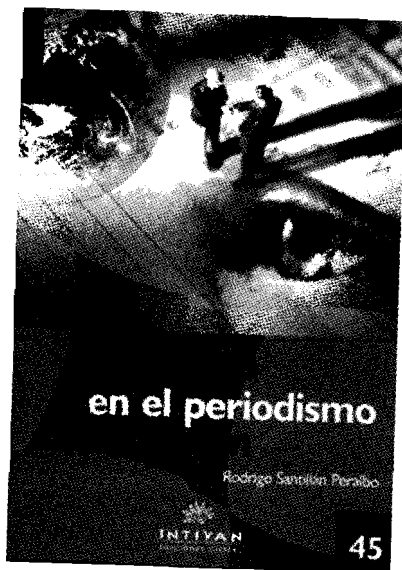


Quiroz, María Teresa (2001). **Aprendiendo en la era digital**. Lima: Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial. 128 p.

La autora señala que la innovación tecnológica ha cobrado en las últimas décadas inusitada importancia en todos los ámbitos de la vida, sin embargo, sus beneficios no parecen tocar aún los grandes problemas de la humanidad. Esta preocupación,

## BIBLIOGRAFÍA

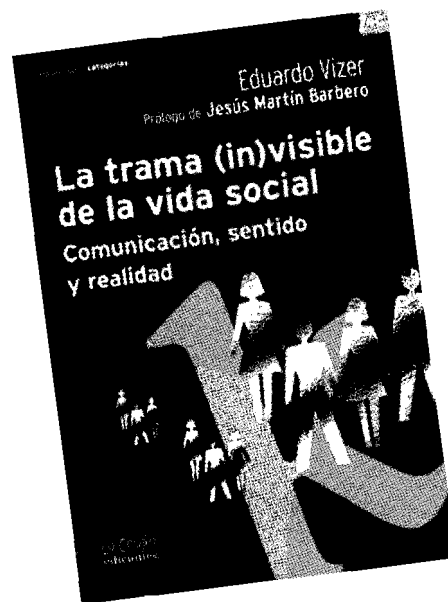
la centra en las implicancias del desarrollo tecnológico, en la educación y la institución escolar. Busca elucidar qué cambios son urgentes en la educación peruana que permitan conciliar la recuperación de las identidades con las posibilidades de acceso a la información y al gran espacio mundial. Insta a proponer políticas y estrategias que hagan de la educación un espacio que revalorice las identidades culturales y la autoestima de los jóvenes en un mundo de avances tecnológicos en tiempos de globalización.



Santillán Peralbo, Rodrigo (2006). **El lenguaje en el periodismo de opinión**. Quito: CIESPAL. Colección Intiyán (45). 290 p.

Argumenta el autor que el periodismo de opinión tiene entre sus postulados orientar, guiar, educar y formar al ciudadano, para que comprenda el pensamiento y juicios de valor expresados en la página editorial, por eso su correcto manejo servirá para enriquecer los criterios de la colectividad sobre un determinado tema. Agrega que quizá es el género más involucrado en la responsabilidad social de los medios de comunicación, pues busca enriquecer el criterio colectivo, y de sus análisis depende la clarificación o el sesgo que pueda asig-

narse a un hecho que afecta y preocupa a la sociedad. La obra contiene diez capítulos destinados a convertirse en una guía que conduzca el análisis y la articulación de los datos para permitir comprender las relaciones entre causas y efectos al desentrañar e ilustrar las diversas interpretaciones sobre un tema o acontecimiento y orientar de modo ético la opinión pública.

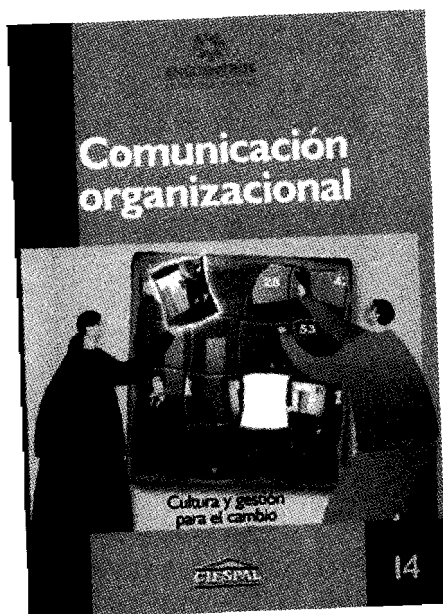


Vizer, Eduardo A. (2006). **La trama (in) visible de la vida social: Comunicación, sentido y realidad**. Buenos Aires: La Crujía. 362 p.

Sobre la obra, Jesús Martín Barbero confiesa que desde la primera página, este libro se da como un proyecto pensar "la comunicación como una fase contemporánea dentro de la construcción histórica, social y epistemológica las ciencias sociales. Sobre la obra, Michael Morgan hace la siguiente acotación: El autor guía al lector por las diversas maneras en que se ha pensado acerca de la comunicación y señala una concepción nueva, más convincente, dinámica y clara de lo que se la visto hasta el presente. Conectando, criticando y profundizando en una amplia variedad de tradiciones intelectuales, trae un nuevo enfoque,

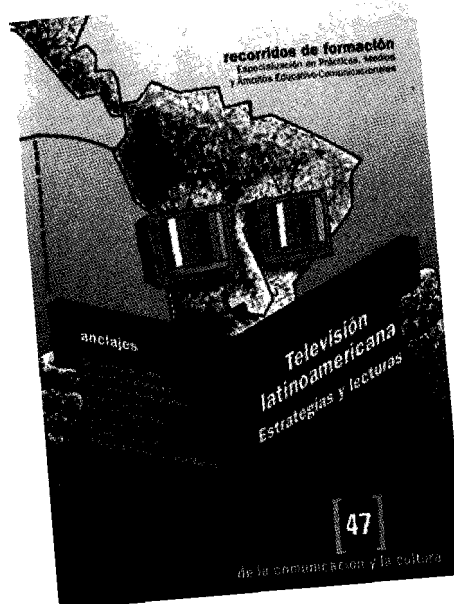
fresco y provocativo, para entender la comunicación en términos de "procesos de formación de conjuntos de relaciones de sentido"

## Revistas



Costa, Joan /et. al./ **Comunicación Organizacional: Cultura y gestión para el cambio** (2006). Quito. CIESPAL. Colección Encuentros (14) 163p.

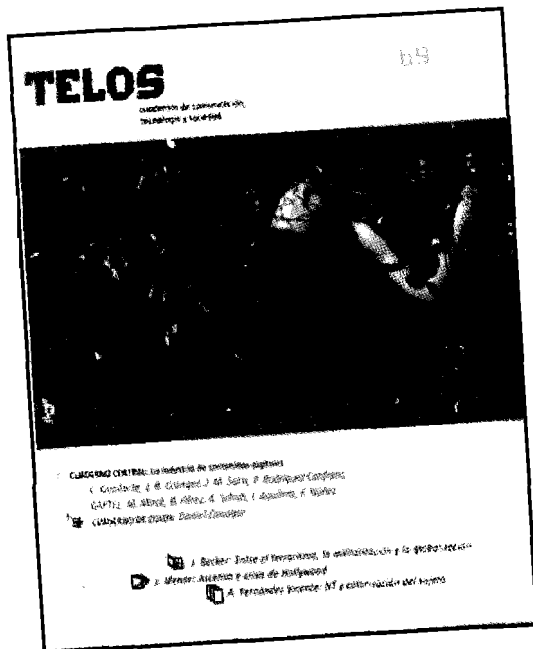
La comunicación es una aliada de todo proceso organizacional, por lo que el CIESPAL se planteó la necesidad de trabajar en el II Congreso Internacional de Comunicación el tema en torno a la Cultura y la gestión para el cambio como eje central. Los temas expuestos por expertos como Joan Costa, Germán Hennessey, Amaia Arribas, Marcelo Manucci, Sandra Fuentes, Camilo Aljure se acopian en la presente publicación. Así entenderemos a la comunicación como una potenciadora de la gestión que facilitará transformar el capital humano en talento humano, construir la civilidad y acceder a procesos democráticos desde la reflexión individual y colectiva, tal como se inserta la organización en los mercados.



Crovi Druetta, Delia (2006). **Redes públicas de telecomunicaciones: el futuro inmediato de la televisión por cable en México**. IN: Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura, Año 5 (47). pp. 8-23

¿Qué ha pasado en estos cincuenta años en la televisión por cable de México? ¿Cómo ha sido su evolución? ¿Qué estrategias siguieron los concesionarios de señales de cable para ir sorteando los retos que se presentaron durante la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI? ¿Se puede hoy hablar de una auténtica industria de la televisión por cable? Estas son las interrogantes a las que la autora se propone dar respuesta en este artículo que analiza los cambios más importantes que ha experimentado la televisión por cable en México en su medio siglo de vida.

# BIBLIOGRAFÍA

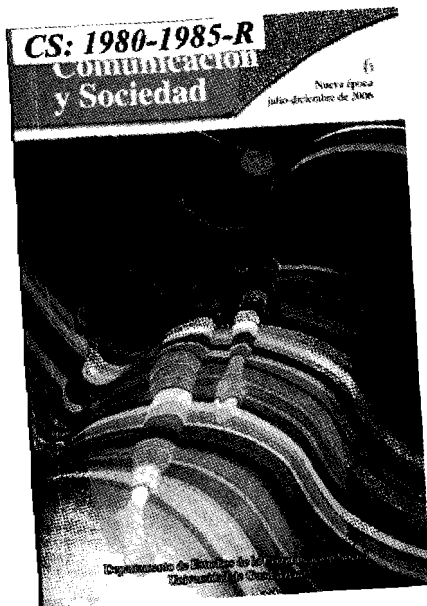


Graña, François (2005). **Todos contra el Estado: Usos y abusos de la "gobernanza"** IN: Revista Espacio abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología. Vol. XIV (4). pp. 501-529

Fernández Vicente, Antonio (2006). **Anonadamiento y formación de las conciencias: Las nuevas tecnologías como herramienta de colonización del sujeto.** IN: Revista Telos (69). pp. 101-107

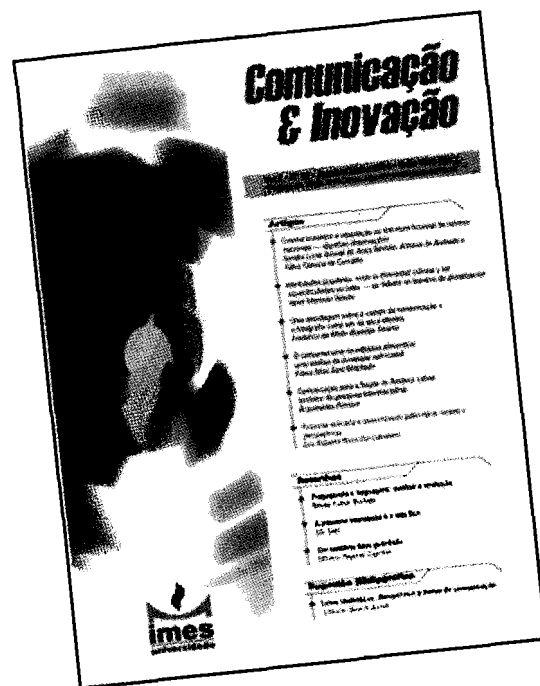
Los conceptos de *anonadamiento* y *colonización de las conciencias* toman en el contexto digital una renovada actualidad, en tanto los medios digitales extienden la labor de formación de los individuos a cargo del entorno mediático. La desaparición del sujeto, y de su propio cuerpo y la institución de una realidad segunda son los mecanismos de control y manipulación de las conciencias derivadas de la tecnología digital, mientras que las innovaciones han de ser enmarcadas en el contexto del capitalismo tardío.

El término *gobernanza* en boga alude a modalidades participativas de gestión del poder, opuestas al tradicional Estado centralizador. Esto ocurre en contextos de intensificación de la globalización e interconexión mundial, *crisis de la deuda* y agudización de la pobreza extrema en el hemisferio Sur, ascenso de las mafias, desequilibrios medioambientales, inseguridad planetaria, y desastres humanitarios sin precedentes. Junto a ello, prospera la arremetida liberal contra el *Estado social*, sospechoso de ineficiencia, proteccionismo, despilfarro y corrupción. *La good governance* reclamada por el Banco Mundial a los países deudores legitima una intervención directa en sus políticas económicas y sociales. Pero el preconizado *Estado mínimo* parece agudizar los males preexistentes: desintegración y exclusión social, desocupación endémica, desprotección e inseguridad ciudadana crecientes.



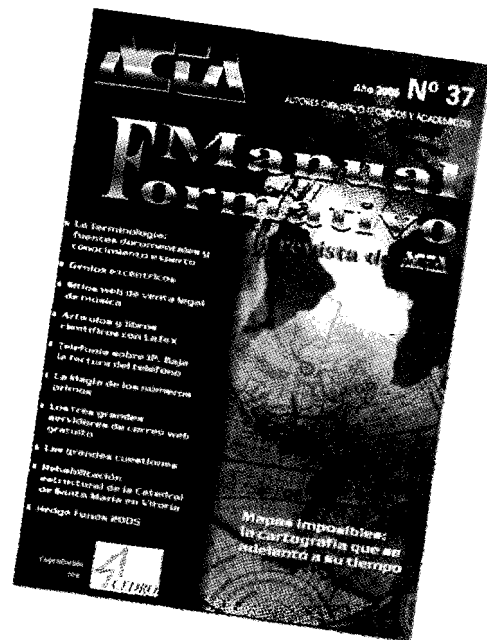
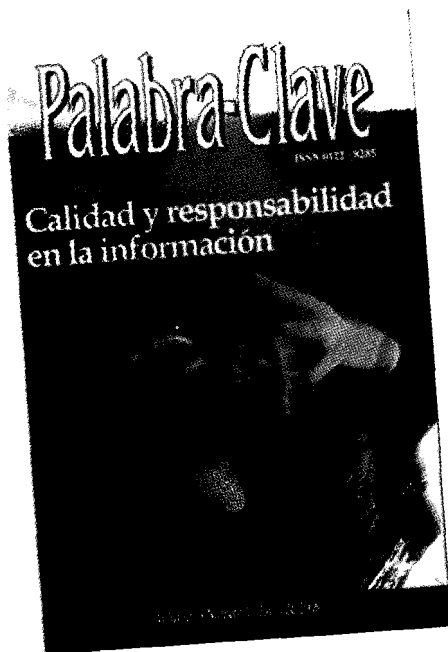
Macía Barber, Carlos (2006). **Un modelo de defensor del lector, del oyente y del telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio del periodismo.** IN: Revista Comunicación y Sociedad. Vol. XIX (1). pp. 47-66

El modelo que se propone exige la designación conjunta por la propiedad, la Dirección y el Consejo de Redacción del medio, de un periodista de acreditada solvencia personal y dilatada experiencia profesional, ajeno a la empresa informativa y sin vinculación laboral futura en la misma. Su período de mandato sería limitado, con reconocimiento de garantías laborales o sindicales, capacidad de iniciativa propia y dotación de los medios materiales y personales necesarios. La figura se regiría por un Estatuto regulador, acompañado de un código deontológico y de un Libro de Estilo para los periodistas, a quienes se reconocería el derecho a que su versión de los hechos sea escuchada y publicada con fidelidad. Su actuación, confidencial y que tendría como límite la prohibición de enjuiciar la trayectoria profesional de quien se ve inmerso en una investigación o de verter juicios de valor sobre su persona, requeriría la plena difusión interna y externa de los resultados de sus investigaciones, mediante canales predefinidos y periodicidad pactada.



Martínez Toledo, Yanet (2006) **Identidades populares: entre la diversidad cultural y las especificidades sociales-un debate en tiempos de globalización.** IN: Revista Comunicação e Inovação. Vol. VII (12). pp. 9-15

Las identidades populares han tomado un amplio protagonismo en las investigaciones sociales de la última década. Las perspectivas de lo cultural y lo colectivo se entrecruzan para profundizar conceptos como el de diversidad cultural, des-territorialización del espacio nacional y otros que se mueven dentro de un gran debate social. El sentido de diversidad no implica necesariamente mayor democratización de las relaciones entre los sectores populares y los hegemónicos. Las identidades, sin desdeñar las estrategias y concepciones del mundo, específicas de los grupos sociales, deben potenciar los procesos de integración social de lo popular en tiempos de globalización.



Pellegrini R., Silvia; Mujica, María Constanza (2006). **Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo.** IN: Revista Palabra Clave. Vol. IX (1). pp. 11-28

La exigencia del público, la academia y los medios de definir estándares profesionales y éticos para el trabajo periodístico han tenido resultados dispares. Los intentos de evaluar el desempeño profesional a través de criterios como la medición de la extensión de las notas publicadas no acogen rasgos esenciales del periodismo como trabajo intelectual. En este contexto, surge el proyecto de Valor Agregado Periodístico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que busca analizar y describir los medios a través de la medición cuantitativa de la presencia (o ausencia) en el producto informativo de estándares transversalmente reconocidos por las agrupaciones profesionales, el público y la academia. Esta metodología se convierte en un apoyo a la toma de decisiones de periodistas, editores, academia, público, directores y administradores de medios.

Rodríguez Ortega, Nadia; Schnell Bettina (2005). **La terminología: panorama actual y cooperación internacional.** IN: ACTA (37).

La terminología nace como una disciplina al servicio de la comunicación entre especialistas, una actividad humana sujeta a continuos cambios, ya sea por los usuarios, los avances científicos y tecnológicos o los cambios en el entorno socio-político y cultural. En este artículo se aborda la situación actual de la terminología, atendiendo a los cambios más significativos en la concepción de la actividad terminológica, tales como: 1) La diversificación de los campos de especialidad como consecuencia del desarrollo científico-técnico; 2) La proliferación de la información especializada, debido a la globalización de los mercados; 3) La especialización progresiva en los diferentes campos de especialidad; 4) La diversificación de la comunicación plurilingüe entre sociedades de distintos niveles económicos y tecnológicos, con el consiguiente incremento de la necesidad de transmisión del conocimiento especializado; y, 5) La difusión del conocimiento especializado en un contexto determinado por el impacto de las nuevas tecnologías.





Villarruel A., Marco. (2006). **Los grupos monopólicos de comunicación en el Ecuador.** IN: Textos y Contextos. Año IV (5). pp. 9-38

El texto expone cómo un grupo de afortunados individuos han conseguido hacerse de la propiedad, no de uno, sino de verdaderas redes de medios de comunicación. La inocultable trascendencia del tema se expresa en la relación de estos con la banca, la industria, los grandes negocios, y los vínculos de los representantes del *cuarto poder* (uno más que el Ejecutivo, Legislativo y Judicial), o del "contra poder" (cuando actúan como jueces fiscales o en representación de la *opinión pública*). Advierte el autor que la concentración de medios produce menoscabo al pluralismo y a la democracia que dicen defender y promover. En otras palabras, los llamados paladines de la democracia son en sí antidemocráticos, y lo son más si se consideran las presiones ejercidas contra los periodistas y la imposición de sistemas de autocontrol o autocensura. ❁

Base de datos documental del



<http://www.ciespal.net>

Biblioteca digital

<http://www.fundacyt.org.ec>

opción -SNIB- *Sistema Nacional de  
Información Bibliográfica*

**Centro de Documentación**

Av. Diego de Almagro N32-133 y

Andrade Marín

Apartado postal 17-01-584

e-mail: [documentacion@ciespal.net](mailto:documentacion@ciespal.net)

Teléfonos: 254-83-37 / 254-80-11

Fax: 250-24-87

Lo que pasó  
y lo que vendrá

# Actividades del CIESPAL

## Colaboración Cívica

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), colaboró con el Tribunal Supremo Electoral (TSE) de Ecuador, en el proceso de edición y difusión pública -a través de diarios y estaciones de radio y televisión privadas- de los planes de trabajo y propuestas de los 13 binomios calificados por el TSE para optar por la Presidencia y Vicepresidencia de la República.

Simultáneamente el Centro Internacional efectuó un *Análisis de contenido de la información electoral en la prensa ecuatoriana*, a fin de conocer la posición que asumió la prensa diaria ecuatoriana durante el proceso electoral.

## Doctorado Latinoamericano

El CIESPAL avanza con el desarrollo de un proyecto para crear un *Doctorado Latinoamericano en Comunicación*. Con ese objeto, adelanta gestiones a fin de concretar alianzas con universidades de España y Latinoamérica que permitan concretar la iniciativa.

Así mismo adelanta conversaciones con la Fundación Roberto Marinho de Brasil para desarrollar proyectos de interés común en el campo de la comunicación, que en su primera fase comprendería asesoría y apoyo logístico del CIESPAL, para la producción de materiales audiovisuales a ser difundidos por el canal educativo FUTURA de la red brasileña O'Globo.



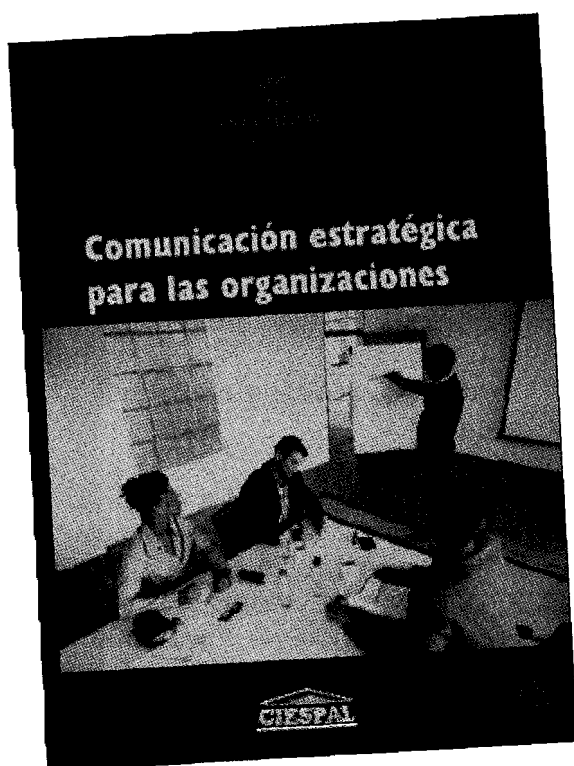
## Donación japonesa de equipos de televisión

Esta sumamente avanzado el proceso de donación de equipos de televisión, por parte del Gobierno de Japón para el CIESPAL, por un monto de alrededor de medio millón de dólares. En las últimas semanas fue convocada en la capital japonesa de Tokio una licitación para la adquisición de los equipos, que incrementarán desde el 2007 el potencial de producción televisiva de la institución. La empresa adjudicataria fue la Mitsubishi y la mayor parte de los equipos a ser adquiridos serán de la marca Sony.



## Publicaciones

En la última parte del año, el departamento de Publicaciones concluyó la preparación e impresión del libro *Comunicación estratégica para las organizaciones*, que forma parte de la colección Encuentros, con el número 15 y recopila valiosa información para ayudar a posicionar a la comunicación como elemento estratégico en la gestión de las organizaciones; también ofrece un análisis, desde varios puntos de vista, sobre los avances de la comunicación corporativa, institucional y empresarial.



Además, se puso en circulación el *Catálogo de Publicaciones* del CIESPAL, en una impresión de lujo y a todo color, que en 28 páginas presenta la totalidad de las publicaciones agrupadas en las colecciones Intiyán, Encuentros, Manuales Didácticos, Monografías y Latinoamérica, según sus contenidos y el tratamiento de los temas, con un detalle preciso del nombre del autor, contenido,

número de páginas y precio. El catálogo contiene un detalle de todos los números de la revista Chaqui y un instructivo para poder adquirir, tanto las publicaciones como la revista.



En una iniciativa que se repite periódicamente, la institución envió invitaciones a catedráticos de las diferentes especialidades de la Comunicación Social, para que se integren al grupo de autores del CIESPAL mediante la preparación y edición de publicaciones que abarquen temas de su especialidad.

Las comunicaciones, entre otras, fueron giradas al profesor Carlos Bonilla, de la Universidad Iberoamericana de México, para que prepare un libro sobre *Relaciones Públicas*; al profesor Joseph Rotta, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Ohio, sobre *Métodos y técnicas de investigación*; al profesor Marcial Murciano, Decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Barcelona; al profesor Bernardo Díaz Nosti, de la Universidad

de Málaga, sobre el tema *Análisis comparado sobre el contenido de la prensa en América Latina*; al profesor Miguel de Moragas Spa, de la Universidad Complutense de Madrid, sobre *Teorías de la comunicación*; al profesor Miguel Urabayen, de la Universidad de Navarra, sobre *Derecho a la información*; y al profesor Ernesto Villanueva, de la Universidad Autónoma de México, sobre *Derecho de la Comunicación*.

### Fortalecimiento de medios de comunicación

A fin de demandar de los candidatos presidenciales la presentación de una agenda mínima de trabajo, que dé respuesta a los grandes problemas nacionales, un grupo de organizaciones sociales, incluido el CIESPAL, concibió e impulsó el proyecto *17 temas urgentes para una democracia verdadera*.

Para el efecto, se socializó la propuesta con 200 comunicadores de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ibarra y Coca, a fin de lograr su adhesión y compromiso, utilizando los espacios de talleres informativos.

Los temas abordados fueron:

1. Reforma política que fortalezca la democracia y el estado de derecho.
2. Economía y política fiscal que propendan al crecimiento económico con desarrollo social.
3. Reducción de la pobreza, promoción del empleo y atención a los problemas de la migración
4. Combate a la corrupción
5. Política petrolera a favor del bien común de las y los ecuatorianos.
6. Políticas para el desarrollo humano en salud, educación, nutrición y vivienda.
7. Impulso de la igualdad y promoción de la mujer en la vida social
8. Garantía de los derechos colectivos de indígenas y afroecuatorianos
9. Ejecución de políticas a favor de niños, niñas y adolescentes
10. Descentralización y autonomías, con eficacia administrativa, responsabilidad local y solidaridad interregional.
11. Reactivación de la productividad y promoción de la competitividad frente a los retos de la globalización y el libre comercio.
12. Protección del ambiente natural y aliento al desarrollo sostenible del país
13. Garantía y promoción de los derechos humanos
14. Seguridad ciudadana y convivencia social
15. Política exterior que proteja el interés nacional
16. Políticas que garanticen la inclusión de personas con discapacidad.
17. Construcción de un gran acuerdo nacional sobre los grandes temas del país, a través del diálogo y la concertación entre Estado, partidos políticos y sociedad civil.

### Trata de personas y explotación sexual

Siendo evidente que Ecuador es un país de origen, tránsito y destino de personas víctimas de la trata con propósitos de explotación sexual y laboral, el CIESPAL, con el auspicio del Consejo Nacional contra la Trata de Personas-Ecuador y del Comité Ecuatoriano ante la Comisión Interamericana para la Mujer (CECIM), desarrolló un taller sobre la *Trata de Personas y Explotación Sexual*.

La cita entregó información, estadísticas e insumos a 34 comunicadores, para un manejo adecuado y respetuoso de la problemática; se facilitó legislación y elementos conceptuales de orden social, jurídico y normativo que redunden en la calidad de la información y en los procesos de sensibilización pública.

Los temas abordados fueron: realidad nacional e internacional de la trata y explotación sexual, legislación ecuatoriana e internacional sobre la materia, la realidad de las víctimas, sus derechos humanos y las normas de protección a las víctimas. Como expositores participaron funcionarios de diversas instituciones nacionales e internacionales que trabajan en el tema.

### Articulación estratégica para la comunicación corporativa



El CIESPAL, a través de su área de Posgrados, desarrolló un primer curso *online*, con una duración de siete semanas y apoyo de una plataforma digital propia con el tema *Articulación estratégica para las comunicaciones corporativas*, que brindó recursos teóricos, metodológicos y técnicos para potenciar los procesos de comunicación, que permitan a las organizaciones diseñar y gestionar relaciones sólidas con sus diferentes públicos.

La experiencia permitió conocer el potencial de la plataforma e-Ciespal, a través de la cual podrán entregarse conceptos teóricos y metodológicos para analizar diferentes temas sociales en los que el eje sea la comunicación ante la complejidad de los contextos actuales. Así mismo, permite facilitar conocimientos, experiencias y utilización de herramientas para que los comunicadores mejoren su quehacer profesional.

Participaron 20 cursantes, entre comunicadores y profesionales vinculados a procesos de comunicación, de organizaciones, empresas, ONG, e instituciones públicas y privadas. Como tutor intervino el argentino Marcelo Manucci, quien es doctor en Ciencias de la Comunicación con posgrados en Terapia Sistémica, Sicodrama, Investigación de Mercado y Psicología del Consumidor, Imagen Institucional, Comunicación y Publicidad.

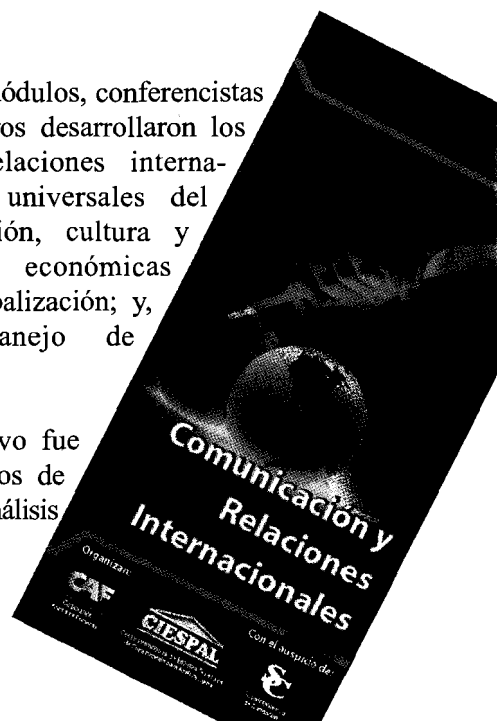
Los participantes recibieron abundante material documental para apoyo pedagógico y desarrollo de la tutoría online. Al finalizar el evento, cada cursante entregó una propuesta de Plan de Comunicación para ser aplicado en su organización.

### Comunicación y relaciones internacionales

Entre octubre y diciembre el CIESPAL y la Corporación Andina de Fomento (CAF), contando con el auspicio de la Superintendencia de Compañías, desarrollaron un curso sobre *Comunicación y Relaciones Internacionales*, que se cumplió sucesivamente en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, con la concurrencia de alrededor de 50 profesionales ecuatorianos de la comunicación.

En un total de 12 módulos, conferencistas nacionales y extranjeros desarrollaron los siguientes temas: relaciones internacionales y normas universales del Derecho; comunicación, cultura y política; relaciones económicas internacionales y globalización; y, negociación y manejo de conflictos.

El principal objetivo fue actualizar conocimientos de los participantes en el análisis



de la realidad contemporánea, además de promover la comprensión de los procesos políticos y económicos, para lo que se fomentó y estimuló el intercambio de experiencias.

Los participantes produjeron instrumentos analíticos para la aplicación en sus áreas de trabajo, gracias al fomento de su capacidad de análisis y la identificación de los diversos actores, intereses y dinámicas, posicionando a la negociación y al diálogo como los mejores métodos de solución de controversias.

### **Seminario Internacional CIESPAL-OEA**

La última semana del mes de noviembre se efectuó el Seminario *Periodismo en la nueva democracia digital: de la evolución a la revolución tecnológica*, al que asistieron 211 periodistas y comunicadores de 12 países de la Región.

Conferencistas de Chile, España, México, Colombia, Argentina y Ecuador, desarrollaron en cinco jornadas matutinas los siguientes temas:

- Convergencia digital para un nuevo periodismo
- La prensa digital en un mundo globalizado
- Periodismo de investigación en Sociedad de Información
- Géneros periodísticos en la prensa digital
- Proyecciones del periodismo digital en la Sociedad de la Información
- Creatividad, innovación y cambio de paradigmas en la comunicación
- Nuevas tecnologías de la información, comunicación y periodismo
- La palabra, materia prima de los periodistas
- Defensoría del lector digital

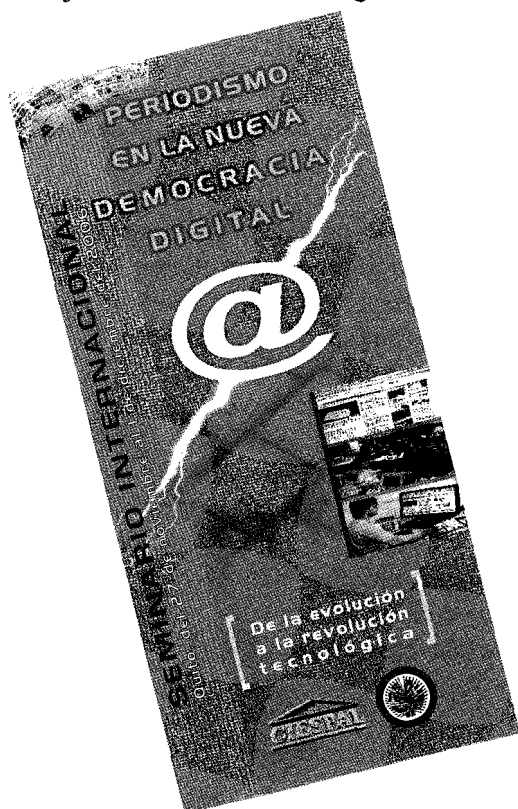
Aprovechando la tecnología informática y de acceso al Internet de última generación con que cuenta el CIESPAL, los asistentes participaron, después del mediodía, en talleres especializados sobre:

- Investigación y selección de fuentes en la web
- Prensa digital y géneros periodísticos
- Los weblogs
- Periodismo hipertextual y multimedia
- Diseño de periódicos digitales

### **Curso-taller de Recursos de Información**

Para dar a conocer los recursos informativos, en su mayoría electrónicos, que posee la Embajada de Estados Unidos en Ecuador, así como para compartir experiencias sobre la gestión local de la información periodística, en octubre se realizó un taller al que asistieron comunicadores y personal especializado en manejo de bibliotecas y bases electrónicas de datos, que trabajan en unidades de información de los diferentes medios de comunicación del país.

Durante el taller en octubre, los participantes tuvieron la oportunidad de navegar en poderosas bases de datos diseñadas exclusivamente para atender las demandas de los periodistas y comunicadores,



---

por lo que sin duda se constituirán valiosas herramientas en su trabajo diario. Esas bases de datos abordan temas como recursos de referencia general, recursos profesionales, alertas de noticias y organizaciones periodistas, pasantías, trabajos, posibilidades de formación, etc.

Uno de los intereses fundamentales del taller fue el de facilitar a los periodistas métodos de acceso a información privilegiada, para que efectúen la cobertura de las elecciones legislativas de medio tiempo que se realizaron en los Estados Unidos en noviembre.

### **Tercer congreso iberoamericano de comunicación organizacional en abril de 2007**

El CIESPAL prepara el Tercer Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional, que se cumplirá en su sede abril 18 al 20 en el primer trimestre de 2007, para ofrecer la experiencia acumulada de los expertos internacionales, entregar las bases primigenias para los desafíos y generar expectativas en torno al tema.

La Comunicación y el Marketing son disciplinas claves de la dirección. La Comunicación permite a las funciones empresariales establecer relaciones con los públicos objetivo; en cambio el Marketing da contenido y vida al producto/servicio. Las organizaciones esperan de los comunicadores intervenciones nuevas y de calidad a través de actividades en sintonía con todas las dinámicas globalizadoras. Por eso, quien trabaja en el sector deberá ser capaz de afrontar las actividades de relaciones públicas tradicionales (gabinete de prensa y eventos), no solo en los ámbitos de la comunicación del producto y Marketing, sino también en ámbitos corporativos e institucionales; adquirir una ventaja competitiva explotable en el mercado laboral, una visión orgánica y los instrumentos fundamentales para desempeñarse en empresas y organizaciones públicas y privadas, es una de las necesidades que imperan en el profesional actual.

El primer congreso se cumplió del 5 al 7 febrero de 2003 con una asistencia de 323 personas que trabajaron teorías sobre la comunicación organizacional y sus implicaciones. El encuentro confirmó la necesidad de propiciar espacios que posibilitara el intercambio de conocimientos y experiencias en el estudio de la comunicación en las organizaciones.

El segundo congreso fue en febrero de 2004 con 220 asistentes y fue la oportunidad para que los participantes y responsables del direccionamiento organizacional público y privado, renovaran, adquirieran y compartieran conocimientos que los expertos invitados comunicaron durante las sesiones llevadas a cabo alrededor de cada temática planteada en conferencias, talleres y presentaciones de casos.

### **Actividades de investigación**

La institución, por intermedio del Departamento de Investigación, prepara un Diagnóstico de la Comunicación en el Ecuador, que en su primera etapa incluye el levantamiento del inventario de medios para establecer su número, datos de identificación y principales características de medios impresos, radio y televisión.

Adicionalmente, se desarrolla un estudio documental que permita el diseño de una base de datos propia -que incluirá una versión online- que contendrá las investigaciones realizadas por el Ciespal durante más de cuatro décadas de actividad. Así mismo, se adelanta la preparación de un proyecto de investigación que se desarrollará en 2007, sobre Las nuevas tecnologías de la información y la población femenina del Ecuador, cuyo objetivo es conocer el nivel de acceso y el uso de las nuevas tecnologías en las áreas marginales de las capitales de provincia del país, como base para recomendar el diseño y desarrollo de proyectos que contribuyan a reducir la brecha digital que existe en el sector. ❀



## NUEVO LIBRO

### La Pobreza Digital: Perspectivas desde América Latina y el Caribe

La Pobreza Digital incluye siete poderosos capítulos desarrollando las herramientas disponibles de regulación para promover acceso, participación y empoderamiento de comunidades marginadas y pobres. El libro entrega un análisis innovador de oferta y demanda por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para definir, medir e investigar, por ejemplo, nuevos modelos de propiedad y administración de redes.



*Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información -DIRSI- es una red de profesionales e instituciones que buscan crear conocimiento para fortalecer políticas que promuevan una participación efectiva en la Sociedad del Conocimiento de las comunidades pobres y marginadas de América Latina y el Caribe.*

**NUEVA SOCIEDAD**  
www.nuso.org

205  
Septiembre-Octubre 2006

Director: Joachim Knaop  
Jefe de redacción: José Matamoros

#### América Latina en tiempos de Chávez

COYUNTURA: **Alberto Aziz Nassif**. Elecciones en México, entre la incertidumbre y la polarización. **César Arias Quincot**. El retorno de Alan García.

APORTES: **Rodrigo Contreras Osorio**. Los principios del modelo neoconservador de gobernabilidad aplicado en América Latina durante los 90. **Franklin Ramírez Gallagos**. Mucho más que dos izquierdas.

TEMA CENTRAL: **Alain Touraine**. Entre Bachelet y Morales, ¿existe una izquierda en América Latina? **Ernesto Lacina**. La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana. **Ludolfo Paramó**. Giro a la izquierda y regreso del populismo. **Andrés Serbin**. Cuando la limosna es grande. El Caribe, Chávez y los límites de la diplomacia petrolera. **Marta Lagos**. A apearse de la fantasía: Hugo Chávez y los liderazgos en América Latina. **Manuel Antonio Garretón M.** Modelos y liderazgos en América Latina. **Francisco Rojas Aravena**. El nuevo mapa político latinoamericano. Para repensar los factores que marcan las tendencias políticas. **Monica Hirat**. Los desafíos de la política sudamericana de Brasil. **Haroldo Dilla Alfonso**. Hugo Chávez y Cuba: subeidiando posiciones fatales. **Edmundo González Urrutia**. Las dos etapas de la política exterior de Chávez.

PAGOS: Solicite precios de suscripción y datos para el pago desde América Latina y el resto del mundo a las siguientes direcciones electrónicas: <info@nuso.org>; <distribucion@nuso.org>.

EN NUESTRO PRÓXIMO NÚMERO  
**Estados Unidos y América Latina**

**Suscripciones:** Anuales 3 números: exterior: US \$30 - Ecuador: \$9,00  
Ejemplar suelto: Exterior US \$12 - Ecuador: \$3,00  
**Redacción:** Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre - Telf. 2 522763  
Apartado aéreo 17-15-173B, Quito-Ecuador

**NUEVA SOCIEDAD**  
www.nuso.org

206  
Noviembre-Diciembre 2006

Director: Joachim Knaop  
Jefe de redacción: José Matamoros

#### ¿Rebelión en el patio? Estados Unidos y América Latina

COYUNTURA: **Fernando Mayorga**. El gobierno de Evo Morales: entre nacionalismo e indigenismo. **Isidoro Chereazy**. Elecciones en América Latina: poder presidencial y liderazgo político bajo la presión de la movilización de la opinión pública y la ciudadanía. **Fabián Echegaray**. Elecciones en Brasil: hacia un sistema político moderno y secularizado.

APORTES: **Jo María Griegrabner** / **Oscar Ugarteche**. ¿Qué hacer con el FML? Algunas perspectivas desde la sociedad civil.

TEMA CENTRAL: **Roberto Russell**. América Latina para Estados Unidos: ¿especial, desdenable, codiciada o perdida? **Abraham F. Lowenthal**. De la hegemonía regional a las relaciones bilaterales complejas: Estados Unidos y América Latina a principios del siglo XXI. **Carlos A. Romero**. Venezuela y Estados Unidos: ¿una relación esquizofrénica? **Arthur Rousseau**. Estados Unidos, la integración latinoamericana y el lugar de Brasil. **Riordan Roett**. Estados Unidos y América Latina: estado actual de las relaciones. **Adrián Borzillo** / **Alexei Páez**. Estados Unidos y la región andina: distancia y diversidad. **Raúl Benítez Manaut**. México-Estados Unidos: paradigmas de una inevitable y conflictiva relación.

PAGOS: Solicite precios de suscripción y datos para el pago desde América Latina y el resto del mundo a las siguientes direcciones electrónicas: <info@nuso.org>; <distribucion@nuso.org>.

EN NUESTRO PRÓXIMO NÚMERO  
**Privatizaciones, 15 años después**