

Carta a nuestros lectores

Chasqui se pregunta en este número si ciertos medios de comunicación de los países comprometidos con la guerra de Irak, informaron con imparcialidad y ejercieron su labor crítica con ecuanimidad.

En este contexto, la mayoría de los televidentes del mundo estuvo siempre fija en tres cadenas de televisión: la BBC de Londres, la Televisión Española y la CNN. Creímos, por eso que le sería grato tener elementos de juicio, para decidir hasta que punto fueron fieles a la tradición de un periodismo independiente y objetivo, más allá del compromiso de sus gobiernos.

Esto, sin embargo, no agota todo el interés sobre Irak. Muchos se preguntan con razón cuales fueron las nuevas tecnologías de comunicación que utilizaron los periodistas para informar sobre el conflicto y si, bajo la sombra de la guerra, nació un nuevo lenguaje que hay que aprender a descifrar. En este número, el lector encontrará una respuesta para ambas inquietudes.

Armand Mattelart, en la página de Opinión, vuelve a inquietarnos hablando sobre la desregulación y la privatización, la mundialización y la globalización y el controvertido principio de la excepción cultural.

Chasquí aborda también temas como el del "periodismo cívico", en un contexto de compromiso más obsesionado con las angustias de la comunidad. Los periódicos en Internet están, cada vez más, dejando de ser leídos gratuitamente. ¿Es esta una manera de acumular ganancias y compensar el decrecimiento alarmante de su circulación?

Analizamos así mismo la severa crítica a la que está siendo sometido "Le Monde" para entender un poco más la dura realidad que aqueja a la prensa, aunque goce de prestigio universal. Para quienes estén interesados en saber qué pasa con la libertad de prensa en Rusia y lo difícil que es instaurarla en países que no la conocieron, **Chasquí** les ofrece la posibilidad de un fresco atisbo.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 82 Junio 2003

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Rosa Rodríguez,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Mélida Pavón,
Comisión Nacional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección y Estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes
Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

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

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



PORTADA

- 4** **Irak, Armas de desinformación masiva**
Leonardo Ferreira y Manuel Sarmiento
- 12** **La guerra desde Perú, Pacifismo mediático y rating**
Sandro Macassi

OPINIÓN

- 18** **Alianzas para superar la fragmentación**
Armand Mattelart

ENSAYOS

- 24** **Periodismo cívico, Pasado, presente y futuro**
Marcio Fernandes

PRENSA

- 30** **Le Monde: Entre bomberos se pisan las mangueras**
Lolo Echeverría

- 34** **Rusa, Putin contra la prensa**
Raúl Sorrosa

- 38** **La prensa en Internet se paga**
Juan Varela

TELEVISIÓN

- 46** **La Televisión Española y la otra guerra de Irak**
Francisco Fernández Beltrán y Fernando Vilar Moreno

- 54** **BBC on line, weblogs y víctimas**

- 60** **Televisión Latinoamericana, Tácticas en tiempos difíciles**
Ramón Salgueiro

INFORMÁTICA

- 66** **La tecnología de los medios en tiempos de guerra**
Carlos Eduardo Cortes

LENGUAJE

- 72** **Errores comunes en el lenguaje periodístico. Las palabras botón de guerra**
Juan Manuel Rodríguez

- 74** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 80** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 86** **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Periodismo cívico:

Pasado, presente y futuro



Marcio Fernandes ■

*El periodismo
cívico contradice
a muchos pensadores
para quienes
la prensa es un
camino de una
sola mano,
sin espacio suficiente
para charlas*

Pueden los medios de comunicación, al difundir acontecimientos que supuestamente tienen interés para la colectividad, restar importancia a las actividades y programas que se proponen contribuir para la mejora de la vida de esta misma comunidad? Si la respuesta es positiva, ¿deben los medios notificar en forma destacada tales proyectos y, también, proveer la infraestructura para la realización de esos acontecimientos? Si la respuesta también es sí, ¿lo hacen sin irse en contra de algunos de los pilares contemporáneos de la prensa occidental, como la precisión e independencia? Estas son algunas de las preguntas que tienen interés cuando se habla acerca de los conceptos y las prácticas del periodismo cívico.

Las noticias recientes acerca del periodismo cívico, sobre todo en los Estados Unidos, han sido vistas por los estudiosos y profesionales de los medios como una solución excelente para lograr una participación mayor de la sociedad en las causas colectivas, sin daño evidente para los otros sectores implicados.

Por periodismo cívico, comunitario, de contacto con la comunidad o de interés público, se entiende la acción de "retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abriendo espacios para charlas de temas del interés público", sostiene el periodista brasileño Carlos Castilho.

Periodismo que ayuda

El editor americano Jan Schaffer, por su parte, afirma que es un periodismo "que ayuda a la gente a sobrepasar su sensación de impotencia y de enajenación, desafiándola para llegar a estar implicada en las cuestiones sociales y para tomar, para sí mismo, la responsabilidad en problemas comunitarios".

Según palabras del periodista americano Doug Clifton, citado por Steele, "los periódicos que ejercitan el periodismo cívico buscan ayudar en la resolución de los problemas de educación pública, de sa-

■ Márcio Fernandes, periodista brasileño, docente universitario y alumno de Maestría en Comunicaciones y Lenguajes, por la Universidad Tuiuti del Paraná (UTP).
Correo-e: marciofernandes@unipar.br

El periodismo cívico en Latinoamérica es esencial para cambiar determinadas políticas públicas

lud colectiva y en el área criminal, pero no solucionándolos sino facilitando debates, proponiendo caminos, celebrando acuerdos, diagnosticando fallas e impulsando a los ciudadanos a implicarse en los asuntos comunitarios".

La rápida y bien fundada evolución de los conceptos, de las prácticas y de los resultados del periodismo cívico es lo que podría justificar un mayor interés en la prensa de América Latina por el tema. Lo que pasa es que el periodismo cívico contradice a muchos pensadores, para quienes la prensa es un camino de una sola mano, sin espacios suficientes para charlas. El filósofo francés Jean Baudrillard, citado por Armand Mattelart y Michèle Mattelard en el libro *Historia de las teorías de la comunicación*, dice que lo "que caracteriza a los *mass media* es que son antimedidores, intransitivos, fabricantes de la no-comunicación, si aceptamos la comunicación como intercambio, como espacio recíproco de decir y de contestar".

Pero el periodismo cívico, acuñado en los Estados Unidos cuando empezó la década del 90, favorece exactamente lo contrario. Sustenta que el esquema "emisor-canal/mensaje-receptor", concebido

por el pensador americano Harold Lasswell, no funciona solamente en una dirección, sino que es en una interacción constante, principalmente por iniciativa del receptor. De esta manera, el apoyo y el cambio de los comportamientos, de los *mass media* y la gente, son parte esencial del periodismo cívico.

Orígenes del periodismo cívico

Las investigaciones efectuadas en la década pasada en los Estados Unidos indicaban que la gente había perdido, cada vez más, interés por la política nacional, al tiempo que desarrollaba un interés que se encaminaba a cuestiones locales, según lo comprobaron institutos de estudios en comunicación muy respetados, como Harwood Group, Nieman Foundation, Freedom Forum, Times Mirror Center for the People and the Press y Kettering Foundation.

Especialistas como Guy Debord también se ocuparon de la cuestión. Debord, por ejemplo, escribió *La sociedad del espectáculo*. La decisión, en 1994, de Pew Charitable Trust Fund, de crear un centro de estudios y desarrollo del periodismo cívico, contribuyó a reforzar esa modalidad que incorporó, en los Estados Unidos, por lo menos 650 programas entre los años 1994 y 2002, según datos divulgados en septiembre de 2002 por Lewis Friedland, profesor de la University of Wisconsin-Madison.

En porcentaje, dice Friedland, el 20% de los periódicos americanos estuvo, de alguna manera, envuelto en las prácticas cívicas en este período. En América Latina, hubo pocos casos. En Fortaleza (Brasil), por ejemplo, existió uno: hace seis años ocurrió un proyecto editorial del diario El Pueblo, para la cobertura periodística en temas infantiles sin tener los asuntos obvios como destino. En una ciudad afectada por los bajos indicadores sociales, la trivialidad en la cobertura habría sido fácil de alcanzar. El Pueblo fue por el camino contrario.

También en el Brasil hay pocas entidades como el Observatorio da Prensa y el Instituto Gutenberg, que hacen con regularidad el papel de fiscales, en nombre de la gente, una actitud que, más adelante, puede cambiar en una práctica firme de periodismo

de contacto con la comunidad. Hace poco, los investigadores brasileños Jacques Wainberg y Manuel Luís Pereira señalaron que solamente el 4,55% de los trabajos publicados acerca del periodismo en Brasil entre 1983 y 1997 giró en torno a la ética en la prensa. En valores absolutos, eran 20 trabajos (libros, artículos, tesis y disertaciones) en un universo de 436. Como ha dicho el profesor universitario Luiz Martins da Silva, de la Universidad de Brasilia: "el Brasil queda, para algunos de los aspectos de la vida social, como la Tierra para algunas de las estrellas que ya no viven, pero cuya luz finalmente llega hasta nosotros."

"En el área de la comunicación social, un asunto cabe para esa analogía. Tratase del *civic journalism*, un movimiento que tuvo su lanzamiento hace más de una década y que, por Brasil ni siquiera ha sido traducido".

Pocas o ninguna referencia

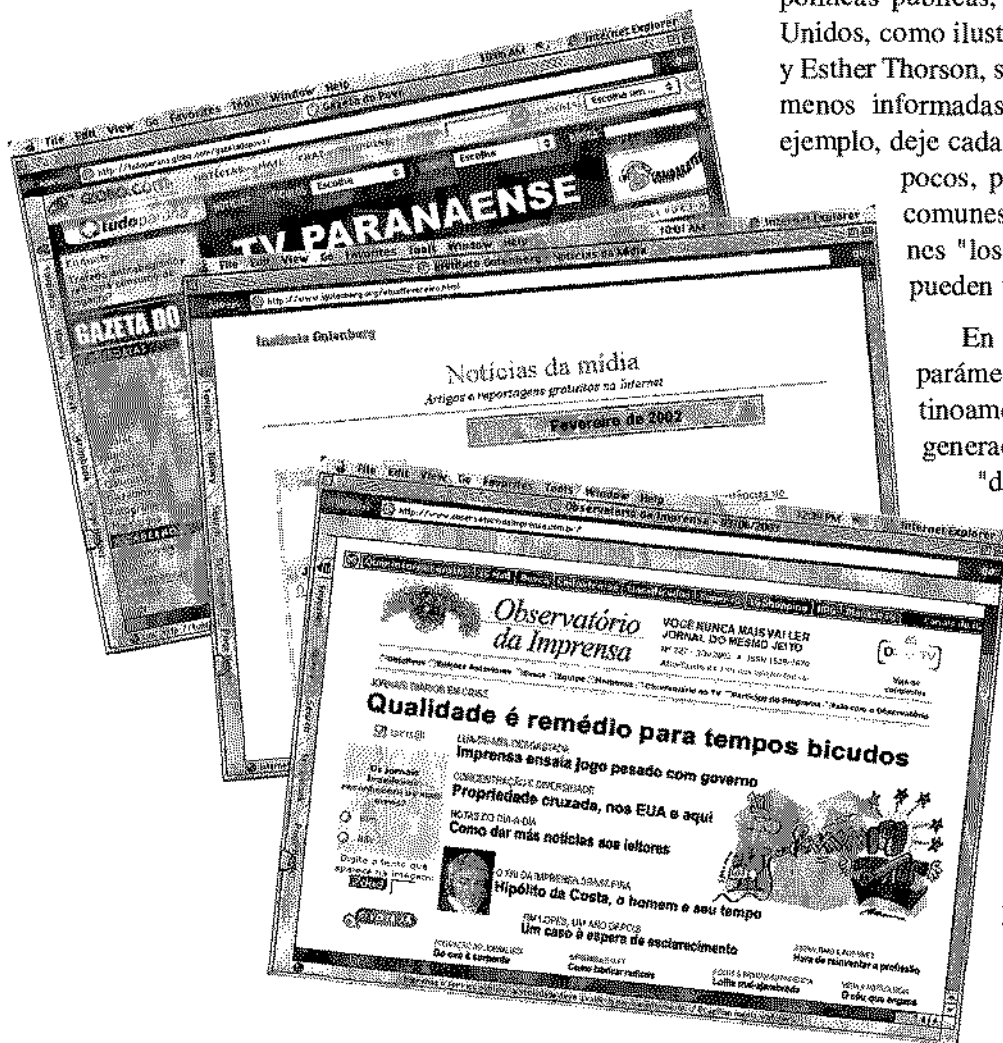
Como refuerzo a las palabras de Silva, la literatura en lenguas portuguesa y española acerca del periodismo cívico es risible y en Brasil, hay una sola investigación en marcha, aunque en fase inicial, en la misma Universidad de Brasilia (UnB). Pero aun hay más: en el Ministerio de Educación del Brasil no hay registrada la entrada, en su banco de datos, de ninguna disertación o tesis acerca del tema, en el periodo de 1996 a 2002, en un universo de 125.000 trabajos. En cuanto al resto de América Latina, también existe poco interés, aunque se dan excepciones, como los estudios del profesor Frederico Rey Lennon, de la Universidad Austral de Buenos Aires.

Por esto, hacer investigaciones para implantar el *civic journalism* en los países latinoamericanos es esencial, a fin de incitar cambios de determinadas políticas públicas, tal como ocurre en los Estados Unidos, como ilustran los pensadores Frank Denton y Esther Thorson, siempre a favor de las poblaciones menos informadas, haciendo que la política, por ejemplo, deje cada vez más de ser un ejercicio para pocos, para derramarse en "las personas comunes", presentándolas como a quienes "los negocios públicos los afectan y pueden tener impacto en sus negocios".

En última instancia, la búsqueda de parámetros más cercanos a la realidad latinoamericana puede dar origen a una generación de hombres de prensa que, "diciendo siempre la verdad, sean capaces de cambiar la cara de una nación", como sostenía el editor italiano Giulio de Benedetti, del diario La Stampa.

Otra definición de noticiero

Incitar a cambios es el objetivo básico del periodismo cívico. Davies Merritt, editor americano y considerado como el padre del





miembros de la Cámara de los Diputados, y colocó el contenido de las discusiones en la red pública y gratuita de las computadoras, para que la gente pudiera seguir las discusiones en casa. El número de personas interesadas creció 200 veces en tres meses".

Jan Schaffer cuenta que "una de las experiencias más ambiciosas se realizó en 1999, cuando el pe-

riódico The Spokesman

concepto de *civic journalism*, dice que la prensa contemporánea necesita ser capaz de trascender la "misión limitada de contar las noticias, hasta una misión más amplia, de ayudar para que la vida pública funcione bien y de actuar fundándose en este imperativo".

Steele recurrió a un humorista, Finley Dunne, para describir la nueva misión de los diarios como la de confortar los afligidos y afligir a los ufanos. Marshall MacLuhan también se puede citar aquí, como a uno de los teóricos que influenciaron indirectamente en el periodismo público, cuando creó la división de los *mass media* en "calientes", en los que el receptor es pasivo, y "fríos", donde es posible el intercambio de datos.

Proyectos de la década pasada atestiguan lo que se escribe aquí, relatados por Carlos Castilho: "Una experiencia original es la del The Spokesman Review, un periódico de la ciudad de Spoke, en el Estado de Washington, que eliminó la sección de los editoriales y designó dos editores, llamados interactivos, para ayudar a los lectores a colocar sus opiniones en formato periodístico.

Otro ejemplo es el de Tallahassee Democrat en el Internet. El periódico, de la capital del Estado de la Florida, organizó debates entre los lectores y los

Review utilizó las herramientas de evaluación del periodismo cívico para determinar cuáles eran los momentos básicos de la vida de los jóvenes, a fin de establecer si tendrían éxito o fracasarían al llegar a adultos, acabando posiblemente en la cárcel. La investigación identificó algunos momentos interesantes, como el primer día de clase en cuarto grado, en el que se sabe si a un niño le va a gustar la escuela o no, o el primer día de clase del séptimo grado, en el que se determina si puede ser "nerd" o miembro del grupo influyente. La idea no fue solamente la de cubrir ese asunto, sino también la de descubrir algunos puntos de intervención para las agencia de la asistencia social a la comunidad. Esto es un desarrollo muy distinto de la noticia".

Esta clase de noticia también la siguió el The Orange County Register, diario del Estado de la California, que, según Schaffer, "realizó experiencias con una nueva técnica narrativa, para contar la historia de los *Niños de motel*, chicos dolorosamente pobres que vivían en moteles residenciales, frente al parque temático de Disneylandia. Contó la historia en forma de diálogos, usando las mismas palabras de los niños.

La reacción provocó sorpresa. Consiguió 200.000 dólares en donativos, 50 toneladas de alimentos, 8.000 juguetes y millares de horas de trabajo de voluntarios interesados en ayudar a los niños

de moteles. Se destinó 1 millón de dólares para un programa residencial para retirar a las familias de los moteles. Una agencia sin fines de lucro lanzó una campaña de US\$ 5 millones para tratar a las familias de moteles con problemas de drogas. La reportera Laura Saari afirmó más adelante que se impresionó mientras trabajaba en búsqueda de una solución. "Un reportaje similar, escrito de modo convencional, hubiera ubicado a las agencias del gobierno a la defensiva. Pero, debido a la forma cómo se produjo la cobertura, ninguna se sintió acusada. Así, en vez de gastar energía en la defensa, ellas fueron a las calles a ayudar", dijo Saari.

Los logros

Por fin, en un escenario como ese, se puede concluir que el beneficio para la comunidad es que los diarios vinculados con el periodismo cívico provean a los lectores más formas de actuar a favor de la colectividad. Y ellos, los lectores, actúan más cuando son invitados a ello. Y, como también dice Jan Schaffer, otro beneficio es que el *civic journalism* ayuda a elevar considerablemente los conocimientos de los lectores acerca de temas específicos. Otro he-

neficio: las comunidades acaban por adoptar el modelo de vinculación con lo cívico, sea por los círculos de estudios o por los equipos de voluntarios para la acción.

Y, para la prensa, ¿cuáles fueron los logros? Schaffer responde: "Vimos que creció el periodismo de profundidad con resonancia más auténtica para la comunidad, en vez de un periodismo que solamente repite los dos lados de una cuestión; vemos periodistas redescubriendo a sus gentes y rompiendo algunos viejos estereotipos; vemos todo tipo de innovaciones en las redacciones. Nuevas páginas, nuevos empleos, nuevos criterios, nuevas declaraciones de misión (...); por fin, el periodismo cívico creó un ambiente que permitió a los editores asumir nuevos retos".

A fin de cuentas, al practicar el periodismo público, está el periodista siendo un profesional ético en alto grado, en favor del ciudadano, que puede ser él también. Es trascender el mito del "periodista Watergate", siempre sólo, en búsqueda de un error para delatar. Es colaborar por una prensa más ciudadana, en el sentido que ella también sea responsable por los errores y aciertos y no apenas apunte las fallas y se auto-felicite por las conquistas. ●

*La nueva misión
de los diarios es
la de confortar
afligidos y afligir
ufanos*

