

# **UNIVERSIDAD DE PALERMO**

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

## **TRABAJO DE INTEGRACIÓN FINAL: TESIS**

*“La visión del cine sobre los medios de comunicación y el periodismo. Periodo 1990-2001”*

**Alumna:** Marina Denis Hachicho

**Carrera:** Periodismo y Comunicación

**Nº de legajo:** 19820/4

**Mail:** [marina\\_dh@hotmail.com](mailto:marina_dh@hotmail.com)

Noviembre 2004

## INTRODUCCIÓN

La importancia de la información como fuente de poder, ha ubicado al periodismo en un lugar de amor y odio por parte de la opinión pública; y el cine como medio de expresión del siglo XX ha sabido reflejar, de diferentes maneras, esta extraña y fascinante relación.

“*La visión del cine sobre los medios de comunicación y el periodismo. Periodo 1990-2001*” es el tema elegido para ésta tesis. El gran auge de los medios de comunicación iniciado en los 90 y el significativo avance de la tecnología en esta área, justifica centrar la temática del trabajo a partir de esta década. A esto se le suma que el marco de abordaje de la investigación sería sumamente complejo si se abarcara los más de 100 años de cinematografía.

El cine desde sus comienzos encontró en el periodismo una inspiración para la realización de películas de diferentes géneros. Dos casos emblemáticos son: *Citizen Kane* de Orson Welles –considerada como la mejor película de la historia cinematográfica por los críticos- y *All the President’s men* –donde la investigación realizada por dos periodistas determinó la renuncia del mandatario norteamericano Richard Nixon. Sin embargo, es a partir de los años 90, que las películas comienzan a criticar, desde el humor ó el drama, el trabajo de los medios masivos de comunicación.

Como inicio para abarcar esta década se eligieron dos hechos que ocurrieron relativamente cerca en tiempo, la Caída del Muro de Berlín en 1989 y la Guerra del Golfo en 1991. El primero representó la “victoria” de Occidente sobre Oriente; y el segundo la cobertura de una guerra que mostró el lado más oscuro del periodismo, fue uno de los acontecimientos que puso en tela de juicio el papel del periodismo en todo el mundo. Cuando corresponsales de guerra –en especial, norteamericanos- vieron inevitable el conflicto bélico, representaron al enemigo como un demonio y a su propio “bando” como héroes. Fue clara también la comparación que realizaron los periodistas entre Saddam Hussein y Hitler. A partir de la cual, construyeron una imagen negativa del pueblo al que se iba a enfrentar. Todo esto llevó a que se creara una razón casi ridícula de por qué el pueblo iraquí merecía el ataque. Similar situación se vivió en la última guerra entre Irak y Estados Unidos.

Es así, como los diferentes medios recurrieron a la manipulación mediática y a la desinformación, generando, una vez terminado el conflicto bélico, que la

confianza intachable que habían adquirido en los años 70 con el caso Watergate, se vea en tela de juicio. Este será el punto específico que dará origen a esta tesis.

Como punto final de la década seleccionada se puede afirmar que es el atentado en New York del 11 de Septiembre de 2001. El por qué se debe a que esa fecha fue, para muchos, el fin de un siglo y el inicio de otro; la gran potencia del mundo se sintió vulnerable y por ende, el periodismo norteamericano. Y aunque el periodismo mundial se encontró igualmente perdido ante semejante noticia, hubo en algunos casos de buen periodismo que demostraron la utilidad de los medios para el público que quiere saber.

El objetivo de este trabajo es intentar establecer la relación que existe en un determinado momento histórico –década del '90- entre la producción cinematográfica y la temática vinculada al periodismo. Es decir, analizar cuáles son los modos de tratamiento que el cine ha realizado en ese período de la actividad periodística y cómo han motivado e inspirado a un importante número de películas. Este estudio plantea generar un conocimiento de esta relación cine-medios de comunicación; porque si bien hay bastante información sobre cine y periodismo, no es tan accesible la información acerca de la opinión de la cinematografía sobre los medios masivos de comunicación.

Para la realización de este trabajo se ha apelado a los siguientes recursos:

- *Revisión de toda película, de los últimos diez años, relacionada con el tema a desarrollar. Se analizarán diversos géneros, desde el drama a la comedia.*
- *Bibliografía que especifique la relación entre el cine y los medios de comunicación como son “Historia de los medios de comunicación” de Barbier / Bertho Lavenir y “La Fabricación de la Información” de Aubenas y Benasayag, entre otros.*
- *El uso de libros de historia mundial de los años 90 hasta la actualidad como “Historia del siglo XX” de M. Howard y Louis Roger y “El gran libro del siglo –Our times” de Blume / CNN.*

Con respecto a las películas, se tendrán en cuenta aquellas producciones realizadas en años anteriores a los 90 y que son de relevancia cinematográfica e histórica por el tema que trata. Un ejemplo de esto es la película de Orson Welles, ya mencionada en este escrito.

# CAPÍTULO I

## 1.- EL CINE

*“Es importante ver a quien elegimos como celebridades y por qué. Te puedes sorprender mucho de una sociedad viendo a quien elige admirar”.*

(La reportera Robin Simon en la película **Celebrity**)<sup>1</sup>

---

### 1.1.- La necesidad por el cine

Desde una mirada sociológica simplificada, el cine y la fotografía nacen como consecuencia espiritual y técnica de la pintura moderna. Ambas invenciones surgen de la necesidad del hombre, de fines del siglo XIX, por satisfacer su obsesión del realismo, tan presente incluso hoy en día. Así, la pintura que se esforzaba en vano por crear una ilusión, la cual era aceptada en el arte, queda relevada a un segundo plano en las primeras décadas del siglo XX, por el auge de la realización fotográfica y cinematográfica.

Frédéric Barbier y Catherine Bertho Lavenir afirman que:

*“...la aparición del cine implica la reintroducción, en un medio nuevo, de contenidos viejos: la gran narración novelesca, a la que el fin del siglo XIX había habituado a las poblaciones alfabetizadas de Europa, y el espectáculo del mundo tal como lo definía la prensa popular. No es pues sorprendente que la cuestión de la censura, durante mucho tiempo central en la historia del libro, vuelva al corazón de la vida cinematográfica de los años 1930...”.* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.18)

---

<sup>1</sup> Película de Woody Allen de 1998

A lo que agregan:

*“...si es posible percibir, intuitivamente, la relación que hay entre la sociedad y el cine, es mucho más delicado demostrar los mecanismos precisos que regulan sus relaciones. Ya nadie se atreve a decir, hoy, que, puesto que Hollywood fue la sede de una gran industria capitalista integrada, sus películas han transmitido forzosamente una ideología económica, moral o incluso sexualmente conservadora. No se trata de que la organización económica de Hollywood sea indiferente al contenido de sus películas. Si ella no impone un contenido, sí excluye ciertos temas. No se habrían podido hacer en Hollywood, en los años 1930-1940, películas abiertamente comunistas, ni fascistas –mientras que Jean Renoir<sup>2</sup> rueda en Francia, en 1936, **La vida es nuestra** gracias a un financiamiento del Partido Comunista; el film, es cierto, no será difundido en los circuitos comerciales. Pero el sistema de los estudios delimita un espacio intelectual, estético, narrativo, a la vez precisamente limitado y lo suficientemente amplio como para que en su seno sea posible negociar contenidos diversos...”.* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.219)

### **1.1.1.- Pintura y fotografía**

Muchos sociólogos se atreven a afirmar que la mejor prueba de la crisis del realismo son las obras de Picasso; en ellas el artista deja de lado la tarea de pintar la realidad, tal cual lo ve el ojo humano en forma general y comienza a generar sus propias creaciones. ¿Por qué se produce este cambio?. Porque la pintura que contiene, quizá indirectamente, la influencia subjetiva del autor, jamás podrá competir con la fotografía ya que ésta se encuadra en la imitación perfecta de lo real, objetivándose.

### **1.1.2.- Fotografía y cine**

Si la fotografía muestra un instante objetivo, el cine logra ir más allá, dando al espectador no solo objetividad sino la ilusión de movimiento. El cine, de esta manera,

---

<sup>2</sup> Director de cine francés (1894-1979). Obras: *Une partie de champagne*, *La Marseillaise*, *The River*, entre otras.

crea un lenguaje, una comunicación entre espacios y tiempo; adquiere autonomía propia en un siglo en el que la imagen adquirirá una importancia abrumadora.

## 1.2.- CINE: de un artefacto a ser el séptimo arte

*“En el arte, siempre se intenta alcanzar la perfección porque en la vida real es casi imposible alcanzarla”.*

(El personaje interpretado por Woody Allen en la película **Annie Hall**)<sup>3</sup>

---

Pero no todo fue color de rosa para el desarrollo cinematográfico. Incluso, sus creadores, los hermanos Auguste y Louis Lumière, llegaron a creer que su invento era solo algo pasajero, un gran elefante blanco...

Así, comienza la historia del cine: era el 28 de diciembre de 1895 cuando unos cincuenta parisienses son testigos en el Gran-Café, de la primera proyección cinematográfica que consistía de nueve filmes sumamente cortos (*Salida de los obreros de las fábricas Lumière, Llegada de un tren a la estación de La Ciotat, El regador regado*, entre otras). A pesar de que este acontecimiento daba inicio a un nuevo siglo; el cinematógrafo, en un primer momento, fue duramente criticado por los intelectuales de la época y considerado como un instrumento sin éxito alguno.

Sin embargo, el cine logró crecer hasta convertirse en lo que es hoy: el séptimo arte. Un arte que comenzó siendo en blanco y negro, mudo y en cierta forma documental; hasta llegar a ser una forma de expresión con cantidad de historias que contar y utilizando, en algunos casos, efectos especiales jamás vistos. Como explica André Bazin:

*“...en los tiempos del cine mudo, el montaje evocaba lo que el realizador quería decir; 1938 la planificación describía; hoy, en fin, puede decirse que el director escribe directamente en cine. La imagen, su estructura plástica, su organización en el tiempo, precisamente porque se apoya en un realismo mucho mayor, dispone así de muchos más medios*

---

<sup>3</sup> Película de 1977 y protagonizada por Woody Allen y Diane Keaton.

*para dar inflexiones y modificar desde dentro la realidad. El cineasta ya no es solo un competidor del pintor o del dramaturgo, sino que ha llegado a igualarse con el novelista”.*

De todos modos, en este punto se debe hacer una división que para muchos conocedores del tema es fundamental: el cine como arte y el cine como entretenimiento.

El primero procura utilizar al cine como un medio para transmitir ideas, historias, denuncias, nuevas formas de expresión, ya sean visuales, orales o auditivas. Con respecto a esto, el filósofo esloveno Slavoj Žižek dice:

*“...el cine me acompaña en mi obsesión por la claridad conceptual, ya que de las películas puedo extraer ejemplos que complementan la exposición de las ideas. Pero, además, creo que realmente se puede aprender mucho de los films; en el cine se puede encontrar la ideología en su estado de máxima pureza. Si uno quiere saber cómo es una sociedad determinada, tiene que ir al cine; allí se muestran las tendencias que dominan una época”<sup>4</sup>*

Mientras que la segunda concepción representa lo que muchos llaman “la industria de Hollywood”, en otras palabras, uno de los grandes negocios de Estados Unidos.

Retomando lo que es el cine en esencia se puede afirmar que no solo busca entretener, sino también, en la mayoría de los casos, dar una opinión sobre lo que acontece en el mundo. Desde los Lumière, pasando por Mièles, Keaton, Chaplin, Eisentein, Luis Buñuel, el expresionismo Alemán, Orson Welles, hasta los directores contemporáneos más reconocidos –sin la fuerte influencia de Hollywood-, se establece un testimonio de los hechos y una opinión al respecto.

Ejemplos sobran. Eisentein representó la Revolución Rusa en ***El Acorazado Potenkim***; Luis Buñuel se orientó hacia un cine surrealista bien característico de su época –su obra más conocida ***El perro Andaluz***-; los directores del Expresionismo Alemán anticiparon en sus oscuros filmes la inminente llegada del régimen Nazi a

---

<sup>4</sup> Parte de entrevista realizada por el Suplemento Cultural de La Nación del domingo 2 de mayo de 2004.

Europa; Scorsese llegó a cuestionar bases de la fe cristiana en *La última tentación de Cristo*; Francis Ford Coppola acusó en *JFK* a altos organismos institucionales norteamericanos de una posible conspiración hacia el pueblo de Estados Unidos y del asesinato del presidente Kennedy; Steven Spielberg dio un punto de vista diferente sobre los horrores vividos por el pueblo judío durante el régimen de Hitler –*La lista de Schindler*-; Woody Allen se dedicó a analizar, a través de sus películas, las relaciones interpersonales y la dependencia al psicoanálisis en ciudades cosmopolitas como Manhattan; la lista continua...

## CAPITULO II

### 2.- EL CINE Y LOS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*“Una película de éxito es aquella que consigue llevar a cabo una idea original”*  
(Woody Allen)<sup>5</sup>

---

Si los cineastas se encargaron y se encargan, como se mencionó anteriormente, de transmitir aquellos temas que preocupan e interesan al hombre como son el amor, los conflictos de todo tipo, las enfermedades, los descubrimientos científicos, las guerras y lo que aún se desconoce; ¿por qué no ocuparse de un ítem central del siglo XX y del recién iniciado siglo XXI como es la función de los medios masivos de comunicación a través del quehacer periodístico?

No puede dejarse a un lado el hecho que el cine también se ubica dentro del grupo *Medios Masivos*; pero el séptimo arte logra una cierta autonomía y por ende, se ubica en una posición más alta desde donde puede criticar, positiva o negativamente, la acción de sus pares; la radio, la gráfica y fundamentalmente el medio más juzgado pero a la vez el más masivo, la televisión.

¿Cómo logra el cine ubicarse en un lugar superior respecto a los otros medios de comunicación? Se podrían dar varias respuestas pero ninguna resultaría suficientemente satisfactoria. Una de ellas podría ser el haber alcanzado la mención de *Arte*; o quizá el de no estar tan sujeto, por lo menos aparentemente, a las presiones publicitarias tan comunes en el resto de los medios. Mientras que el periodismo (radial, gráfico, televisivo e incluso el de Internet) debe debatirse entre transmitir objetivamente la noticia u obtener un sponsor que lo sustente económicamente; el cine puede obviar esta alternativa; es más, si la película se realizó con muy bajo presupuesto es probable que se la considere una obra de arte.

Además, como explican Barbier Y Bertho Lavenir en su libro *“Historia de los medios: De Diderot a Internet”*, el cine posee dos características importantes como son

<sup>5</sup> Director, actor y guionista estadounidense (1935- ). Entre sus principales éxitos se encuentra, *Annie Hall*, *Manhattan*, *Interiores*, *Septiembre* y *Hannah y sus hermanas*.

su plasticidad y vitalidad las cuales le permiten transformarse continuamente llevándolo a sobrevivir a los medios que surjan después de él.

De este modo, desde 1940 con *Citizen Kane* de Orson Welles hasta la actualidad se han realizado películas que no solo representan hechos históricos en donde los periodistas han sido protagonistas importantes, sino también dan muestra del gran poder del periodismo, ya sea, por ejemplo, para destruir a una persona inocente o para develar la verdad a una nación.

## CAPITULO III

### 3.- EL PERIODISMO: BREVE DESCRIPCION

*“Quizá lo más maravilloso de los medios masivos de comunicación es su diversidad. El consumidor inteligente de estos medios hace juicios separados sobre el trabajo de los periodistas y no trata de describirlos a todos en la misma forma. Mientras la prensa continúe hablando con muchas voces, como lo hace actualmente, la democracia tendrá un aliado”.*

(Donald L. Ferguson / Jim Patten – “El periodismo en la actualidad” – 1988)

---

El periodismo nace prácticamente con el hombre, por la insaciable necesidad de éste por conocer e informarse. Sin embargo, va a tardar en desarrollarse y convertirse en la profesión que hoy conocemos.

Profesión para algunos, vocación para otros, el periodismo es la acción de hacer llegar las noticias al público en una forma lo más objetivamente posible. ¿Pero qué es una noticia y qué hace que una noticia sea más importante que otra?

Una noticia es un acontecimiento que debe cumplir principalmente con dos características, las cuales van a determinar también el grado de importancia para el receptor. Estas características son: originalidad y proximidad. En otras palabras, como sostienen Florence Aubenas y Miguel Benasayag en su libro *“La Fabricación de la Información”*:

*“...es necesario dividir el número de muertos por la distancia entre el lugar del acontecimiento y la sede del periódico para encontrar el tamaño del artículo finalmente publicado”.* (1999, p.39)

Pero no solo la noticia debe cumplir con ciertos parámetros, sino también el que emite la noticia. El periodista debe intentar, ante nada, ser objetivo porque la objetividad

lleva a la credibilidad, el arma más poderosa del trabajador de prensa. Se dice “intentar”, ya que muchos sostienen que la objetividad no existe, porque el ser humano es ante todo subjetivo; y además a los periodistas se les suman las presiones del entorno y del medio donde trabajan. Florence Aubenas y Miguel Benasayag afirman que todo periodista intenta transmitir las noticias en forma objetiva, pero eligiéndolas según lo que ellos consideran importante.

Por su parte, Miguel Ángel Bastenier explica que:

*“Si la objetividad no existe, ni es deseable en sí misma, lo que sí existe, en cambio, es lo que los anglosajones llaman el fairplay; la honradez del punto de partida, la ausencia de parti pris por parte del periodista. Cuando nos aproximamos a lo que hay por ahí, cuando lo oímos, vemos, tocamos, nos dirige la palabra, e interaccionamos con ese mundo exterior, hemos de obrar con la más estricta neutralidad, o combatir con nosotros mismos para que así sea, puesto que hay que partir de la radical imposibilidad de la objetividad en nuestro trabajo”. (2001, p.28)*

A lo expuesto se le puede agregar el secreto de la fuente como un paso más para la credibilidad. No develar la fuente no solo muestra que el periodista protege a su informante, sino que también es una persona confiable.

Pero, ¿qué lugar ocupa la credibilidad en el trabajo periodístico? Se podría llegar a afirmar que el más alto. La credibilidad es lo que hace periodista al periodista, es lo esencial para que el público considere una noticia como verdadera. Muchas veces no se tienen grabaciones visuales ni auditivas de un hecho y es ahí, cuando el grado de credibilidad del periodista lo hace verdadero, porque él es los ojos y oídos del gran público.

Por último, el periodismo fue a lo largo de la historia el reflejo de las sociedades y sus diferentes situaciones políticas económicas y sociales; llegando a ser para muchos, “un mal necesario” y para otros, una pieza fundamental en cualquier sistema democrático.

## CAPÍTULO IV

### 4.- EL PERIODISMO Y LOS MASS MEDIA

*“La prensa es la artillería de la libertad”*  
(HANS DIETRICH GENSCHER)<sup>6</sup>

---

#### 4.1.- Los orígenes

Como se mencionó anteriormente, el periodismo es casi tan antiguo como la humanidad por el solo hecho que, en la naturaleza del ser humano reside la necesidad de transmitir y recibir conocimientos e información.

Las características de éste ida y vuelta de la información han variado a lo largo de la historia al depender del rápido desarrollo de los medios de comunicación. En la Antigüedad se generó, lo que se podría denominar, *periodismo oral* y por ese entonces, ya se consideraba importante la rapidez y la veracidad de la información, al entrenar a los mensajeros para aumentar su resistencia física y para afinar su memoria. La máxima perfección de esta forma de periodismo se dio en Grecia donde los ciudadanos acudían a los lugares más conocidos para intercambiar diferentes noticias.

En la Roma antigua, Julio César creó un folleto en el cual se redactaban escritos oficiales con diversas noticias, como las del senado romano, luego se fijaban en los lugares más concurridos. Durante la Edad Media los manuscritos eran reproducidos a mano por monjes y escribanos.

Sin embargo, a mediados del siglo XV es cuando se empieza a perfilar la aparición de los primeros diarios; más precisamente en 1450, con la invención de la Imprenta. Esta fecha es la que marca el verdadero nacimiento de lo que hoy se conoce como periodismo.

No obstante, la transmisión de la información era extremadamente lenta, comparada con la actual. Un claro ejemplo fue lo que ocurrió en la Época Colonial Latinoamericana cuando los pobladores esperaban en los puertos, a fin de recibir noticias de lo que sucedía en los países europeos que los colonizaron –similar situación se vivía en Norteamérica-.

---

<sup>6</sup> Político alemán (1927- ) perteneciente al Partido Liberal Demócrata desde 1952.

Mitchell Stephens, cabeza del Departamento de Periodismo de la Universidad de New York explica:

*“Quienes hicieron los primeros esfuerzos de reportaje en USA fueron simples editores que iban a los puertos y trataban de obtener noticias un poco más rápido para publicarlas en sus diarios”.<sup>7</sup>*

A lo largo de la segunda mitad del siglo XVIII prevalecen dos géneros muy significativos de la prensa escrita, el diario –provee información general de una forma rápida- y el periódico -da información política e histórica- que debe informar más rápido y eficazmente por la inminente decaída de las revistas especializadas.

A finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX tiene lugar la Revolución Industrial en Europa –centralizada en Gran Bretaña- la cual cambia la manera de vivir, de trabajar, de consumir y genera uno de los más grandes debates de la época acerca de la economía y de la política. Los medios –en su mayoría gráficos- cubren rápidamente este debate, adquiriendo cada vez más lectores.

Toda actividad relacionada con la edición y los medios en Francia fue atraída no sólo por la Revolución Industrial sino también por la Revolución Francesa<sup>8</sup> que conmovió a la prensa por el significado y consecuencias de este hecho. La Declaración de los Derechos del Hombre en 1789 expresa claramente la necesidad del pueblo por una libertad de prensa y expresión, donde toda censura y control desaparezcan:

*“La libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; todo ciudadano puede por lo tanto hablar, escribir, editar libremente, a reserva de responder por el abuso de esta libertad en los casos determinados por la ley”* (artículo 11).

Mientras Europa seguía viviendo las consecuencias de la revoluciones; en Estados Unidos un inmigrante alemán de nombre Joseph Pulitzer fundió el diario **The World**. Era 1880 cuando contrató a cuatro profesionales reconocidos, por ser no solo

---

<sup>7</sup> Cita extraída de un documental acerca de prensa escrita transmitido por el canal The History Channel.

<sup>8</sup> Profunda convulsión política-social (1789-1799) que tuvo repercusión en todo el mundo y dio inicio a la llamada Edad Contemporánea.

periodistas, sino también diseñadores gráficos, y convirtió el “informar en entretener”. Nace así un periodismo criticado por muchos, pero adorado por las masas: el periodismo sensacionalista o amarillista. A partir de este punto los medios gráficos abandonan la sobriedad y hay un giro con respecto a la gráfica, el diseño y la presentación. Los grandes y atrevidos titulares se hacen cotidianos a la vista del público.

El nuevo siglo XX sorprende con el surgimiento de un nuevo medio de comunicación: el cine; en principio desvalorizado, pero con el correr del tiempo considerado no solo un negocio, sino un medio de expresión artística llevando a los medios a orientarse hacia la imagen y el sonido. Barbier Bertho y Lavenir explican que:

*“...igual que –antes que él- el libro y el periódico, el cine cumple una función propiamente política, en la medida que ofrece una representación imaginaria de las relaciones individuales y de la sociedad en las obras de ficción, mientras que, en su función informativa (los noticieros cinematográficos), asocia representación del mundo y puesta en escena de la vida colectiva”.* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.17).

En cuanto a la prensa escrita, se había convertido –en la primera década del siglo XX- en el medio más rápido y confiable para recibir noticias; incluso nace la competencia entre periodistas, para ver quién obtiene la noticia más original. También aparece, por primera vez, la publicidad como apoyo financiero.

Con el estallido de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), los periodistas se encontraron con la responsabilidad de contarle al mundo lo que estaba sucediendo; responsabilidad que fue dejada de lado por aquellos medios que pertenecían a los países en conflicto, los cuales sobrepusieron el espíritu nacional a la objetividad de la información. Incluso, en Estados Unidos, el Congreso aprobó una ley que contemplaba como delito publicar cualquier artículo que criticara al gobierno de Wilson<sup>9</sup>. Las pocas publicaciones que se atrevieron a difundir dichas críticas fueron clausuradas.

Un año después de la guerra, en 1919, ante un poderío mundial estadounidense, nace el tabloide -cuyo formato es la mitad del diario clásico- con un contenido popular y sensacionalista a bajo precio.

---

<sup>9</sup> Thomas Wilson (1856 – 1924). Presidente estadounidense desde 1913 a 1921. Fue premio Nobel de la Paz en 1919.

Dos años más tarde nace, casi simultáneamente en todos los países industrializados, un medio que a pesar de ser también desvalorizado en sus comienzos, tuvo gran incidencia en la historia de la humanidad: la radio.

Su aparición fue considerada como un medio de entretenimiento, pero tan solo bastó poco más de una década, para demostrar su utilidad e importancia. En los años 30, Adolf Hitler eligió este medio tanto para dar sus discursos como para publicitar su política nazi; y también fue el medio a través del cual el mundo supo de la invasión de los buques alemanes a Europa. Era la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y la radiodifusión se convertía en el medio de información más confiable, dejando además una sensación de inmediatez a sus oyentes. Este hecho imposible en el pasado, ubicaba al periodismo gráfico casi por debajo del radial.

Asimismo, la radio seguía siendo un entretenimiento a pesar de la guerra. Los radioteatros o las *soap-operas* -que duraron entre 1930 y 1950 aproximadamente- eran popularmente reconocidas y seguidas; incluso los actores eran considerados estrellas.

En 1987, el director neoyorkino, Woody Allen, realiza una película llamada ***Radio Days***. En ella, un narrador en off cuenta la importancia de la radio y el lugar que ocupó en su infancia a fines de los '30 y principios de los '40. Se muestran varias facetas a la vez: la vida de las estrellas de la radio, el fanatismo de la gente común hacia ciertos programas y la presencia radial en momentos políticos, económicos, bélicos y/o sociales de gran envergadura. El ataque japonés a Pearl Harbour o la alocada transmisión de *La Guerra de los mundos*<sup>10</sup> solo son un par de ejemplificaciones-. Woody Allen relata a través de ***Radio Days*** el gran papel de la radio a principios y mediados del siglo XX, y de cómo esto es vivenciado por el narrador a los ocho años de edad. Además, surge una cierta comparación entre la radio y la televisión cuando se menciona el hecho que los chicos no salían a jugar con la única razón de escuchar los programas radiales. Se debe mencionar también el extraordinario homenaje de Allen hacia Orson Welles y su interpretación de *La Guerra de los mundos* –un guiño de ojo a todo aquel conocedor de los medios de comunicación-.

En la década del '30, empieza a producirse el surgimiento del medio de comunicación que será el más popular a partir de la segunda mitad de siglo, la

---

<sup>10</sup> Novela de género fantástico escrita por H.G. Wells y publicada en 1898 que relata la invasión de la Tierra por los marcianos. La versión de Orson Welles es recordada por el pánico que generó en la sociedad norteamericana cuando la transmitió por radio y millones de personas creyeron que la invasión era cierta.

televisión. En 1937 tienen lugar las primeras emisiones regulares de televisión desde una emisora instalada en la Torre Eiffel de París. No obstante, su desarrollo es sumamente lento. Recién tras la Segunda Guerra Mundial se la considera un nuevo medio de masas y en 1950 ya se transmite en color en algunos países desarrollados –en Argentina sucede en la década del '70-.

Estados Unidos lanza el satélite de telecomunicaciones Telstar, método que será mejorado al año siguiente al lanzar los satélites geoestacionales Sycon. A medida que todos estos avances se iban sucediendo, la gente incorporaba a la televisión como un integrante más en sus vidas.

Frederic Barbier y Catherine Bertho Lavenir sostienen que:

*“la televisión se presenta como la heredera directa de los modelos precedentes, no solo porque ella recupera las capacidades de los hombres de radio y de cine, sino también porque ella plantea en otros términos la cuestión de la construcción social de la vida colectiva (...) La televisión empieza a funcionar, progresivamente, como el espacio público de referencia (...) ella es el sitio privilegiado donde se confrontan y se recomponen las representaciones del mundo, de la sociedad, del individuo, de los valores morales, de los comportamientos”.* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.18)

Es entre 1950 y 1960 cuando este medio adquiere gran popularidad en Norteamérica, las estadísticas señalan que la cantidad de tres millones de televisores en 1950 sube a 57 millones en 1961. Esto genera un buen negocio para las cadenas televisivas de Estados Unidos como CBS que estaba recaudando 49 millones de dólares en 1964.

De este modo, la televisión empieza a competir y a reemplazar, en cierta manera, a la radio hasta el inicio de los '80, donde ésta última consigue que su diferencia con la televisión, no sea un obstáculo para acaparar audiencia.

Mientras tanto en Europa el desarrollo de este medio es totalmente distinto; ya que las estaciones existentes son de carácter estatal y la llegada de la televisión al viejo continente, es mucho más lenta que en el territorio estadounidense. Incluso, dentro de

Europa el desarrollo es dispar; hacia 1961 Gran Bretaña sumaba la cantidad de 11 millones de televisores y Francia tan solo 1,9 millones, es más, la segunda estación no aparece hasta 1964 y el color hasta 1967. Sumado a esto, las grandes dificultades técnicas –las cámaras son pesadas, las portátiles no existen, no se sabe ni montar ni garbar imágenes, entre otras cosas- no se dan solo en Francia sino en el resto de los países europeos.

A medida que esto acontece en Europa, la televisión estadounidense seguía avanzando, llegando a lograr que un conflicto bélico –la guerra de Vietnam (1965-1973)- sea transmitido por primera vez.<sup>11</sup>

Los años '70 son una época de cambio para el modelo clásico de televisión en Estados Unidos, las cadenas deben convivir con estrictas reglamentaciones y con el creciente número de competidores.

Por su parte, la década de los '80 se caracteriza por tener a la televisión como una herramienta de distracción y reposo, a pesar de la cantidad enorme –especialmente en USA- de canales temáticos relacionados a la cultura y a la educación. Como bien explican en su libro Barbier Bertho y Lavenir, la televisión es un *anclaje* en el tiempo de descanso después del trabajo; he ahí el éxito de las series, los programas de deporte, de entretenimiento, y el constante fracaso de audiencia en las emisiones relacionadas al trabajo o a la educación.

Durante esta época también se produce la ansiada transformación de la televisión clásica en Europa con una multiplicación de los canales privados y por ende, una mayor competitividad con los estatales. Este cambio se extiende aproximadamente desde 1975 a 1989.

#### **4.1.1- La prensa escrita (1950-1980)**

*“Estoy seguro que si Hitler no hubiera podido acallar a la prensa, a la prensa libre, hubiera sido aniquilado. Y la segunda guerra jamás hubiera existido”*  
(Milos Forman, director de la película **People vs. Larry Flynt** –1996- )

---

<sup>11</sup> Las consecuencias de dicha transmisión se desarrollan en forma más detallada en el capítulo 6.

Finalizada la Segunda Guerra Mundial, la prensa escrita –que había visto su punto máximo a comienzos de siglo- se encuentra compartiendo el público con un medio cada vez más importante como es la radio y seguidamente con uno que de a poco se iba consolidando, hasta llegar a ser el medio de comunicación por excelencia, la televisión.

En los '70, el periodismo gráfico resurge más fuertemente gracias al famoso caso Watergate –en el cual dos jóvenes periodistas del **Washington Post** logran la renuncia del presidente norteamericano, Richard Nixon, tras una larga investigación periodística-.

A pesar de esto, en la siguiente década los diarios debieron enfrentar dificultades como la crisis económica y la ardua competencia de avanzados *nuevos* medios.

#### 4.1.2.- Fin de siglo y el auge de la información

*“El periodista puede entenderse, por tanto, como una suma de todo lo que no es: no es un novelista, no es un sociólogo, no es un historiador, no es un político; luego, la adición de todas esas imposibilidades o insuficiencias, conforma de manera muy apropiada aunque especialmente enigmática, lo que sí es. Lo que no acabamos de ser, de una manera múltiple, es lo que somos”.*

(Miguel Ángel Bastenier – *“El blanco móvil”*-)

---

Es, básicamente, en la década de los 90 cuando se empieza a entender el por qué, para muchos, esta época es denominada la era de la información.

Mientras que en el siglo XIX todo aquel que poseía dinero tenía poder; en el siglo XX, con el desarrollo de los mass media, quien tiene información y puede manipularla, es el que obtiene dominio sobre el resto –una simple ejemplificación es el caso de Bill Gates-.

La caída del Muro de Berlín y la Guerra del Golfo fueron los hechos que marcaron el inicio de una década donde el boom y el papel de los medios masivos de

comunicación fueron y son significativos para toda persona integrada a este mundo globalizado. A la radio, la televisión, los diarios y la gran demanda de videograbadoras y PC (Personal Computer) –herramientas básicas para vivir en una sociedad donde lo importante es estar actualizado-, se suma el veloz desarrollo e incursión a la vida cotidiana del medio más complejo pero a la vez el más popular de la historia –y aún no vio su punto máximo-, la Internet.

Con respecto a la grafica, el problema en la disminución de lectores, que se manifestó durante los años de 1980 empieza a desaparecer, ya sea por la incorporación de periódicos a grandes grupos mediáticos ó por la reorientación de sus objetivos. La prensa al darse cuenta, que debido a sus características no iba a poder competir con medios masivos de comunicación como la radio, la televisión o Internet, tomó la acertada decisión de no enfocar todos sus esfuerzos en buscar las noticias –ya que no cuenta con la inmediatez de los medios ya citados- sino de adquirir la capacidad de explicarle a la gente por qué es importante para ellos que este ocurriendo tal o cual evento, cuál es el significado de ese evento en sus vidas y a partir de ahí interpretarlo. Hoy en día, tras 500 años de existencia, el periodismo gráfico debe adaptarse a una situación donde un novedoso medio como Internet a sobrepasado los límites imaginables y permite al hombre común explorar el mundo sin moverse de su casa.

Esto sucede porque Internet es la radio, la televisión y los diarios en uno. Es el símbolo de la época y casi todo es posible con solo hacer un *clic*. Las distancias se acortan, un nuevo espacio –no tangible- nace, el ciberespacio; y todos saben de todos.

Ante este panorama, la gente exige cada vez más a los medios su función porque necesita estar informada ya no solo sobre lo que sucede en el lugar de origen, sino también en otros lugares prácticamente desconocidos.

Los medios, captando esta necesidad, se desgarran por conseguir la noticia. Esa carrera incesante por la primicia los lleva a ser considerados como los ojos del mundo o inversamente, como los ojos despiadados capaces de cualquier cosa con tal de conseguir la noticia.

Sucede que los medios masivos de comunicación son una contradicción en sí mismos: son criticados y alabados; a veces complican las cosas y otras tantas, son el camino para solucionar problemas; muchos los condenan y otros se desviven por ser alguna vez noticia.

Pareciera ser que este nuevo siglo va a seguir el sendero del anterior con medios aún más modernos, aunque hoy en día es prácticamente imposible pensar qué más desarrollados podrían ser.

Estando en su punto máximo, los medios probablemente no decaerán en popularidad si se tiene en cuenta que para muchos especialistas, el siglo XXI se inició con el atentado del 11 de Septiembre, cuando la gente vio en vivo y en directo el derrumbe de la segunda Torre. Este hecho mostró el rol imprescindible que juega en la sociedad la información y el modo de transmitirla.

#### 4.2.- La historia de los medios en Argentina

*“Podemos decir que la TV en Argentina nació signada por la política. Creció sujeta a las tendencias dominantes, a las fuerzas de poder en pugna en cada circunstancia y a las contradicciones de cada gobierno de turno. No es casual, entonces, pensar en la TV como campo donde se consolida y construye la política nacional”.*<sup>12</sup>

(Dra. Paulina Beatriz Emanuelli)

---

Aunque muchos historiadores relacionan la aparición del periodismo gráfico argentino a fines del siglo XVIII, como consecuencia de la Revolución Industrial –del mismo modo que sucedió en Francia e Inglaterra–, otros consideran que el comienzo tuvo lugar en 1810 con la Revolución de Mayo, una revolución precedida por la Revolución Francesa y / o los estatutos de la Ilustración<sup>13</sup>.

Es a partir de la primera década del siglo XIX cuando, no solo se modernizan sino que surgen nuevas imprentas, debido a la creciente credibilidad de la palabra escrita. **La Gaceta de Buenos Aires** de Mariano Moreno, **Mártir o Libre**, **Los Amigos**

---

<sup>12</sup> Cita extraída del artículo “Recepción Televisiva y adolescentes: El programa Caiga Quien Caiga producido en Argentina y las prácticas políticas de los adolescentes”. Revista Latina de Comunicación Social. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

<sup>13</sup> Movimiento cultural, social, político e intelectual europeo del s. XVIII. Permitió que la clase burguesa tomara conciencia de sí misma y del papel político que debía desempeñar, conforme a su poder económico y a su importancia social.

**de la Patria, El Independiente, El Censor, El Grito del Sud** son algunos de los primeros periódicos de la época. El folletín contará con gran éxito durante este siglo y en 1811 se aprobó el primer reglamento de libertad de imprenta.

En 1835 se funda **El diario de Anuncios** y el **Museo Americano**, el primer periódico y el primer semanario, respectivamente, ilustrados del país. En 1837 sale a la calle la revista **La Moda** que fue el primer medio gráfico, en incluir un tema frívolo como el central.

Un año después de la primera proyección cinematográfica en el mundo, los argentinos presencian por primera vez en su historia una muestra de cine en el Teatro Orion de la Capital Federal. Este evento demostró -contrariamente a lo que sucedía con otros medios y avances tecnológicos- que Argentina no estaba tan alejada en lo que respecta al desarrollo del séptimo arte.

A principios del siglo XX, no solo se fundó la primera agencia de noticias de América -y la sexta del mundo- sino que incluso surgen dos diarios de gran importancia, **La Prensa** de José C. Paz y **La Nación** de Bartolomé Mitre, ambos con una visión conservadora y de gran tiraje.

En 1913 sale a la venta el diario **Crítica** de Natalio Botana, el cual era bastante conservador y antipopular, aunque a la vez utilizaba grandes titulares y cubría noticias policiales en forma cotidiana, con un marcado dejo sensacionalista. Este diario logró que llegara a haber cierta unión entre la intelectualidad y el sensacionalismo.

La noche del 26 de Agosto de 1920 se hizo latente la llegada de uno de los más populares medios de comunicación, la radio. Ese día entre las 21 horas y las 23 horas, un grupo de aficionados transmitía, desde el Teatro Coliseo, la ópera *Parsifal* de Wagner.

En 1921, Radio Argentina transmitía desde varios teatros con cierta regularidad, y daba la impresión de ser un medio orientado hacia la cultura. Al año siguiente, la asunción de Marcelo T. de Alvear como presidente, se convirtió en lo que podría denominarse la primera cobertura periodística radial.

Durante 1923 nace Radio Cultura es la primera emisora comercial, ya que financia espacios con material publicitario; a esto se agrega el empleo de la radio para una función netamente periodística como fue cubrir la pelea Firpo-Dempsey. Esta

función se repetirá en 1924 con la transmisión del partido de fútbol Argentina – Uruguay desde la cancha del club Sportivo Barracas.

La radio, desde su nacimiento, fue el medio encargado de difundir hechos tanto sociales como históricos rápidamente aceptados por el gran público. Esto se pone de manifiesto con la gran cantidad de emisoras surgidas desde 1922 a 1926 –**Radio Sud América, Radio Municipal, Radio Gran Splendid, Radio Pietro, Radio Nacional, Estación Flores, Radio Callao, Quilmes Broadcasting, Radio Brusa, Radio Olivos**, entre otras.

En 1927 aparecen en el aire los primeros shows radiales y de entretenimiento popular, cuando **Radio Belgrano** es comprada por Jaime Yanquelevich. En esta época, se puede decir que surgen diferentes géneros radiales en la programación –programas de carácter humorístico, informativo, deportivo, musicales y los famosos radioteatros-. Todos estos continúan en nuestros días, a excepción del magazine matutino que es relativamente nuevo y mezcla diferentes géneros en uno. En 1933 había cuatro compañías radioteatrales y este número crece dos años después con una explosión de este género; el cual se va a ver afectado –al igual que la radio en general, que era el medio hogareño por excelencia - con el arribo de la televisión.

Con la creciente importancia de los medios de comunicación en Argentina, en 1938 se realizó el primer congreso de periodistas del país, creándose la Federación Argentina de Periodistas y nombrando al 7 de junio –fecha aniversario de la primera publicación de la Gaceta de Buenos Aires en 1810- como el Día del Periodista y como el Día de la Libertad de Prensa para la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Al año siguiente, surgió la Asociación de Periodistas de Buenos Aires y más tarde, la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa.

Simultáneamente, aparecen diferentes publicaciones –algunas con más éxito que otras-. El 28 de agosto de 1945 nace el **Diario Clarín** de la mano de Roberto Noble, el cual tiempo después se convertiría en el de mayor tirada de Hispanoamérica.

Finalmente, el 17 de Octubre de 1951 se realizó la primera transmisión televisiva. Las primeras imágenes transmitidas por Canal 7 fueron en la Plaza de Mayo, durante un homenaje a Eva Perón.

Según el escritor argentino Jorge Nielsen fue:

*“una maravilla técnica para la época, un acontecimiento político de máxima importancia, continuidad en las transmisiones hasta la primera emisión "oficial", espectadores que se agolpaban entusiastas frente a las vidrieras para apreciar la novedad...”*

Sin embargo, dicho acontecimiento no ocupó demasiadas líneas en los diarios nacionales y el evento pasó bastante desapercibido.

En 1954, nace el primer noticiero de la Argentina, que da los primeros ingenuos pasos en la transmisión de noticias. Hay varios ejemplos, entre ellos, ilustrar el estado del tiempo en un pizarrón o si no había imágenes de un hecho, emitir escenas de películas relacionadas con el mismo.

Por aquel entonces, la televisión era privada pero con un alto control del gobierno. En otras palabras, era prácticamente dirigida por una mano estatal. En 1957 se autorizan los canales privados, los cuales empiezan a emitir sus transmisiones en los años 60; así nace la preocupación por el rating y la publicidad, además de crecer la competencia entre canales y afianzarse los géneros televisivos. En ese mismo año, sale el suplemento humorístico Tía Vicenta, de Landrú, en el diario El Mundo, con gran suceso; también en el semanario Mayoría se comienzan a publicar investigaciones realizadas por Rodolfo Walsh acerca de los fusilamientos de civiles en José León Suarez, investigaciones que luego darían origen al libro *Operación Masacre*. Dos años después se crea la agencia oficial de noticias, Télam.

En octubre de 1962 tiene lugar en Salta el primer circuito cerrado de TV, de nombre Sonovisión S.A.. Poco más de un año después, el ingeniero Aeschlimann instaló un circuito cerrado en Villa Mercedes, San Luis; y en esa misma época se realizó en Córdoba, según él, la primera transmisión por cable a larga distancia.

En cuanto a los programas de esa época, se destacan *Reporter Esso* –compuesto por un equipo de treinta personas dirigido por Luis Clur, creador de lo que sería *Telenoche* en Canal 13-, *Nuevedario* –lanzado para competir con el anterior contando con tres ediciones diarias conocidas por su estilo popular y sensacionalista- y *Tiempo*

*Nuevo* –nacido en 1969, conducido por Bernardo Neustad, más tarde Mario Grondona sería co-conductor-.

En el área gráfica, la década del '60 presencié varias publicaciones que luego serían conocidas, como la revista **Primera Plana** –dirigida por Jacobo Timermann-, el diario **Crónica** y las revistas **Anteojito**, **TV Guía**, **Gente** y **Confirmado** –también creada por Jacobo Timermann y dedicada a la situación política de por aquel entonces-.

Durante los comienzos de la década de los 70, además de multiplicarse los cables y por ende, aumentar la oferta de señales; la televisión transmite cada vez más programas norteamericanos, dejando de lado la producción nacional.

Las producciones gráficas que surgieron en ese momento fueron la revista **Pelo** –dedicada a toda información sobre el rock-; los diarios **La Opinión** y **Diario Popular**. También la Agencia Diarios y Noticias (**DyN**) emitió su primer despacho.

El 1º de julio de 1974 al fallecer el presidente Juan D. Perón varias entidades se reunieron para debatir si los canales debían estatizarse. Un mes después, el 2 de agosto, se dispuso que los canales 9,11,13 de Buenos Aires, 7 de Mendoza y 8 de Mar del Plata dependieran de la Secretaría de Prensa y Difusión, o sea, del Estado. Esta medida no solo permanecerá vigente durante el gobierno de María Estela Martínez de Perón, sino también durante la Dictadura Militar de 1976.

Los años '70 fueron muy duros, tanto para el país como para quienes trabajaban en los medios de comunicación; ya que se convirtieron no solo en transmisores de información sino en aparatos ideológicos del Estado. En la mayoría de los casos, contra la propia voluntad.

En la gráfica aparecen el diario **Ámbito Financiero**, las revistas **Humor** y **Semanario**. Las tres publicaciones nacieron en medio del terror de la Dictadura. Varios periodistas gráficos fueron secuestrados, torturados y asesinados; entre ellos, hay dos ejemplos importantes: el de Rodolfo Walsh –asesinado por una patrulla de la Armada tras distribuir su famosa “*Carta abierta de Rodolfo Walsh a la Junta Militar*” donde reclamaba por la violación de los derechos humanos- y el de Jacobo Timermann –secuestrado y torturado durante treinta meses sin ninguna acusación concisa y luego, expulsado del país-. Ambos hechos tuvieron lugar entre abril y marzo de 1977. Ese año también se firmó la primera solicitada por un grupo de mujeres –que luego se

conocerían como las Madres de Plaza de Mayo- en el diario **La Prensa**, pidiendo por la verdad de sus familiares desaparecidos.

En el ámbito televisivo, la situación no era muy distinta con gente del medio secuestrada y con una censura constante. Un ejemplo preciso de la utilización de los medios por parte de los militares fue el programa emitido por ATC a fines de la década, llamado *60 Minutos*. Este programa era conducido por Carlos Montero y tenía el mismo nombre del prestigioso programa norteamericano, con la diferencia que el nacional no solo no era objetivo sino que se convirtió en la voz oficial de las Fuerzas Armadas. Transmitió, durante 1982, reportes fervorosos, parciales y falsos acerca de lo que sucedía en la Guerra de Malvinas.

En 1978 con la euforia del Mundial de fútbol y el silencio del pueblo por las atrocidades que ocurrían internamente, se da la primera transmisión en color –hecho que había ocurrido en los 50 en Estados Unidos, lo que demuestra un atraso en este ámbito-.

La década de los '80 se caracteriza por gestarse un proceso de cambio. Los medios debieron pasar del silencio de la Dictadura a la libertad de expresión de la Democracia.

En lo que respecta a la televisión, sus imágenes y lenguaje maduraron; y los canales 2 y 9 volvieron a manos privadas. En esta década aparece el primer noticiero en colores del país, *Realidad 80*, por Canal 13 y le dio un tono social a las noticias –se incluye el humor en las notas, la gente común puede omitir opinión y las cámaras salen a la calle a cubrir las noticias-. Otros programas relacionados con el trabajo periodístico fueron *Estamos Solos* –conducido por Hugo Guerrero Marthineitz-, *Hora Clave* – lanzado a fines de la década en ATC- y *La Noticia Rebelde* –programa de humor político, con una fórmula proveniente de *Semanario Insólito*-.

Por su parte, se instalan en Capital, Cablevisión y VCC con fines netamente comerciales.

El periodismo gráfico mostró presencia en esta época con la publicación del diario **Página/12**; las revistas **Muy Interesante**, **Conozca Más** y **Página/30**; y el semanario **Noticias**.

La última década del siglo, ante la consolidación de los multimedios, se va a ver marcada por la salida al mercado de significativas revistas -**El Amante**, **Caras** y **Viva**

de Clarín- y conocidos diarios –**Primera Plana**, **La Razón**, y el diario deportivo **Olé** también de Clarín, entre otros-.

En 1991, los canales se terminan de privatizar; el 11 pasa a ser TELEFE y el 13, Artear que es lo mismo que decir *Grupo Clarín*. A la llegada de los grupos multimediáticos, se le suma la creciente competencia con la televisión por cable –la Argentina llega a ser uno de los países con más suscriptores- ya que el espectador se vuelve más exigente al tener tantas alternativas. También aparecen varias productoras independientes como *Pol-Ka*, *Cuatro Cabezas* e *Ideas del Sur*.

Entre los noticieros y programas periodísticos de estos años se puede nombrar *Telenoche*, *Telenoche Investiga*, *El Noticiero de Santo*, *Día D* –con un Jorge Lanata frontal, sarcástico y atrayendo a una audiencia descreída- y *Caiga Quien Caiga* –ó CQC-, un programa político humorístico, que convocó a una audiencia mayoritariamente joven.

Se debe destacar que a mediados -casi finales- de la década de los '90 es cuando se produce el boom de uno de los medios de comunicación más usados, INTERNET, en un país como Argentina, tan acostumbrado a los cambios de toda índole.

## CAPITULO V

### 5.- DEFENSORES Y OPOSITORES DE LA CULTURA DE MASAS

*“La mayor característica de la sociedad de la comunicación no habrá sido producir un ‘pensamiento único’, sino más bien, todo lo contrario, permitir todos los pensamientos en un mundo único”.*

(Florence Aubenas / Miguel Benasayag)

---

#### 5.1.- Opiniones opuestas

Ante la rápida instalación de los medios de comunicación en la sociedad y las nuevas formas de interactuar y de ocio que estos establecieron, intelectuales de la primera mitad del siglo XX comenzaron a plantearse las consecuencias de dicha situación e ingresaron un concepto al lenguaje común: cultura de masas.

Por ende, el efecto que podrían llegar a tener los mass media sobre las clases más bajas provocan una fuerte reacción en las elites, tanto conservadoras como progresistas, quienes *“se preguntan sobre las transformaciones que el acceso de los sectores populares a formas de distracción, hasta entonces reservadas a las elites, imponen a las formas tradicionales de la cultura”*, según afirman Frédéric Barbier y Catherine Bertho Lavenir (1996, p.271)

#### 5.1.1.- Apocalípticos e integrados

Gran cantidad de teóricos han escrito sobre la cultura de masas y han coincidido en la existencia de dos grupos con posturas opuestas a este tema; grupos que el analista italiano, Humberto Eco, en los años '60, se ha encargado de denominar Apocalípticos e Integrados y que, según él, ambas tendencias caen en errores.

La visión apocalíptica considera a la cultura como un privilegio de unos pocos, es decir, como una propiedad de la aristocracia. Por ende, el hecho de que la cultura pueda ser compartida por todos sin distinción, se convierte en una realidad terrible para

estos teóricos. Ante esta mirada negativa de la cultura de masas, donde es denominada anticultura, el apocalíptico busca cierto consuelo, al hacer referencia que a pesar que toda persona sin importar el nivel intelectual pueda acceder a la cultura que antes le era propia; por lo menos tiene la suerte de no pertenecer a la masa y poder considerarse un individuo independiente.

En su libro, Eco hace una larga lista de las principales acusaciones a la cultura de masas. Algunas de ellas son (p.46):

- Los mass media se dirigen a un grupo heterogéneo y por ende, anulan las características culturales de los diferentes grupos étnicos.
- Los mass media se dirigen a un público sin conciencia que no exige y se encuentra a disposición de ser manipulado por dichos medios.
- Los mass media no representan una emoción sino que la da confeccionada.
- Al estar sujeto a la ley de oferta y demanda, los mass media llevan a sugerirle al público lo que debe desear.
- Los productos de cultura superior son presentados en forma simplista.
- Los mass media alientan una visión positiva y acrítica del mundo.

Opuestos a esta teoría, se encuentran los Integrados, quienes tienen una gran aceptación a los mass media porque plantean que son los que permitieron que la cultura llegue a todos. Este grupo no se preocupa demasiado por el conocido control de la información que tiene como consecuencia el control de la masa, fácilmente manipulable; solo hacen hincapié en lo que ellos consideran como importante, que es la democratización de la cultura.

Estas son algunas proposiciones que sostienen la defensa a la cultura de masas:

- La cultura de masas es propia de una democracia popular y de una sociedad de tipo industrial.
- La cultura de masas no pretende ser una cultura superior, solo llegar a aquellos que antes no tenían acceso.
- Una homogenización del gusto puede llevar a unificar las sensibilidades nacionales.
- Los mass media difunden información indiscriminada, pero esto puede llevar a que el hombre esté más sensibilizado a su enfrentamiento con el mundo.

- Los mass media no son conservadores; ya que han introducido nuevos modos de hablar, nuevos giros, nuevos esquemas perceptivos.

En este debate se tiene que tener en cuenta los medios expresivos, el contexto cultural, cómo se disfrutan, el trasfondo político y social, entre otros aspectos. Para el autor italiano la cultura de masas es un hecho industrial y afirma que la única forma de terminar con el problema de los mass media –y sus implicancias- es aceptando la visión de los distintos niveles, como complementarios y disfrutables;

*“entre el consumidor de poesía de Pound y el consumidor de novela policíaca, no existe por derecho, diferencia alguna de clase social o nivel intelectual. Cada uno de nosotros puede ser lo uno o lo otro en distintos momentos”* (Eco, 1971, p.68).

Y afirma que cierto derecho, para aquellas personas más preparadas, ya esta instalado, ya que incluso para entender un comic se debe tener cierto conocimiento; y aquel que tiene un nivel de educación inferior se encuentra en un <<estado de sujeción>>. En su libro, Eco expone el siguiente ejemplo bastante ilustrativo:

*“El hombre de cultura que en determinados momentos escucha a Bach, en otros momentos se haya propenso a conectar la radio para <<ritmar>> la propia actividad a través de una <<música de uso>>, de consumo a nivel superficial. (...) El problema no radica en deprecar el recurso a una música de entretenimiento, sino en tomar dicha música de estilo, con perfecta adherencia al fin y (por tanto con arte) sin que las solicitudes viscerales, indispensables al efecto, prevalezcan más allá de cierta medida sobre otros elementos de equilibrio formal”.* (Eco, 1971, p.69)

## 5.2.- Resumen detallado de las dos posturas

### 5.2.1.- Opositores a la cultura de masas

GALLAGHER: “*Si uno es culpable lo creen, si es inocente no importa*”

MEGAN CARTER: “*Es culpa de la gente no de la prensa. La gente cree lo que quiere*”

GALLAGHER: “*¿Quién hace circular los diarios?*”

(Conversación entre el acusado y la reportera en la película **Absence of malice** -1979- )

---

Como ya se mencionó y afirman Barbier y Bertho Lavenir, este grupo de intelectuales “*defienden las normas culturales clásicas, y manifiestan una posición defensiva ante la amenaza que representa el acceso de las mayorías a lo que estaba otrora reservado a una minoría*”. (1996, p.272)

Uno de los detractores citados es Nietzsche, que siempre sostuvo su desprecio hacia el periodismo, y como resume Humberto Eco:

*“la desconfianza al igualitarismo, el ascenso democrático de las multitudes, el razonamiento hecho por los débiles y para los débiles, el universo construido no a medida del superhombre sino a la del hombre común*”. (Eco, 1971, p.42)

Similar línea de pensamiento es la de Ortega y Gasset, pero con origen en el deseo de que todo vuelva a ser como en el pasado, cuando los valores culturales pertenecían a cierta clase. Barbier y Bertho Lavenir agregan que esta postura sostiene que:

*“la multitud de gustos infantiles, esta en condiciones de imponer esos gustos a las elites, y la alta cultura será devorada por el mercado masivo*”. (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.272)

Por su parte, el italiano Scipio Shigele y el francés Gustave Le Bon coinciden que los individuos de la masa se convierten en autónomas por contagio y a través de la alucinación y la sugestión –está última producida en parte por la prensa-.

Otro exponente es Dwight Mac Donald, pero a diferencia de los anteriores, este teórico realiza una diferenciación entre lo que él denomina “masscult” y “midcult”. La primera sería la cultura de masas representada por los comics, el rock and roll, entre otras cosas y a la cual no se le reprocha el poco valor estético de sus productos; la segunda es la criticada, ya que según él, la “Midcult” -que representa a los productos que intentarían hacerse pasar como de alto nivel cultural- explota descubrimientos de la vanguardia y los banaliza hasta reducirlos a elementos de consumo.

Entre los grandes detractores de la cultura de masas se encuentra la Escuela de Frankfurt que ve a los medios como un proceso más del capitalismo, poniendo al ser humano como prisionero de ese comercio. Esta escuela reúne a varios intelectuales como Marx Horkheimer y Theodor Adorno quienes introducen el concepto de Industria Cultural. Ambos autores hablan sobre el sistema, el problema de la no individualidad y sobre el sujeto controlado.

Plantean que el cine, la radio y la gráfica constituyen un sistema, agregando que los dos primeros medios mencionados ya no tienen que pasar por arte, porque son simplemente un negocio. Además consideran que la técnica de la cultura industrial ha llegado a la igualación y producción en serie, sacrificando la lógica de la obra, que se distinguía del sistema social.

Además, se extingue la espontaneidad y las ramas artísticas o clásicas son adaptadas en función puramente técnicas. La Industria Cultural fija también su lenguaje -el idioma es técnicamente controlado por el lenguaje cotidiano- y la idea es agotar las posibilidades técnicas para el consumo de las masas, como parte del sistema económico. La Industria Cultural no sublima, sino que reprime, sofoca. Expone el objeto del deseo y se expone al espectador en una posición masoquista.

La postura sigue con el planteo de que el hombre ya no es libre y debe vivir en un monopolio. Hay una producción única y estereotipada para todo el mundo y se transmite por la radio y la televisión. Se empieza a clasificar al público, con el solo objetivo, de controlarlo.

El mayor problema para estos autores, es que la individualidad dejó de existir, mientras que para la Industria Cultural lo mejor es pertenecer a la masa.

Por último, Horkheimer y Adorno afirman que para la Industria Cultural todo es igual -lo mismo un producto cultural que una silla, un objeto- y ven como grave el hecho de que la única forma de divertirse, es contribuyendo al sistema.

Por su parte, Lazarsfeld y Merton, también en esta misma línea plantean, en su libro *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, que hay tres preocupaciones principales por las que muchos se alarman, ante los medios de comunicación de masas. La primera se debe a la idea tradicional, que los mass media pueden ser utilizados tanto para el bien como para el mal y que sin el control adecuado, la segunda opción sería la más probable. La segunda preocupación es la utilización de los medios como instrumento de control social, ya que se recurre cada vez menos a la fuerza física y más a la persuasión de las masas. El tercer motivo de preocupación se debe a los efectos de los medios sobre los gustos estéticos; en otras palabras, cuanto más público, más disminución del buen gusto. Por último, ven también como negativo, que la masa al ser tan maneable lleve al conformismo con respecto a los medios.

Otro que perteneció a la Escuela, pero que eligió un nuevo camino sin salirse de ella, fue Walter Benjamín, quien plantea que la aparición de los medios vino a modificar el arte y la forma de consumirlo, disfrutarlo y verlo. Ante esto, expone varios conceptos relacionados con el arte y el cine:

1. Antes había algo que justificaba la reproducción.
2. La reproducción técnica no tiene “el aquí y el ahora”, que sí tiene la manual.
3. La aparición del cubismo como representante de la época.
4. El valor único de la obra, hoy no tiene tal valor.
5. El valor exhibitivo se encuentra sobre el valor cultural.
6. La instantaneidad de la foto hace que “el aquí y el ahora” no aparezca como antes.
7. La llegada de la fotografía fue una instancia de crisis para el arte.
8. El actor de cine saca su “aquí y ahora” al presentar una actuación grabada.
9. El actor debe renunciar a su aura porque actuó frente a las cámaras, no frente al público.

10. Todo el mundo se convirtió en grupo de elite al creer que sabe todo sobre cine.
11. El cine aparece como arte pero sin autenticidad.
12. El cine da una diversión artificial por sus productos similares.
13. El cine enriqueció el mundo receptivo.
14. Relaciona al cine con el dadaísmo porque este planteaba que lo cotidiano podía ser arte.
15. El arte necesita conciencia histórica y el cine no lo permite, por lo que es un anti-arte.

En la segunda mitad del siglo XX, Herbert Marcuse continuará los pasos de la Escuela de Frankfurt criticando a los medios, por ser responsables de la alienación y el conformismo social.

#### 5.2.2.- Defensores de la cultura de masas

*“Modestamente, la televisión no es culpable de nada. Es un espejo en el que nos miramos todo, y al mirarnos nos reflejamos”*

(Jaime de Armiñán)<sup>14</sup>

---

Este grupo, como ya se mencionó, acepta la cultura de masas mientras ésta sea controlada por intelectuales clásicos. Dicha aceptación se debe a convicción de *“que las formas modernas de la cultura popular son una adaptación necesaria al cambio social y técnico”*. (Barbier /Bertho Lavenir, 1996, p.272)

Diferentes psicólogos americanos ven en la cultura popular un medio por el cual la masa puede liberarse de las consecuencias psicológicas producidas por una vida industrial y urbana, jamás antes vivida.

Entre los defensores de esta postura se encuentra William Ogburn, quien sostiene que la adaptación a la vida industrial y sus exigencias se consiguen gracias a las transformaciones propias de la cultura popular.

---

<sup>14</sup> Realizador y guionista cinematográfico y televisivo español (1927- ).

Incluso, muchos intelectuales ven como un aspecto positivo las actividades de ocio –como el fútbol o el cine- relacionadas con la masa -las cuales son consideradas como degradantes por los opositores-. En dicho grupo de pensadores se incluye el sociólogo Denys Hardy quien ve al cine como una forma de vivir nuevas experiencias, descubrir nuevos intereses y aprender a controlar las emociones. A esto se le suma la idea de C. Delise Burns que considera al cine y a la radio como factores que unen a los diferentes pueblos; y *“sostiene que el ocio moderno conduce a una civilización democrática y a un conjunto de relaciones más libres y más sutiles entre todos los hombres”* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.276).

Por último, mientras la Escuela de Frankfurt era la principal representante de los opositores; en este caso, es la Escuela del Funcionalismo Norteamericano (1920 – 1970) la que mantiene la idea de que la sociedad es un todo y los medios la ayudan a progresar.

### **5.3.- Escuelas más neutrales**

Surgen otras teorías más neutrales, entre las que se encuentran la Escuela de Birmingham y la Escuela de Mc Luhan.

La primera sostiene que los medios están condicionados por el proceso social. La segunda pertenece al teórico canadiense, Mc Luhan, quien plantea que el veloz desarrollo tecnológico, en especial en los mass media, altera la sensibilidad y la conciencia de la humanidad entera. Su mensaje era:

- Los medios de comunicación son prolongaciones de la sensibilidad humana, por eso cada nuevo medio produce una transformación de la conciencia sensible de la humanidad.
- Se vive una época dominada por la electrónica en la que se retorna al tribalismo y a una especie de aldea global sostenida por los nuevos medios de comunicación.
- Los medios de comunicación se distinguen en calientes –que ofrecen mensajes cerrados como la radio, la fotografía o el cine- y fríos –que obligan a la participación sensorial y estimulan la actividad mental de espectador como la televisión, el teléfono o los comics-.

Mc Luhan tiene una visión pesimista de los medios de comunicación al considerar que gobiernan fatalmente el destino de la humanidad, construyen la cultura, la conciencia y hasta la sensibilidad individual; pero ante ellos no hay posibilidad de réplica ni de respuesta. Llegaría a decir que *“solo cabe desconectar la electricidad si queremos recuperar la libertad de espíritu de ‘antaño’”*.

Inclusive, introduce la expresión “el medio como masaje” que significa que los medios manipulan a los receptores, los mueven, conforman su personalidad y su conciencia y todo ello incluso, por encima de los contenidos que puedan transmitir.

## CAPÍTULO VI

### 6.- EL PERIODISMO EN ZONAS DE CONFLICTO

JEFE: “Lo que has conseguido es que la gente se de cuenta que en la guerra también hay periodistas. Podrías hacer un reportaje sobre ello”.

LAURA: “¿Crees que en la guerra a alguien le importe algo los periodistas? La guerra es un negocio de traficantes y generales”.

JEFE: “Y de periodistas, Laura”.

(Cita de la película **Territorio Comanche** –1997- ).

---

#### 6.1.- Las guerras y los corresponsales

Durante la última guerra entre Irak y Estados Unidos, se ha hablado extensamente de los corresponsales de guerra, pero esta profesión no es nueva.

Tucídides (465 – 395 AC) era un historiador ateniense que vivió y escribió sobre la guerra entre Esparta y Atenas, más conocida como la guerra del Peloponeso (431 – 404 AC). A este escritor se lo puede considerar el primer corresponsal de guerra del que se tenga conocimiento, puesto que intentó cubrir el enfrentamiento desde la objetividad, dejando de lado todo sentimiento patriótico. Su fin era la observación y la descripción.

Pero fue recién en 1854, durante la guerra en Crimea<sup>15</sup>, Rusia, cuando los periodistas, como profesionales, fueron trasladados por sus diarios al lugar de los hechos, para cubrir e informar el desarrollo del conflicto.

Iniciado el siglo XX, los medios de comunicación avanzaron tecnológicamente y popularmente; y la cobertura de los conflictos bélicos sufrió cambios. Estos se hicieron notorios durante la Primera Guerra Mundial (1914 – 1918) cuando, según Barry Lowe:

---

<sup>15</sup> Conflicto bélico entre los imperios turco y ruso (1853-1856).

*“...los corresponsales de guerra ya no se consideraban observadores objetivos, independientes del conflicto, sino como parte del esfuerzo bélico de su nación. Su primera responsabilidad era reforzar la moral pública y apoyar la acción bélica, más que reportar lo que realmente sucedía en los campos de batalla”.*<sup>16</sup>

Por esto, no es inentendible que desde ese entonces, desde 1914, las partes más representativas y participativas de las guerras, hayan descubierto el valor de la información y de la propaganda para lograr sus fines. Los autores Frédéric Barbier y Catherine Bertho Lavenir han sostenido que desde principios del siglo XX:

*“Las manipulaciones de la imagen –temas omitidos, imágenes incompletas o mal datadas- han acompañado el deseo de los gobiernos para convencer a sus opiniones públicas”.* (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.320)

Esta situación se magnificó cuando estalló la Segunda Guerra Mundial en 1939. El periodista Barry Lowe explica que:

*“...los corresponsales durante este conflicto se identificaron más con los ejércitos que seguían, que con las corporaciones de los medios para las cuales reportaban. Sus reportajes fueron cuidadosamente monitoreados –y a menudo censurados- por oficiales militares, y sus movimientos estrictamente controlados...Reducieron la guerra a una batalla entre el bien y el mal; el lado suyo representaba el bien enfrentándose al mal. Esta reducción simplista continuó hasta entrada la Guerra Fría...”.*<sup>17</sup>

Dos hechos se sumaron a la forma de cubrir esta Segunda Guerra. El primero, la gran popularidad y adquisición de poder por parte de la prensa escrita durante la década

---

<sup>16</sup> Cita extraída del artículo “Reportaje o ultraje: tomar partido o permanecer neutral” publicado en el sitio de Internet de la revista Chasqui en Marzo de 1999.

<sup>17</sup> Cita también extraída del mismo artículo de la nota al pie anterior.

de los 40. Un ejemplo sobresaliente es la forma en que William Randolph Hearst<sup>18</sup> aplicó la subjetividad a favor de los Estados Unidos, con respecto a la guerra de independencia de Cuba.

El segundo hecho es la aparición de la radio y su repentino cambio, pues pasó de ser una herramienta únicamente de entretenimiento a convertirse en un medio de información que daba la sensación de inmediatez a sus oyentes. Incluso, fue utilizada por Adolf Hitler para dar sus discursos y atraer a la gente al Partido Nazi.

En los años 60, la humanidad presencia la primera guerra televisada del siglo XX, la Guerra de Vietnam; y también es testigo de una nueva forma de transmisión con respecto a los conflictos bélicos.

Con la llegada de la televisión a las guerras, los gobiernos y ejércitos de los diferentes bandos tomaron conciencia que la cámara era el ojo desde donde el mundo miraba, que desde ese momento todo error, toda falta cometida contra los derechos humanos, iba a ser contemplado por todo televidente a nivel mundial.

Barry Lowe sostiene que durante la Guerra de Vietnam, los corresponsales estadounidenses hacían una cobertura que solo mostraba los fracasos de su país, y al querer dar una versión digna de los hechos, llegaron a detallar el accionar terrible del propio ejército norteamericano.

Estados Unidos perdió la guerra y muchos comandantes norteamericanos culparon a los medios por su cobertura negativa, la cual influyó en el pueblo y en el gobierno para culminar la guerra, pese a la insistencia del ejército por continuarla.

La periodista Mariló Hidalgo afirma que muchos han dicho que:

*“...la guerra de Vietnam marcó un antes y un después en la historia de los corresponsales de guerra. Nunca antes habían dado tanta facilidad a los profesionales de la información para hacer su trabajo y poder contemplar el lado oscuro del conflicto. Tal es así que en aquel momento, el Pentágono acusó a los medios de comunicación de ser los verdaderos causantes de la derrota norteamericana”.*<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Político y periodista estadounidense (1863-1951). Fue propietario de una cadena de más de 40 diarios y revistas, y de la agencia de noticias *International News Service*.

<sup>19</sup> Cita extraída del artículo “*Corresponsales en Guerra*” publicado en el sitio web de la revista *Fusión* en Junio de 2003.

La realidad y libertad de acceso a la información cambió desde entonces, para los corresponsales de guerra. Especialmente para los de Estados Unidos.

Comenzada la década de los 90, tiene lugar la guerra del Golfo encabezada principalmente por Estados Unidos e Irak.

Con la experiencia previa –de la guerra de Vietnam- los ejércitos norteamericanos decidieron poner restricciones al periodismo, en especial al de su país, sobre cómo y qué tenían que informar. La justificación para esta medida era que *“...los medios de comunicación deberían apoyar a la nación en tiempos de crisis, y que la guerra constituye un acontecimiento de tal importancia nacional que invalida toda consideración de periodismo objetivo e imparcial. Sin embargo, en los conflictos que no implicaban directamente los intereses nacionales críticos, el principio de objetividad seguía siendo de primordial importancia”*

Así fue como la guerra del Golfo fue transmitida en forma ficticia por parte de la mayor cadena informativa norteamericana: la CNN.

Barbier y Lavenir explican que:

*“...en ocasión de la guerra del Golfo, las fuerzas militares <<aliviadas>> hacen así todo para construir una representación del conflicto aceptable para su opinión, y especialmente una visión de la guerra altamente técnica y despojada de víctimas. No hay ni muertos ni heridos, sobretodo norteamericanos, en esta puesta en escena”*. (Barbier / Bertho Lavenir, 1996, p.321)

A partir de este punto, se levanta un velo de dudas sobre la veracidad de los medios. El periodista Román Gubern<sup>20</sup> agregó:

*“...que la presencia reiterada de la muerte en las telepantallas durante la Guerra de Vietnam –la televisión en color permitió discriminar por fin la sangre del barro– provocó el desasosiego colectivo que obligó a la retirada de las tropas estadounidenses. Por eso la Guerra del Golfo, la primera guerra televisada en directo de la historia, fue asepticada por la*

---

<sup>20</sup> Teórico español (1934 -). Uno de los más importantes teóricos contemporáneos de la comunicación de masas y de los asuntos relacionados con los medios audiovisuales.

*censura militar y, en contraste con su hiperinflación mediática, se extirpó de su puesta en escena el dramatismo y la muerte. Ahora, las estrategias comunicativas del buque insignia CNN –y toda la escuadrilla audiovisual que le sigue– ha optado por una visión soft de la tragedia que Estados Unidos ha vivido. Porque una cosa es la realidad y otra muy distinta su representación mediática”*

La guerra de los Balcanes fue otra guerra en la que los medios jugaron un rol relevante. Por el desmembramiento de la Federación Yugoslava, se inició -en las primeras etapas del conflicto (1991-1995)- un enfrentamiento entre Serbia y Croacia, donde la primera dominaba, a través de sangrientas matanzas.

Con respecto a esta guerra, Florence Aubenas y Miguel Benasayag opinan que:

*“...la prensa se vio ella también como una ciudadela sitiada, defendida hasta la obsesión contra el riesgo de ser conquistada. Tenía tanto miedo que en lo sucesivo desconfiaba de sí misma. La cobertura del conflicto de Kosovo en parte provocará un inmensa interrogación de la prensa a sí misma acerca de su propia manera de trabajar (...) De ahora en adelante existen expertos en desciframiento mediático cuyo trabajo ocupa al menos tanto lugar como el de los especialistas en los Balcanes. En Kosovo, habremos escrutado la representación con tanta angustia como la realidad”. (Aubenas / Benasayag, 1999, p.71)*

Ante este panorama, los periodistas encontraron dificultoso el trabajo de escribir con objetividad, acerca del accionar serbio.

Según Barry Lowe,

*“los reporteros comenzaron a creer que los serbios habían perdido el derecho de una vista imparcial por parte de los medios de comunicación internacionales, en virtud de su violación de las reglas del conflicto y de los derechos humanos...Empezaron a entender su papel menos en función de describir con objetividad la guerra, y más en función*

*de convencer a la comunidad internacional de que tenía el derecho moral de intervenir en el conflicto y salvar los croatas”.*

Al año siguiente, la misma guerra llegó a Bosnia donde sus habitantes eran las víctimas y los serbios, ayudados por los croatas, eran nuevamente los victimarios. Esto significó un desconcierto para los corresponsales que habían escrito a favor de los croatas en la primera etapa del conflicto; fue en sí, un golpe a su creencia de que podían entender la situación y poder explicársela al público.

Con el atentado al World Trade Center en New York el 11 de Septiembre de 2001, se da un cambio en la forma de transmitir los conflictos no solo en Estados Unidos, sino en el mundo entero.

En el 2002 Estados Unidos le inicia la guerra a Irak. Mariló Hidalgo afirma que:

*“...fue una polémica guerra organizada por Estados Unidos para demostrar al mundo su poderío, y cuidada hasta el más mínimo detalle por sus organizadores, para que periodistas del mundo entero diesen testimonio de la victoria de las tropas americanas sobre Sadam Hussein”.*<sup>21</sup>

A pesar de esto, solo algunos medios internacionales aceptaron censuras o autocensuras como por ejemplo varios medios norteamericanos –no independientes, especialmente la CNN-. El resto intentó mostrar ambas caras del conflicto; lo que quizás llevó a que millones de personas repudiaran la guerra y a los que la iniciaron, sin diferenciar nacionalidades.

---

<sup>21</sup> Cita extraída del artículo “*Corresponsales en Guerra*” publicado en el sitio web de la revista Fusión en Junio de 2003.

## 6.2.- El cine y los corresponsales

*“En todos estos años yo he aprendido a observar, a tratar de comprender e informar de lo que pasa, nada más. Yo soy un mercenario en esto”.*

(Cita del personaje de Imanol Arias en la película **Territorio Comanche** –1997- )

---

La función de los corresponsales en zonas en conflicto (guerras entre naciones, guerra civil, revuelta popular, entre otros) y la manera de transmitirlo han atraído el interés de varios directores, productores, guionistas y todo aquel profesional involucrado en el proyecto de una película.

Durante la segunda mitad de los '80, se pueden mencionar dos importantes películas acerca de los periodistas en la guerra. La primera es *Salvador* (1985) dirigida por Oliver Stone y la segunda, *Good Morning, Vietnam* (1986) de Barry Levinson.

### ➤ *“Salvador”*

*“¿Sabes que hacen los mejores fotógrafos? No buscan el dinero, sino capturar la nobleza del sufrimiento humano”*

(Cita del personaje de James Woods en la película **Salvador** –1985- )

---

El film de Stone, da una cruda mirada de la guerra y sus consecuencias. Se centra en la sangrienta guerra civil Salvadoreña<sup>22</sup> desde 1980 a 1982 –a pesar de no haber concluido la misma cuando se estrenó la película- y cuenta la historia de un acabado periodista norteamericano, Richard Boyle, que decide conseguirse una credencial de periodista y viajar a El Salvador. Si bien, al comienzo está entusiasmado por trabajar ahí; poco a poco se da cuenta que la situación en aquel país, se ha agravado

---

<sup>22</sup> En la década del 70, se inició un grupo guerrillero y se formó un amplio frente político de oposición al régimen, ambos entraron en guerra civil contra los militares y otros grupos conservadores aliados. Finalmente, a comienzos de los 90, se firma un tratado por el cual se da terminada la guerra civil.

con el paso del tiempo. Hay gran cantidad de desaparecidos, víctimas inocentes, medios de comunicación censurados y una realidad incomprensible para él: su país, Estados Unidos, apoya al presidente represor y da la espalda al pueblo salvadoreño.

Oliver Stone, conocido por sus importantes películas de denuncia, vuelve a repetir su fórmula, pero desde la mirada de un periodista, quien quizá goza aparentemente de libertad de expresión en su patria, pero en El Salvador es censurado y catalogado como izquierdista y comunista, no solo por ese país, sino también por sus compatriotas. La película termina con esta frase: “...*los mismos militares continúan en el poder. El Salvador aún es uno de los mayores receptores de ayuda militar de U.S.A en todo el mundo*”.

### ➤ **“Good Morning, Vietnam”**

**Good Morning, Vietnam** dirigida por Barry Levinson y protagonizada por Robin Williams está ambientada en Saigón de 1965.

Adrian Croaver, aviador y locutor norteamericano, es trasladado a Radio Fuerza Aérea Saigón, para que realice un programa humorístico de radio. En poco tiempo es llamado “La voz de Saigón”, pero comienza a ser testigo de irregularidades, noticias importantes son censuradas frente a sus ojos, incluso él, es censurado.

A pesar de que esta película no es tan fuerte como la anterior, intenta demostrar que el ocultamiento de información es otra forma de mentira, en este caso hacia los jóvenes soldados que van a luchar a ciegas, sin saber el verdadero plan de su gobierno. El protagonista intenta que no censuren un medio tan importante como lo es la radio, pero finalmente es trasladado a otro destino.

#### **6.2.1.- Las películas post-guerra del Golfo**

Sin embargo, es en la década de los 90 cuando se estrenan varias películas relevantes, relacionadas con el tema. Este hecho, puede ser que se deba a un mayor alcance de popularidad del periodismo como profesión o a la manera en que las guerras fueron expuestas o al desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, provocando un mayor acercamiento por parte de la gente, hacia los conflictos bélicos; incluso si el propio país no estaba involucrado.

Seis son las películas que, al propio entender, representan el cine de los 90 con respecto a los corresponsales de guerra. No todas están relacionadas con guerras entre naciones, algunas se refieren a revoluciones, otras a guerras civiles, e incluso a la instancia de post-guerra.

➤ ***“The year of the gun”***

*“Mucha gente siente repulsión por lo que hago. Pero quiero que miren mis fotos y vean lo que vi; y que sientan lo que sentí...que sean testigos. Mi trabajo es traer las malas noticias y llevar la cuenta de los cadáveres”*

(Cita del personaje de Sharon Stone en la película ***The year of the gun*** –1991-).

---

En 1991 no solo comienza la guerra del Golfo, sino también se disuelve tanto la Unión Soviética como la Federación Yugoslava donde se desata una guerra civil. En este ámbito, se estrena **The Year of the Gun** del director John Frankheimer que relata el viaje a Italia del periodista norteamericano David Raybourne en 1978, cuando el grupo terrorista *Brigadas Rojas* lleva a este país europeo, a un estado cercano a la revolución. Ahí, conoce a una fotógrafa también norteamericana, Allison King, quien encuentra papeles escritos por él, los cuales contienen información sobre los responsables de la revolución italiana; sin querer se lo da a un informante del grupo terrorista. Ambos, King y Raybourne, son secuestrados como consecuencia de lo escrito, cuando, en realidad, solo es una novela ficticia con nombres reales. Son liberados, pero no antes de prometer publicar un libro con las sangrientas acciones de los terroristas.

Si bien la película relata un hecho ocurrido a finales de los '70, el tema es absolutamente adaptable a la última década del siglo, porque tanto Italia de 1978, como Yugoslavia, la Unión Soviética u otros países en 1990, sufrían de tensión social. Las revoluciones y guerras civiles no eran temas desconocidos para las personas de la década de los 90.

## 6.2.2.- Gobiernos totalitarios en films

PEREIRA: “*La opinión pública ya no se escucha, no cuenta*”.

AMIGO: “*Eres periodista, ¿y crees en la opinión pública?*”

(Cita de la película italiana **Sostiene Pereira** –1995- )

---

Dos películas de la primera mitad de los 90 dan muestra de lo brutal que puede ser un cierto régimen político en un país donde hay ausencia de libertad de expresión.

### ➤ “*Turtle Beach*”

**Turtle Beach** de Stephen Wallace se centra en la terrible situación vivida por los 16 millones de refugiados en Malasia y en cómo una fotógrafa australiana, Judith Wilkes, decide viajar allá para testimoniar el maltrato por parte de los militares. Se involucra tanto, que llega ella misma, a formar parte de las noticias cuando ayuda a varios balseiros vietnamitas a llegar a las costas de Malasia antes que los malayos los maten –algo que suele suceder por una fuerte xenofobia de aquel país-. La película es de denuncia y sobresale más aún, porque es estrenada en una década donde el tema de los derechos humanos, y por ende, la libertad de expresión, comienzan a adquirir gran atención por parte de la población mundial.

### ➤ “*Sostiene Pereira*”

PEREIRA: “*¿Qué novedades hay?*”

MOZO: “*Trabaja en un diario, ¿y me pregunta que novedades hay?*”

PEREIRA: “*Por eso entendí que el mejor modo de conocer la verdad es escucharla de la gente*”

(Cita de la película italiana **Sostiene Pereira** –1995- )

---

La película de 1995 protagonizada por Marcelo Mastroianni, **Sostiene Pereira**, transcurre en la época de Franco, Hitler y Mussolini. El protagonista, Pereira, es un

veterano redactor de la página cultural del Lisboa Diario, pero sobre todo, es una persona que siempre le dio la espalda a todo aquello que podía llegar a comprometerlo.

Recién cuando un joven periodista, más precisamente su discípulo, es asesinado como consecuencia de un régimen destructivo como el fascismo, decide por primera vez escribir un artículo dando su opinión en contra del régimen, sin temerle a lo que podría pasarle.

Esta es una película donde nuevamente se evoca una situación pasada, pero que tiene gran incidencia en el presente en que realmente se estrenó. A pesar que el régimen fascista se ubica a mediados del siglo XX, es en los 90 cuando se comienza a hablar más conscientemente de las dictaduras y sus consecuencias, no solo en Europa sino principalmente en países que han sufrido terribles dictaduras, como Argentina.

### 6.2.3.- Películas de la segunda mitad de la década

*“Quiero mostrar la guerra de una forma más humana, más cercana, que llegue a todo el mundo. Ellos se limitan a decir allí esta la bomba y aquí el muerto. No hay calor en lo que hacen”:*

(Cita del personaje de Cecilia Dopazo en la película **Territorio Comanche** -1997-)

---

En 1997 tiene lugar varios hechos históricos, entre ellos; el fin del conservadorismo tras 18 años en Gran Bretaña, el primer gran avance de la biogenética: clonación -creación de la oveja Dolly-, las masacres tanto en Argelia como en Chiapas, la instalación de la retrógrada política talibán en Afganistán, el dictamen por parte del Tribunal de Crímenes de Guerra de la primera sentencia, la manifestación de 200.000 serbios en contra de Milosevic en Belgrado para pedir libertad de prensa, la nueva ley electoral y el fin a la represión policial, el asesinato del fotógrafo argentino José Luis Cabezas y la visita del Papa a Sarajevo.

En ese marco, dos películas de diferentes nacionalidades pero con un tema central muy similar, son dadas a conocer al público. **Territorio Comanche** de origen Argentino-Español-Francés y **Welcome to Sarajevo** de Estados Unidos.

➤ ***“Territorio Comanche”***

La película realizada por el director Gerardo Herrero -con la colaboración de tres países diferentes-, **Territorio Comanche**, cuenta la historia de una joven conductora de un noticiero español quien decide convertirse en corresponsal de guerra y de cómo debe adaptarse al duro trabajo de los periodistas en Sarajevo.

Durante la guerra de los Balcanes, conoce a varios colegas de diferentes nacionalidades, entre ellos a los que serían compañeros de canal –un reportero y un camarógrafo-, un fotógrafo argentino, una fotógrafa francesa y un reportero de la misma nacionalidad.

Sus compañeros pasan de tener una actitud hostil hacia ella, a ayudarla y enseñarle a trasladarse en lugares peligrosos como el denominado Territorio Comanche (zona desértica en la que varios francotiradores se encuentran ocultos, observando y preparados para aniquilar).

Por su parte, la inexperta periodista cambia su actitud temerosa por una postura indiferente y dura; pero finalmente descubre, en esa difícil realidad, una nueva vida, la de ser corresponsal de guerra. Una vida en la que se esta psicológica y físicamente involucrado, pero, si se pretende ser buen periodista, se deberá intentar ser objetivo.

El film pretende transmitir la necesidad de los periodistas de alejarse emocionalmente de una situación tan terrible, como lo es un conflicto bélico en uno de los escenarios más castigados por esa guerra: Sarajevo. Se muestra el consumo excesivo de alcohol como forma de “defensa”. Además se vive la angustia de los personajes al ver los horrores del enfrentamiento, el entusiasmo de conseguir una foto o un testimonio y el hecho de darse cuenta que ser corresponsal es, en definitiva, una forma de vida.

➤ ***“Welcome to Sarajevo”***

En **Welcome to Sarajevo** se intenta dar una mirada acerca de la cobertura de los medios sobre el conflicto y la convivencia de los periodistas en ese lugar tan sufrido. Incluso, no solo se muestra la atrocidad de la guerra, sino también la frialdad de los medios, al cubrir dichas atrocidades. El personaje principal, Michael Henderson, es un periodista que después de atravesar por varios momentos terribles, decide hacer un documental sobre el sufrimiento padecido por los niños e iniciar una lucha para poder sacarlos del país. Es, en efecto, un periodista comprometido con la gente, y es por ello

que su actitud genera la discusión con varios colegas, que le plantean que están ahí para dar noticias, no para ayudar. Finalmente, logra llevar a los niños a Italia.

Ambas películas ponen de relieve una de las más crudas guerras de los 90, la guerra de los Balcanes, donde murieron 52 periodistas realizando su trabajo y miles de civiles inocentes.

Este tema será abordado nuevamente, tres años después, para ser el eje central de la historia contada en la película franco-americana *Harrison's Flowers*.

➤ *“Harrison's Flowers”*

*“Ellos (los ciudadanos inocentes) saben que nuestras fotos contarán la historia de esta guerra, ¿entiendes? Saben que por eso estamos aquí. Si no lo hacemos, nadie lo hará. Quieren que hagamos lo que hacemos”*

(el fotógrafo Kyle Morris a Sarah Lloyd en la película *Harrison's Flowers*)

---

Este film de Elie Chouraqui, a pesar de ser realizado en el 2000, ubica el relato en los primeros años de la década de los 90.

Harrison Lloyd, reconocido corresponsal de guerra norteamericano, es enviado en octubre de 1991 a Yugoslavia –tan solo por una semana- para cubrir una supuesta Guerra Civil de escasa magnitud. Desde la redacción de la revista Newsweek, Sarah Lloyd, la esposa de Harrison, también periodista, se encarga de revelar las fotos que envía su esposo desde el país en conflicto. Es por ese entonces, que los periodistas comienzan a sospechar que este enfrentamiento, no es tan insignificante como se creía. Al enterarse Sarah, que su esposo podría llegar a estar muy malherido –o tal vez muerto-, decide en Noviembre de 1991, viajar a Yugoslavia para buscarlo.

Cuando arriba a este país, siente la violencia hacia su persona, al ser agredida y abandonada por militares serbios. Cuatro periodistas que pasan por el lugar la encuentran y la llevan al hotel donde se hospeda el resto de los corresponsales.

Ante un sorpresivo bombardeo a pocos metros del hotel, los periodistas huyen del lugar, y Sarah lo hace junto a dos fotógrafos norteamericanos, Kyle Morris y Stevenson, quienes deciden ayudarla a llegar a la ciudad de Vukovar.

Llegando a ese destino, se encuentran con otros periodistas que les advierten sobre el peligro que reina en Vukovar, ya que la zona esta tomada por francotiradores serbios. Ignorando esto, siguen su camino y se encuentran con otro periodista, Pollack – amigo de Harrison-, quien finalmente decide ayudar a Sarah en la búsqueda de su esposo.

Cuando logran llegar a la ciudad, ya sitiada, se dirigen al hospital donde Sarah encuentra a su marido en condiciones físicas y psicológicas muy graves. Posteriormente, debieron permanecer en un refugio hasta el 18 de noviembre de 1991, fecha en que el estado de sitio es levantado después del triunfo de los serbios; recién entonces los periodistas pueden regresar a su países de origen. El film concluye con la frase siguiente: *“Esta película esta dedicada a la memoria de los 48 periodistas asesinados en la anterior Yugoslavia entre 1991 y 1995”*.

Cabe mencionar que en esta producción cinematográfica, se muestra una imagen más humana de los periodistas, comparada con las dos películas anteriores, relacionadas con esta guerra. En *Harrison’s Flowers*, los corresponsales hacen su trabajo, pero no dudan en conmovirse hasta las lágrimas ante las terribles matanzas que padecieron personas inocentes. El consumo de drogas –del mismo modo que el consumo de alcohol en *Territorio Comanche* y *Welcome to Sarajevo*- es expuesto para demostrar la necesidad de alejarse de una realidad y soportar la angustia que produce toda guerra. Por último, el film revela una de las tantas terribles características de esta guerra, la violación de los derechos del periodista a informar sin riesgo.

En 1999, se estrena una película que se ambienta en los comienzos de los 90; pero a diferencia de los últimos tres films mencionados, la historia se ubica en la época de la post-guerra del Golfo.

➤ *“Three Kings”*

La película del director Davis O. Russell, centra su relato en cuatro soldados norteamericanos que, una vez terminada la guerra del Golfo, deciden ir en secreto, a buscar un supuesto tesoro oculto en la zona de conflicto.

Uno de estos hombres es Archie Gates quien debe guiar, proteger y ayudar a la periodista ganadora de varios Emmy, Adriana Cruz -cansada de filmar a los soldados estadounidenses festejando el triunfo-logra distraerla, y se va solo con sus compañeros a buscar el oro a pueblos donde, a pesar de haber concluido la guerra, los civiles siguen siendo maltratados por los soldados iraquíes.

Al presenciar ciertas brutalidades, los cuatro norteamericanos deciden enfrentar a los soldados enemigos, quienes toman a uno de ellos como prisionero.

Una vez encontrado el oro, los tres soldados que quedan y los civiles hacen un pacto de ayuda entre sí. Los primeros prometen hacerlos cruzar la frontera a Iran –para que así no sean asesinados por soldados de su país-, y los segundos prometen ayudar a rescatar al cuarto soldado y guiarlos a la frontera, donde se encuentra una base militar norteamericana.

Cuando llegan al punto limítrofe –donde se encuentra la periodista Cruz- para que los civiles puedan cruzar y ser libres, aparecen generales estadounidenses y arrestan a sus compatriotas acusándolos de traición a la patria por ayudar, supuestamente, al enemigo, los civiles iraquíes. Sin embargo, la verdadera razón del arresto era obtener el oro, que fue entregado para que la gente pueda escapar de Sadam Hussein.

Finalmente, al volver a su país, los soldados son retirados de sus cargos con honores, gracias a los testimonios y notas de la periodista que siguió los hechos desde cerca.

Si bien el film no se refiere específicamente a los medios masivos de comunicación, se muestra la influencia de una periodista para que los soldados sean bien vistos por la sociedad. Además, se presenta a una periodista acostumbrada a ser corresponsal y saber qué es y dónde esta la noticia. Incluso, es evidente su resignación y aburrimiento ante el festejo de los soldados norteamericanos por el triunfo; ya que, en definitiva, es conciente que en la guerra nadie gana.

La película es una denuncia a la acción realizada por las partes que participaron del conflicto, porque no se llevó a cabo la defensa de los valores humanos durante la

contienda, ya que fue subordinada a las ambiciones sumamente materiales, de los países poderosos.

Todos los films expuestos en este capítulo tienen como común denominador el duro trabajo de los periodistas en zonas de conflicto e intentan poner en evidencia que los corresponsales no son solo un medio, sino personas que arriesgan sus vidas para que el mundo entero conozca las atrocidades que provocan las guerras. Con respecto a esto, Teresa Aranguren, periodista y jefa Internacional de Tele-Madrid, expresa que:

*“...todos sabemos que las primeras batallas de una guerra son las batallas de la propaganda. La propaganda usa la información, pero se lleva mal con ella. La propaganda suele ser contra la información. A la propaganda no le interesa los testigos; ni esa impertinente manía del periodista auténtico por preguntar quién lo dice, contrastar la fuente o comprobar sobre el terreno la veracidad de la noticia (...) A los propagandistas de guerra no les gusta las imágenes de cuerpos carbonizados en la calle tras el impacto de un misil, ni escuchar el lamento de la mujer iraquí con el pequeño cuerpo destrozado de su hijo en brazos. Cuando preguntamos por qué se disparó contra el hotel Palestina, sede de la prensa internacional, nos comentan que la guerra es así: nadie esta a salvo. Es cierto, pero incluso en la guerra hay límites y normas y la figura jurídica del crimen de guerra. Ninguna imagen, ninguna información vale una vida, pero el periodista no va a un lugar en guerra a morir, ni a combatir, va a contar lo que pasa, va a informar. Es un testigo y a veces el testigo puede convertirse en testigo de cargo”.*<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Cita extraída del artículo “Corresponsales en Guerra” escrito por Mariló Hidalgo y publicado en la página web de la Revista Fusión en Junio de 2003.

## CAPITULO VII

### 7.- LA MANIPULACIÓN DE LOS MEDIOS

*“El periodismo es grande. Cada periodista, ¿no es un regulador del mundo, si lo persuade?”*

(Thomas Carlyle)<sup>24</sup>

---

#### 7.1.- Introducción al impacto de los medios en la sociedad actual

En un mundo globalizado donde lo valioso resulta ser todo lo tangible, lo que está al alcance de la vista y del oído; los medios masivos de comunicación se convierten en herramientas fundamentales que a su vez convalidan esta afirmación.

La globalización ha puesto a la población mundial en lo que se denomina "fenómeno de masa"; sin embargo es propio de la naturaleza de todo ser humano el tratar de individualizarse. Ésta individualización puede lograrse a través de dos caminos: destacarse en un ámbito laboral, académico o económico privado, ó aparecer en los mass media. Esta última suele ser la opción más simple y, por ende, la más elegida para poder diferenciarse.

Hoy en día, los medios de comunicación son duramente criticados por su accionar al captar esta demanda, que se da desde los diversos niveles socioeconómicos. Sin embargo, esto no hace disminuir su llegada, su repercusión a, lo que nuevamente se denomina, “masa”.

El por qué de esta contradicción yace en la simple razón, que los medios son una gran fuente de poder en una sociedad donde la información llega a ser, casi tan importante como el dinero.

Por eso, no es de extrañar que toda persona que en algún momento emitió juicios extremadamente negativos hacia los medios de comunicación de masas, raramente pueda resistirse a aparecer en ellos cuando tiene la ocasión.

Florence Aubenas y Miguel Benasayag se preguntan:

---

<sup>24</sup> (1795–1881) Historiador, pensador y ensayista escocés.

“¿Cuántas personas que la víspera hubieran jurado que no los tendrían allí, se encuentran una noche maquilladas y nerviosas bajo las luces de un estudio?” (1999, p.35).

A lo que responden que todos están prácticamente obligados a salir en los medios, ya que rehusarse sería sospechoso.

Por otra parte, no solo la gente que tiene una visión negativa hacia los medios, aparece en ellos; sino también se observa que la mayoría de las personas encuentran atractivo e interesante el pasar por algún medio, en especial por la televisión. Y aunque, esta travesía o pasaje pueda ser penoso, Benasayag y Aubenas (1999, p.35) afirman que esto le permite al hombre “común” acceder desde el mundo de los invisibles a aquel de los visibles, a un nivel *superior* de vida. A partir de ahí, la persona siente que todos a su alrededor lo van a apreciar más.

Con respecto a esto, Umberto Eco (p.238) introduce la idea –ó concepto- que los medios de comunicación de masas otorgan status, a pesar de la opinión que se tenga de ellos.

Este status es otorgado a conflictos públicos a personas, a organizaciones, ó movimientos sociales. Por lo tanto, no es ilógico que los políticos en campaña ó todo individuo que necesite ayuda –y no la encuentre en los organismos oficiales- recurra a los medios.

Un claro y actual ejemplo son las multitudinarias manifestaciones promovidas por Juan Carlos Blumberg<sup>25</sup>. Acaso, ¿las marchas hubieran tenido el mismo efecto si los medios no hubieran estado presentes? ¿Su impacto hubiera sido tal, si el resto del pueblo argentino, sumado a los ojos internacionales, no las hubiera visto?

En un episodio de la conocida serie humorística de dibujos animados *The Simpsons*, el personaje de Lisa le dice a su hermano Bart: “*Si un árbol se cae en el medio del bosque y nadie presencia la caída, ¿realmente se cayó?*”. Dejando a un lado el origen de esta frase, podría decirse que se ajusta perfectamente al ejemplo antes mencionado.

Al respecto, Umberto Eco (p. 238) sostiene:

---

<sup>25</sup> Padre de la víctima Axel Blumberg, secuestrado y asesinado en Marzo de 2004

*“...la posición social de personas, o de problemas sociales, se eleva cuando logran atraer la atención favorable de los medios de comunicación de masas”.*

En otras palabras, los mass media contienen y dan prestigio. Aquellas personas que desean fervientemente diferenciarse de la ‘masa anónima’ –como la denomina Umberto Eco-, se sienten realizadas al presenciar el reconocimiento, ya sea de un periódico, de la radio, la televisión o Internet. Para muchos, esto les demuestra que su opinión y conducta son tan importantes como para atraer la atención del ‘gran público’.

Pensar que el hecho de salir al aire, eleva su opinión sobre la del resto, puede llegar a generar distorsiones, engaños por parte de estas personas, como también un accionar turbulento por parte de los medios por el solo hecho de querer atraer a la masa. De ahí que se habla de la manipulación y poder de los medios masivos de comunicación.

Una de las primeras películas en tratar este tema fue **Citizen Kane**, realizada por Orson Welles en 1940 y considerada, por muchos críticos, como el mejor film de la historia cinematográfica, al ser pionera en la estructura narrativa fraccionada; los ángulos altos y bajos de las cámaras; las escenas de acción en primer plano, plano medio y panorámico; los saltos en el tiempo entre escenas y la banda sonora tan característica.

➤ ***Citizen Kane***

*“En **El Ciudadano** de Orson Welles, el cine encuentra su fecha límite: de aquí en adelante, el cine será A.W o D.W – es decir, antes de Welles o después de Welles -”.*

(Guillermo Cabrera Infante- 1993, p.200).

---

La película de Welles, comienza como un informe, típico de los noticieros cinematográficos, sobre la muerte de un famoso periodista, Charles Foster Kane y sus logros en el ámbito laboral –con treinta y siete periódicos, dos sindicatos y una cadena radial, además de tiendas, fábricas de papel, edificios, bosques transatlánticos y la tercera mina de oro más poderosa- así como la capacidad de influir en asuntos de carácter político en su país –influencia en guerras y campañas electorales son solo algunos ejemplos-.

Hasta este punto, el director representa lo expuesto en forma de noticiero cinematográfico –ó documental-; pero finalizado este “informe”, la película da un giro y se asemeja a un film de ficción.

Entran a escena los periodistas del ya mencionado “informe”, quienes toman consciencia que lo proyectado no dice mucho más que los diarios y necesitan agregar algo nuevo a la noticia de la muerte del reconocido personaje. Al enterarse que la última palabra pronunciada por Kane fue ‘Rosebud’, saben que deben investigar a quién o a qué se refería.

Durante el transcurso de la investigación, se muestran varias escenas de la vida de Kane en las que se exponen la falta de afecto a lo largo de su vida que siempre fue compensada a través de la obtención de dinero y poder.

Finalmente, aunque los periodistas nunca supieron la verdad; el espectador descubre que el término ‘Rosebud’ se refería al trineo que pertenecía a Charles Foster Kane, que representaba un vínculo afectivo generado en su infancia.

*“Esta película es la que ha inspirado más vocaciones cinematográficas en todo el mundo”*

(Francois Truffauth, director francés).

En 1941 se dan dos hechos totalmente distintos, pero igualmente significativos cada uno en su ámbito en Estados Unidos: el ataque sorpresa japonés a Pearl Harbour – excusa utilizada por militares norteamericanos para lanzar la primera bomba atómica- y el inicio de la era de la televisión.

Sin embargo, Orson Welles no eligió este año al azar para estrenar su obra maestra. En la década del '40 es cuando se transforma el negocio de la información: los magnates de la prensa llegan a codearse con las personas más ricas del país.

Uno de ellos, fue William Randolph Hearst<sup>26</sup>, quien entró en escena para competir con otro importante magnate como Joseph Pulitzer<sup>27</sup>.

Guillermo Cabrera Infante expresa:

*“Esta cinta (**Citizen Kane**) era una biografía velada de una de las facetas del genio americano, el tycoon, el poderoso señor de horca y cuchillo del capitalismo; el nuevo barón con un derecho de pernada sobre el pensamiento estrupador de todas las ideas vírgenes; campeón de la reacción y el imperialismo; el hombre que se ufanaba de haber creado una guerra para comentarla (precisamente la guerra entre España y Estados Unidos); un infatigable trabajador y a la vez el rey de los patrones: William Randolph Hearst” (1999, p.211).*

Con semejante descripción, se puede llegar a entender porque Welles tuvo tantos inconvenientes en estrenar su película. **Citizen Kane** era el reflejo de la persona más poderosa de ese momento, quien se creía con derecho a inmiscuirse en vidas y asuntos que le eran ajenos, pero que a su vez, no permitía que se revelaran aspectos personales.

La guerra interna entre el magnate del periodismo con más poder de los años de 1940, William Randolph Hearst, y uno de los directores más admirados de la historia, Orson Welles, agregaron misterio y magia a la concepción de **Citizen Kane**.

---

<sup>26</sup> (1863-1951) Periodista, empresario estadounidense e inspiración para la creación de Charles Foster Kane.

<sup>27</sup> (1847-1911) Creador del periodismo amarillista y de un imperio basado en la transmisión de la información.

Esta historia oculta fue develada, 60 años después del estreno de la obra de Welles al salir a la luz la película **RKO 281** que intenta exponer los secretos más oscuros del ya mencionado enfrentamiento.

➤ **“RKO 281”**

WELLES: “Si la prensa nos apoya...”

SCHOEFER: “Él –Hearst- es la prensa”

(Conversación entre el director y el empresario en la RKO Pictures por los problemas de estrenar **Citizen Kane** – Escena de la película **RKO 281**, 2000)

---

La película, dirigida por Benjamín Ross, comienza con un recuerdo de la infancia de Orson Welles, y luego, se transforma en un informe sobre su vida –recurso similar al utilizado por Welles en **Citizen Kane**.

Se da a conocer que Welles –anteriormente conocido en radio-era un famoso joven requerido por Hollywood, tras su versión radial de *La Guerra de los mundos*, en 1938 cuando es contratado por George Schoefer de RKO Pictures para que filme un largometraje con total libertad artística.

Sin saber sobre qué escribir, Welles conoce a William Hearst en una cena, con quien tiene una fuerte discusión. Herman Hankiewicz, guionista y amigo del joven director, le sugiere no enfrentarse de nuevo a Hearst, pues es el dueño del mayor imperio editorial del mundo. Orson Welles rechaza el consejo y decide escribir sobre ese hombre de ambiciones ilimitadas.

El desarrollo de la filmación es seguido por los diferentes medios; en ese contexto aparecen en escena las periodistas Hedda y Louella, ambas dedicadas a los chismes del espectáculo y de las que se llegó a sugerir que detestaban a Welles.

Sobre esto, Barbier y Bertho Lavenir explican:

*“Periodistas especializadas –Hedda Hopper y Louella Parsons- ponen en escena, en una prensa especializada, los chismes secretos de Hollywood. La vida privada, sabiamente escenificada, esta estrechamente asociada a la imagen pública de la estrella y se convertirá, ella también, en una mercadería de la que se venden los derechos de reproducción exclusivos” (1996, p.220).*

Incluso, es Hedda quien después de ver la copia del trabajo –material sin música ni sonido ni sincronización-, le cuenta a Hearst que la película trata sobre él. Al confirmarlo Louella, el magnate le exige que escriba negativamente sobre Welles y su producción, iniciando así, una campaña para prohibir el film a través de la amenaza a Hollywood de revelar los escándalos del mundo del cine.

En reunión con dueños de grandes corporaciones cinematográficas –WARNER BROS., DISNEY, COLUMBIA y FOX- se le ofrece a Welles 800.0000 dólares por los negativos y las copias de **Citizen Kane** para quemarlos.

Ante esta situación, Welles habla con los accionistas, a quienes les hace una comparación entre Europa –dominada por Hitler- y Estados Unidos –que se jactaba de tener libertad de expresión y oír las diferentes voces- , alejando que **Citizen Kane** era su voz.

Finalmente, la película se estrena el 1º de mayo de 1941 y pese a la pérdida de dinero en un comienzo, hoy es considerada una obra maestra.

**RKO 281** relata una historia verídica en una época donde los poderosos dueños de los medios se manejaban sin importarles las consecuencias de sus actos.

Además, se muestra como el imperio de Hearst –diarios informativos y de espectáculos- tenía el poder de censurar una película y el prohibir que se mencionara la realización cinematográfica de Welles en sus periódicos.

En conclusión, para comprender y descifrar la conducta y vida de un magnate de la información en la década de los '40, solo basta con ver **Citizen Kane**.

## 7.2.- El poder de los medios

*“La televisión es control. En el canal CNN es realmente la realización de la idea de aldea global, ya que puedes estar aquí sentado y, al mismo tiempo, ver las bombas que caen sobre Irak”.*  
(Tyler Marshall)<sup>28</sup>

---

A pesar de las críticas a la prensa por su forma de actuar e informar en los últimos años; las noticias siguen siendo de suma atracción para la audiencia, lo que genera un ciclo constante: “la prensa habla de aquello que habla el público y el público habla de aquello sobre lo que habla la prensa”.

Esta “retroalimentación” produce una dependencia de la masa hacia los mass media, porque toda persona no informada –aunque solo sea sobre temas banales- se siente excluida al no poder participar de temas actuales de conversación.

A este poder de “agenda” –instalar temas en las conversaciones de las personas- propia de los medios masivos de comunicación, se le suma el deber de llevar las noticias al público lo más rápidamente posible.

La competencia entre medios por “primicias”, es consecuencia de tener que acaparar audiencia, llegando incluso, a crear shows mediáticos en medios sensacionalistas –y a veces no tanto- ó inventando hechos para enriquecer la noticia.

Varias películas han mostrado –en forma ficticia- hasta dónde es capaz de llegar la gente para salir en los medios y la falta de límites del periodismo a la hora de conseguir las noticias.

---

<sup>28</sup> Corresponsal en *The Angeles Times*. Cita extraída del documental sobre la prensa en History Channel.

### 7.2.1.- La obsesión de la masa por 15 minutos de fama

*“Eres la encarnación de la TV, indiferente al dolor, insensible a la alegría. Reduces la vida a una común banalidad. Guerra, asesinato, muerte, para ti son lo mismo y la vida diaria es una comedia corrupta. Hasta rompes el tiempo y el espacio en fracciones”*

(Cita del Dir. de noticias al Dir. de programación en la película **Network** -1976- ).

---

Con el desarrollo de los medios de comunicación, la globalización, el consumismo como sistema de vida y el avance de la tecnología, ha surgido la obsesiva necesidad de la gente de querer individualizarse y salirse de la ‘masa anónima’ en la que están; esto ocurre a tal punto, de considerar a los medios como único camino posible. Mientras que las personas que ya se encuentran en ellos, son capaces de contar sus secretos más oscuros, con tal de seguir permaneciendo en los mismos.

Dicha obsesión podría tener varios motivos. Uno de ellos, como se mencionó anteriormente, es el planteado por Umberto Eco acerca del otorgamiento de status por parte de los medios.

Otro motivo es el querer diferenciarse del resto y atraer hacia si mismo la conversación de otros, aunque solo sea por segundos.

También, al estar tan arraigado el concepto de masa, para sus individuos toda acción generosa o buena adquiere valor, si se proyecta en los medios.

Con respecto a este tema, cuatro películas lo abordan de una manera excepcional.

➤ *“Network”*

*“Debes reconocer que la TV es un espectáculo. Aún con las noticias debe hacerse un show. Se trata de conquistar audiencias sin mística. Si vas a venderte, hazlo bien”.*

(Cita del Dir. de programación a su veterano colega en la película **Network** -1976- ).

---

Este film de Sydney Lumet narra la difícil situación de un famoso conductor de noticiero de los años '60, Howard Beale, quien al ser despedido en 1975 de la cadena por el bajo rating de su programa, anuncia su suicidio ante las cámaras para la última emisión.

La declaración provoca un gran revuelo, no solo en la cadena responsable de sacar al aire el programa, sino también entre los otros medios –el anuncio sale como nota principal en varios diarios-.

En este contexto hacen su aparición dos personajes importantes de la historia: un periodista veterano encargado del Departamento de Noticias que se rige por la ética periodística e incluso, piensa que Beale se encuentra alterado psicológicamente; y la Directora de programación a quien sólo le importa el rating sosteniendo que Beale debe seguir, pues su confesión acrecienta el número de espectadores.

Finalmente, la cadena despide al Director de noticias y Beale comienza a conducir un nuevo programa acerca de temas místicos con rasgos de paranoia, el cual se convierte en uno de los más vistos del país.

Sin embargo, al arruinarse un negocio entre la cadena y unos empresarios árabes, por las declaraciones y opiniones de Beale, los altos directivos y la Directora de programación contratan a un grupo terrorista para asesinar al conductor frente a las cámaras. Se logra así, no sólo evitar un “problema” sino también generar un rating alto. Se comete el asesinato y una voz en off da final al film diciendo que Howard Beale fue el primer conductor de TV muerto por bajo rating.

La película, filmada en 1976, muestra la desesperación tanto de una persona por permanecer ante las cámaras, como la de los medios televisivos por atraer gran cantidad de espectadores, sin importar si en el proceso se pone en juego la vida de las personas.

La disputa de los medios por el rating, fue un tema central en Estados Unidos durante la década de los años '70, no así en la mayoría de los países latinoamericanos, los cuales vivían situaciones políticas más difíciles al estar gobernados por autoridades totalitarias.

A pesar de esta diferencia de realidades entre Norteamérica y Latinoamérica en los años de 1970, hoy en día, la terrible pelea por el rating se vive tan fuertemente –o más- como lo mostraba, hace aproximadamente treinta años, la película **Network**.

➤ ***“The Bonfiere of the vanities***

*“Ayer yo era un judío liberal respetado.  
Diez minutos de noticias y yo soy un  
cerdo racista...”*

(Cita del alcalde de la ciudad al enterarse de la muerte de un joven de color en el Bronx en la película **The Bonfiere of the vanities** -1990- ).

---

Brian de Palma dirige esta película sobre un corredor de bolsa, German McCoy –en ascenso profesionalmente- quien se ve involucrado en el asesinato de un joven afro americano quien es atropellado con su auto por Alicia, su amante, quien lo conducía al tratar de evitar que les robara. Por cuidar su reputación y convencido por la mujer, McCoy no hace la denuncia policial.

Todo el asunto queda oculto hasta que el alcalde de la ciudad se empeña en averiguar quién mato al chico. Al descubrir que un auto Mercedes Benz fue visto en la escena del crimen, se entusiasma porque atrapar al responsable, significaría obtener la mayor cantidad de votos por parte de la comunidad afro americana. A esta situación, se le suma la ayuda indirecta de la prensa, que da una imagen exageradamente positiva del chico muerto, quien, en realidad, era un delincuente.

Un periodista alcohólico, Peter Fallow, es quien logra acercarse al sospechoso del homicidio, German McCoy, y es a través de esta noticia que resurge

profesionalmente. Fallow, además, descubre que McCoy no era quien manejaba el auto en el momento del accidente, por lo que esto va a resultar significativo en la sentencia de la corte. Finalmente, McCoy sale en libertad y Fallow se convierte en un exitoso escritor.

En este film se ve la guerra de intereses entre las diferencias sociales o raciales. La noticia despierta el interés público sin cuestionarse la verdad o falsedad de los hechos. Un claro ejemplo, es la imagen que se da tanto de McCoy como del joven fallecido. El primero –si bien no es un exponente ético- es inocente respecto al crimen; y el segundo, en realidad, era un criminal y no un pobre chico inocente. Incluso, el reverendo del Bronx espera sacar beneficio de la mediatización del caso.

La película se estrena en el año que da inicio a la última década del siglo XX, en medio de enfrentamientos bélicos e importantes cambios políticos mundiales. Tal vez, esa sea la razón del por qué **The Bonfire of the vanities** no tuvo tanto éxito. No obstante, el tema de la mediatización tan bien reflejado en ella, provocó los elogios del público y la crítica años después.

➤ *“To die for”*

*“En Estados Unidos no eres nadie salvo que estés en la televisión. Ahí, aprendemos quienes somos realmente. Porque, ¿de qué nos sirve hacer algo útil si nadie te mira? Y si te miran, eso te hace mejor persona”*

(Cita de Suzanne Stone en la película **To die for** -1995- ).

---

Dirigida por Gus Van Sant y ambientada en un pequeño pueblo de New Hampshire –Little Hope-, **To die for** narra la historia de una joven reportera meteorológica del canal local, Suzanne Maretto, quien llegará a hacer hasta lo imposible por ser famosa.

Esta mujer, inmutable desde el comienzo, aclara que siempre supo qué quería ser y hacer, sin importarle nada y nadie más que ella.

Por iniciativa propia, decide realizar una propuesta en la escuela del condado: filmar un documental sobre la vida de los adolescentes. A pesar que sólo tres de ellos se

comprometen con el proyecto –James, Lydia y Russell-, ella le dedica todo su tiempo al documental buscando el camino para obtener reconocimiento.

Cuando el marido le reclama su compromiso con el matrimonio, Suzanne lo vivencia como un obstáculo y comienza a plantearse la idea de eliminar a su esposo, a la vez que se relaciona más y más con los adolescentes involucrados en su proyecto, para comprometerlos con el asesinato.

Después que los chicos matan al hombre –a pedido de Suzanne-, a la reportera solo le importa salir en los medios y convertir el funeral en un show mediático para hacerse conocida al “gran público”.

La policía sospecha que ella está involucrada en el asesinato; a pesar de ello, cuando va a declarar y los medios la abordan, Suzanne se siente realmente feliz, y para lograr mayor atención, inventa una historia que involucra su marido y los adolescentes que la ayudaron en relación al consumo de droga..

Finalmente, los adolescentes –James y Russell- terminan presos, Suzanne es asesinada por un mafioso contratado por la familia de su esposo, y Lydia, la estudiante más tímida y menos carismática de los tres estudiantes, es la que termina apareciendo en todos los programas de televisión.

Esta película de 1995 fue filmada en forma tradicional, pero hay segmentos que hacen parecer un documental, lo que quizás le da más credibilidad al tema abordado.

Es claro que se intenta mostrar el límite máximo de la exposición y la urgente necesidad del hombre común, por salir ante las cámaras y demostrar así que es reconocido. En otras palabras, como explican Aubenas y Benasayag:

*“...todo el mundo sabe hoy que los periódicos reflejan menos la realidad que la representación que ellos han creado, pero cada uno quiere, por tanto, allí estar presente. ‘Pasar a la tele’ se ha transformado en una etapa aceptada para quien hoy quiere ‘existir’” (1999, p.12).*

Tal vez, esa sea la razón de la creación de los Reality-Shows, de la que más adelante se expondrá.

### 7.2.2.- Los medios como instrumentos de engaño para elevar el rating

*“El trágico final de estos psicópatas que intentaron manipular a los medios por su propia avaricia y ego. Nosotros en ‘Noticias del momento’ no nos permitiremos jamás ser usados. Nuestro objetivo es traerles las noticias en toda su complejidad. La verdad fue el héroe de hoy y estamos orgullosos de habérsela transmitido exclusivamente en ‘Noticias del momento’”.*

(Cita de Hawkins, periodista estrella de un canal, que hace lo que sea por una exclusiva, incluso dejarse manipular – Película **15 Minutos** -2001- ).

---

Siempre ha existido en la naturaleza de los medios de comunicación la necesidad de buscar la noticia, pero es a partir de la aparición de la televisión, del desarrollo tecnológico de los medios y de la creciente exigencia del público, que la noticia y el impacto se convierten en el tesoro más deseado por los mass media y a la vez, en el causante de la terrible competencia por la primicia.

El corresponsal de *The Angeles Times*, Tyler Marshall, dice:

*“Lo que nos impulsa es el intento de llegar rápido a las fuentes de información, y en nuestro intento de ser los primeros a veces la verdad queda sacrificada”<sup>29</sup>*

Esto ha llevado a la idea, ya instalada, que todo suceso para adquirir relevancia debe ser abordado por los medios. Es partir de esta concepción, que la radio, la gráfica y principalmente la televisión, se ocupan de crear héroes y demonios, convirtiendo la realidad en una “telenovela”. Ficción en la que todos desean participar, aunque asuman los roles de “los malos de la historia”. En esta era de la información, quince minutos de fama, valen más que la ética, la moral, que estar en paz consigo mismo.

---

<sup>29</sup> Cita extraída en el documental sobre la historia de la prensa emitido por *The History Channel*.

En su libro *La Fabricación de la Información*, Florence Aubenas y Miguel Benasayag, exponen un hecho real sobre un especialista de la información, que había tomado de rehenes a niños de una escuela maternal en Francia; su plan consistía en establecer contacto con la prensa pretendiendo relacionarse con el periodista más conocido de la cadena más importante.

*“Abatido por la policía, este hombre dejó documentos donde explicaba que, luego de un licenciamiento que estimaba abusivo, solo el reconocimiento público, y por ello mediático, podría, a pesar incluso de la repulsión, restituirle una forma de dignidad”* (1999, p.37)

Esto es tan solo una muestra acerca de la importancia que en esta sociedad globalizada adquiere para toda persona exponerse y participar en los medios, aunque deba exagerar los hechos para lograrlo.

Nuevamente, los ya mencionados, Aubenas y Benasayag dan un testimonio lo expuesto al narrar lo sucedido en Honduras en 1998 en relación al impacto producido por el ciclón ‘Mitch’. Por ese entonces, miles de periodistas fueron al lugar a mostrar los estragos del desastre natural y publicaron el número de 7000 muertos. Pasadas algunas semanas y calmada la situación, las organizaciones humanitarias registraron como bajo, el número de víctimas. Ante este hecho, los periodistas viajaron de nuevo a Honduras a aclarar la situación y salvaguardar su credibilidad. Allí, un dirigente local admitió haber mentido respecto al número de muertes y sin rodeos, dijo:

*“...Me han preguntado cuántas víctimas había tenido en mi zona. Pensé que era necesario dar una cifra terrible para que los periodistas se desplazaran y vieran los estragos y, entonces, la ayuda arribaría. Sin aquello, temí que nada llegara”* (1999, p.56).

Otra forma de la utilización del poder mediático es la de la política, tan unida a los medios desde las campañas electorales hasta el derrocamiento de un presidente, ó el ocultamiento de manejos corruptos.

Todos estos casos mencionados fueron representados por el cine a lo largo de la década de los '90 y simbolizaron la creciente magnitud de la comunicación mediatizada, en la sociedad de fines del siglo XX y principios del siglo XXI.

➤ **“Bob Roberts”**

*“Ninguna encuesta te dice la verdad. Las grandes compañías, dueñas de los canales de televisión y los periódicos, no te dirán la verdad. No les conviene, es muy peligroso para ellos. Si quieres la verdad en este país, debes buscarla tú. Debes estar alerta, ser inexorable, independiente. Yo derribaré a Bob Roberts. No necesito un revólver para hacerlo”.*

(Cita de un periodista independiente al colega que hace el documental sobre el político en la película **Bob Roberts** -1992- ).

---

Esta película, dirigida y protagonizada por Tim Robbins, intenta simular el proceso de la realización de un documental sobre un creciente y popular candidato a senador de nombre Bob Roberts. Un periodista, junto a un camarógrafo, filma día a día la vida de Roberts intercalando lo filmado con testimonios.

El proyecto lleva al descubrir la implicancia de Roberts, junto a su mano derecha, Lucas Hart, en el tráfico de armas, drogas y en la muerte de un periodista independiente quien los investigaba.

Pese a que un grupo minoritario que conocía el lado oscuro de Bob Roberts como un hombre racista, sexista, extremadamente conservador, inescrupuloso, capaz de fingir ser baleado, permitir que se acuse un inocente; es mostrado ante los medios de una manera humilde y honesta –con la ayuda de varios trabajadores de prensa que mantenían esta imagen-. Finalmente, Bob Roberts gana las elecciones.

Este film comprueba que no todo lo que transmiten los medios –en especial la televisión- es verídico. Todo lo que esta frente a las cámaras puede ponerse en duda y toda persona sin escrúpulos puede “venderse” como honesto.

También representa la confianza ciega que deposita la masa en los medios, y a su vez cómo responden éstos cuando alguien quiere contar su verdad –y si no pertenece a un medio importante- es acallado.

Hay dos escenas que emiten considerables críticas al accionar político y mediático del comienzo de la década de 1990. Una es la que se refiere a la Guerra del Golfo –ocurrida un año antes del estreno de esta realización cinematográfica- y su visión crítica hacia ella; la otra expone como se exaltan hechos y características personales para generar más impacto a la noticia; en este caso al ser Roberts baleado, los medios describen al político como mártir o héroe.

➤ **“Hero”**

*“Es el periodismo que repara en una persona en un momento y no en otra”.*

(Cita de John Bubber en la película **Hero** -1992- ).

---

Stephen Frears dirige esta película sobre un hombre insensible que una vez en su vida hace algo bueno por el otro. Esta persona es Bernie La Plante, sujeto indiferente, estafador, egoísta, sin principios, que es un mal ejemplo para su hijo –a quien le dice constantemente que el mundo es una jungla y, por eso debe mantenerse en el anonimato-.

Por su parte, la periodista de noticiero, Gale Gayle, es una mujer capaz de hacer lo imposible por lograr la primicia y la mejor noticia, llegando incluso a filmar un suicidio. Pese a recibir un premio por su labor, Gale comienza a cuestionar su trabajo generando un replanteo ético.

Las vidas de Gale Gayle y de Bernie La Plante se cruzan cuando éste presencia el accidente de avión donde viajaba la mencionada periodista.

Después de dudar varios minutos –y más preocupado por encontrar uno de sus zapatos que por la situación- Bernie salva a varias de las víctimas, pero huye al divisar las patrullas de rescate.

Cuando se recupera, Gale quiere hacerse cargo de la nota sobre el accidente en el cual ella fue protagonista, y busca, por cielo y tierra, a la persona que le salvó la vida y de quien solo tiene un zapato, o sea, Bernie.

Se suceden las entrevistas a los posibles testigos y en todas las declaraciones se vislumbra una gran noticia. El noticiero, por otro lado, realiza un informe donde se destacan las “extraordinarias” cualidades del “héroe”; cualidades que Bernie nunca muestra tener. Llegan a apodarlo “El Ángel del vuelo 104” y en el resto de los medios, miles de personas aparecen opinando acerca de quién es el famoso desconocido.

Finalmente, la cadena decide ofrecer al “héroe” un millón de dólares para aparecer ante las cámaras –noticia que sale en la portada de todos los diarios y lleva a que miles de hombres se presenten con un zapato al canal aparentando ser el héroe-.

Cuando Bernie se entera y quiere ir a cobrar el dinero, descubre que un hombre llamado John Bubber –a quien conoció en una oportunidad y al contarle lo sucedido le dio como prueba de su hazaña, otro zapato- se hizo pasar por él, para recibir el dinero.

A pesar que Bubber demuestra tener sentimientos más nobles que Bernie, Gale comienza a sospechar del engaño por varios hechos que se van sucediendo.

Al no poder sostener la farsa, Bubber decide terminar con su vida tirándose desde un edificio, pero Bernie lo salva impidiendo este hecho ante los que estaban presenciando el momento, incluido los medios.

El film resulta ser una dura crítica al accionar periodístico, por querer hacer de un accidente un show mediático, por no ser sensibles ante las tragedias y crear héroes que, en realidad, son solo personas comunes con defectos.

Quizás un ejemplo de todo lo mencionado sea la escena en la que la periodista y el camarógrafo entrevistan y luego filman el suicidio de un hombre. El camarógrafo se encuentra emocionado por las tomas, mientras que ella opina que deberían haber hecho algo más, pero el director de noticias le aclara que su intervención en el hecho no compete a su profesión; le expresa al camarógrafo: *“Ella simula ser una persona, en verdad es solo una reportera”*.

A esto se le suma el hecho que los medios, no solo buscan hacer rating con la bondad del otro, las tragedias y los actos “heroicos”, sino también con una buena imagen. Es decir, Bubber no fue quien salvó a los pasajeros, pero tenía buenos

pensamientos, hablaba bien y era agradable a la vista del público; Bernie era todo lo contrario y, tal vez, no resultaba ser una buena noticia para los medios. Para la televisión especialmente la bondad y el heroísmo son mejores si están acompañados por una buena imagen.

➤ *“Quiz Show”*

*“Esta televisión para el gran público no se dirige, durante sus primeros veinte años de existencia, a públicos precisos e identificados, sino que busca la máxima audiencia, por razones que hacen a sus equilibrios económicos (...) no se trata (...) de seguir ciegamente los sondeos, sino de mantener una relación compleja con un público que se trata a la vez de conocer, de seducir, de convencer, y de seguir”*

(Barbier/ Bertho Lavenir – 1996, p.287).

---

Basada en hechos reales, Quiz Show, dirigida por Robert Redfort, cuenta la historia del programa de concursos de la NBC llamado “21”, el cual logró gran éxito durante la década del ’50 y contaba con una producción sumamente cuidadosa en relación al contenido secreto de las preguntas –incluso para el conductor, Jack Parry, quien se enteraba de la temática recién frente a las cámaras.

Tras la caída del rating, entra en juego un carismático profesor universitario perteneciente a una familia muy influyente, Charles Van Doren.

Este hombre comienza a competir con un concursante de nombre Herbie Stempel, quien durante varias semanas gana con la ayuda de la producción. Si bien es un hombre desliñado y de apariencia tonta, el público lo quiere, ya que proyecta en él la posibilidad de todos, de ser ricos y conocidos.

Los productores le ofrecen a Van Doren las preguntas para que gane y Stempel es obligado a perder. Ambos se niegan en un principio, pero luego aceptan.

Cuando aparece un informe acusando al programa de engañar al público, el productor, Goodwin, recurre a la presidencia del subcomité de supervisión legislativa

negando este hecho. Por su parte, Van Doren confiesa la verdad, pero la preocupación por la audiencia termina siendo más importante que el engaño, y nada se realiza para encontrar a los verdaderos responsables y condenar a la cadena.

Barbier y Bertho Lavenir en relación a esto expresan que:

*“Todo ocurre como si los dirigentes del país, así como el Congreso –que crea una comisión de investigación pero echa tierra sobre el asunto-, consideraran que sería demasiado peligroso para el sistema de valores que comparten los americanos quebrar la confianza que tienen en “su” televisión.(...) Poco a poco, en efecto, el nuevo medio se ha convertido, en todos sus componentes y no sólo en sus emisiones explícitamente políticas, en el lugar donde se teje el lazo social y donde se expresan tanto los valores como las tensiones de una sociedad” (1996, p.288).*

Aunque esta película no cuenta un hecho ocurrido en los '90, el tema que trata no es totalmente ajeno al público de fines del siglo XX y comienzos del siglo XXI.

Es evidente el concepto del manejo de los mass media sobre la masa. El engaño de la NBC fue uno de los primeros casos en los que se observa hasta donde se es capaz de llegar por alcanzar un punto más de rating.

La función de “agenda” también está presente, porque el programa establecía los temas que consideraba de mayor interés entre la gente para dialogar. Así como la idea que hay un único mensaje, ya que no influyen las diferencias socioculturales del público y los concursantes.

Esta idea es expresada por los Integrados, quienes afirmaban que la televisión se constituye como una herramienta para la educación donde a través de intereses comunes se adquieren conocimientos.

Por último, como sucedía en la película **Hero**, el tema de la buena imagen sobre las buenas cualidades esta presente, ya que Van Doren, un hombre educado, elegante y apuesto, logra ganar el cariño del gran público, que una vez le perteneció a Herbie Stempel, con características personales opuestas.

➤ *“Natural born killers”*

*“Chacales. Esos perros ladrando a los talones de sus presas y Dios mío, yo era uno de ellos...”*

(Cita del periodista Peter Fallow sobre sus colegas en la película **The Bonfire of the vanities** -1990- ).

---

Esta realización cinematográfica de Oliver Stone relata la historia de una pareja de asesinos sin escrúpulos, Mickey Knox y Mallory Wilson, quienes se hacen famosos por la constante difusión de sus formas de vida a través de los medios. Tal es el alcance, que los jóvenes los admiran llegando a utilizar remeras con imágenes de los rostros de estos criminales.

El fenómeno de este caso llama la atención de un conocido periodista, Wayne Gale, quien conduce un programa de televisión relacionado con asesinos famosos.

Cuando la pareja es capturada por la policía, el periodista logra hacerle una entrevista a Mickey Knox en la cárcel, poco antes que logren huir, llevándose al periodista como rehén, quien pese a ofrecerles una participación televisa muy bien remunerada, es asesinado.

**Natural born killers** es otra de las tantas películas crudas de Oliver Stone, sumamente criticada en su momento, difícil de entender y con una pesada carga de denuncia hacia esta era de la información.

Como ya se mencionó en el resto de los films expuestos en este capítulo, aquí también se muestra la capacidad y rapidez de los medios en crear “héroes” ó “estrellas”, en este caso, con una pareja de asesinos a sangre fría.

Dos segmentos de la película resultan increíbles. Uno es el periodista, capaz de mostrar escenas terribles y arriesgar su propia vida en pos de una emisión exitosa; el otro, ver como la masa es manipulada tan fácilmente por los medios como por ella misma.

Oliver Stone estrena su obra en 1994, mismo año de la presentación cinematográfica de la dura película de Quintín Tarantino, **Pulp Fiction**.

Que dos producciones cinematográficas de semejante descarga violenta surgieran en la misma época, puede que no sea por casualidad; 1994 fue un año de

guerras, guerrillas, atentados, sangrientos sucesos que en cierta manera, se vieron reflejados en la gran pantalla.

➤ ***“Mad City”***

SAM: *“¿Cómo sé que volverás?”*

MAX: *“Porque eres la mejor noticia”.*

(Conversación entre un hombre que tiene de rehenes a unos niños y el periodista que se encuentra en el lugar en la película Mad City -1997- ).

---

Max Brackett es un reportero famoso, que al “arruinar” la nota de uno de sus colegas –el famoso conductor de noticiero y cara visible de la cadena-, es transferido a la pequeña filial en California como forma de reprimenda.

Una vez allí, Brackett intenta hacer reportajes reveladores, pero el director de noticias de la filial, le recuerda que se trata de un canal local, no nacional como al que pertenecía, antes del incidente.

Al ser enviado, junto a una joven pasante, al museo de Ciencias Naturales para realizar una nota acerca de los recientes despidos -debido a la recesión-, presencia antes de retirarse, cuando un ex – empleado, Sam Baily, entra al lugar portando un arma y amenaza a la directora del museo, presionándola para que lo vuelva a ubicar en su puesto de trabajo. Mientras todo esto sucedía, la joven camarógrafa se encontraba filmando la fachada del edificio y Brackett observando desde el baño, sin querer, lo que acontecía. Desde allí, llama a la chica para contarle lo estaba ocurriendo y advirtiéndole que no llamara a la policía, que informara al canal.

DIR. DE NOTICIAS: *“Nuestro público no necesita ver sangre. Le decimos lo que está pasando”*

BRACKETT: *“Tenemos imágenes en vivo, ¿y les das radio?...En 24hs. esto se vuelve un alboroto. Habrá mil personas con cámaras aquí. Si no lo grabas, lo grabaran ellos”.*

(Discusión entre el Director de noticias y el periodista en la película **Mad city** -1997- ).

Finalmente, el noticiero se adjudica la primicia del incidente; pero todo se complica cuando Sam Baily dispara accidentalmente al guardia quien, en un pasado, había sido su compañero. La camarógrafo intenta ayudar al guardia herido, comienzan a aparecer otros medios, y Brackett es descubierto por Sam.

Brackett se da cuenta que Sam es inexperto y que la toma de rehenes –la directora del museo, una maestra, un grupo de niños y el propio periodista- la realizó motivado por la necesidad de recuperar su trabajo. Entonces, decide ayudarlo a “ganarse” a la opinión pública.

BRACKETT: *“¿Ves a esa gente? No la policía, no la de los medios. Quiero que mires, asómate. ¿Ves la gente? Esa es la opinión pública, es una fuerza poderosa. Ahora, tienes un problema. Esa gente te odia con pasión. Tienes niños de rehenes y eso es malo. Creen que estas loco.”*

SAM BAILY: *“Pero no lo estoy. Normalmente, no. Jenny dice que no pienso”.*

BRACKETT: *“¿Quién es Jenny?”*

SAM BAILY: *“Mi esposa”.*

BRACKETT: *“¿Y tú eres?”*

SAM BAILY: *“Sam”*

BRACKETT: *“A mí no pareces ni loco, ni terrorista. Solo eres un tipo normal que perdió los estribos. Necesitas ganarte a esa gente. ¿Crees que no saben lo que es perder un empleo? ¿Ni conozcan a alguien que no lo haya perdido? Te entenderán si les das la oportunidad. Una cosa que querrás hacer antes de entregarte es hacer que esa gente te conozca como persona”.*

SAM BAILY: *“¿Cómo?”.*

BRACKETT: *“Si yo te pongo frente a una cámara y te entrevisto; y le dices a la gente lo que estas pensando, les interesará. ¿No crees?”.*

SAM BAILY: *“No”.*

BRACKETT: *“De esa gente sale tu jurado”.*

(Conversación entre el periodista y el hombre que tomó el museo en la película **Mad city** -1997- ).

Mientras tanto, el famoso conductor –adversario de Brackett- se niega a “sacar en vivo” al periodista y al notar el buen trabajo que esta realizando su colega con la opinión pública, decide viajar a California para apoderarse de la nota.

Brackett, no solo debe enfrentarse a la policía y al FBI, sino también a los falsos testimonios expuestos por la competencia, y a la abrupta aparición del famoso

conductor que quiere controlar la situación. Brackett se niega jactándose que él es el único con quien habla Sam.

Ante esto, la cadena le ofrece un programa propio a Brackett a cambio de un reportaje realizado a Sam por parte del periodista “estrella”; acuerdo que acepta presionado, ya que, por contrato, toda nota le pertenece a la cadena.

Finalmente, el noticiero pone al aire una nota que desprestigia a Sam frente a la opinión pública y a Brackett como periodista. Esto, más la muerte del guardia.- que Sam había herido accidentalmente- provoca la liberación de los rehenes antes de que hiciera detonar el explosivo que acabaría con su vida.

El film concluye con Max Brackett indignado y responsabilizando a los medios y a sí mismo por la muerte de Sam Baily.

Los directores Costa y Gravas dan una imagen negativa de los medios, porque los muestran intentando manipular a la opinión pública, sin importar si lo que informan es verdadero. Los medios pueden convertir en héroe o asesino a una persona de un día para otro.

La visión de la película es totalmente clara al final: los medios son destructivos, ya que no solo cambian a los protagonistas de las noticias, sino también a los que informan. Un ejemplo, es el de la joven inexperta periodista, que al comienzo deja la cámara para ayudar al guardia, y al final, después de la explosión, no permite que Brackett se limpie la sangre de la cara porque así se ve mejor ante la cámara. Este cambio de actitud refleja la influencia de Brackett:

BRACKETT: “¿Y el guardia?”

JOVEN: “¿Qué quieres decir?”

BRACKETT: “Dejaste la cámara para ayudarlo”

JOVEN: “Estaba herido”

BRACKETT: “¿Por qué no ser humanitario con la cámara al hombro?”

JOVEN: “Porque no puedo ayudar a alguien mientras sostengo la cámara”.

BRACKETT: “Al dejar la cámara perdimos escenas que nadie más hubiera tenido.

*Necesitas decidir si vas a formar parte de la noticia ó a transmitir la noticia”.*

(Escena de la película **Mad City** -1997- ).

➤ *“Wag the dog”*

*“Producir es solo tener la habilidad de predecir. Como ser un plomero: si haces bien tu trabajo, nadie se da cuenta; solo cuando metes la pata alguien se da cuenta”.*

(El productor Stanley Motts en la película **Wag the dog** -1997- ).

---

Barry Levinson mezcla la política con el accionar de los medios para contar una historia que podría tener gran contenido dramático, si no se tratara de una comedia.

Todo se inicia cuando el entorno del presidente de los Estados Unidos se reúne en la Casa Blanca para enfrentar una difícil situación: al visitar un grupo de niñas, días anteriores, la Casa de Gobierno, aparentemente el presidente retira a una de ellas por unos minutos, y es acusado de abuso sexual.

Ante este panorama, la encargada de prensa, Emy Cane, recurre a Conrad Breant, un especialista en medios, apodado “El reparador”. Siempre se acude a él, cuando sucede algo negativo en las altas esferas del gobierno y se necesita apaciguar al periodismo.

Al enterarse que el primer mandatario se encuentra en China y que la noticia se publica al día siguiente, Breant considera necesario emitir un boletín, anunciando que por un problema de salud, el presidente debe permanecer un día más en el país de Oriente; y llamar a una rueda de prensa para distraer al periodismo hasta las elecciones, por el término de once días.

Para despistar a la prensa, se planea idear una guerra entre Estados Unidos y un país prácticamente desconocido como Albania. De este modo, el tema sobre abuso sexual quedaría relegado a un segundo plano.

Para concretar este plan se contrata a un productor de Hollywood, Stanley Motts, ya que, según Breant, la guerra es un espectáculo.

El entorno que protege la imagen del presidente, comienza a idear el modo que transmitirá a la prensa esta estrategia; finalmente surge la idea que un grupo de albaneses, en Canadá, portan una valija conteniendo una bomba que sería lanzada en Estados Unidos.

A pesar que el engaño debe mantenerse solo por once días, deberá estar bien planeado; deciden contratar a una niña para que actúe ante las cámaras como si fuera albanesa que sufre por los horrores de su país. Este hecho se convertiría en otras de las razones por las que el gobierno norteamericano declararía la guerra.

Estas escenas llegan a los medios como verdaderas y auténticas. Sin embargo, el jefe de la CIA descubre la farsa. Breant le ofrece un trato con amplios beneficios para continuar, que es rechazado. Al tener que acabar con el engaño, la atención de todos se desvía hacia el presidente y la acusación de abuso sexual de una niña.

A este problema se suma la insistencia de Stanley Motts de continuar con el engaño, ya que considera que es el argumento de “su película”, y no el de la CIA. Motts se da cuenta, además, que inventó una guerra sin héroes, “*no puede haber una guerra sin héroes*”; y comienza a dar forma a la historia que refiere a un soldado de apellido Zapato, quien fue dejado en las líneas enemigas.

Entorno a esta supuesta historia “verídica”, se hacen canciones, videoclips; esto, no solo suma puntos a favor del presidente, sino que se genera un marketing masivo. Para alimentar más la admiración del público, deciden buscar al soldado que se asemeje a la imagen creada y planear un supuesto regreso de la guerra. Sin embargo, al descubrir que estaba alterado mentalmente, lo matan y organizan un entierro con todos los honores.

Finalmente, cuando Stanley Motts –quien considera la farsa como una gran obra de arte- decide confesar la verdad, al no recibir ningún mérito público por su trabajo. A consecuencia de esto, es asesinado.

**Wag the dog** fue estrenada en la misma época en la que estalla el boom del Sexgate<sup>30</sup>, hecho que llevó a una mezcla, casi humorística, entre la política y los medios de comunicación. Por lo tanto, no es de extrañar que la película de Levinson tenga cierto parentesco con la realidad de 1997. Además, el film muestra la falta de límites de la política por mantener el poder, algo que existe ciertamente, pero esta oculto al gran público ó éste no quiere darse por enterado.

---

<sup>30</sup> Se nombró así al caso que se inicio cuando el presidente norteamericano de ese momento, Bill Clinton, fue descubierto en un affair con la joven becaria Mónica Lewinski.

Con respecto a esto, Aubenas y Benasayag expresan:

*“Sin duda, la prensa revela affaires como jamás lo ha hecho en el pasado. Tanto mejor, los lectores están ciertamente más informados sobre sus dirigentes que nunca. La paradoja es que no parecen experimentar satisfacción alguna en ello. Lejos de ser saciados cuando las nuevas revelaciones son servidas, ellos hacen muecas de descontento y lloran aún más fuerte para que ocultemos todo. De ese modo se pone en marcha una espiral de impotencia y frustración. Cuanto más la prensa blande su luz, el resto del mundo se queja de la oscuridad” (1999, p.85).*

➤ **“15 Minutes”**

PERIODISTA: *“¿Un bebe abandonado? ¡Por favor! No tiene nada de espectacular. No va a funcionar y no atraerá al público”.*

PRODUCTORA: *“¿Qué propones? ¿Inventar noticias?”*

PERIODISTA: *“Por eso no ven, por noticias excitantes. Les gusta la violencia”.*

PRODUCTORA: *“El canal quiere un cambio. Las madres y los políticos se quejan por la violencia en la televisión. Hay que ampliar el formato”.*

PERIODISTA: *“Bueno, al final mostrarán lo más impresionante. Necesitan un público. Si hay violencia, hay audiencia”.*

(Conversación entre el periodista estrella del canal, Hawkins, y la productora de su programa en la película **15 Minutos** -2001- ).

---

Esta película dirigida por John Herzfeld, comienza con la llegada a la ciudad de New York, de dos criminales extranjeros –uno de origen ruso y el otro checo- para

reclamarle a un colega la parte del robo que cometieron años atrás. Al no conseguir el dinero, matan al hombre y a su esposa, además de quemar el lugar. Los dos asesinatos quedan registrados, ya que el criminal ruso, al ser fanático del cine hollywoodense no deja de filmar con su cámara todo lo que sucede a su alrededor.

Los homicidios llaman la atención de un novato bombero, Jordy Warsaw, y de un veterano policía, Eddie Flemming, quienes acuerdan investigar juntos.

Otro personaje de gran peso en la historia, es el periodista estrella, Robert Hawkins, quien conduce uno de los programas más violentos de la televisión norteamericana, TOP STORY. Periodista sin escrúpulos, Hawkins es capaz de mostrarle a la audiencia la muerte de una persona, solo para tener más rating. El hecho de ser conocido de Flemming –policía que se expone ante las cámaras cuando hay algún caso mediático- le permite obtener primicias y contemplar la escena del crimen con total libertad.

Por su parte, los criminales al enterarse que otra persona que cometió un asesinato cobró 1 millón de dólares por contar su crimen en un programa de televisión, idean la forma de raptar y asesinar a Eddie Flemming. Cuando llevan a cabo el plan, la atención tanto del público como de la de los medios se centra sobre ellos; incluso Hawkins les ofrece dinero a cambio del video con la muerte del policía.

Luego, cuando los asesinos son enfrentados por la policía, el de origen ruso logra huir y el otro se declara, ante la justicia, demente. En el momento de la entrada a tribunales –para que se conozca la sentencia- tanto el checo como los periodistas, presencian la aparición del otro criminal, con la filmación en la que el checo le confiesa a Flemming que hacerse pasar por loco solo es parte del plan. El ruso le entrega el video a Hawkins como venganza hacia su ex-amigo, al enterarse que quedó fuera de las ganancias por la producción de un libro y una película, acerca de los asesinatos en los que ambos participaron.

Finalmente, los delincuentes mueren en un tiroteo con la policía. Después de ese revuelo y de que Hawkins sea agredido por Warsaw, al periodista solo le interesa que todo haya podido ser filmado.

La película concluye con Robert Hawkins frente a las cámaras, asegurando que su programa siempre velará por la verdad, porque ellos no se venden –algo totalmente falso si se toma en cuenta los sucesos de la historia- .

No es necesario aclarar que el título **15 Minutes** se refiere justamente a los 15 minutos de fama, el “tiempo” que le dedicaron los medios a los asesinos. Tampoco es casualidad que el film tenga lugar en una ciudad cosmopolita como New York, la cual pertenece a un país tan mediatizado como lo es Estados Unidos. En una escena, el delincuente checo se sorprende de los programas norteamericanos y lo insólito que a alguien le paguen por contar sus delitos.

Insólito o no, realmente sucede y Hawkins representa al periodismo más sensacionalista y competitivo que existe. Además, no solo los delincuentes están obsesionados por salir en los medios, sino que el film muestra como los Departamentos de policía y de bomberos se disputan sus apariciones en televisión, ya que para ellos lo importante es la imagen.

Por último, el asesino ruso obsesionado con filmarlo todo, llega al límite de hacerlo con su propia muerte.

A través del análisis de las últimas películas mencionadas, se ha visto como los medios buscan la primicia con tanta ansia, que se olvidan que son personas quienes protagonizan esas noticias y que la verdad no es un objeto que pueda cambiarse para adaptarlo a sus fines. No obstante, hay que admitir que los medios de comunicación no solo los únicos responsables de esta situación, sino que el público también lo es por prestarse al “juego mediático”.

Aubenas y Benasayag afirman:

*“...todo el mundo sabe hoy que los periódicos reflejan menos la realidad que la representación que ellos han creado. Pero cada uno quiere, por tanto, allí estar presente. <<Pasar a la tele>> se ha transformado en una etapa aceptada para quien hoy quiere <<existir>>”*  
(1999, p.12).

### 7.3.- Reality – Shows

*“Nos convertimos en una raza de mirones. La gente debería salir y mirar su propia casa”.*

(Cita del personaje de la enfermera Stella en la película **Rear Window** -1953- ).

---

El avance de los medios en relación al ámbito tecnológico –y como consecuencia de esto, el acortamiento de las distancias- ha magnificado el deseo del espectador por ver y oírlo todo, sin distinción.

Los teóricos Aubenas y Benasayag explican que:

*“La transparencia se ha impuesto como la norma central de nuestra sociedad. La figura del bien reposa sobre el hecho de poder ser mostrado (...) La prensa se ha convertido en gendarme de esta situación. Por eso, ella contribuye a construir y reconstruir cada día el mundo” (1999, p.11).*

De ahí que no solo se produce la disputa de los medios por llegar primeros a las noticias, sino la exigencia del público por ser testigo de lo que acontece. Tal vez, hoy más que nunca, la frase *“una imagen vale más que mil palabras”* sea una de las más acertadas para definir esta situación.

El ciudadano común es bombardeado –y se deja bombardear- por la información. Es prácticamente imposible que uno no recuerde qué hacía ó dónde estaba cuando ocurrieron los atentados en New York y en Madrid; ó tener el sentimiento de haber sido espectador de una película de terror cuando Argentina se derrumbaba en vivo y en directo aquel diciembre de 2001.

Es probable, entonces, que la aparición de los llamados Reality-Shows sea catalogada de lógica, ya que definen la particular década de los '90 –y seguramente, las que vendrán-.

En una época de sed por lo real, los Reality Shows se jactan de mostrar “la realidad”. Este tipo de programas pueden dividirse en Talk-Shows y Pseudos-Documentales, dependiendo del contenido.

Los Talk-Shows son aquellos donde la gente “común” cuenta sus problemas, alegrías, tristezas o simplemente buscan parejas y familiares perdidos; mientras que los Pseudos-Documentales pueden clasificarse en “juegos” –varios participantes compitiendo por ser los último en irse de una casa, un bar o una isla, etc.- y en los que se documenta el trabajo ó la vida de personas –algunos de dichos programas en Argentina son “Ser Urbano”, “E-24”, “La Bonaerense”, entre otros-.

Con leves diferencias, todos los Reality-Shows tienen la misma particularidad: hacer que la “realidad” parezca ficción, por medio de un buen montaje, música, edición, efectos. En resumen, todos los recursos típicos para realizar un teleteatro.

Con respecto a esto, los teóricos Alfredo Caminos y Mariana Aranguren plantean que:

*“En general los programas se construyen siguiendo los pasos del melodrama, y es aquí donde se hallan en una encrucijada que presenta dos antítesis: la realidad y la ficción, que en gran medida se yuxtaponen y se entremezclan (...) Por lo tanto, lo que se ve no es real, por la focalización sobre determinados sucesos con apariencia de realidad (...) No es ficción, pero se le parece, es la realidad pero el lenguaje es de la ficción”.*

Entonces, ¿qué es lo que el público quiere? ¿Una realidad con toques de ficción ó una ficción con toques de realidad? Esta confusión, esta mezcla entre lo real y lo irreal donde todo debe ser mostrado y representado, es una muestra clara de lo contradictorio de estos años. La conducción política es criticada, pero siguen siendo los mismos los que gobiernan por años; los medios son lapidados, pero se sigue recurriendo a ellos antes que a la justicia o la policía, entre otros tantos ejemplos. Quizás, los Reality-Shows sean la imagen de lo que está sucediendo a nivel mundial.

### **7.3.1.- El origen de los Reality-Shows**

El nacimiento de los Reality-Shows no se da –como muchos piensan- en los años '90. El inicio verdadero tiene lugar en Estados Unidos en 1973 con un programa de la CBS llamado “An American Family”, en el que se filmaba a una familia durante

siete meses. El programa tuvo record de audiencia al ser considerado un formato nuevo y original.

En Europa –más precisamente en Francia e Italia- surgen en 1980 como consecuencia de un gran cambio en la televisión, ya que comienza a mezclarse lo importante y lo insignificante, lo político y lo personal, lo público y lo privado.

Barbier y Bertho Lavenir exponen:

*Los Reality-Show (...) no aparecen por azar en la sociedad francesa de los años 1980. Integran a la vez los cambios de la televisión y los de la sociedad” (1996, p.318).*

Sin embargo, es 1990 cuando emergen en Francia los Reality-Shows en canales públicos y comerciales.

Por su parte, en 1992 la cadena norteamericana MTV creó el programa “The Real World” en donde siete jóvenes se juntaban a convivir en una casa por seis meses. El programa continua hoy en día, pero en locaciones diferentes.

Otro programa que tuvo gran éxito en Estados Unidos fue el Talk-Show “The Jerry Springer Show”, en el que su conductor animaba a los invitados a resolver sus problemas violentamente. En Argentina su alter ego fue Mauro Viale, quien también contó con una significativa cantidad de espectadores, a pesar de las duras críticas recibidas.

A estos les siguieron varios programas característicos por emitir imágenes sorprendentes de accidentes, desastres meteorológicos, ataques de animales, entre otras.

Si bien todo lo expuesto se encuentra dentro de la categoría Reality-Shows, recién se comienza a hablar abiertamente de ellos, a finales de la década de los ’90.

El boom en la Argentina se inicia con el lanzamiento de “Expedición Robinson” –versión nacional del norteamericano “Survivor”-. Luego, le continuaron “Gran Hermano”, “El Bar” y el resto con diversas temáticas.

### 7.3.2.- El estudio de los Reality-Shows

*“...no existe más una porción del mundo que no se haya plegado, poco a poco, al imperativo absoluto de la representación”*

(Aubenas y Benasayag -1999, p.78- ).

---

El fenómeno de los Reality-Shows ha llevado a su abordaje desde diversos puntos de vista.

Algunos teóricos se preguntan sobre qué clase de realidad es aquella que quiere mostrar este tipo de programas, cuando alejan a los participantes de todo lo que los rodea –amigos, familia, trabajo, hobbies, etc.-; en otras palabras, los apartan de su realidad.

Otros apuntan a que los participantes nunca llegan a tener una conducta verdadera, porque se encuentran –y son conscientes de ello- bajo la mirada constante de un público que no solo los juzga, sino también que decide quién permanece y quién se retira.

Entre los diversos teóricos, se encuentran los que plantean la falsedad de la supuesta libertad de los participantes, puesto que no solo están sujetos a estrictos contratos, sino que se los ubica a cada uno en estereotipos –el pibe de barrio, el homosexual, la prostituta, la bailarina, la stripper, etc.-. Por lo que, dicha “libertad” se desvanece al encontrarse, cada participante, con la obligación de cumplir un rol que quizás solo sea una faceta de su personalidad.

Estos argumentos –entre otros tantos- provocan, por parte de los especialistas, el cuestionamiento de por qué el género Reality-Shows se jacta de mostrar la realidad cuando resulta ser lo opuesto, o sea irrealismo puro.

La cuestión es, si toda persona es influenciada por su entorno, por lo que percibe del exterior, ¿qué sucede cuando todo eso se le es sacado? ¿Deja de “ser”? ¿Su realidad no pasa a convertirse en algo irreal y, por ende su propia historia?

De ahí, que no resulta extraño que hace algunos años atrás, en la versión argentina de “Gran Hermano”, uno de los participantes debió ser retirado del “juego” por presentar alteraciones mentales.

Asimismo, ¿por qué esta clase de programas se hace popular a mediados de los '90? ¿Estará relacionado con la comunicación ó con la masificación? ¿Intenta establecer un modelo de vida futuro en el que nadie se preocupa por nadie y en el que “yo, me salvo” se la principal regla?

Con respecto a este tema, el docente e investigador de la Universidad Nacional de Quilmas, Rodolfo Luís Brardinelli expone los rasgos más sugestivos de los Reality-Shows<sup>31</sup>:

- ❖ LA VIDA COMO COMPETENCIA SIN LIMITES NI REGLAS
- ❖ LA EXHIBICIÓN DEL INDIVIDUALISMO COMO VALOR
- ❖ EL INTERES POR FAMA Y DINERO COMO ÚNICO MOTOR DE LA CONDUCTA
- ❖ EL MUNDO COMO MERCADO DONDE TODO SE COMPRA Y SE VENDE, Y COMO CONSECUENCIA SE MUESTRA
- ❖ LA PERMISIÓN A LA INVASIÓN –HIPERVIGILANCIA- DE LA PRIVACIDAD
- ❖ EL ÉXITO COMO LOGRO INDIVIDUAL LLEGANDO A ANULAR LOS VALORES DE LA SOLIDARIDAD Y EL TRABAJO EN GRUPO
- ❖ LA EXCLUSIÓN DE LOS “PERDEDORES” COMO SISTEMA ACEPTADO Y ACEPTABLE

Brardinelli aclara que lo anteriormente escrito no son solamente características del Reality-Shows, sino que reflejan también los rasgos de la sociedad de consumo, donde todos se pelean con todos por salirse de la masa y donde todo puede venderse y comprarse, incluso la dignidad, la ética y la moral.

### 7.3.3.- El deseo de mirar al otro según el cine –siempre existe el otro-

*“En este universo ético invertido, lo peor es lo mejor. El programa presenta la realidad como una lucha por premios y sugiere que en la vida, al igual que en la televisión, todo vale”.*

(Salman Rushdie – “Shows de la real nada”- Suplemento Zona del diario Clarín, 10 de Junio de 2001).

---

<sup>31</sup> Material publicado en la revista de la Universidad Nacional de La Plata.

Como se ha tratado de demostrar a lo largo del presente trabajo, la cinematografía se ha basado en géneros de moda –terror, épico, ciencia ficción- ó en temas que interesan a la sociedad –terrorismo, guerras, relaciones interpersonales- para realizar films. Y los Reality-Shows no fueron una excepción.

A finales de la década de 1990, cuando los Talk-Shows eran un éxito y los Pseudos-Documentales comenzaban a perfilarse como el foco de atención del gran público, aparecen dos películas que representan, casi a la perfección, el parecer del cine sobre esta nueva televisión.

Dichos films son **The Truman Show** de 1998 y **EdTv** de 1999.

➤ ***“The Truman Show”***

PRODUCTOR: *“No podemos dejar que muera en vivo y en directo”.*

CREADOR: *“Nació en vivo y en directo...”*

(Discusión entre el creador y el productor del programa en **The Truman Show** -1998- ).

---

Película dirigida por Peter Weir, cuenta la historia de Truman<sup>32</sup> Burbano, un hombre normal que no sabe del mundo exterior, ya que desconoce que nació en un mundo ficticio donde es filmado día y noche; y donde las personas que conoce y quiere, son solo actores involucrados en el proyecto.

La película comienza dando a conocer, que el programa va por la emisión número 10.909 con un éxito impresionante auspiciado por gran cantidad de sponsors.

Por su parte, el creador y director del programa, Christof, expresa en una entrevista que Truman Show es el desarrollo de una vida, que no se trata de actores, guiones y efectos especiales; y aclara *“...si muchas veces no es Shakespeare, al menos es genuino porque no hay nada falso en Truman”*.

Luego, en un Talk-Show relacionado con el Reality, Christof sigue dando más datos: el programa tiene 30 años –la edad de Truman-, el estudio cuenta con 5.000 cámaras –pero se comenzó solo con una desde el útero de la madre- y Truman fue el

---

<sup>32</sup> Téngase en cuenta el juego de palabras; el nombre del personaje se pronuncia igual a **True man** que en inglés significa **Hombre verdadero**.

primer niño adoptado por una corporación. Al ser preguntado si se siente culpable por manipular la vida de una persona; él dice que le dio a Truman la oportunidad de tener una vida “normal”, ya que el mundo es un lugar enfermizo.

Mientras tanto, a causa de un par de sucesos, Truman comienza a sospechar sobre la veracidad de lo que le sucede e intenta irse de la “isla”, pero no puede. Ante esto, los guionistas ordenan la vuelta del “padre”, quien supuestamente había muerto cuando Truman era un niño, y lograr con ese reencuentro que el hombre deje de dudar.

Sin embargo, en un momento Truman desaparece asombrosamente, engañando así a las 5.000 cámaras. Los medios están frenéticos y los promotores quieren retirar la publicidad de sus productos.

Finalmente, lo encuentran en el “mar” queriendo huir. Como no lo pueden detener, recurren a su programa meteorológico para generar una tormenta. Viendo que Truman no se rinde, Christof decide contarle la verdad: que su mundo es un estudio de TV, su vida un programa de televisión y que él es una estrella. Además, le dice que no debiera irse porque ese mundo creado, es seguro. Cuando Christof lo alienta para que le diga algo a las millones de personas que lo están mirando en ese momento, Truman saluda a la cámara y sale del estudio de televisión. Christof queda destruido, pero el público se ve de una manera totalmente opuesta.

Si bien esta película esta catalogada como comedia, podría llegar a ser perfectamente un drama, porque muestra hasta donde es capaz un medio, por conseguir tanto rating como ganancias; además del incontrolable deseo de la masa por controlar al otro.

Otro dato que se debe mencionar, es la bien representada dualidad del “gran público” cuando se lo muestra inmensamente contento por la “libertad” de Truman, siendo en parte, ellos responsables por avalar el engaño y otorgarle tanto rating al programa.

Por último, es irónicamente divertido cuando, al final del film, las pantallas de los televisores dan a entender que **The Truman Show** ha concluido para siempre, y dos televidentes rápidamente buscan la guía de TV para averiguar qué otro programa pueden ver. Esto muestra lo efímero que es la televisión, nada es tan importante ni se mantiene vigente, ya que la masa podía vivir perfectamente sin **The Truman Show**.

➤ *“EdTv”*

Dirigida por Ron Howard, **EdTv** comienza con la conferencia de prensa de un nuevo programa llamado TrueTv. Cynthia Topping, jefa de programación, explica que se va a elegir a una persona “común y corriente” para grabarla durante todo el día.

Ed Pekurny de 30 años, es el elegido –su hermano ve esto, como una de las pocas oportunidades que tiene de ser reconocido por la sociedad-.

Al comenzar el programa, Ed se siente un poco inquieto al ser filmado constantemente, pero luego le agrada y los televidentes del mismo son cada vez más. Cuanto más visto es el programa, más críticos hablan mal de EdTv, considerándolo “el punto cultural más bajo”. Sin embargo, después del romance de Ed con la novia de su hermano, alcanza ratings elevadísimos.

En cuatro meses, Ed es uno de los personajes más famosos de la televisión, pero cuando el programa empieza a interferir en sus problemas sentimentales y familiares, se siente molesto. Después de la muerte de su padre, Ed decide renunciar, pero se entera que el show durará tres meses más y los directivos lo amenazan por incumplimiento de contrato.

Cuando las cámaras lo acosan a él y a su familia, Ed en vivo y ante la sorpresa de todos, realiza un concurso en base a quién da el dato más humillante de cualquiera de los ejecutivos de la cadena dueña de TrueTv, y agrega: “...*porque después de todo, ¿qué valor tiene la vida privada? ¿Correcto?*”.

Cuando esta por develar la información, el jefe de la cadena –y protagonista del “chisme”- decide interrumpir definitivamente la transmisión.

Esta película deja en claro, que destacarse del resto a cualquier costa puede significar pagar un precio demasiado alto; perder la privacidad. A pesar de no haber tenido el mismo éxito ni la misma originalidad y bajada de línea que **The Truman Show**, puso en evidencia la opinión del cine sobre los Reality-Shows.

#### 7.3.3.1.- El cine anticipado a su época

A pesar que los Reality-Shows alcanzaron su punto máximo de popularidad en estos años, se debe hacer mención a dos directores que visionaron, antes de la década de los '90, un mundo donde todos pretenden individualizarse, pero a la vez, sienten la

necesidad de observar e inmiscuirse en la privacidad al otro. Estos directores fueron Sir Alfred Hitchcock y Bertrand Tavernier.

➤ **“Rear window”**

REDACTOR: *“No te pedí que te pararas en medio de una carrera de F1”*

FOTÓGRAFO: *“Pediste algo diferente y lo tuviste”*

(Conversación entre el redactor y el fotógrafo de un diario al quebrarse, este último, una pierna por sacar una foto. Escena de la película **Rear Window** -1953- ).

---

Película dirigida por Alfred Hitchcock en 1953, **Rear window** comienza con la imagen del fotógrafo L.B. Jeffries sentado en una silla cumpliendo con la última semana –tras seis- de reposo por haberse quebrado una pierna, al interponerse en una carrera de F1 para sacar una foto.

Al estar con licencia de trabajo, no poder moverse y vivir en un condominio, el fotógrafo se distrae espiando a sus vecinos.

Una noche, ve a uno de ellos salir varias veces de su casa a las 3 a.m. cargando un bulto. Jeffries comienza a sospechar y decide “jugar a los detectives” con la ayuda de su novia Lisa, su enfermera de nombre Stella y Tom Doyle, un amigo investigador.

Cuando la sospecha sobre la muerte de una vecina, la señora Thrwald, parece no ser tal, la mascota de otra vecina aparece misteriosamente estrangulada. Creyendo que el animal fue muerto por haber encontrado algo, Jeffries decide distraer al supuesto asesino, mientras Lisa y Stella van a revisar la cantera donde supuestamente esta enterrada la víctima. Finalmente, el hombre queda en evidencia como el asesino.

El crítico Guillermo Cabrera Infante expresó con respecto a esta película que:

*“...Alfred Hitchcock ha logrado una cinta que es cine sin dejar de mostrar esa (...) inclinación del maestro del suspenso de encerrar a sus personajes en un ámbito reducido y hacerlos hablar mucho y moverse poco. Para elevar su tendencia a la frontera del tour de force, Hitchcock ha inmovilizado al personaje central en una silla de ruedas y al final –con limpia presdigitación cinematográfica- convierte su pierna enyesada, en dos piernas enyesadas” (1993, p.43).*

**Rear window** no deja de ser un típico thriller, pero en las escenas donde Jeffries espía a sus vecinos, el espectador tiene la sensación de presenciar un Reality-Show, al ver a los personajes realizando sus quehaceres diarios sin sospechar que son vigilados por el fotógrafo –quien vendría a jugar el rol del público en el Reality-Show.

Hitchcock se ha caracterizado por incluir en sus films personajes con cierta tendencia voyeurista, personajes que encuentran complacencia –sexual o no- en mirar al otro. Jeffries en **Rear window** esta obsesionado en observar a sus vecinos. En otro de los clásicos del director, como es **Psycho**, se recuerda la escena en la que Norman Bates –el psicótico personaje protagonizado por Anthony Perkins- espía atentamente a su próxima víctima.

Entonces, ¿Hitchcock, a mediados del siglo pasado, no representó, en cierta manera, el sentir de la sociedad actual? ¿el placer que encuentra el hombre de nuestros días en espiar al otro? ¿qué es lo que lleva al hombre del siglo XXI a adquirir una postura voyeurista? Quizás, se deba al mundo globalizado en el que uno quiere pertenecer, pero a la vez, individualizarse; donde la competencia es irrefrenable y donde todos quieren parecerse a todos, pero a la vez, ser diferentes.

Sin embargo, lo asombroso es la representación tan clara del concepto básico del Reality-Show en una película de suspenso de la década del '50.

➤ ***“Deathwatch”***

*“...nunca me gustó dormir mucho.  
Temía perderme algo”.*

(Cita del productor de TV, quien se implanta una cámara en los ojos, en la película Deathwatch -1980- ).

---

Este film dramático de origen francés, filmado por Bertrand Tavernier en 1980, se inicia con la operación a un productor de TV, quien permite que se le implante una cámara en sus ojos para que todo lo que vea pueda ser transmitido por televisión.

Luego, se le deja espiar en un consultorio médico donde a una mujer se le diagnostica poco tiempo de vida. Junto a otros productores, le ofrece fama y dinero a cambio de ser filmada su muerte ante las cámaras. El productor le explica a la mujer, que será registrado para un programa llamado “Deathwatch” –Muerte en Directo-, ya que el público necesita y pide ver una tragedia real.

Después de dudarlo, la mujer renuncia a la privacidad con la condición que le paguen 500 mil dólares en efectivo y por adelantado. Huye con el dinero, pero al ser encontrada por el productor, este no le dice que, en realidad, millones de personas la están viendo a través de él.

Al final del film, el protagonista se queda ciego y, aunque la mujer descubre la verdad, lo ayuda y escapan juntos. Sin embargo, cuando son encontrados por la policía, ella se mata antes de que lleguen los responsables del programa para no convertirse, según ella, en un elemento más de la televisión.

Esta película evidencia hasta que punto, son capaces de llegar los que integran el mundo de los medios –en especial el de la televisión- por obtener un rating. Esta obsesión lleva a la ceguera, muy bien representada en el film; ya que cuando el productor deja de ver, es cuando conoce realmente el verdadero ser de la mujer y comienza a respetarla.

En conclusión, a favor o en contra de los Reality-Shows, no se puede obviar el éxito que tienen y el dinero que llevan a los bolsillos de sus creadores.

Para los analistas, Alfredo Caminos y Mariana Aranguren, este tipo de programas decaerán en algún momento, porque perderán el atractivo para el gran público y sólo reaparecerán, de vez en cuando, como recordatorio de nuestra época.

Acertada o no esta “profecía”, hoy el romance entre el espectador y los Reality esta intacto. La gente se siente motivada por ver cada vez más, y los límites para establecer que se puede ver, son cada vez menos. Así, la permanencia de estos programas se convierte en un círculo donde los temas de los Reality son cada vez más arriesgados para tener más audiencia; y hay más audiencia porque estos programas son a su vez más atractivos.

En relación a esto, José Ignacio Varela Mejía opina que:

*“A medida que nuestra capacidad de asombro disminuye, y que las opciones de información aumentan; aquellos que manejan este medio inventan formas de mantener cautiva la atención del público, por la razón más noble de todas: seguir contando con un negocio rentable”*

De ahí que “Gran Hermano” y “Expedición Robinson” quedaron como simples juegos inocentes, ante la aparición de Reality-Shows donde la gente esta dispuesta a hacerse cirugías plásticas, elegir esposa o marido, dar en adopción a un hijo, todo frente a las cámaras durante las 24hs. del día, durante meses.

Sin embargo, la exposición máxima de la vida humana, se esta dando, en estos días, con la preparación de un polémico Reality en Gran Bretaña –y pronto en Estados Unidos-. En este programa, una mujer deberá elegir entre varios hombres, quién es el mejor en todo sentido –física, económica, profesional e intelectualmente- para ser el donador de esperma y de este modo, concebir un hijo que será filmado desde su concepción. Ante esto, **The Truman Show** dejará ser un film de ficción, si toda la idea sigue en marcha.

Entonces, ¿cuáles son realmente los límites? Acaso, la idea de la película **Deathwatch** ¿es tan descabellada hoy en día? Quizás, una declaración significativa sobre esto, sea la que da John de Mol, “inventor” de “Big Brother”, que dijo:

*“...le garantizo que si comenzáramos a buscar gente para participar en un programa en el que se puedan ganar 10 millones de dólares, con la consigna de meter a diez personas en un avión, con 10 minutos de combustible y sólo nueve paracaídas a bordo, conseguiríamos concursantes. Pero ése no es el punto. No habría ninguna cadena dispuesta a poner eso en el aire”<sup>33</sup>*

Entonces, se ve que los límites no se basan en la moral o la ética, sino en la consideración de las cadenas de televisión acerca que el público todavía no esta preparado para ver algo así. Mientras se sigan apoyando en esa idea, siempre existirá la posibilidad que veamos nacer a un Truman Burbank.

---

<sup>33</sup> Cita expuesta en el artículo *Reality-Shows: políticas de mercado y televisión*. Revista Trampas de la Comunicación y la cultura. N °3, 2002. U.N.L.P.

## CAPÍTULO VIII

### 8.- INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA, ÉTICA Y

#### LIBERTAD DE PRENSA

BOB ROBERTS: *“No esta siendo objetiva. Abusa de su responsabilidad como periodista”.*

REPORTERA: *“Usted me ofende. Si callo, otorgo”.*

BOB ROBERTS: *“¿No debe ser objetiva?”.*

REPORTERA: *“No. Usted no habla de objetividad, habla de ignorancia”.*

(Conversación surgida después que Roberts, ante las cámaras, ofendiera al programa del que era invitado en la película **Bob Roberts** -1992- ).

---

#### 8.1.- Investigación y credibilidad periodística

El oficio de periodista nace de la necesidad del ser humano por informarse, y desde sus comienzos, los trabajadores de prensa se encargaron de transmitir las noticias.

A inicios del siglo XX, aparece una competencia más reñida entre los medios, convirtiéndose la primicia en el objetivo principal. Sin embargo, décadas más tarde, esta modalidad no es suficiente, y los medios comienzan a indagar en busca de noticias que sin una ardua investigación jamás saldrían a la luz.

Así nace lo que se conoce como investigación periodística, la cual se instala definitivamente en 1972 con el famoso caso Watergate.

Ese año, los jóvenes periodistas norteamericanos, Robert Woodward y Carl Bernstein, del Washington Post, investigan el caso de cinco delincuentes arrestados tras ser descubiertos, cuando intentaban robar documentos en la sede central del Partido Demócrata, ubicada en el edificio Watergate.

Esta investigación –insignificante para el resto de los medios, en un principio- llegó hasta el mismísimo presidente norteamericano, Richard Nixon, quien había

permitido el robo al partido opositor y el uso fondos de la campaña electoral para llegar con ventaja a las elecciones.

El caso Watergate no sólo fue el mayor escándalo político estadounidense que llevó, por primera y única vez, a la renuncia de un presidente norteamericano (09/08/74); sino que otorgó una imagen positiva al periodismo. A partir de lo cual se la consideró como aquella profesión que bien ejercida, por la senda de la verdad, podía con sus denuncias hacer caer al hombre más poderoso de la Tierra.

Además, el caso reveló el deber de los medios en revisar sus métodos para conseguir la información y darle más importancia a la ética profesional.

A todo esto se sumó el incremento en el grado de credibilidad de la profesión. Silvio Waisbord, profesor auxiliar del Departamento de Periodismo y Medios de Información Públicos de la Universidad de Rutgersen en New Jersey, afirma:

*“El desempeño de la prensa durante el caso Watergate se considera el espejo que refleja lo mejor que el periodismo puede ofrecer a la democracia: hacer que el poder rinda cuentas”.*

En resumen, las lecciones que se desprenden de este caso para el periodismo futuro –y el actual- son: el secreto de la fuente, la seriedad del trabajo de investigación, la responsabilidad del medio, la entereza moral y, en definitiva, la convicción de estar prestando un servicio al país y al mundo.

Pero este compromiso que reposaba sobre la creencia que la denuncia pública cambia los acontecimientos, fue desapareciendo a mediados de la década de los '80 en Estados Unidos.

Según Waisbord:

*“Si el tono de la prensa fue de alabanza a sí misma en los años posteriores a Watergate, actualmente el pesimismo en cuanto al estado del periodismo estadounidense es generalizado”.*

Esto se comprueba estadísticamente. Después del apogeo del prestigio de aquellos años '70, la credibilidad de los periodistas estadounidenses tendió a

estabilizarse primero y a decaer luego; en 1985, el 34% de los ciudadanos estimaban que los medios publicaban informaciones “frecuentemente inexactas”; en 1997 los desconfiados eran el 55%. Este fenómeno se percibe con ciertas variantes en Europa.

### **8.1.1.- Proceso inverso en Argentina**

El periodismo argentino tuvo pasos diferentes al norteamericano. Mientras que a mediados de los '70 el caso Watergate daba prestigio al periodismo estadounidense, la prensa nacional vislumbraba la llegada de un gobierno oscuro que mantendría adormecida la libertad de prensa, pero viva como nunca la censura a la libertad de opinión.

Pero así como en Estados Unidos el periodismo avanzó y en Argentina decayó; a mitad de la década de 1980, este proceso se invirtió: el periodismo anglosajón perdió credibilidad y el argentino comenzaba a despertarse en una sociedad democrática que ya no quería callar nada.

Sin embargo, ante este panorama, el tema de la ética y su debate se vio constantemente postergado. Con respecto a esto, la periodista argentina, Norma Morandini, explica:

*“En la Argentina, la revisión del pasado y el temor a que las críticas suenen como una limitación a la libertad de expresión, han postergado los debates sobre la responsabilidad social de los medios y la ética. Aún así, los grandes diarios, Clarín y La Nación, han incorporado los manuales de estilo en los que no sólo se distingue entre una noticia y una crónica ó cómo se debe escribir con corrección, sino que se fijan principios editoriales acordes al sistema democrático, como son el compromiso con la libertad de expresión y la pluralidad de opiniones”* (2000, p.21).

Por ejemplo, en el Manual de Estilo Clarín se puede leer:

*“Para Clarín son noticia los sucesos que la opinión pública necesita conocer por su significación e impacto sobre la actualidad cotidiana, la paz externa o interna, la vida social, la convivencia, las costumbres; o porque marcan tendencias que deben ser detectadas o investigadas (...) El diario busca registrar con la mayor transparencia y rigor los hechos más relevantes de un acontecimiento y los puntos de vista más significativos de sus protagonistas. El diario procura tratar con imparcialidad y respeto a las personas, las instituciones, los problemas y los acontecimientos” (1997, p.18).*

Si lo expuesto se cumple o no, es totalmente discutible, en especial hoy en día; pero no es el propósito de este trabajo analizar un medio específico, sino al periodismo en forma generalizada.

#### **8.1.1.1.- Años '90: El boom de los programas de investigación periodística**

En la última década del siglo no sólo se empezó a hablar mundial y más seriamente sobre la credibilidad y ética periodística, sino también proliferaron, en gran cantidad, las investigaciones en este ámbito.

En el año 1997, más de la mitad de los norteamericanos descreían de las informaciones periodísticas; similar porcentaje ocurría en una Europa. Paradójicamente, los programas periodísticos aumentaron adquiriendo prestigio.

En Argentina, como se mencionó anteriormente, el proceso fue opuesto. La aparición incesante de los programas orientados a la investigación periodística coincidió con la creciente credibilidad del periodismo argentino.

Entre 1994 y 1997, la imagen positiva de los medios había crecido del 50 al 59%. A mediados de 1997, los medios de comunicación –seguidos por las instituciones educativas y la Iglesia- eran los que mayor gozaban de estima y credibilidad.

La gran aparición del periodismo independiente y de denuncia hacia diferentes hechos de corrupción, mafia, amenazas e incluso muerte de periodistas, provoca en la

opinión pública, la sensación que el periodismo nacional estaba trabajando seriamente para poder enfrentar con fundamentos, a los poderosos que en la época oscura argentina eran imposible de desenmascarar.

“Telenoche Investiga”, “Punto Doc”, “Ser Urbano”, “Kaos”, “Zoo”, “Informe Central”, son algunos ejemplos de los programas periodísticos que surgieron -principalmente a mediados de los '90- con gran éxito.

A través de la repercusión de estos programas, los medios mostraron mayor compromiso con la sociedad, ya que denunciaban lo que la gente “común”, en general, no podía; mediante esta acción se ponía al descubierto el poder –hasta entonces desvalorado- de la opinión pública.

## 8.2.- La libertad de prensa en los años '90

*“Pido por encima de cualquier otra libertad, la de poder conocer, hablar y debatir sin impedimentos y según mi conciencia”*

(John Milton)<sup>34</sup>

---

A lo largo de la historia mundial, cuanto más populares llegaban a ser los medios, más entraba en discusión la libertad de prensa, de expresión, de información y sus límites.

La Constitución de la Nación Argentina establece:

*“Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: (...); de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa...” (Art.14)*

Es probable que éste derecho este presente en las constituciones del resto de los países democráticos. Es por ello que el periodismo es una de las bases principales de cualquier sistema democrático y por lo tanto, es uno de los organismos que primero tambalea cuando este sistema cae.

---

<sup>34</sup> (1608-1674) Poeta y ensayista inglés. Frase extraída del libro “Ataques a la prensa” -2000, p.222.

Quizás por el riesgo que se corre si desaparece la independencia periodística, es la razón por lo cual se vela tanto por las libertades ligadas a la prensa, la expresión y la opinión.

En la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre se observa lo siguiente:

*“Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y de difusión del pensamiento por cualquier medio” (Art.IV).*

Y en la Declaración Universal de Derechos Humanos se lee:

*“Todo individuo tiene derecho a libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.*

Sin embargo, a pesar de lo expuesto, estos derechos no suelen ser una garantía para que el trabajo periodístico se realice con total libertad. En los últimos años, ha crecido el número de periodistas muertos alrededor del mundo a causa de guerras, revueltas sociales o a manos de hombres poderosos con oscuros propósitos.

El asesinato del fotógrafo argentino, José Luís Cabezas, el bombardeo al hotel de periodistas internacionales durante la guerra de Irak, las “autocensuras” de los medios norteamericanos y las muertes de corresponsales durante la post-guerra entre Irak y Estados Unidos, son solo algunos de los tantos ejemplos.

Si bien, todos estos hechos no son nuevos y miles de periodistas han sido silenciados a lo largo de la historia; fue durante la década de los '90 cuando se perdió, en cierto modo, el temor a denunciar. No solo se hicieron públicas las agresiones a periodistas, sino que la sociedad se dispuso a conocer un poco más acerca de sus propios derechos como ciudadanos y a defenderlos.

Tal fue el cambio en Argentina, durante enero de 1999, que el vice-presidente de la Asociación de Periodistas, Horacio Verbitsky, presentó ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos una denuncia contra el Estado Argentino por reiteradas violaciones a la libertad de expresión. Esto obligó al gobierno de Carlos Menem, a flexibilizar el sistema legal y consensuar con esa entidad de periodistas un proyecto de ley, para garantizar la libertad de criticar a un funcionario en el desempeño de su función pública. Además, de este modo se protege a quienes revelan información, emiten juicios de valor o hacen burlas sobre los hombre públicos.

Barbier y Bertho Lavenir expresan:

*“...Según los informes de <<Periodistas sin Fronteras>>, la libertad de prensa no es realmente observada más que en la cuarta parte de los Estados representados en la ONU; un centenar de periodistas fueron asesinados en el mundo en 1994, y la situación es muy difícil en países como Argelia (cerca de 50 asesinatos en dos años) o incluso (como consecuencia de la acción de la mafia) en la ex URSS” (1996, p.337).*

Por otro lado, también es cierto que muchos medios utilizan la “bandera” de las libertades de prensa y expresión, para justificar la intromisión en la privacidad de los que protagonizan las noticias.

Tal es la razón por lo que todavía es una tarea difícil, encontrar un equilibrio entre la libertad de prensa y el derecho a la privacidad.

### **8.3.- La investigación periodística y la libertad de prensa en el cine**

*“Yo siempre pensé que si me dedicaba a hacer algo como esto, sería por la gloria o para demostrar que era capaz. Ahora lo sé, estoy aquí por un motivo: contar una historia”*

(Discurso de la periodista Tally Atwater cuando se une al noticiero de IBS en la película **Up closer and personal** -1994).

---

El interés social por las investigaciones periodísticas y la libertad de prensa durante la década de 1990, ha generado que la cinematografía intente reflejar el accionar periodístico durante una investigación, con el amparo o no del derecho que lo protege. De las películas a analizar, solo una se origina en la primera mitad de la década.

➤ ***“The Pelican brief”***

Esta película de Alan Pakula comienza con la muerte sorpresivas de dos jueces de la Corte Suprema estadounidense.

Una estudiante de derecho, Darby Shaw, decide investigar el caso y descubre extrañas conexiones entre esas dos muertes y funcionarios de alto rango del gobierno.

Sintiéndose amenazada de muerte, Shaw busca ayuda en un periodista del diario Herald, llamado Gray Grantham. Ambos escriben el artículo que denuncia actos de corrupción en el Gobierno, pero es publicado cuando Shaw se exilia para no correr peligro.

Finalmente, cuando el caso se hace público y famoso, Grantham es interrogado, en una entrevista, sobre la fuente que le facilitó acceder a la información; pero él decide no revelar el nombre de Shaw por el sólo hecho de protegerla.

Filmada en 1993, **The Pelican brief**, a pesar de no estar centrada específicamente en la investigación periodística, utiliza un recurso de esta: la protección de la fuente. El personaje protagonizado por Julia Roberts recurre al periodista porque siente más protegida por él que por cualquier poder gubernamental. La opinión del periodismo como medio de denuncia, queda abiertamente expresado: sin la intervención de Gray Grantham, la investigación de Shaw probablemente no hubiera visto la luz.

➤ **“People vs. Larry Flynt”**

*“La Primera Enmienda reconoce la importancia fundamental del flujo libre de ideas. La Libertad de Expresión no es sólo parte de la libertad individual, pero es esencial para la búsqueda de la verdad y para la vitalidad de la sociedad. En el debate público, las cosas hechas por motivos poco admirables están protegidas por dicha Enmienda”*

(La declaración de la Corte Suprema de Justicia en el caso Larry Flynt vs. Farwell, en el cual ganó el primero. Película **People vs. Larry Flynt** -1996).

---

El film cuenta la vida de Larry Flynt, un hombre que pasó de ser pobre y dueño de un cabaret a convertirse en el dueño de una de las publicaciones para adultos más valiosas de Estados Unidos. Hustler, su compañía, era la competencia directa de Playboy en el rubro pornografía.

Basada en hechos reales, la película destaca tanto la perseverancia de Flynt para lograr que la revista salga a la venta, pese a las presiones y juicios que le realizaban las clases sociales más pulcras y conservadoras; así como la atención que logró por parte de los grandes medios de comunicación.

**People vs. Larry Flynt** expone la vida del personaje desde 1972 hasta la actualidad y representa el fuerte apoyo a la libertad de expresión y al avance de la opinión de la sociedad con respecto a este derecho.

A pesar de la crítica que pudiese recibir Flynt por algunas actitudes, no debería dejar de lado el derecho que tiene toda persona a exigir la libertad de expresión.

Además, el film muestra una controversia, la cual Flynt evidencia en su momento: el gobierno censura su revista por considerarla lectura indecente, pero deja e incita a los jóvenes a ir a la guerra.

Por último, en el juicio donde se enfrentan Flynt y un popular reverendo, el primero tiene el apoyo de entidades tan fuertes como el New York Times, Editores de periódicos Norteamericanos y la Asociación de Dibujos Satíricos Editoriales. Este

hecho que lleva a considerar, que pese a la personalidad peculiar del personaje, su reclamo es tan razonable como el de cualquier otro ser humano.

➤ ***“True crime”***

Tras la repentina muerte de una joven periodista, el director del diario Tribune of Oakland, donde ella trabajaba, decide darle la entrevista programada para la joven a un veterano y ex – alcoholíco periodista que ha perdido su prestigio, Steve Everett.

El entrevistado es un sospecho de homicidio sentenciado a pena de muerte por el asesinato de una mujer embarazada de nombre Amy Wilson, diez años atrás.

A pesar que el supuesto asesino, Frank Bechum, esta por cumplir su condena; Everett sospecha que el hombre es inocente y debe descubrir la verdad en solo 24hs. Indagando, el periodista comprueba que los testimonios de los tres testigos no son confiables y que en todos los expedientes se menciona la presencia de un muchacho que nunca declaró.

Cuando logra ubicar la casa del mencionado joven, la abuela le dice que su nieto falleció año atrás y que no hay forma que se compruebe que él fuese el asesino. Cuando Everett descubre que la mujer tiene la cadenita de la víctima, la cual fue obsequiada por su nieto el mismo día del crimen, ambos, el periodista y la anciana, van a la casa del gobernador para detener la ejecución y salvar a un inocente.

Finalmente, Everett se hace famoso por su exitosa nota, que lo lleva a escribir el libro por el que ganará un Pulitzer.

En esta película de 1999, Clint Eastwood, quien juega de actor y director, da forma a un periodista que vive para su trabajo, sin importarle los prejuicios del resto y tratando de escapar de su adicción al alcohol. A esto, se le suma la habilidad del personaje en ver más allá de lo establecido, confiando en su olfato para captar la verdad y en su capacidad para investigar.

➤ ***“The insider”***

WIGAND: “¿No dio mi nombre? ¿No habló con nadie sobre mí?...”.

BERKMAN: “¿qué voy a saber yo?”.

WIGAND: “Fue después que hablé con usted. No me gustan las coincidencias”.

BERKMAN: “...soy un periodista. Use la cabeza. ¿Cómo opero como periodista? ¿Jodiendo a la gente que puede proveerme información antes que me la provea?”

(Discusión entre el informante y el periodista después que el primero es citado por la compañía para amenazarlo en la película **The insider** -1999- ).

---

Este thriller se inicia con el famoso periodista y productor del programa norteamericano “60 Minutes”, Lowell Berkman, cuando este recibe información sobre irregularidades surgidas en la tabacalera “Brown & Williamson”. Al no comprender claramente el material recibido, el periodista se contacta con el recientemente despedido Director de Investigación y Desarrollo, Jeffrey Wigand, para que lo ayude.

Wigand se niega en un comienzo, por temor y por el contrato de confidencialidad que tiene firmado. Cuando es citado por la tabacalera y lo amenazan, cambia de opinión, le confiesa toda la verdad a Berkman, quien acuerda una entrevista con el conductor de “60 Minutes”, Michael Mann.

Cuando Berkman se entera que la compañía tabacalera tiene información confidencial de la personalidad y la vida pasada de Wigand –quien no sabía acerca de la divulgación de dichos datos- es consciente del peligro que corre no solo al informante, sino también la cadena CBS; ya que si lo declarado por Wigand al programa “60 Minutes” fuese falso, se podría generar mediante un juicio, la venta de la cadena televisiva a la compañía “Brown & Williamson”. Ante esta situación, los directivos de la cadena deciden no pasar la entrevista, censurando así por primera vez, al Departamento de Noticias.

Totalmente en desacuerdo con esa decisión, Berkman habla con un colega de un importante diario para que no publique, por el momento, la negativa información de

Wigand, y a cambio le confiesa lo referente a la censura. Cuando esa confesión sale en los diarios, la cadena se ve con la obligación moral de sacar al aire la entrevista.

Finalmente, levantar la censura resultó ser un acierto porque el número de audiencia se acrecentó y la cadena no tuvo consecuencias. Sin embargo, Lowell Berkman renuncia, alegando no poder volver a fallarle a una fuente por culpa de los intereses de la compañía televisiva.

Surgida en pleno auge de los programas periodísticos a nivel mundial, **The insider** fue elogiada por los críticos durante 1999 y se convirtió en un film indispensable de ser visto por todo estudiante de periodismo. Se destacan tres cualidades imprescindibles de un buen periodista: la protección de la fuente, la investigación y la ética periodística. A lo largo de la película, Berkman intenta ganarse la confianza del informante haciéndole saber que se necesitan mutuamente.

WIGAND: *“Soy un objeto conveniente para usted, ¿verdad? Podría ser cualquier cosa que valiera la pena poner entre comerciales”.*

BERKMAN: *“Para una cadena probablemente todos somos objetos. Para mí, no eres un objeto, pero si eres importante. Si lo haces público, 30 millones de personas oirán lo que tienes que decir. Nada volverá a ser lo mismo. ¿Lo crees?”.*

WIGAND: *“No”.*

BERKMAN: *“Cuando haya terminado se pasará a juicio en la corte de la opinión pública, amigo mío. Y ese es el poder que tienes”.*

(Conversación entre el periodista y el informante al no querer, este último, dar la entrevista al programa “60 Minutes” en la película **The insider** -1999- ).

Contrariamente a esto, se muestra el interés por lo económico y por el rating de los multimedios que muchas veces, no solo entorpecen el trabajo periodístico sino que incluso llevan a la censura, restándole importancia al derecho a la libertad de expresión.

ABOGADA: *“...hay un nuevo concepto legal que ha estado llamando mucho la atención recientemente: interferencia agraviosa. Si dos partes tienen arreglo como un acuerdo de confidencia; y una de ellas la viola por inducción de terceros; puede demandarse a terceros por daños causados por su interferencia”.*

BERKMAN: *“¿Interferencia agraviosa? A eso nos dedicamos. Lo que trato de decirles es que sucede todo el tiempo...la gente siempre nos dice cosas que no debe. Tenemos que verificar que sea verdad por el bien del público y si lo es, lo transmitimos”.*

*después de corroborarlo. Por eso nunca hemos perdido una demanda y tenemos un programa con clase”.*

(Dialogo por la posible demanda que puede recibir la cadena CBS si pone al aire la entrevista de Wigand en la película **The insider** -1999- ).

➤ **“Almost famous”**

*“Él nunca fue una persona. ¡Era un periodista!”.*

(Cantante de una banda sobre el joven William Millier en la película **Almost famous** -2000- ).

---

Esta comedia tiene como protagonista a un joven superdotado de 15 años, William Miller, fanático del rock, quien escribe para dos diario –el de la escuela y uno vanguardista- y debe lidiar con una madre estricta y sobre protectora.

Cuando se encuentra en una estación de radio con el crítico de rock más famoso y editor de la revista “Creem”, Lester Bangs, éste le da la oportunidad de entrevistar a Black Sabbath; una vez en el lugar de la entrevista, no lo dejan ingresar. Sin embargo, a través de una yuppie de nombre Penny Lane se encuentra con otros músicos a quienes les puede hacer una nota.

Después de algunos trabajos para esa revista, Miller es contratado por el editor musical, Ben Fong-Torres, de la revista Rolling Stones. A partir de ahí, Miller comienza a experimentar el verdadero entorno del rock y llega a recorrer Estados Unidos con una banda llamada Stillwater.

Reacio a escribir la delirante realidad de esa banda de rock, Miller debe entregarle finalmente el artículo a su editor por sentirse presionado. Tiempo después, al llamar los directivos de la revista a los integrantes de la banda, para verificar lo escrito por el joven, estos desmienten el artículo al sentirse ridicularizados. No obstante, la nota sobre Stillwater se publica y sale en la portada, ya que el guitarrista, Russell, confiesa la verdad en una entrevista que logra hacerle Miller.

Esta película, considerada por su propio director, Cameron Crowe, como una pseudo-autobiografía, fue estrenada en el 2000, pero ambientada en los años ’70. Si bien

es una comedia que no se centra específicamente en el periodismo, deja en claro una de las posturas principales del trabajo periodístico: transmitir la información con la mayor objetividad posible.

Miller es un joven periodista que escribe y fundamenta excelentemente bien sus notas, pero manifiesta una dificultad: no poder separar el aspecto personal del profesional. A punto de perder su trabajo en la Rolling Stones por no entregar el artículo sobre Stillwater a tiempo, el editor y amigo de la revista Creem, le aconseja centrarse en la verdad, más que en los integrantes de la banda como amigos.

➤ ***“The fourth angel”***

Esta película de 2001 se centra en el prestigioso periodista, Jack Elgin, quien vive para su trabajo como editor de un periódico europeo.

Durante un viaje junto a su familia rumbo a la India –por razones laborales y de descanso- el avión es secuestrado por un grupo de terroristas llamado “Movimiento 15 de Agosto”. En el atentado mueren su esposa y sus dos hijas, quedando solo él y su hijo, Andrew, vivos.

Al investigar sobre lo sucedido, Elgin descubre que algunos de los terroristas fueron liberados y deportados a sus países. Entonces, comienza a hablar con sus colegas y otros contactos; además de pedir justicia a los gobiernos británico y norteamericano. Incluso, Elgin llega a matar a varias personas involucradas en el atentado a su familia.

Con la ayuda de un agente del FBI, el periodista descubre que un integrante del Departamento de Estado, Davidson, es quien, además de conocer a los terroristas, ideó el secuestro del avión.

Finalmente, Davidson muere y Elgin al cumplir su venganza decide continuar su vida junto a su pequeño hijo.

A pesar de tratarse de una película en la que el accionar periodístico no es el eje central, destaca la capacidad investigativa del personaje.

**The fourth angel**, dirigida por John Irvin, fue elegida para este trabajo por un dato bastante particular: es un film pos-11 de Septiembre, y casualmente, la familia del personaje muere por un atentado terrorista en un avión.

El mensaje del drama es claramente la venganza, y pese a no tratarse de un film exitoso, representó el sentir norteamericano ante la tragedia en New York. Es más, podría llegar a decirse que la venganza es expuesta como una acción válida para disminuir el dolor –en la película, a través de la muerte de los terroristas; en la realidad, a través de la guerra-.

No es extraño que este cruce entre lo real y lo irreal suceda. El cine siempre ha sido un reflejo de la sociedad; en este caso, la norteamericana cambió a partir de ese 11 de Septiembre de 2001 y con ella, la cinematografía local. Se acrecentó la filmación de películas que manifiestan un dejo de paranoia, temor y venganza.

### 8.3.1.- La investigación periodística, la ética y la libertad de prensa en el cine pre-1990

*“Si la prensa no mintiera, no contratarían abogados como yo”.*

(Abogado del diario Standard en **Absense of malice** -1979- ).

---

A finales de la década de 1970, se estrenan dos películas post-caso Watergate que elevan aún más el valor de la investigación periodística. Ambos films, con actores excelentes, dejan en claro que el periodismo, aún con sus errores, es una pieza irremplazable en un país democrático. Este sentimiento que creció, justamente, después de la caída del presidente norteamericano Richard Nixon.

#### ➤ *“All the president’s men”*

Protagonizada por Dustin Hoffman y Robert Redfort, **All the president’s men**, narra lo sucedido durante el caso Watergate, el cual fue un hecho emblemático para el periodismo tanto norteamericano como mundial.

Transcurría el año de 1972 cuando el presidente norteamericano, Richard Nixon, realizaba su campaña electoral para un segundo mandato presidencial. El 17 de junio del mismo año, un descubrimiento llevaría de la gloria a la humillación pública al político republicano: la noche anterior un grupo de cinco personas había sido sorprendido tratando de ingresar clandestinamente a la sede del Partido Demócrata, en el edificio Watergate.

Este hecho parecía solo una información de rutina e irrelevante para los medios de comunicación, a excepción de los novatos periodistas del prestigioso diario “The Washington Post”, Robert Woodward y Carl Bernstein, quienes vieron el inicio de lo que llevaría, en dos años, a la caída del presidente Richard Nixon.

Con el paso del tiempo, el arresto a aquellas personas develó un plan de espionaje promovido por la Casa Blanca contra sus oponentes políticos. Implicó a altos funcionarios del gobierno, como el antiguo fiscal general –John Mitchell-, el consejero presidencial –John Dean-, el jefe personal de la Casa Blanca –H.R. Haldeman-, el asesor especial de la Casa Blanca para asuntos nacionales –John Erlichman- y el propio primer mandatario.

Fiel a los hechos, **All the president’s men**, dirigida por Alan J. Pakula, se convirtió en un film prácticamente obligado a ser visto por todo estudiante de periodismo de 1º año.

➤ *“Absense of malice”*

*“Si se niega a hablar no nos hacemos responsables por errores. Si se niega a corregir inventaremos otra forma... Desconocemos que la historia sea falsa. Hemos sido razonables, prudentes y no negligentes. Podemos hablar de Gallagher y no pueden sacarnos. Así se honra la democracia”.*

(Abogado del diario donde trabaja la reportera que sigue el caso Gallagher en la película **Absense of malice** -1979- ).

---

Dirigida por Sidney Pollack, *Absense of malice*, narra la historia de una joven reportera, Megan Carter, quien acusa a un hombre, Michael Gallagher, de ser el asesino de un testigo en un caso sobre la mafia.

A lo largo del film, se muestra un periodismo gráfico que se siente protegido por los derechos de libertad de expresión y prensa, sin detenerse a analizar las consecuencias de sus acciones.

La reportera, Megan Carter, en un comienzo no respeta la voz en off, no asegura la protección a dicha fuente, se considera a sí misma como “la prensa” y recurre al abogado del diario, quien le aconseja como manejar las notas.

*“Me interesa la ley, no los hechos. ¿Qué protección tenemos si la historia resulta falsa?”.*

(Abogado del diario en *Absense of malice* -1979- ).

Pero ante el suicidio de una de sus fuentes a causa de una publicación suya, Carter comienza a cuestionar los métodos que utiliza para lograr una buena nota.

Esta película, protagonizada por Sally Field y Paul Newman, pretende mostrar una prensa post-Watergate con absoluta libertad y poder, la cual justifica sus acciones a partir del deseo de la masa:

*“La prensa no tiene la culpa, solo es lo que la gente quiere”*

(Megan Carter en **Absense of malice** -1979- ).

#### 8.4. - El ámbito periodístico

*“Los que estamos en el mundo de las noticias no nos tenemos que olvidar que somos tan buenos como las historias que contamos”.*

(Tally Atwater en la película **Up closer & personal** -1997- ).

---

En el tiempo que duró el siglo XX, el lugar donde trabajan los periodistas y los objetos que utilizan cotidianamente para realizar sus notas, han cambiado considerablemente.

De pequeñas instalaciones a grandes redacciones o modernos estudios de televisión y radio; de antiguas máquinas de escribir a prácticas computadoras; de anotadores a grabadores; del envío de información por fax al uso de Internet. Todos son simples ejemplos de cómo la labor periodística se ha desarrollado junto a la tecnología.

Dos películas de los '90 intentaron reflejar el trabajo de los periodistas en una redacción y en un estudio de televisión. **The paper** y **Up closer & personal**, ambas

norteamericanas, cuentan historias simples sin demasiado interés para este trabajo, a excepción de las locaciones en el mundo físico del trabajo periodístico.

➤ *“The paper”*

Esta película de Ron Howard relata un simple día en la redacción de un pequeño diario, “The New York Sun”, y cómo trabajan los reporteros y columnistas.

Todo se inicia cuando el Jefe de Noticias debe lidiar con el enfrentamiento de dos de sus editores, Henry y Alicia, por la noticia elegida para la primera plana.

Alicia, quien desea tener una mejor remuneración y trabajar en un diario importante, insiste para que en la portada se publique la noticia de un accidente sin víctimas en el metro. Mientras tanto Henry -a quien le proponen trabajar para un diario nacional y se niega- considera más importante que se publique en primera plana, el arresto injusto de dos chicos afro americanos, acusados del asesinato de dos miembros de un banco quebrado recientemente.

Enfermo, el jefe de noticias les deja a los dos periodistas la toma de decisión sobre la portada. Al ver que Alicia no cambia de opinión, Henry, junto a unos colegas, logra la información y la primicia exclusiva que pone de manifiesto la inocencia de los chicos y la culpabilidad de la mafia en los asesinatos.

Cuando llegan a la imprenta y deciden cambiar la portada del diario, descubren que las máquinas comenzaron a funcionar a pedido de Alicia. Henry intenta parar las rotativas, pero discute con ella y se va.

Finalmente, la editora reconoce su error y ordena imprimir la primicia obtenida por Henry. La decisión fue más que acertada, ya que el diario incrementó el número de lectores.

El film, en sí, intenta mostrar el trabajo cotidiano en un diario pequeño con pocos recursos y expone las notables diferencias de ambiente y trato entre el diario regional y el nacional. Sin embargo, la calidad de trabajo de los periodistas en los dos ámbitos, es básicamente la misma.

Mención aparte merece una de las primeras escenas del film, cuando el personaje principal, protagonizado por Michael Keaton, compara las diversas portadas

de los diarios apenas se despierta; siendo esto, uno de los primeros ejercicios que debe realizarse durante el primer año de la carrera de periodismo.

➤ *“Up closer & personal”*

*“Tienes algo a favor, tienes la cámara. Cualquier cosa que hagas, hazlo en el aire. Usa la cámara para mostrar lo que está sucediendo. Ellos no lo saben... sigue filmando, te protegerá. Muéstraselos”.*

(Justice a Atwater cuando ésta se encuentra en el medio de un motín –**Up closer & personal** -1997).

---

Dirigida por John Avnet, **Up closer & personal**, es una película romántica centrada en la relación de una joven periodista inexperta, Tally Atwater, con un veterano periodista y director del noticiero del canal 9 de Miami, Warren Justice. Dejando de lado el eje central de la trama, se observa claramente el avance logrado por la periodista en el ámbito profesional, siendo contratada por cadenas televisivas cada vez más importantes.

Justice, por su parte, renuncia a su trabajo para irse con Atwater a Filadelfia, donde le ofrecen viajar a Panamá para cubrir los hechos anteriores a la entrega del Canal, por parte de Estados Unidos, a dicho país en 1999.

Finalmente, él muere en Panamá por el ataque de una guerrilla y ella es contratada por IBS –una de las más importantes cadenas de televisión- para ser una de sus grandes figuras.

A pesar que el periodismo esta en segundo plano en este film, a través de él se evidencia cómo una periodista novata aprende a manejarse ante las cámaras a medida que se expone ante distintos sucesos; y como, el veterano periodista se siente realizado al ser enviado a Panamá, aún sabiendo el peligro que corre su vida. Conductas inherentes a esta profesión. También se destaca al respecto, la escena en la que Tally Atwater se encuentra en el medio de un motín informando en vivo, a pesar del temor

que siente de ser agredida; y como Justice le dice, que use la cámara como escudo, ya que esta –y la palabra- son sus verdaderas armas.

# *ENTREVISTAS*

## **Entrevista al periodista cinematográfico Amilcar Moretti<sup>35</sup>**

### **- ¿Cuál es la importancia del periodismo en la sociedad actual?**

La importancia es capital, crucial, y no lo digo desde mi papel de periodista. Desde mediados del siglo XX y, sobretudo desde el 2000, la importancia de todos los medios – particularmente de la TV- es crucial porque forma la consciencia, aunque no precisamente lúcida, de la población ó del consumidor (...) Como dicen algunos pensadores, se ha pasado en los últimos veinte años, de una sociedad de vigilancia y de represión, a una sociedad de control y el control se da a través de los medios. Así que los medios, me parecen peligrosos y riesgosamente cruciales.

### **- ¿Cómo ve la relación de amor y odio del público con respecto a los medios?**

Hoy más que nunca, esa relación de amor y odio está marcada básicamente, por un poder que maneja a los medios para tener el control absoluto. Entonces, esa presunta relación amor-odio forma para del juego. En la película **The Truman Show** el tema se ve bien porque el público de la ficción se alegra cuando el personaje consigue su libertad, pero termina ese programa y se enganchan con el programa que sigue. Es decir, “te damos la ficción”, dicen los medios, “de que vos elegís, de que vos nos odias; pero en realidad, nos estas amando porque siempre estas enganchado”. Esto sucede, salvo que se tenga una actitud reflexiva muy crítica y muy distanciada que implica todo un trabajo de elaboración que en general el público no tiene (...) El poder mediático hoy, es tanto ó más importante que el poder económico o el poder militar. Un ejemplo es Estados Unidos, que es una potencia económica, militar y mediática.

### **- Con respecto al cine, ¿cree Ud. que hubo un giro en la forma de filmar después del 11 de septiembre de 2001?**

Eso se nota y siempre es evidente en Estados Unidos, por lo menos para el observador atento. No solo se nota las diferencias del cine por circunstancias ó épocas; sino que a veces se llega a notar la diferencia, entre diferentes presidentes.

---

<sup>35</sup> Actual crítico cinematográfico del Diario El Día de La Plata

**- ¿Ud. cree que el cine tiene cierta autonomía a diferencia del resto de los medios de comunicación?**

Sí. Hay una diferencia con los otros medios, el cine también es un arte; no solo es un medio de comunicación sino que también es un arte. Entonces, la autonomía va, por un lado, por esa senda. No obstante, aquel cine que más incidencia tiene en las audiencias mayoritarias, es el cine que responde al sistema, como lo hacen los otros medios. De todas formas, no todo es tan lineal. En determinados momentos, el cine actúa como un elemento renovador de los otros medios. Yo creo que el cine como medio masivo, en la medida que es un arte, tiene más autonomía.

**- ¿Cree que Ud. que el cine de los '80 es diferente al cine de los '90?**

La década del '80 fue la década donde se publicitó y surgieron conceptos como el de la multiculturalidad, la tolerancia y el llamado "fin de la historia", donde se suponía que la conflictividad histórica había llegado a su fin. A partir de ahí, lo único que quedaba era una especie de una prolongación de un eterno edén multicultural y multi-racial, donde la tolerancia iba a ser universal y se habrían acabado los conflictos. Yo nunca creí en eso.

El cine de los '80 no me pareció particularmente renovador, sí hay que tener en cuenta que en los '80 y parte de los '90 empiezan a surgir nuevas cinematografías -que casi no llegan a la Argentina- procedentes de países desde aquí lejanos; como Corea, Irán, entre otros. Fueron películas que estaban implicando un cambio.

**- ¿Cómo ve el futuro del cine?**

Cada vez más se dice que el cine se acaba, se muere. Si bien esto, hace más de cuarenta años se viene anunciando, hoy se han multiplicado las voces. Tal vez lo que finalmente suceda, es que el cine "cinematográfico" se refugie en públicos minoritarios, como sucedió con la ópera o con el teatro de Shakespeare. Hay que esperarlo todavía, porque puede ser que el cine haga toda una readaptación y se digitalice. Si hay algo que Hollywood conoce es el negocio y es muy posible, que las influencias sean mutuas. De todos modos, daría la impresión que el cine más renovador, más cinematográfico, no se está produciendo hoy en Hollywood; sino que se está produciendo en lugares como Argentina, Corea del Sur e Irán, donde se produce un cine que no es masivo. Tal vez ese sea el refugio del cine cinematográfico.

## **Entrevista al filósofo y sociólogo Alfredo Pucciarelli<sup>36</sup>**

### **- ¿Cómo ve la función de los medios en la sociedad?**

Los medios han crecido mucho en influencia, en la influencia que tienen sobre la construcción del modo de ver el mundo, de las personas. Tan grande es la influencia, que se debería establecer qué influencia, tienen respecto de qué grandes problemas de la sociedad. Pero en general, la mayor influencia que el medio tiene hoy sobre la gente, es que la gente ve el mundo, no a través de su experiencia sino a través de la experiencia que le transmite la televisión. Les transmite además de un modo de pensar, un modo de ver, de decidir qué forma parte, de acontecimientos y qué no.

El noticiero es el resumen de los acontecimientos significativos del día. Si uno se pone a analizar las cosas, que por otros canales uno se entera que existen y han ocurrido durante el día y las confronta, con la imagen de la realidad que el informativo da, hay una enorme diferencia. Entonces, por un lado tiene una gran influencia y eso es decisivo, para entender cómo se construyen los imaginarios de la sociedad actual; por otro lado, es una influencia muy perversa, porque lo que produce es una segmentación del conocimiento, o mejor expresado, ante la percepción de la realidad.

### **- ¿Usted cree que la sociedad no esta bien educada para tener una postura crítica frente a lo que emiten los medios?**

Efectivamente los medios no son educativos, en el sentido que educar es informar para el crecimiento. Es decir, si educación es dotar a los individuos de los instrumentos para poder elaborar conocimiento, la televisión es exactamente lo contrario; ya que niega la posibilidad de la reflexión, niega la posibilidad de la elaboración.

### **- Desde hace algunos años, se ha acentuado una cierta relación de amor –odio por parte de la sociedad con respecto a los medios, ¿a qué cree Ud. que se debe esto?**

Hay un sentimiento, hay un modo de vincularse de los individuos que se llama fascinación. En teoría psicoanalítica, la fascinación es un apego de un individuo a un mensaje, a un objeto, a un conjunto de imágenes que va más allá de su capacidad de reflexionar sobre él. Lo que pasa con la televisión es que logra la construcción de la imagen, la cual produce

---

<sup>36</sup> Doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Sociales. Actualmente es profesor Extraordinario en la U.N.L.P. y profesor titular en la UBA y en la FLACSO. Además, es investigador de carrera en el CONICET e investigador titular en la Uba, entre otros cargos.

fascinación. Entonces, si bien cuando termina el espectáculo uno queda vacío, no se puede sustraer del espectáculo por esta relación de fascinación.

**- Después del atentado en Estados Unidos del 11 de Sep. de 2001, ¿en qué cambió la población mundial y qué incidencia tuvieron los medios en este hecho?**

Creo que lo del 11 de septiembre tuvo una gran influencia, primero por la persistencia del mensaje –rápidamente se convirtió en un problema mundial- y esto sucedió porque la percepción que se tiene de este acontecimiento, es muy parecido al que se tiene ante un espectáculo televisivo. Además está construido tan espectacularmente que uno sospecha de la cuestión. El acontecimiento es brutal, pero no más que otros, aunque éstos no tuvieron el tratamiento mediático que tuvo el atentado a las Torres Gemelas. Yo creo que el carácter espectacular del acontecimiento, transformó efectivamente la conciencia de la gente. Desgraciadamente, el carácter que tiene ese acontecimiento es lo que le permite a Estados Unidos construir la invasión a Irak sin tener una resistencia significativa a nivel mundial.

**- ¿Por qué cree que el cine sigue estando vigente pese al rápido avance del desarrollo tecnológico?**

Todavía hay algunas cosas que el cine, desde el punto de vista técnico atesora, que no le ha podido arrebatar la televisión; que son la profundidad de la imagen y ciertas formas de construir imágenes. Otro aspecto es, que mirar la película en una sala de cine es una especie de ceremonia, una especie de rito cotidiano.

**- Varios sociólogos han expresado que el cine nace por la obsesión del hombre del siglo XX por el realismo. ¿Cuál es su opinión?**

El cine nace por la necesidad del hombre de reproducir el movimiento, que no lo había podido hacer con ninguna otra disciplina artística. Es realismo, sí, pero me parece que tiene más que ver con esta limitación que tenían la pintura y la escultura.

## Entrevista al director de cine Carlos Vallina<sup>37</sup>

### - ¿Para Ud. cuál es el papel que juegan los medios en la sociedad actual?

Los medios en la sociedad actual juegan un papel similar a cualquier proceso de comunicación histórico. Yo creo que hoy los medios han alcanzado una autonomía, que si bien es relativa y tensa respecto a las estructuras de poder, discute el fenómeno que ha sido observado por expertos como Bordieu y Canclini que es la idea que los medios ponen en crisis los sistemas tradicionales de referencialidad cultural, social y política (...) Todos nosotros y la misma sociedad hemos comprobado que oscilar entre ser ciudadano –delegar representaciones y confiar en el proceso de la construcción colectiva- y el ser consumidores ha producido un desgarramiento.

### - ¿Se puede hablar de una relación de amor y odio de la masa con respecto a los medios?

Antes que nada, hoy debemos definir qué queremos decir con ‘masa’, porque ‘masa’ es indiferenciado, no reconoce las diversidades. En todo caso, se puede hablar de ‘sociedad’. Esta sociedad sí tiene una relación afectiva respecto de los medios, como la tiene respecto de la política (...) siempre la sociedad va a tener una relación afectiva frente a la construcción mediática. Por un lado, le fascina el proceso mediático, la multiplicación de imágenes, la simultaneidad, los cambios en velocidad y tiempo, la información acelerada (...) La sociedad puja, resignifica, discute con los medios, como así discute con el Estado y con la propiedad privada; y a veces, obtiene más rédito de los medios que de las otras dos condiciones (...) Los medios suelen ser permeables, negocian...y yo no creo que la gente se enajene viendo a los medios. La relación no es de odio al medio, diría más bien de respeto, de confianza y de esperanza que el medio en algún lugar va a decir aquello que no dicen los poderes (...)

### - ¿Cómo ve el futuro del cine? ¿Piensa que se va a poder readaptar ante el rápido desarrollo de la tecnología?

El cine es un espacio y una construcción expresiva que admite un modo de representación diverso. No solamente, no se va a perder, sino que se va a ampliar a estados

---

<sup>37</sup> Actual profesor en la carrera de periodismo de la UNLP. Director, guionista, productor, fotografía, sonido y montaje de la película **Informes y testimonios** (1973) junto a Diego Eijo, Eduardo Giorello, Ricardo Moretti, Alfredo Oroz y Silvia Vega. Co-Autor junto a Fernando Martín Peña del libro “**El cine quema**” (2000).

extraordinarios. El cine no solamente se adapta, no solamente se transfigura positivamente, sino que logra cosas que nunca había logrado antes.

**- En una entrevista el filósofo esloveno Slavoj Žižek expresó: “Si uno quiere saber cómo es una sociedad determinada, tiene que ir al cine; allí se muestran las tendencias que dominan una época”. ¿Cuál es su opinión respecto a esto?**

En el cine hay un depósito de conciencia crítico-social extraordinaria, pero al mismo tiempo hay que estudiar, porque no surge eso de manera espontánea en la conciencia social (...) No solo es lo que sucede en los acontecimientos narrativos de esos espacios audiovisuales, sino también cómo, de alguna manera, esa sociedad revela lo profundo; si es que también la mirada crítica es entrada, educada, orientada igual que otro proceso. Cualquiera de los espacios de comunicación en sentido amplio –no solamente la cinematografía- revelan zonas profundas de lo real en distintas culturas.

**- ¿Se puede hablar de un cambio en la forma de filmar a nivel mundial después del 11 de septiembre de 2001?**

No me parece que el atentado haya definido la forma de filmar. Si hablamos de la construcción hegemónica norteamericana respecto a lo que Hollywood responde al 11 de septiembre, no tenemos hoy una presencia de respuesta, sino más bien, tenemos una ausencia. La amenaza fundamentalista, el temor a las relaciones con el mundo árabe, la expansión de China como un interlocutor norteamericano y la crisis de localización de conflictos bélicos específicos, son temas no claros en el mundo audiovisual estadounidense. Respecto al resto, América Latina tampoco ha encontrado una respuesta profunda a las transformaciones de los últimos veinte años. En Argentina, me parece que sí, que el cine argentino joven eliminó el discurso y construyó una observación de lo real.

**- ¿Se puede hablar de cierta autonomía del cine respecto al resto de los medios y esto puede estar relacionado al hecho de ser catalogado el Séptimo Arte?**

Me parece que el cine tiene una autonomía relativa porque con muy pocos recursos tecnológicos, es posible construir objetos muy precisos y muy significativos (...) Creo que esta autonomía proviene desde siempre. Me parece que la autoconciencia del fenómeno comunicacional hace saber que el cine está vinculado a todas las demás artes, pero también a todos los demás medios.

## CONCLUSIÓN

PHILP: “Si el mundo estuviera a punto de estallar, ¿tú que harías?”

RITA: “Sólo querría saber dónde poner la cámara”

(Diálogo entre un reportero y una asistente de cámara en la película

**Groung Hog Day**<sup>38</sup> – 1993- ).

---

Resumiendo, el cine y el periodismo – y los medios de comunicación en su conjunto- han jugado un papel relevante en la vida del hombre del siglo XX, que tiende a extenderse por largo tiempo.

El cine se ha desarrollado sobremanera, logrando mutarse al paso de los años y dejando en cada época, clásicos inolvidables, además de una forma de ver el entorno totalmente diferente a la del momento en que la imagen en movimiento no existía. Muchos teóricos se preguntan cómo eran los sueños de las personas que nacieron antes del cine; porque el hombre actual sueña con imágenes en movimiento por la influencia de los medios audiovisuales, pero ¿cómo soñaban aquellos que no conocieron la televisión o el cine?

*“...El efecto de las películas, reforzado en la segunda mitad del siglo por la TV, puede haber sido mayor a un nivel subliminal. Las películas (...) pueden haber contribuido más a cambiar el modo cómo la gente recibe información y la utiliza, que a orientar de algún modo concreto sus pensamientos”*

(Michael Howard / Roger Louis – Historia Oxford del siglo XX- 1999)

No obstante, lo más impresionante de este efecto podría ser la vigencia del cine a nivel popular, a pesar de los avances tecnológicos relacionados a ésta área. Actualmente, hay equipos que pueden simular una sala de cine en el propio hogar, pero la gente sigue comprando entradas, pop-corns y llenando las salas de cine de las ciudades.

Con respecto a esto, Barbier y Bertho Lavenir sugieren:

---

<sup>38</sup> Película norteamericana que no fue elegida para analizar por carecer de relevancia para éste trabajo.

*“...ver el cine, tomado en su conjunto (como cuerpo de obras, industrias y prácticas sociales) la sede de un <<bricolage cultural>> y el objeto de compromisos permanentes entre intereses y estrategias diferentes, entre representaciones y usos. Así se explica mejor, también, su extraordinaria plasticidad y su vitalidad. Es porque tiene, en sus estructuras, recursos suficientes para transformarse permanentemente, que el cine va a sobrevivir a los medios que aparecen después de él”.*  
(1996, p.247)

En cuanto al periodismo –y los medios utilizados para su accionar-, también ha sabido re-inventarse, porque si bien, posee un pasado de cientos de años, es en el siglo XX cuando se manifiesta con gran fuerza convirtiéndose, en lo que muchos llaman, el cuarto poder. Llega a ser tanto protagonista como testigo de los grandes sucesos del mencionado siglo.

Sin embargo, no todo suele ser color de rosa cuando se habla del periodismo. Como se expuso anteriormente, los medios de comunicación, hoy en día más que nunca, están relacionados a la manipulación de la información por la simple satisfacción de intereses económicos o por competencia.

En varios casos, las características negativas de esta profesión parecieran pesar más que las positivas. Entonces, ¿por qué los medios y el periodismo siguen ocupando el lugar que ocupan? ¿Por qué, en general, se actúa en función de ellos? Ante estos interrogantes, Aubenas y Benasayag manifiestan,

*“Una idea muy difundida en nuestra sociedad de la comunicación sostendría que los horrores, las masacres y las injusticias fueron posibles en el pasado porque la gente no sabía lo bastante sobre lo que ocurría a su alrededor (...) Frente a las críticas que la asaltan cada vez más violentamente esta creencia permanece como uno de los últimos refugios de su dignidad (...) Es cierto que no todo funciona del mejor modo, argumentan regularmente los periodistas. Pero mostrando, develando, participamos del gran movimiento ciudadano en el que los malvados*

*terminan por ser castigados y las injusticias reparadas (...) Si la prensa quiere y debe saber, si ella pone esta exigencia como eje de todo su trabajo, es sobre todo porque permanece profundamente convencida de que el conocimiento de las cosas va a desencadenar forzosamente una reacción. Esta fe permite a los periodistas creer ellos mismos, y a pesar de todo, en la ideología de la comunicación” (1999, p.99).*

Este concepto, podría ser una de las razones por la que la cinematografía haya basado varias de sus conocidas obras en el trabajo periodístico. Sumado a esto, se encuentra el papel controversial de la prensa en los sistemas democráticos mundiales y el poder que imparte a los ámbitos principales de una sociedad.

Con respecto a lo expuesto, Barbier y Bertho Lavenir manifiestan que:

*“El ideal democrático supone especialmente que el mundo de los medios, especialmente el de la prensa periódica, puede gozar de las posibilidades de asociación y cooperación financiera que le permita adaptarse, sin que sean puestas en cuestión ni su independencia ni tampoco la diversidad y calidad de sus contenidos. La experiencia histórica tiende por otro lado a mostrar que la cosa sigue siendo posible en el modelo democrático occidental -¿no sigue siendo acaso la independencia de los periodistas y de los órganos de prensa uno de los temas privilegiados del cine americano contemporáneo?” (Barbier/Bertho Lavenir -1996, p.338).*

A modo de conclusión, se podría afirmar que el propósito de este trabajo ha sido el de establecer una relación entre la cinematografía y el periodismo, en la última década del siglo pasado.

A lo largo de la tesis, se intentó dar muestra de cómo el cine ha sabido reflejar la labor periodística en los años '90, sin dejar de mencionarse producciones cinematográficas ligadas fuertemente al tema, pero pertenecientes a épocas diferentes.

Pese a que no todas las películas analizadas concuerdan con la situación histórica del momento, todas representan, casi a la perfección, el estilo de periodismo que estaba vigente cuando ocurrió el estreno de las mismas.

Es por esta razón, que se pone en evidencia, página tras página, cómo ha ido evolucionando la visión cinematográfica acerca del periodismo y la función de los mass media a lo largo de, aproximadamente, diez años.

A medida que los años transcurrieron, la información se hizo más accesible al público y los medios de comunicación de masas se vieron fuertemente juzgados; el cine se animó, cada vez más, a mostrar al periodismo como la profesión más sagrada o más destructiva. Sin embargo, siempre se respaldó en fundamentos sólidos que justificaban sus exposiciones, cualquiera que haya sido la imagen elegida acerca del mismo.

Por último, podría decirse que el cine a través del análisis del periodismo y su accionar en los diferentes medios de comunicación, ha reflejado, indirectamente, a la sociedad actual. Es decir, la labor periodística se desarrolla de cierta manera por el aval que le otorga “el gran público”, y a su vez, éste se encuentra –en cierto modo– influenciado por la información periodística.

Como expresan Barbier y Bertho Lavenir:

*“Los medios son tanto el reflejo de las sociedades en las que nacen como el agente de sus transformaciones. Y tienen su misma infinita complejidad”* (1996, p.410).

## BIBLIOGRAFIA

- AUBENAS, F. /BENASAYAG, M., *La Fabricación de la información*, Editorial Colihue, Bs.As.1999.
- BARBIER, F. /BERTHO LAVENIR, C., *Historia de los medios: de Diderot a Internet*, Editorial Colihue, Bs.As.1996
- BASTENIER, M.A., *El Blanco Móvil*, Editorial El país, Madrid. 2001.
- BAZIN, A., *¿Qué es el cine?*, Editorial Rialp, Madrid.1999- 3º edición-.
- BENJAMÍN, W., *El arte en la época de su reproductibilidad técnica*; en Discursos Interrumpidos, Editorial Taurus, Madrid. 1982.
- BLUME /CNN, *El gran libro del siglo "Our times"*, 1998- 2º edición.
- BRARDINELLI, R., *Reality Shows: políticas de mercado y televisión*. Revista Trampas de la comunicación y la cultura. UNLP. Nº 3. Julio 2002. Págs. 18-20.
- CABRERA INFANTE, G., *Un oficio del siglo XX*, Editorial El país/Aguilar, Madrid. 1993.
- CHIARAVALI, V., *"El cine, espejo de censuras e ideologías"*, entrevista a Slavoj Zizek, La Nación, Suplemento Cultura. 2 de mayo de 2004, Argentina.
- ECO, H., *Apocalípticos e Integrados*, Editorial Lumen, Barcelona. 1971.
- GONZÁLEZ REQUENA, J., *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Cátedra, Madrid. 1988.

- HISTORY CHANNEL Documental, *Prensa escrita* - Programa: **Maravillas del mundo.**
- HORKMEIMER, M /ADORNO, T., *La Industria Cultural. Iluminismo como mistificación de masas*, Editorial Sur, Bs.As. 1970.
- HOWARD, M. /ROGER LOUIS, W., *Historia Oxford del siglo XX*, Editorial Planeta, 1999.
- LAZARSELD, P.F. /MERTON R.K., *Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada*; en *Sociología de la comunicación de masas*, M. Moragas- Barcelona – Gustavo Gilli –1985- Barcelona.
- MC LUHAN, M /FIORE, Q., *El medio es el mensaje*, Editorial Piados, Barcelona. 1987.
- MORANDINI, N., *La gran pantalla. Periodismo en televisión: desde Neustadt a Pergolini*, Editorial Sudamericana, Bs.As. 2000.
- PERIODISTAS. ASOCIACION PARA LA DEFENSA DEL PERIODISMO INDEPENDIENTE, *Periodistas. Ataques a la prensa. Informe 2000*, Editorial Planeta, Bs.As. Marzo 2000.
- ULANOVSKI, C., *Paran las rotativas*, Editorial Espasa, Bs.As. 1997.

## MATERIAL EN LA WEB

CARETAS. ILUSTRACION PERUANA. *La noticia o la vida*, N° 1767, Abril 2003. Web:

[www.caretas.com.pe/2003/1767/articulos/periodistas.phtml](http://www.caretas.com.pe/2003/1767/articulos/periodistas.phtml)

- CAMINOS, A. /ARANGUREN, M., *Reality Shows: el espectáculo de la intimidad en la televisión argentina*. Ciberlegenda, N° 8, 2002.

Web: [www.uff.br/mestcii/caminos1.htm](http://www.uff.br/mestcii/caminos1.htm)

- EMANUELLI, P.B., *Recepción televisiva y adolescente. El programa “Caiga quien Caiga” producido en Argentina y las prácticas políticas de los adolescentes*. Revista Latina de Comunicación Social. N° 6, Junio 1998.

Web: [www.ull.es/publicaciones/latina/a/76pau.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/76pau.htm)

- ESCALANTE, M.H., *En busca de mayor seguridad para los corresponsales de guerra*. Enero 2002.

Web: [www.pulso.org/Espanol/Nuevos/index/corresponsalesdeguerra020110.htm](http://www.pulso.org/Espanol/Nuevos/index/corresponsalesdeguerra020110.htm)

- HIDALGO, M., *Corresponsales en guerra*. Revista Fusión, N° 117, Junio 2003.

Web: [www.revistafusion.com/2003/Junio/index117.htm](http://www.revistafusion.com/2003/Junio/index117.htm)

- LOWE, B., *Corresponsales de guerra. Reportaje o ultraje: tomar partido o permanecer neutral*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, N° 65, Marzo 1999.

Web: [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

- NIELSEN, J., *La historia de la TV argentina*. Septiembre 2001. Web:

[www.zapping.com/notas/historia/529.shtml](http://www.zapping.com/notas/historia/529.shtml)

- SOTOLANO, G., *Historia de los medios en Argentina (s.XIX – XX)*. Junio 1999.

Web: [www.ilustrados.com/publicaciones/EpZVFAuEVFbWGIExDj.php](http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpZVFAuEVFbWGIExDj.php)

- VARELA MEJIA, J.I., *La dura realidad: usos y graficaciones aplicadas a los “Reality Shows”*. Revista Razón y Palabra. N° 24, Dic.2001.

Web: [www.razonypalabra.org.max/antiores.n24/24\\_jvarela.html](http://www.razonypalabra.org.max/antiores.n24/24_jvarela.html)

## FILMOGRAFÍA

- ❖ THE BONFIERE OF THE VANITIES (1990) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *126 min.*  
Género: *Comedia*  
Dirección: *Brian De Palma*  
Actores: *Tom Hanks*
  
- ❖ THE YEAR OF THE GUN (1991) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: -  
Género: *Drama político*  
Dirección: *John Frankenheimer*  
Actores: *Andrew McCarthy*
  
- ❖ BOB ROBERTS (1992) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *99 min.*  
Género: *Comedia*  
Director: *Tim Robbins*  
Actores: *Tim Robbins / Giancarlo*  
*Esposito*
  
- ❖ TURTLE BEACH (1992) Nacionalidad: *Australia*  
Duración: *90 min.*  
Género: *Drama*  
Dirección: *Stephen Wallace*  
Actores: *Joan Chen / Norman Kaye*
  
- ❖ HERO (1992) Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *132 min.*  
Género: *Comedia*  
Director: *Stephen Frears*  
Actores: *Dustin Hoffman / Andy Garcia*
  
- ❖ GROUND HOG DAY (1992) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *103 min.*  
Género: *Comedia*  
Dirección: *Harold Ramis*  
Actores: *Bill Murray / Andie MacDowell*

- ❖ THE PELICAN BRIEF (1993)                      Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *140 min.*  
Género: *Thriller*  
Dirección: *Alan Pakula*  
Actores: *Julia Roberts / D. Washington*
  
- ❖ NATURAL BORN KILLERS (1994)              Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *119 min.*  
Género: *Acción*  
Director: *Oliver Stone*  
Actores: *Juliette Lewis*
  
- ❖ QUIZ SHOW (1994)                      Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *130 min.*  
Género: *Drama*  
Director: *Robert Redford*  
Actores: *John Turturro / Ralph Fiennes*
  
- ❖ THE PAPER (1994)                      Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *107 min.*  
Género: *Comedia*  
Dirección: *Ron Howard*  
Actores: *Michael Keaton / Glen Close*
  
- ❖ TO DIE FOR (1995)                      Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
Duración: *103 min.*  
Género: *Cine Negro*  
Dirección: *Gus Van Sant*  
Actores: *Nicole Kidman / Matt Dillon*
  
- ❖ SOSTIENE PEREIRA (1995)                  Nacionalidad: *Italia / Francia*  
Duración: *104 min.*  
Género: *Drama*  
Dirección: *Roberto Faenza*  
Actores: *Marcello Mastroianni*
  
- ❖ THE PEOPLE VS. LARRY FLYNT (1996)      Nacionalidad: *USA/Canada*  
Duración: *130 min.*  
Género: *Drama*  
Director: *Milos Forman*  
Actores: *Woody Harrelson*

- ❖ WAG THE DOG (1997)      Nacionalidad: *EE.UU*  
 Duración: *100 min.*  
 Género: *Comedia*  
 Director: *Barry Levinson*  
 Actores: *Dustin Hoffman/ Robert DeNiro*
  
- ❖ UP CLOSER AND PERSONAL (1997)      Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *104 min.*  
 Género: *Tragicomedia*  
 Director: *Jon Avnet*  
 Actores: *Robert Redford*
  
- ❖ MAD CITY (1997)      Nacionalidad: *EE.UU.*  
 Duración: *114 min.*  
 Género: *Drama*  
 Director: *Costa - Gavras*  
 Actores: *Dustin Hoffman / Jhon Travolta*
  
- ❖ TERRITORIO COMANCHE (1997)      Nacionalidad: *Arg./Alem./Esp./Fr.*  
 Duración: *90 min.*  
 Género: *Bélico*  
 Dirección: *Gerardo Herrero*  
 Actores: *Imanol Arias / G. Pauls*
  
- ❖ WELCOME TO SARAJEVO (1997)      Nacionalidad: *Reino Unido*  
 Duración: *102 min.*  
 Género: *Bélico*  
 Dirección: *Michael Winterbottom*  
 Actores: *Steven Dillane/ M. Tomei*
  
- ❖ THE TRUMAN SHOW (1998)      Nacionalidad: *EE.UU.*  
 Duración: *102 min.*  
 Género: *Comedia Fantástico*  
 Director: *Peter Weir*  
 Actores: *Jim Carrey / Ed Harris*
  
- ❖ TRUE CRIME (1998)      Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *127 min.*  
 Género: *Drama*  
 Dirección: *Clint Eastwood*  
 Actores: *Clint Eastwood / James Wood*

- ❖ THREE KINGS (1999)                      Nacionalidad: *EE.UU*  
Duración: *110 min.*  
Género: *Bélico*  
Dirección: *David Russell*  
Actores: *George Clooney / Ice Cube*
  
- ❖ THE INSIDER (1999)                      Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *157 min.*  
Género: *Drama*  
Director: *Michael Mann*  
Actores: *Al Pacino / Russell Crowe*
  
- ❖ ED TV (1999)                      Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *122 min.*  
Género: *Comedia*  
Director: *Ron Howard*  
Actores: *Matthew McConaughey / Dennis Hooper*
  
- ❖ ALMOST FAMOUS (2000)                      Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *122 min.*  
Género: *Comedia*  
Director: *Cameron Crowe*  
Actores: *Kate Hudson / Patrick Fugit*
  
- ❖ RKO 281 (2000)                      Nacionalidad: *EE.UU*  
Duración: *90 min.*  
Género: *Drama*  
Dirección: *Benjamín Ross*  
Actores: *Roy Scheider / James Cromwell*
  
- ❖ 15 MINUTES (2000)                      Nacionalidad: *EE.UU.*  
Duración: *120 min.*  
Género: *Drama*  
Director: *Jhon Herzfeld*  
Actores: *Robert De Niro / Edward Burns*
  
- ❖ THE FOURTH ANGEL (2001)                      Nacionalidad: *UK / Canadá*  
Duración: *95 min.*  
Género: *Acción*  
Director: *John Irvin*  
Actores: *Jeremy Irons*

- ❖ HARRISON'S FLOWERS (2000) Nacionalidad: *Francia*  
 Duración: *130 min.*  
 Género: *Drama*  
 Dirección: *Elie Chouraqui*  
 Actores: *Andie Mc Dowell*

## PELÍCULAS PRE-AÑOS 90

- ❖ CITIZEN KANE (1940) Nacionalidad: *EE.UU*  
 Duración: *119 min.*  
 Género: *Drama*  
 Dirección: *Orson Welles*  
 Actores: *Orson Welles / Joseph Coten*
  
- ❖ REAR WINDOW (1953) Nacionalidad: *EE.UU*  
 Duración: *112 min.*  
 Género: *Misterio*  
 Director: *Alfred Hitchcock*  
 Actores: *James Stewart / Grace Kelly*
  
- ❖ NETWORK (1976) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *121 min.*  
 Género: *Drama*  
 Director: *Sidney Lumet*  
 Actores: *William Holden / Robert Duvall*
  
- ❖ ALL THE PRESIDENT'S MEN  
**(1976)** Nacionalidad: *EE.UU*  
 Duración: *138 min.*  
 Género: *Thriller*  
 Dirección: *Alan Pakula*  
 Actores: *R. Redford / D. Hoffman*
  
- ❖ DEATH WATCH (1980) Nacionalidad: *Francia / U.K / Alemania*  
 Duración: *128 min.*  
 Género: *Fantástico*  
 Director: *Bertrand Tavernier*  
 Actores: *Romy Schneider / Harvey Keitel*

- ❖ ABSENCE OF MALICE (1981) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *116 min.*  
 Género: *Thriller*  
 Director: *Sidney Pollack*  
 Actores: *Sally Field / Paul Newman*
  
- ❖ SALVADOR (1985) Nacionalidad: *EE.UU*  
 Duración: *120 min.*  
 Género: *Bélico*  
 Dirección: *Oliver Stone*  
 Actores: *James Woods / James Belushi*
  
- ❖ RADIO DAYS (1987) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *86 min.*  
 Género: *Comedia*  
 Director: *Woody Allen*  
 Actores: *Mia Farrow / Seth Green*
  
- ❖ GOOD MORNING, VIETNAM (1987) Nacionalidad: *E.E.U.U.*  
 Duración: *120 min.*  
 Género: *Bélico*  
 Dirección: *Barry Levinson*  
 Actores: *Robin Williams*

# INDICE

<b>Introducción</b> .....	<b>2</b>
<b>Capítulo I: El cine</b> .....	<b>4</b>
1.1.- La necesidad por el cine.....	4
1.1.1.- Pintura y fotografía.....	5
1.1.2.- Fotografía y cine.....	5
1.2.- Cine: de un artefacto a ser el séptimo arte.....	6
<b>Capítulo II: El cine y los otros medios de comunicación</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo III: El periodismo, breve descripción</b> .....	<b>11</b>
<b>Capítulo IV: El periodismo y los mass media</b> .....	<b>13</b>
4.1.- Los orígenes.....	13
4.1.1.- La prensa escrita (1950-1980).....	18
4.1.2.- Fin de siglo y el auge de la información.....	19
4.2.- La historia de los medios en Argentina.....	21
<b>Capítulo V: Defensores y opositores de la cultura de masas</b> .....	<b>28</b>
5.1.- Opiniones opuestas.....	28
5.1.1.- Apocalípticos e integrados.....	28
5.2.- Resumen detallado de las dos posturas.....	31
5.2.1.- Opositores a la cultura de masas.....	31
5.2.2.- Defensores de la cultura de masas.....	34
5.3.- Escuelas más neutrales.....	35
<b>Capítulo VI: El periodismo en zonas de conflicto</b> .....	<b>37</b>
6.1.- Las guerras y los corresponsales.....	37
6.2.- El cine y los corresponsales.....	43
6.2.1.- Las películas post-guerra del Golfo.....	44
6.2.2.- Gobiernos totalitarios en films.....	46
6.2.3.- Películas de la segunda mitad de la década.....	47
<b>Capítulo VII: Manipulación de los medios</b> .....	<b>53</b>
7.1.- Introducción a la importancia de los medios en la sociedad actual.....	53
	<b>60</b>

7.2.- El poder de los medios.....	
7.2.1.- La obsesión de la masa por 15 minutos de fama.....	61
7.2.2.- Los medios como instrumentos para engañar al público y elevar el rating...	66
7.3.- Reality-Shows.....	82
7.3.1.- El origen de los Reality-Shows.....	83
7.3.2.- El estudio de los Reality-Shows.....	85
7.3.3.- El deseo de mirar al otro según el cine.....	86
7.3.3.1.- El cine anticipado a su época.....	89
<b>Capítulo VIII: Investigación periodística, ética y libertad de prensa.....</b>	<b>95</b>
8.1.- Investigación y credibilidad periodística.....	95
8.1.1.- Proceso inverso en Argentina.....	97
8.1.1.1.- Años '90: el boom de los programas de investigación periodística..	98
8.2.- La libertad de prensa en los años '90.....	99
8.3.- La investigación periodística y la libertad de prensa en el cine.....	101
8.3.1.- La investigación periodística, la ética y la libertad de prensa en el cine pre-1990.....	109
8.4.- El ámbito periodístico.....	111
<b>Entrevistas.....</b>	<b>115</b>
Entrevista a Amilcar Moretti.....	116
Entrevista a Alfredo Pucciarelli.....	118
Entrevista a Carlos Vallina.....	120
<b>Conclusión.....</b>	<b>122</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>126</b>
<b>Material en la web.....</b>	<b>128</b>
<b>Filmografía.....</b>	<b>130</b>
<b>Índice.....</b>	<b>136</b>

