

Carta a nuestros lectores

Ponemos a consideración de nuestros usuarios la edición N° 100 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, que trae como tema central la investigación en la comunicación, tratado por dos especialistas de renombre, como son Luis Ramiro Beltrán y José Marques de Melo, quienes analizan el desarrollo de la investigación desde las cuatro últimas décadas, destacando la responsabilidad del comunicador como generador de mensajes con proyección más allá de lo aparente.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación exige mayor apertura y agilidad en las fuentes informativas, tema que es analizado por José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo, quienes detallan el derecho a la comunicación como importante soporte de los periodistas a la hora de realizar su trabajo.

Fernando Veliz, desde Chile, nos invita a reflexionar sobre el desarrollo alcanzado por el conocimiento social respecto de su propia realidad, sobre la base de los cambios que la historia recoge a lo largo de los siglos, teniendo como denominador común a la comunicación como lazo de relación entre los seres humanos y entre éstos y su entorno.

La crisis económica que agobia a un alto porcentaje de la humanidad ha obligado a desarrollar estrategias económicas para combatirla, y Fabiana Feijoo rescata el papel de la comunicación para activar procesos de apoyo económico social, como los microcréditos.

Los altos sitiales alcanzados por las grandes corporaciones transnacionales han dado lugar al apareamiento de mitos y leyendas que, muchas veces, provocan el rechazo a la imposición de sus intereses mercantiles, situación que es analizada en buena forma por el argentino Miguel Santagada.

El uso del marketing por parte de organismos seccionales, como herramienta para generar imagen y captar recursos del sector privado, que les permitan realizar obras, es un tema que lo trata a profundidad la catedrática mexicana Amaia Arribas Urrutia, quien enfoca este tema como alternativa para fortalecer a las arcas municipales.

La incursión de la televisión digital en América Latina es cuestión de tiempo, pues lo analógico pasará a la historia cuando lo digital se imponga como una realidad que el mundo desarrollado ya está disfrutando, aunque para esto se deban cambiar los conceptos de televisión e incluso la forma de vida, pues su disfrute dependerá, además, de la capacidad económica para acceder a un televisor de alta definición, según un análisis de Fernando Fuentes.

Un tema recurrente en nuestros países latinoamericanos es el referido a la defensa del periodismo profesional, acción que tiene varias aristas que son consideradas en un ensayo bien logrado por parte del español Ángel Arrese, quien reivindica para el lector los beneficios de un trabajo profesional por parte de los comunicadores.

Al igual que en ediciones anteriores, el número 100 de Chasqui presenta contenidos que, estamos seguros, serán un gran aporte para la actualización de conocimientos referidos a la comunicación y el periodismo, como el uso del artículo como género persuasivo para la comunicación política, que lo escribe Rafael Yáñez Mesa, el impacto de la publicidad en los jóvenes, y la oferta bibliográfica en temas de comunicación y periodismo.

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.
Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador
Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.
Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Saguier C.
Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton
Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

Héctor Espín R.
Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.
FENAPE

Edgar Jaramillo S.
Director General del CIESPAL

Teléfonos.: (593-2) 250-6149 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

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

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

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

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Marketing municipal	
<i>Juan Gargurevich</i> - - - - -	3	<i>Amaia Arribas Urrutia</i> - - - - -	40
Portada		En defensa del periodismo profesional	
Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer		<i>Ángel Arrese</i> - - - - -	46
<i>Luis Ramiro Beltrán Salmón</i> - - - - -	4	Compras y fusiones mediáticas a nivel mundial	
Reto de la investigación latinoamericana en comunicación		<i>María Helena Barrera-Agarwal</i> - - - - -	52
<i>José Marques de Melo</i> - - - - -	8	Prensa	
Opinión		El artículo, un género persuasivo	
Dos apostillas a la libertad de expresión		<i>Rafael Yanes Mesa</i> - - - - -	58
<i>Antonio Pasquali Greco</i> - - - - -	14	Televisión	
Ensayos		Televisión digital, los olvidados de la revolución	
El derecho a la comunicación		<i>Fernando Fuente-Alba Cariola</i> - - - - -	64
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i> - - - - -	16	Investigación	
Comunicación, organización y narrativas: Construyendo desde la seducción		El impacto de la publicidad de cigarrillos en menores de edad	
<i>Fernando Veliz Montero</i> - - - - -	22	<i>Juan Felipe Mejía Giraldo</i> - - - - -	70
Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza		Comunicación Organizacional	
<i>Fabiana Feijoo</i> - - - - -	28	Comunicación corporativa en empresas chilenas	
Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones		<i>Dino Villegas y Alejandro Kemp</i> - - - - -	76
<i>Miguel Santagada</i> - - - - -	34	Periscopio Tecnológico - - - - -	82
		Bibliografía sobre Comunicación - - - - -	86
		Actividades del CIESPAL - - - - -	92

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 100 Diciembre 2007

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor (E)
Raúl Salvador

Consejo Editorial
Lolo Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Portada
Mayra Cajilema C.

Diagramación
Mayra Cajilema C.
Gustavo Guerrero M.

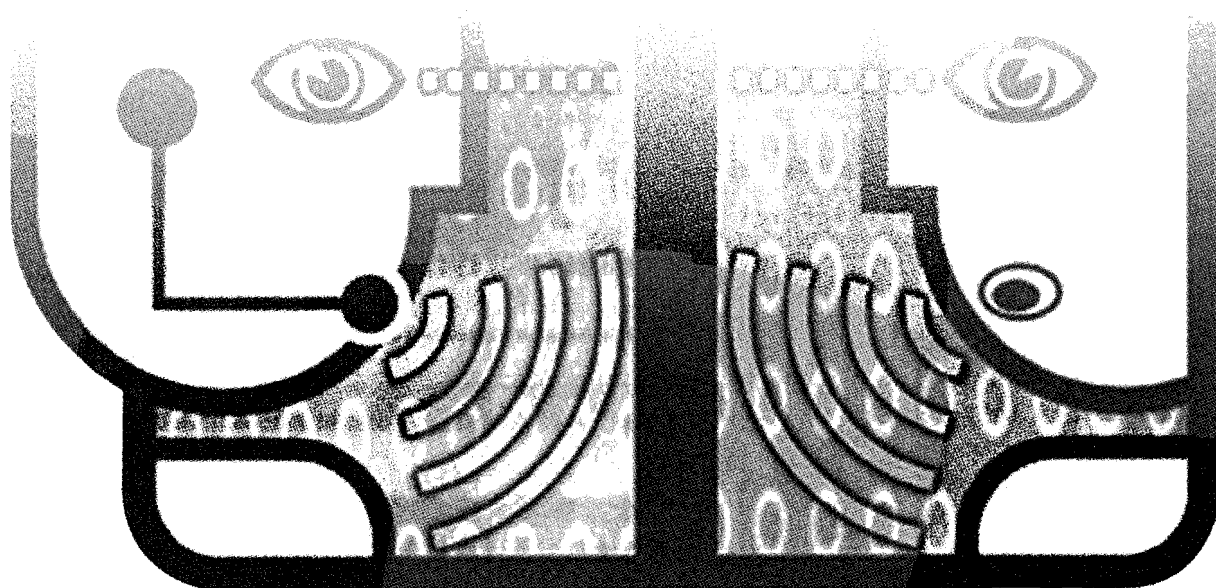
Chasqui es una publicación del CIESPAL

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 QUPUS - CIESPAL

El derecho a la comunicación



José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo ■

Dentro de un espacio social orientado a la gobernabilidad democrática, puede aspirarse al cumplimiento del derecho a la comunicación, que el profesor holandés Cees Hamelink caracteriza de la siguiente manera:

“La comunicación es un proceso social fundamental y la base de toda organización social. Es más que la mera transmisión de mensajes. La comunicación es una interacción humana entre individuos y grupos, a través de la cual se forman identidades y definiciones. Los derechos de la comunicación están basados en una visión del libre flujo de información; un derecho interactivo, igualitario y no discriminatorio e impulsado por las necesidades humanas en vez de intereses

comerciales o políticos. Estos derechos representan las demandas de los pueblos para la libertad, la inclusión, la diversidad y la participación en el proceso de comunicación. Nuestra visión de los **derechos de comunicaciones** está basada en el reconocimiento de la dignidad inherente y los derechos iguales e inalienables de todos los pueblos.”

En este espacio del derecho a la comunicación se inscribe la práctica del periodismo, sin negar a este en su especificidad. Lo que está en juego aquí es el papel que se puede cumplir en una consolidación de los ideales de la democracia, dentro de los ideales del derecho a la comunicación.

■ *José Zepeda Varas, chileno-holandés, Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland Wereldomroep.*

Correo-e: Jose.Zepeda@rnw.nl

■ *Daniel Prieto Castillo, argentino, profesor y autor de numerosas obras dedicadas a la comunicación.*

Correo-e: d_prieto@yahoo.com

La situación ha empeorado con la aparición reciente de corrientes políticas, otrora discriminadas, silenciadas e ignoradas por los medios, que ahora, instalados en el poder aspiran a o practican la persecución, amparados bajo el manto siempre recurrente de la defensa del pueblo. Gilles Deleuze le dijo en cierta ocasión a Foucault:

“Usted nos ha enseñado la indignidad de hablar a nombre de otro.”

Es aconsejable asegurar la calidad de la comunicación política, asunto que toca directamente a los profesionales que trabajan en los diferentes medios de información. Como dice Joaquín Brunner, una información política unilateral, sesgada, superficial o puramente retórica crea una opinión pública mal informada y reduce la relación entre gobernantes y gobernados a una apariencia, sin incidencia en el curso de las políticas. Nunca antes, la responsabilidad de los comunicadores ha sido más formidable y exigente.

¿Demasiados estudios y poca formación?

En el marco del ideal de gobernabilidad y de práctica desde nuestra profesión del derecho a la comunicación, se abren dos preguntas fundamentales:

- ¿Dónde están los periodistas que trabajan por esos ideales?

- ¿Cómo se forman?

Están en las redacciones, en los medios, y hay ejemplos de esos ideales en todos los puntos de la región. Y hay profesionales jóvenes y otros con muchos años de experiencia que resisten todas las tendencias antes enunciadas.

La gran matriz formadora de periodistas fue, durante décadas, la misma redacción. Quienes llevamos ya un largo recorrido en la práctica del oficio, nos formamos en la escuela del oficio mismo. Lo dice Gabriel García Márquez:

“Hace unos cincuenta años no estaban de moda las escuelas de periodismo. Se aprendía en las

salas de redacción, en los talleres de imprenta, en el cafetín de enfrente, en las parrandas de los viernes. Todo el periódico era una fábrica que formaba e informaba sin equívocos, y generaba opinión dentro de un ambiente de participación que mantenía la moral en su puesto. Pues los periodistas andábamos siempre juntos, hacíamos vida común, y éramos tan fanáticos del oficio que no hablábamos de nada distinto que del oficio mismo.”



Lo hemos dialogado con colegas de distintos países que viven sometidos a la mimetización de la prensa escrita en relación con la televisiva, en el sentido del peso de la noticia breve, sin reflexión y con cada vez más limitaciones al reportaje; a la falta de seguimiento de la información; a las escasas, muy escasas, oportunidades de profundización en los temas, sin hablar de lo que significaría especializarse en serio; a la reducción de muchas redacciones a espacios donde todo sucede dentro de los muros, porque los insumos llegan ya empaquetados desde afuera, o la relación con las fuentes que se hace a través de apresuradas llamadas telefónicas, en un verdadero periodismo de celular.

Los empresarios de los medios tienen la obligación de formar a sus periodistas, no solo facilitarles esas redacciones modernas. Deben

saber que hay un periodismo de calidad que se forja en la experiencia, que hay un público que reclama seriedad en los medios. Esta es una exigencia que sindicatos, organizaciones periodísticas y profesionales deben trasladar a las empresas.

Las cadenas radiales, los monopolios dirigidos desde las capitales, los sistemas televisivos basados en una suerte de eslabones de repetidoras, han reducido no solo la cantidad de periodistas en el mal llamado interior de esos países, sino también, y fundamentalmente, la cantidad y la calidad de la información que se hace llegar a la gente. La escasa investigación periodística se ejerce en las metrópolis y desde las metrópolis; la práctica profesional tiende a volverse una rutina de oficina, la mayor parte del tiempo se vive frente a la computadora y en los contactos telefónicos. Todo esto significa un debilitamiento del trabajo serio con las fuentes y con la gente.



Hay que añadir la poca preocupación de los empresarios periodísticos de nuevo cuño por la capacitación de su personal. El vaciamiento de la riqueza pedagógica de las redacciones no fue

suplido por el apoyo de los empresarios para capacitarse. No negamos la presencia de eventos de capacitación, pero ellos son esporádicos, ligados más a las iniciativas de los colegas periodistas que al apoyo de los empresarios y de la academia.

Los empresarios de los medios tienen la obligación de formar a sus periodistas

La Universidad lejana

En América Latina hay, según cifras de la Federación Latinoamericana de Escuelas y Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, mil escuelas de comunicación, una cantidad muy grande si se compara con el resto del planeta. Si atribuyéramos a cada una 250 estudiantes, por ejemplo, estaríamos ante un cuarto de millón de personas con aspiraciones a ocupar un lugar en el espacio de la comunicación. Otro número conservador: 50 docentes por establecimiento nos lleva a 50.000 responsables de la enseñanza.

¿Dónde están los resultados de tantos centros educativos, de tantos seres humanos, en relación con la tarea del periodismo de aportar a la construcción de la democracia? Hay un trabajo serio de muchos docentes en sus cátedras para impulsar ideales y para profundizar en el conocimiento de los temas que aquí nos convocan. También es importante la labor constante de organizaciones de investigadores y de escuelas. Pero se trata de una minoría, las escuelas están en general en otra cosa, por decirlo con esas palabras.

A comienzos de la década de los 80, Daniel Prieto Castillo alertaba sobre esa pérdida de la práctica profesional:

“Quiero proponer a ustedes la recuperación de una palabra que fue dejada de lado en muchas escuelas, a medida que se alejaban de la práctica. Me refiero al oficio, al oficio de expresarse, con todas sus implicaciones en la manera tradicional de concebirlo. Un oficio sólo se adquiría, y se adquiere, por la práctica, por la sostenida y cotidiana práctica. En periodismo, en comunicación, la inspiración pasa pronto y la práctica queda. En nuestro campo el tiempo perdido puede ser irrecuperable.”

En un panorama de fragmentación dentro de las escuelas y de estrechamiento de la capacidad pedagógica de las redacciones, la relación periodismo y democracia también se estrecha, porque el apoyo a la construcción y el sostenimiento de esta última es tarea de equipos y no de navegantes solitarios, sujetos a la presión de leyes del mercado que no se detienen ante la calidad y los tiempos necesarios para profundizar en el contexto.

Nuevas formas: Internet y el ciudadano periodista

El periodismo no corre el peligro de desaparecer por la aparición de otras tecnologías, especialmente la de Internet, aunque debe adaptarse a los nuevos desafíos.

Internet plantea una paradoja. Por un lado, los ciudadanos tienen acceso a más información y pueden convertirse en productores de información. Pero se corren dos riesgos. Primero, la saturación informativa tiende a agudizar la percepción de que hay tanta información que toda tiene el mismo valor. Segundo, la desvalorización de la calidad de la información. Cualquiera puede escribir, pero no todo el mundo escribe bien, ni tiene el oficio, la calidad y la técnica para buscar información y fuentes. La cultura egocéntrica, supuestamente democrática y aparentemente sin infraestructura laboral de Internet hace más difícil a los medios rigurosos sobresalir entre la

maraña. "El buen periodismo", dice Bernad Kapp, redactor jefe de la excelente revista francesa *Courrier International*, "es una industria de mano de obra (...) pero no se puede hacer un buen periódico sin trabajo y sin talentos".

Hay buenos periodistas. Por ejemplo, el que conserva intacto su espíritu rebelde, su desobediencia al poder. Está el periodismo que cuenta lo que hay (pero yendo hasta el fondo de lo que hay) y con eso, si lo hace bien, alcanza. En los dos casos, la desconfianza y el escepticismo ante el poder, como predicaba el periodista estadounidense, azote del poder, I.F. Stone, es una condición para el buen periodismo.

En periodismo, en comunicación, la inspiración pasa pronto y la práctica queda

Los periodistas tendrán que ganar mucho más su derecho a la existencia como servidores que contribuyen a ordenar en el caos, en un diálogo mucho más intenso con el "lector", el "televidente" y el oyente, es decir, a través de la Internet.

La información esencial, aquella que sobrepasa de la acumulación millonaria de datos, es la que necesitamos difundir. Martín Luther King lo dijo de forma precisa: "Nuestras vidas empiezan a acabarse el día que guardamos silencio sobre las cosas que realmente importan".

Cualquiera puede escribir, pero no todo el mundo escribe bien, ni tiene el oficio para buscar información y fuentes

Preguntas y alternativas

¿Qué significa, a la luz de estas consideraciones, hacer buen periodismo en nuestro tiempo para la construcción y sostenimiento de la democracia? Esta pregunta hace referencia a otras:

- ¿Qué sucede, en relación con los temas presentados, con los sujetos sociales dedicados al trabajo periodístico, es decir, las asociaciones y los gremios de prensa?

- ¿Qué rumbos siguen las leyes de prensa y de comunicación social en cada uno de nuestros países, tomando en cuenta que en algunos de ellos todavía siguen vigentes ordenamientos jurídicos impuestos durante los gobiernos dictatoriales?

- ¿Qué papel tiene la transparencia del Estado, dado que la información oficial debe ser pública y el acceso a ella favorece la democracia?

- ¿Qué está ocurriendo con las tecnologías de la información y de la comunicación a escala de cada país, en dirección a la consolidación de una cultura democrática, de la posibilidad de acceder a la información necesaria para orientar la propia existencia, de tener oportunidades de educación permanente, de conocer los actos de gobierno y lo que ocurre en toda la sociedad?

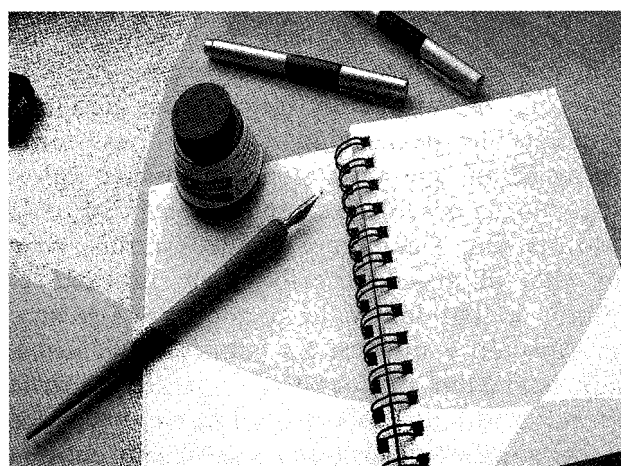
- ¿Por qué no se potencian los medios de bajo costo que podrían ser utilizados por distintos sectores de la población para comunicar su realidad más inmediata y para organizar redes de intercambio de conocimientos y experiencias?

- ¿Hay posibilidades de construcción personal y grupal de los periodistas en el interior del juego de las empresas?

- ¿Cuántas son las oportunidades de ejercer con dignidad el oficio, con los tiempos, la preparación y los recursos suficientes?

- ¿Cómo son las relaciones entre nuestro oficio y la academia, en cada uno de los países de la región?

La respuesta a tales interrogantes no es tarea sencilla. No hay salidas posibles sin el concurso de muchos actores oficiales y no oficiales. No se trata solo de lo que puedan aportar a ellas los periodistas y las organizaciones de periodistas. Necesitamos también la palabra y las decisiones de los empresarios, de la clase política, de los académicos, de intelectuales que han dado lugar a instituciones como la Fundación para un Nuevo Periodismo, Radio Nederland Training Centre, de agencias nacionales e internacionales.





Necesitamos, también, mirar más allá, a las experiencias de radios comunitarias, periódicos anti dictatoriales, campañas anti monopolio y formas de asociación periodísticas que hay en África, Asia, Europa y en los mismos Estados Unidos, donde tendemos a olvidar que hay unos medios serios y resistentes muy importantes y de larga duración, desde la *National Public Radio* hasta la revista *The Nation*. O sea que precisamos diálogo y conocimiento internacional.

Trabajar en estas tareas requiere una serie de medidas, entre ellas:

a. Rechazar la relativización de la libertad de prensa, como si en ocasiones fuese necesaria y en otras un estorbo, según la circunstancia política.

b. Denunciar la cultura del secreto. La democracia no debe tener secretos para los ciudadanos.

c. Realizar un periodismo comprometido, basado en los principios de verdad y libertad, independencia y humanidad.

d. Recuperar la noción del periodismo como un bien público y necesario.

e. Vincular las realidades locales a las internacionales, y formar periodistas preparados para esta visión más compleja.

f. Prevenirse ante el periodismo inmediato y de máxima actualidad, que no deja tiempo a la reflexión y al contexto de las noticias.

g. Adjudicar un papel regulador al Estado, para poner límites a los monopolios y las concentraciones, a la vez que garantizar el servicio público independiente de los avatares políticos. En este sentido, la corregulación es una idea que merece ser considerada. Un nuevo contrato para la comunicación, nacido del acuerdo tripartito entre el Estado, los empresarios y la sociedad civil.

h. Promover las asociaciones de redacciones independientes de las empresas periodísticas.

i. Deber de memoria. El periodismo debe conservar para las generaciones futuras los hechos históricos más relevantes del ámbito nacional e internacional. La historia de la cual es posible aprender lecciones para no repetir los errores del pasado y preservar los valores culturales.

Se requiere recuperar la noción del periodismo como un bien público y necesario

El compromiso ético no se puede construir solo con la voluntad individual, sino que requiere una política que aborde la cuestión desde el papel del Estado, de las empresas, de la sociedad civil, de los monopolios informativos, de las tendencias culturales y desde la necesaria voluntad e integridad personal. O sea, el compromiso ético en el periodismo es una tarea constante que se vincula a la esencia misma, a las formas de la democracia.■