

Carta a nuestros lectores

La responsabilidad periodística en la actual coyuntura, caracterizada por un mundo globalizado e intercomunicado, es el tema al que **Chasqui** dedica la portada de este número, tomando en cuenta que el fenómeno abarca, de una forma u otra, a toda la humanidad y, con mayor razón, a la actividad que cumplen los comunicadores

En la columna de opinión analizamos un programa de televisión procedente de la Argentina, que ha traspasado fronteras por obra y gracia de esa globalización y cuyo contenido ha provocado, y continúa provocando, controversias en todos los países en los que se exhibe.

La guerra contra el terrorismo, cuyo protagonista más caracterizado es el gobierno de los Estados Unidos, obliga a los comunicadores a enfrentar el tema recurrente del terrorismo, sus causas, modalidades y formas diferentes en las que se manifiesta.

A continuación, evaluamos los resultados de la Cumbre de la Sociedad de la Información, que por convocatoria de las Naciones Unidas se realizó en Suiza, y nos adentramos en una nueva forma de informar y comunicar: los weblogs o las "bitácoras" del Internet.

Hablamos de la comunicación política desde dos vertientes: el trabajo de los consultores y asesores de imagen que no pueden a un mediocre convertirlo en Dios, ni derrotar a un excelente rival, simplemente porque así lo deciden. El artículo sobre las elecciones de alcaldes en Colombia plantea una incógnita recurrente en el mundo electoral latinoamericano, que se refiere al triunfo de candidatos que la opinión pública, equivocadamente, los miró como perdedores. Humberto López despeja esta incógnita.

Poniendo fin a la trilogía sobre la nueva realidad mediática en los Estados Unidos, Leonardo Ferreira y Miguel Sarmiento ponen de manifiesto, sin duda para sorpresa de muchos, la práctica de la ética por los periodistas americanos que no concuerda con la tradición de la que siempre se han sentido orgullosos.

Por fin, en el amplio y siempre cambiante mundo de la informática, analizamos los problemas legales que enfrenta en Europa y Estados Unidos el gigante de la informática, Microsoft, por supuesto monopolio y vulnerabilidad ante el ataque de los virus.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 85 Marzo 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

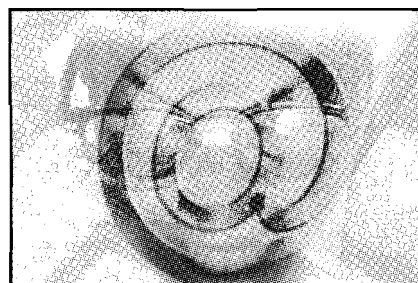
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



CONTENIDO

PORTADA

- 4** **Cómo informar en tiempos de globalización**
Gustavo Villamizar Durán

OPINIÓN

- 14** **Lectura crítica de Videomatch**
Daniel Prieto Castillo

ENSAYOS

- 20** **Muerte y terrorismo: estética bélica en los medios**
Angel Rodríguez Kauth

- 26** **Sociedad de la información: ¿utopía o panóptico?**
Octavio Islas - Fernando Gutiérrez

- 36** **Los weblogs: revolución y consolidación**
José Luis Orihuela

COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 42** **Consultores políticos: ¿Fabricantes de dioses?**
Luis E. Proaño

- 48** **Nuevos alcaldes en Colombia:
¿Los grandes medios fueron derrotados!**
Humberto López

PRENSA

- 54** **Prensa en Estados Unidos, ¿un siglo de ética perdida?**
Leonardo Ferreira - Miguel Sarmiento

INFORMÁTICA

- 66** **Cyberterrorismo: historia de nunca acabar**
Francisco Ficarra

- 72** **Microsoft entre monopolio y ciberseguridad**
Carlos Eduardo Cortés

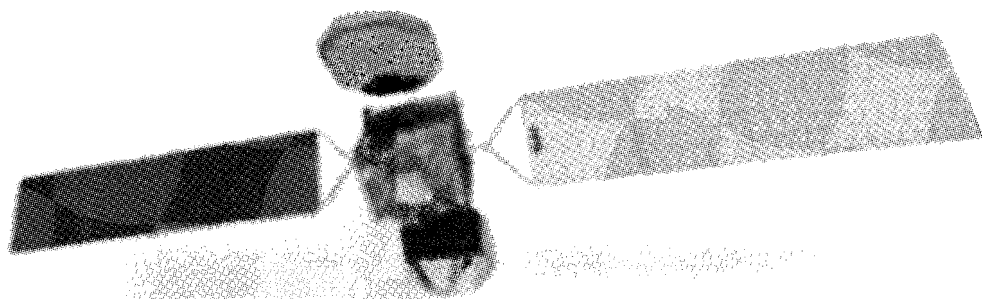
LENGUAJE

- 80** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Cero erratas
Juan M. Rodríguez

- 82** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 88** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 94** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**



Cómo informar en tiempos de globalización



Gustavo Villamizar Durán ■

Quienes hemos tenido la oportunidad de vivir este cierre-inicio de milenio, nos tropezamos con un mundo incierto, distinto, confuso, inédito. El quiebre de los sistemas y modelos, tanto teóricos como económicos, sociales y políticos, que dieron sustento a las naciones durante largos años, el fin de la sombra generosa que proporcionaban sistemas religiosos y políticos a los cuales estuvimos prendidos durante años, han determinado una suerte de *desamparo espiritual*, tal cual lo señala el Premio Nóbel Octavio Paz.

Atrás quedó la tranquilidad que aportaba la certeza. Se esfumó la comodidad que otorgaba la facilidad de recurrir a las teorías totales, redondas e infalibles, para explicar o resolver cuanta interrogante o duda nos atacara. De buenas a primeras se diluyó la comodidad de echar mano a explicaciones blindadas ante las más disímiles circunstancias. Después de tener a nuestra disposición teorías, análisis, respuestas y explicaciones casi universales, nos hallamos a tientas en un mundo signado por la incertidumbre.

Nuevos tiempos, nuevos signos

Como consecuencia del desmoronamiento de las grandes doctrinas que al decir de Octavio Paz "a un tiempo nos oprimían y nos consolaban", hemos quedado a la intemperie, sin asidero cierto. La incertidumbre constituye uno de los grandes paradigmas que signan los tiempos que transcurren. Vivimos en realidades inciertas, plagadas de dudas, marcadas por certezas precarias y frágiles, a partir de las cuales nos vemos obligados a echar adelante. Pero, igualmente, la paradoja comparte puesto principal entre los signos de la época y junto con la incertidumbre marcan el devenir de los tiempos y las acciones de los seres.

En medio de esta modificación paradigmática, se ha avanzado como nunca antes en lo que de unos años para acá se ha denominado la globalización, la cual constituye un proceso al que asisti-

mos llevados de la mano por la revolución de las comunicaciones y los medios, que nos ha convertido, de buenas a primeras, en espectadores y testigos de eventos hasta hace algunos días impensables, distantes y extraños. La globalización ha acercado a nuestros países y sus gentes, pero, igualmente, ha universalizado los procesos económicos, ha superado las viejas concepciones de los estados nacionales, de las fronteras como meras delimitaciones espaciales y también ha generado un inédito intercambio cultural.

Joaquín Estefanía expresa de manera muy directa y sencilla lo que significa la globalización:

"Significa que todos somos más interdependientes, más cercanos, que nos parecemos más y actuamos de modo crecientemente semejante; que vivimos en el mismo mundo."

No obstante lo novedoso e interesante que pueda resultar este proceso, han surgido críticas y reacciones que atisban en la base de él una propuesta de homogeneización cultural, un intento por la uniformización de los seres humanos, un deseo de *occidentalización* del mundo. Esta reacción ha producido no solo multitudinarias movilizaciones en diversas ciudades, sino la conformación de un movimiento con una fuerte corriente de opinión al que se ha denominado *antiglobalización*. Sin embargo, en lo hasta ahora andado, justo es decirlo, tal pretensión homogeneizante no ha significado, en modo alguno, la disolución de nuestras realidades cercanas, su desaparición en medio de lo universal.

Antes bien,

■ Gustavo Villamizar Durán, venezolano, profesor e investigador, Grupo GRECO, NUTA-H-140-01-04. Universidad de Los Andes, Táchira - Venezuela.

■ Correo-e: gvilla18@cantv.net



El presentador de noticias, ciudadano del mundo

la entrada a la globalización, he aquí lo paradójico, ha marcado también el resurgimiento, con fuerza inusitada, de lo local, lo nuestro, lo cercano.

La participación de las naciones en novísimos procesos de integración no ha significado su desconfiguración, ni la pérdida de su conformación singular por fuerza de su fundición en bloques pretendidamente homogéneos. En medio de la comparecencia universal, los pueblos, unos más que otros, han comenzado a reconocer y fortalecer sus identidades básicas, sus maneras de ser y de vivir, y ello, antes que conducir al descalabro de lo global, los ha enriquecido con el abanico de matices que representan las particularidades regionales y nacionales en el mosaico universal.

El conocimiento en primer plano

Esta es también, así se acepta sin mayor discusión, la sociedad del conocimiento. Nunca como ahora el desenvolvimiento social, económico y político de nuestras naciones había dependido de la generación, apropiación y difusión del conocimiento. De manera que la información, el saber y el conocimiento han devenido en ser, no el oficio de los doctos, sino la materia prima fundamental para incursionar, en aceptables condiciones, en un mundo marcado por los procesos económicos y centrado en los vaivenes de la competencia.

Martín Hopenhayn resulta muy preciso a este respecto:

“La base material y simbólica de las democracias modernas ya no descansa exclusivamente en un tipo de economía o de institucionalidad política, sino también en el uso ampliado del conocimiento, la información y la comunicación.”

Nuestros pueblos tercermundistas, atrasados, empobrecidos, víctimas de toda clase de regímenes vandálicos, crueles o cuando menos ineptos e irresponsables, corren el riesgo de ver ampliada la distancia que los separa de las naciones desarrolladas, si no se adelanta un proceso cultural y educativo que nos coloque a tono con las circunstancias que vive el universo. En atención a esta situación y las desviaciones que se pueden producir en nuestras sociedades a partir de la conformación de unas élites del conocimiento, fenómeno calificado por Tedesco como *neo despotismo ilustrado*, Edgar Morin formuló su novedosa noción de la *democracia*

***Los pueblos
han comenzado
a reconocer y
fortalecer sus
identidades***

cognitiva, es decir, la necesidad de la instauración de un sistema de organización jurídico-político-cultural marcado por la democratización del conocimiento, como base para el avance de la democracia en todas sus dimensiones.

En el torrente de este proceso globalizador en la sociedad del conocimiento, jugando rol protagónico, sin término de dudas, se encuentra la comunicación social, confirmando la apreciación de Vattimo, de que “vivimos en una sociedad de los medios de comunicación.” De la mano de las tecnologías de punta, los medios de comunicación han vivido, de años recientes para acá, una inusitada expansión que los convierte en elemento básico de la dinámica social y cultural contemporánea. Tal punto han alcanzado su presencia y actividad que, sin lugar a dudas, lograron desplazar o cuando menos socavar, en su papel de mediadores sociales, a instituciones otrora fundamentales como la familia, la escuela y hasta los partidos políticos.

Ahora bien, este hecho, este impacto, esta hegemonía social que vienen imponiendo los medios de comunicación, antes que tranquilizarnos en complaciente alegría, debe constituirse en el elemento generador de una seria reflexión en torno a la responsabilidad profesional y ética de quienes hacemos uso permanente de ellos, en medio de las condiciones del mundo actual previamente descritas.

Comunicar en nuevas circunstancias

De las nuevas realidades brotan novísimas respuestas, pero también, y de manera contundente, nuevas interrogantes y dudas. Desgranemos algunas de esas interrogantes para tratar de darles respuesta tan pronto como nos sea posible:

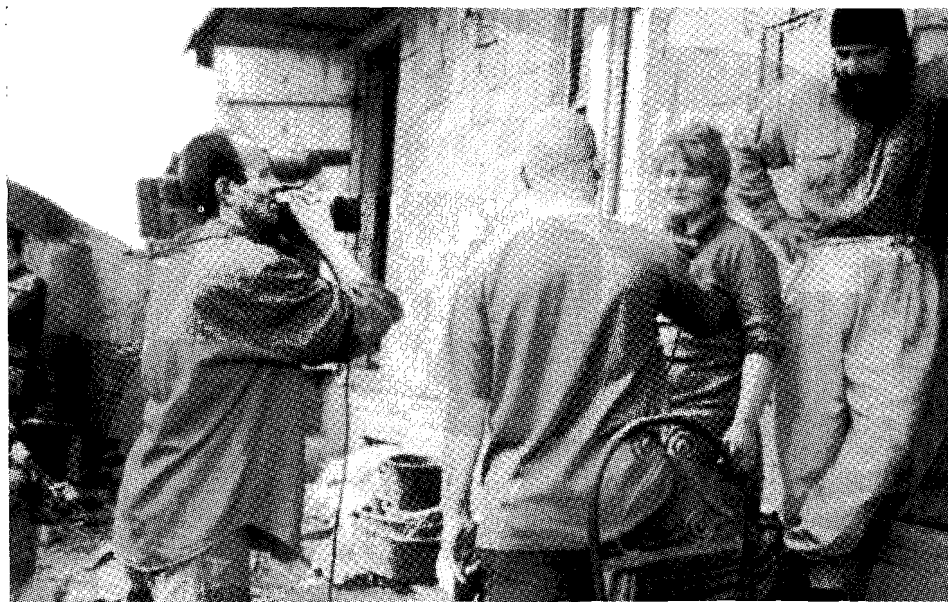
- ¿Cuál es el rol que les corresponde a los comunicadores sociales en medio de la sociedad del conocimiento dentro de un mundo globalizado?
- ¿Los paradigmas que cifran la dinámica social, económica y política contemporánea, tienen injerencia en lo comunicacional de manera específica?
- ¿Estos nuevos tiempos plantean exigencias en la dimensión ética del periodismo y la comunicación social?

Nuestros pueblos corren el riesgo de ver ampliada la distancia con las naciones desarrolladas

- ¿Tenemos los comunicadores tareas precisas para el momento o, simplemente, nos limitamos al manejo de la maravilla tecnológica?

Comparecer en la sociedad del conocimiento nos obliga a ir más allá de una simple definición, o una aceptación pasiva. No basta con reconocer la vigencia e importancia del saber y el conocimiento, no es suficiente con admitir su relevancia. Lo obligante es hacerse presente, acercarse al saber, escudriñar, investigar en la búsqueda y generación de conocimientos, aún a sabiendas, y he aquí lo paradójico, que nunca será suficiente, que jamás lograremos agotarlo: en la sociedad del conocimiento es donde con mayor fuerza develamos nuestra ignorancia. Resolver unas interrogantes significa la formulación de otras y, a partir de éstas, acentuar la búsqueda de nuevas respuestas que generarán, a su vez, más acabadas dudas y más profundos cuestionamientos.

Participar en la sociedad del conocimiento, hacer presencia en ella y no permanecer como perplejos espectadores, significa desechar los saberes únicos, acabados, indudables; desterrar por mediocre la idea de que basta un paso por las aulas para saberlo todo y que es suficiente un grado académico para lograr competencias inagotables. La respuesta ante las exigencias de las horas que corren surge desde la base



del estudio, de la preparación, de la formación constante. El saber parece ser la única garantía para evitar tanto la obsolescencia, como el deslumbramiento ante los nuevos *espejitos* postmodernos, representados hoy por la maravilla de la tecnología. De la misma manera, en los actuales momentos, es importante tener claro que la sabiduría no consiste en la acumulación de información, en la posesión de grandes caudales de datos, sino en el manejo, el análisis y el procesamiento que de ellos se haga a partir del acceso a las múltiples fuentes donde se encuentran. Los tiempos que transcurren, inciertos y sinuosos, reclaman una disposición al aprendizaje permanente, como condición básica para solventar el torrente de interrogantes que se aparecen a diario, condición básica para que podamos aprender a “caminar en la oscuridad”, como proclama Morin.

¿Verdad o verdades?

En un mundo en el que se desvanecieron las grandes doctrinas, en el que las certezas se hicieron absolutamente precarias, es imposible hallar verdades únicas, imperecederas e inmodificables y menos, consensos permanentes. Son momentos de la multipolaridad, de la diversidad de ópticas y la pluralidad de las ideas. La entrada en cuestión de los criterios que caracterizaron el concepto de verdad hasta hace poco, ha dejado claro que ella es un constructo humano y como tal está, igualmente, sometida a las vicisitudes que marcan las circunstancias que acompañan su existencia. Ahora bien, el hecho de aceptar que no exis-

ten las verdades únicas e inalterables, no significa la reivindicación del caos o la instauración de un mundo sin asideros ni afirmaciones científicas. Antes bien, se ha producido un acercamiento progresivo a la relativización que caracteriza el momento científico pautado por Einstein.

Como consecuencia, en el trabajo comunicacional en específico, especialmente en nuestros países tan tocados por el periodismo norteamericano, han quedado fuera de juego criterios hasta hace poco tan sólidos, en apariencia, como la objetividad. Nadie o muy pocos, para ser justos, se atreven a reivindicar esta noción como base de la tarea en los medios de hoy. Maturana, en su esfuerzo por darle explicación al conocimiento, ha manifestado en su texto acerca de *la objetividad*, la inconveniencia de referirnos a la realidad y lo real “como un dominio de entidades que existen independientemente de qué hagamos como observadores”. La realidad, es cierto, está allí para todos, pero obviamente no es la misma para todos; no todos sus elementos pueden ser percibidos a un tiempo y algunos, o muchos, no aparecerán si el observador no dispone de los elementos necesarios para ello. El mundo sabe ahora que era cierto lo que la expresión popular había manifestado por siempre, de que “las cosas son según el cristal con que se miren.”

Asistimos a un tiempo en el que se acepta la validez de la afirmación de Niels Bohr, de que “lo



La sabiduría no consiste en la acumulación de información sino en el manejo, el análisis y el procesamiento que de ella se haga



opuesto a una declaración correcta es una declaración incorrecta, pero lo opuesto a una verdad profunda es otra verdad profunda”. Funcionar hoy día bajo el criterio de *la verdad* constituye, cuando menos, un despropósito que, por supuesto, lesiona las normas básicas de la convivencia democrática.

Castoriadis, conocedor de esta particular circunstancia, manifestaba con singular claridad: “el primer deber de un ciudadano es decir lo que piensa, no decir la verdad, puesto que la verdad no estamos seguros de tenerla”. Es obligante, por tanto, para quien asume el trabajo de la comunicación social, no solo aceptar, sino, fundamentalmente, alentar la disensión, el respeto por el pensamiento disidente, la devoción por la confrontación libre, en las cuales reside la garantía plena de la vigencia de una vida democrática. Las opiniones únicas, las verdades hechas, las versiones oficiales, la intolerancia frente a la crítica o la opinión contraria, constituyen verdaderos dardos que diezman la salud de la democracia.

¿Lo universal vs. lo local?

En la dinámica actual, en lo tocante a la paradoja de lo global y lo local, corresponde a los comunicadores, sobre todo a los que ejercen su función desde

la provincia, manejar el vértice, el punto de encuentro entre las manifestaciones de lo universal con las formas más singulares de nuestra particularidad. Ello obliga a tomar distancia, por nefastos, de los extremos que marcan esa relación. Es prioritario entender que no se trata de una disolución en lo global en medio de la fascinación por lo foráneo, como tampoco de intentar la construcción de una coraza para evitar la contaminación de los supuestos valores inmanentes. No se trata de caer en el deleite de lo de afuera, a partir de supuestos universalismos y demás embelecocos para estar *al día*. Tampoco, por supuesto, de la pretendida salvaguarda de una identidad a partir de una negación a todo lo extraño e *impuro*. Se impone desde los medios establecer una relación dialógica, una comparecencia en similares condiciones o, en última instancia, una confrontación entre nuestras formas propias de vivir y sentir, con las múltiples maneras de otras gentes, de diversas latitudes, que se nos aparecen en la globalidad. Se exige enfrentar por igual los universalismos que desprecian lo local y los provincianismos que temen a lo de afuera y, en consecuencia, procurar un punto de encuentro, un equilibrio sostenido entre lo que somos y lo que son los seres del resto del mundo. Es necesario transformar a nuestros pueblos de consumidores de información a productores de ella.

Nuevas voces, más democracia

Resulta propicio y alentador el momento por la aparición de nuevas voces y nuevas imágenes. Finalmente, Venezuela, en este caso específico, se suma al movimiento de la comunicación comunitaria,



*La incertidumbre
constituye uno de los
grandes paradigmas
que signan
los tiempos
que transcurren*

el cual ha tenido exitosa presencia en el mundo entero desde hace varias décadas. Las emisoras, periódicos y televisoras comunitarios pueden convertirse en el vehículo expedito para la puesta en vigencia de un modelo comunicacional alterno, horizontal, democrático y participativo, que se oponga al verticalismo del inmodificable proceso emisor-medio-receptor, impuesto a rajatabla por los medios privados. Hoy día, las organizaciones que agrupan en el mundo y el continente a estos medios comunitarios, han establecido una seria lucha por superar el planteamiento político reivindicativo y proselitista que aupó su surgimiento, para convertirse, ciertamente, en canales alternativos frente a la frivolidad e intrascendencia de los medios comerciales. Desprenderse de sus líneas fundantes ha significado también la incorporación a la lucha por la gran audiencia, con criterios más cercanos a la participación y el respeto por el oyente, que la simple captación de audiencias como vía para hacerse

de mejores cuentas publicitarias. Son muy necesarios los medios que valoren a la gente, que se acerquen a ella, que la acompañen en su tránsito vital con sus anhelos, expectativas y esperanzas y no solo la estimen como simple receptáculo o masa consumidora.

Participar de nuevos procesos comunicacionales constituye un gran reto para los profesionales de la comunicación, por cuanto éstos deshilachan la arrogancia de los grandes medios, tradicionalmente acartonados, cargados de mensajes impersonales con una supuesta investidura de neutralidad y siempre ocupados de los acontecimientos y personajes señalados por sus intereses. Ahora bien, es importante tener claro que incursionar en medios de pequeña dimensión no implica realizar

un trabajo de calidad inferior, o un cuestionable procesamiento de la información, por el contrario, la garantía del éxito de tales experiencias consiste en adelantarlas con criterios de excelencia, lo cual permitirá ampliar los ámbitos de influencia desde lo local. Lo mismo, resulta básico entender que la posesión y uso de tecnologías de punta puede facilitar la realización de un trabajo en óptimas condiciones, pero por sí solas no pueden garantizarlo, por cuanto dependen del talento, la responsabilidad y la competencia profesional de quienes las utilizan.

La ética y la responsabilidad

Toda la acción de la comunicación, y el trabajo periodístico por supuesto, no obstante las modificaciones planteadas por la generalización del uso de Internet, debe estar enmarcada en estrictas líneas éticas. Ellas constituyen el más efectivo seguro contra los excesos y aberraciones que caracterizan un periodismo dominado más por los criterios del lucro y del poder, que por el servicio al ciudadano, al cual lo han trocado en mero *cliente*. La acción del periodista debe alejarse de algunas prácticas que caracterizan ese llamado *periodismo de éxito* que pretende convertirlo en actor, en *protagonista de la noticia*, por encima de los hechos, personajes y circunstancias, lo cual transforma a algunos profesionales en nuevos predicadores, voceros proselitistas, discursadores, legisladores, jueces y aún, en líderes de sectores políticos desde la tribuna de los medios. José Luis Cebrían, fundador del diario El País de Madrid, publicó en la edición del 17 de junio de 2002, en ocasión de cumplirse los 30 años del caso Watergate, un interesante artículo titulado *El Oficio del Periodista*, en el cual, entre otras sugerentes reflexiones, puede leerse:

“El periodismo de investigación no puede convertir a los periodistas ni en espías ni en delatores. Tampoco

en ladrones. La invasión indiscriminada y abusiva de la vida privada que muchas veces se comete jurando en falso el nombre de la libertad de expresión; el recurso a la utilización de métodos que en una democracia sana deben estar reservados a la caución y decisión judicial, como son las grabaciones clandestinas; la provocación a cometer irregularidades y corrupciones para así demostrar su existencia, la utilización del engaño y la mentira como métodos de trabajo, son cosas que permiten suponer que algunos periodistas, de esos que llaman agresivos, están convencidos de que el fin justifica los medios.”

Estética y mensaje

Estas circunstancias y las responsabilidades que ellas señalan fuerzan a una reflexión acerca de la materia prima de nuestra cotidiana labor: el lenguaje, el idioma. Los comunicadores sociales somos guardianes del idioma y, por tanto, responsables de su permanencia y proyección. Nos corresponde, cual maestros artesanos, hacer y propiciar un uso limpio y brillante de nuestro elemento comunicacional básico. Recordemos a cada instante que en la mediación social y cultural somos referentes en el uso del idioma, y que nuestra forma de decir influye y difunde, asienta y expande formas sintácticas, términos y





modismos. Si bien es cierto que no depende solo de nosotros, sí nos toca de manera sustancial cuidar, defender y enriquecer nuestro idioma, como una buena manera de comparecer en la globalización con la fuerza que nos otorga la posibilidad de llegar a muchos más en todo el universo. Nos corresponde, igualmente, asumir con pasión las dimensiones estéticas de la palabra, para que no solo nos atengamos a la norma, al uso correcto, sino que asumamos lo hermoso, lo bello, lo trascendente de la expresión verbal y escrita. En ocasiones, el apego a la norma y la técnica a todo trance malogra el disfrute de lo hermoso en el uso idiomático.

Por último, no olvidar que somos comunicadores, porque buscamos en nuestros receptores el complemento necesario del decir y el compartir. Es prioritario reencontrarnos con el escucha, el lector o el televidente, reconocerlo como otro y respetarlo como distinto. Es importante develar que ese que está al otro lado del proceso comunicacional es capaz de tanta bondad, que en un mundo desordenado y sordo se detiene a atendernos. No somos, simplemente, usuarios de la tecnología comunicacional, somos protagonistas del proceso y estamos obligados a responder de nuestra acción ante los colectivos para los cuales trabajamos. ●

Referencias bibliográficas

- **Bohr**, Niels citado por Neil Postman (1999). "El Fin de la Educación. Una Nueva Definición del valor de la Escuela". Eumo Octaedro. Barcelona.
- **Castoriadis**, Cornelius citado por José Malaver en "Cornelius Castoriadis: el estilo es el hombre". Ensayo & Error. Año 3. N° 4. Abril de 1998. Bogotá, Colombia.
- **Cebrián**, José Luis (2002). "El Oficio del Periodista" en El País, 17 de junio de 2002, p. 12, Madrid.
- **Hopenhayn**, Martín (1999). "La Enciclopedia Vacía: Desafíos del Aprendizaje en tiempo y espacio multimedia" en Nómadas. N° 9, Septiembre 98 – marzo 99, Departamento de Investigaciones, Fundación Universidad Central. Bogotá.
- **Maturana**, Humberto (1998). "La objetividad. Un argumento para obligar". Dolmen – Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- **Morin**, Edgar (2001). "De la Incertidumbre Democrática a la Ética Política" en Ensayo & Error. Año 6. N° 8. Julio de 2001. Bogotá.
- **Tedesco**, Juan Carlos (2001). "La Educación en el marco del Nuevo Capitalismo" en "Educación en la Globalización". Fondo Editorial Ateneo. Medellín, Colombia.

La globalización llega a los medios

Deslocalización de periodistas

La globalización busca un marco económico favorable, productividad, bajos costes y calidad final para mejorar el producto y la rentabilidad. Si sirve para coches, ordenadores, call centers, etc. ¿sirve también para periodistas?

Las nuevas tecnologías de la información son canales de múltiples direcciones y se pueden aprovechar en distintos sentidos: ¿por qué no hacer una sección de internacional de un diario español desde México?, ¿por qué no hacer contenidos de cultura y economía desde Argentina?, ¿por qué no corregir las pruebas en PDF de una revista desde Colombia? La fórmula es la *deslocalización* de los periodistas o en inglés, el *outsourcing*.

En todos los países mencionados hay un idioma común, buenos profesionales e infraestructura de telecomunicaciones para crear un proceso digital global fluido. ¿Amenazarán las deslocalizaciones a los periodistas patrios?

La agencia británica Reuters, líder en información financiera y que pasa por grandes apuros económicos, ha decidido trasladar parte de sus operaciones a la India y ha contratado seis periodistas en Bengala, para que realicen investigación básica a través de Internet de pequeñas y medianas empresas norteamericanas. Los responsables de la agencia esperan mejorar sus resultados con esta novedosa fórmula de outsourcing, que sin duda levantará ampollas en su central de Londres y en sus oficinas de los Estados Unidos y Hong Kong, donde sus periodistas disfrutaban de sueldos mucho más altos que los recién incorporados telereporteros indios.

Las tecnologías de la información y la irrupción de la información corporativa en el ciberespacio, convertido en el foro económico universal, permiten a la agencia británica poner en marcha una iniciativa que plantea la cuestión de la calidad y la productividad por encima del apego al terreno.

En el futuro veremos nuevos ejemplos de deslocalización para procesar información que no tiene que ser reportada localmente. También es posible construir nuevas cadenas de edición virtuales y de calle. Comienza una nueva era, en la que no solo los productos informativos son globales, también lo serán las redacciones.

The Wall Street Journal en español

La biblia financiera norteamericana, The Wall Street Journal, se lee desde hace 10 años como parte de una veintena de grandes diarios, desde Argentina hasta México, y existe una edición en portugués que publica O Estado de Sao Paulo.

A partir de marzo de 2004, el WSJ publicará una edición semanal para el mercado hispano de los Estados Unidos que se insertará en Hoy, el diario en español del grupo Tribune. La edición tendrá ocho páginas tabloides y cubrirá información sobre finanzas, tecnología, empleo, pequeños negocios y otras áreas de interés para la comunidad hispana.

Hoy es el segundo diario en español de los Estados Unidos. Se publica en Nueva York y Chicago por el grupo propietario de Chicago Tribune, Los Angeles Times y Newsday, entre otros. Lanzará una nueva edición en marzo en Los Ángeles que, seguramente, coincidirá con el estreno de la edición hispana de la biblia del liberalismo conservador. ☉