

## Carta a nuestros lectores

El repaso que este número de **Chasqui** realiza a la actualidad de la comunicación arranca del fenómeno que ocurre como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías: el apareamiento del periodista digital y el rol que desempeñan los centros de educación superior en su formación académica.

La corrupción, la enfermedad social del planeta, pretende también sentar sus reales en la actividad de la comunicación. La voz de alerta la lanza, desde la columna opinión de **Chasqui**, Jaime López, de la organización Probidad, en la que expone una serie de pistas sobre los mecanismos que se deben aplicar para evitar la peste.

El colombiano Humberto López realiza un descarnado análisis de los errores en que incurrió la administración del presidente Alvaro Uribe, que le condujeron a la derrota en el referendo al que convocó a sus compatriotas el pasado 25 de octubre, cuando, presumiblemente, se hallaba en la "cresta de la ola" de la popularidad.

Manuel Ortiz Marín explica la experiencia mexicana en lo que denomina las "profesiones emergentes para los comunicadores", en tanto que el periodista español Rafael Jiménez Claudín, desde la óptica de "Reporteros sin fronteras", se explaya sobre los riesgos de la profesión en un mundo de guerra, terrorismo, abusos e intemperancia. El también español, Alfredo Arceo, pasa revista al manejo de las relaciones públicas por los clubes de fútbol de la península.

Abordamos la temática del cine, desde dos vertientes: la experiencia del cine indígena latinoamericano –por qué no mundial– como estrategia de resistencia cultural y la reciente desaparición de cuatro figuras emblemáticas del celuloide mundial y un director controvertido, y del aporte que dieron para construir el apasionante séptimo arte.

El fenómeno latino en el mercado norteamericano se expresa en su colorida música, para la que se ha creado una edición especial de los premios Grammy. En **Chasqui** abordamos el tema de la música como lo que es: un fenómeno de comunicación que conmueve a multitudes y que se ha convertido en un mercado que mueve millones.

Finalmente, y en el campo de las nuevas tecnologías y la comunicación, se inserta una nota sobre los objetivos que se han trazado para la Cumbre de la Sociedad de la Información, que se cumplirá en Ginebra, Suiza, entre el 10 y el 12 de diciembre.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 84 Diciembre 2003

## Director

Edgar P. Jaramillo S.

## Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

## Consejo Editorial

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

## Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Patricio Zuquilanda,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Ottón Morán R.,  
Ministerio de Educación y Culturas  
Juan Centurión,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos,  
Organización de Estados Americanos  
Gustavo López Ospina,  
Consejero Regional de la UNESCO  
Iván Abad, FENAPE  
Florha Proaño, UNP  
Rodrigo Pineda, AER

## Asistente de Edición

Jorge Aguirre

## Corrección y Estilo

Manuel Mesa

## Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

## Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Telf.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

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

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

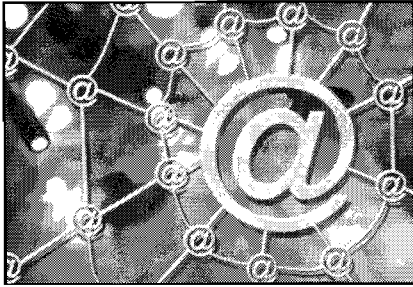
Registro M.I.T., S.P.I. 027

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** **La formación del periodista digital**  
Koldobika Meso Ayerdi

## OPINIÓN

- 12** **La prensa y el combate de prácticas corruptas**  
Jaime López

## ENSAYOS

- 18** **Errores de comunicación del Presidente Uribe en el referendo**  
Humberto López López

- 26** **El fútbol y las relaciones públicas en España**  
Alfredo Arceo

- 34** **México: Profesiones emergentes para los comunicadores**  
Manuel Ortiz Marín

- 44** **La libertad de prensa encarcelada**  
Rafael Jiménez Claudín

### *CINE*

- 50** **Cine indígena y resistencia cultural**  
Antoni Castells i Talens

- 58** **El bueno, el malo, el feo...de aquí a la eternidad**  
Edmundo Rodríguez Castelo

### *MÚSICA*

- 66** **Los Grammy Latino, su meta inicial y su fin comercial**  
Marinés Arroyo

### *INFORMÁTICA*

- 74** **Internet y la sociedad de la información**  
Octavio Islas y Fernando Gutiérrez

### *LENGUAJE*

- 76** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**  
Nueva Colonización  
Juan M. Rodríguez

- 78** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 84** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 90** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

## El periodismo y la libertad social

Carlos Fuentes

Si etimológicamente la palabra "historiador" significa *el testigo*, el que ve lo que pasó, ¿no conviene soberanamente esta raíz del nombre a quienes hoy, más que nadie, ven, atestiguan y relatan: los periodistas?

Ejercer el periodismo es una forma de ejercer la libertad social: el periodista es factor indispensable para que los hombres y las mujeres, bien informados, actúen política, social y personalmente para mejorar su entorno.

Los despotismos políticos, en cambio, despojan a las personas de esa libertad de acción y del doble derecho a informar y ser informados, mediante la destrucción, si ello es necesario, del entorno mismo de la vida.

Éste es el terrible dilema que hoy confrontamos todos, como escritores, como periodistas, como ciudadanos, como personas: cómo defender esa parte esencial de la libertad que es no solo la libertad de información, sino el derecho a la información.

De este doble derecho son privados, consuetudinariamente, los ciudadanos de 43 países, catalogados por Reporteros Sin Fronteras, donde más de un centenar de periodistas siguen en prisión y, a lo largo del año pasado -cito a Fernando Castelló-, 25 periodistas fueron asesinados; 692, detenidos; 1.420 sufrieron amenazas de muerte, y 389 medios de comunicación fueron sometidos a censura.

En nuestra propia América Latina, la más reciente redada de Fidel Castro -78 disidentes condenados a un total de 2.000 años de prisión- incluye a escritores y periodistas libres como Raúl Rivero y Ricardo González -amén de tres ejecuciones sumarias en un país que vulnera el derecho de libre desplazamiento de sus ciudadanos.

Mal contribuye el régimen cubano a concentrar la repulsa mundial al belicismo de Washington, desplazándolo del terreno real de la guerra en Irak al de una invasión hipotética de la isla de Cuba.

La lista de periodistas victimados, más que físicamente, en su dignidad profesional crece cada día.

Phil Smucker, del *Christian Science Monitor*, de Boston y del *Daily Telegraph*, de Londres, fue expulsado de Irak por las autoridades norteamericanas. Su pecado: poner en peligro la guerra mediante reportajes demasiado precisos.

El legendario Peter Arnet fue destituido por la cadena televisiva NBC. Su pecado: expresar un punto de vista profesional opuesto al punto de vista oficial.

Un trío honorable de periodistas españoles -Pachú, Pedro y Jon Andar- declararon ante la imposibilidad de informar verazmente: no somos corderos de un rebaño. No nos callarán. *No nos callarán.*

Qué gran triunfo. Pero qué doloroso triunfo, cuando el corresponsal de la cadena de la televisión ABC tiene que abandonar el frente ante el sesgo informativo impuesto por el comando central de la invasión.

Qué doloroso triunfo, cuando el corresponsal de *The New York Times* en Doha tiene que reprochar la falta de veracidad de las autoridades militares de ocupación.

Qué doloroso triunfo, cuando el corresponsal mexicano de Televisa Joaquín López Dóriga tiene que denunciar la contradicción entre los partes militares optimistas y la cruda realidad de una campaña de costos imprevistos.

Qué doloroso triunfo, cuando dos de los mayores medios de información británicos, la BBC y el diario *The Independent*, denuncian la exclusión de los corresponsales que no siguen la línea oficial de Bush y de Blair.

Y qué razón asiste al filósofo español Eduardo Subirats, cuando afirma que estamos ante un totalitarismo mediático caracterizado por la manipulación a nivel planetario.



En efecto, la consejera de Seguridad Nacional del Gobierno de Washington, Condoleezza Rice, no se mide cuando ataca a lo que llama "la prensa incómoda".

Pero, ¿es otra la misión más inmediata de la prensa: incomodar, quebrantar dogmas, afirmar verdades desagradables? A los periodistas censurados y obstaculizados se añaden, trágicamente, los muertos en el cumplimiento de su deber.

En la guerra de la información, los atacantes necesitan satisfacer auditorios, tranquilizar clientes, amenazar, expulsar a los periodistas veraces y sellar alianzas cómplices con los informadores sumisos. Los atacados, a su vez, se defienden con estudios móviles y antenas auxiliares que suplen la destrucción de los inmuebles televisivos.

Digamos que ni la coalición británico-norteamericana ni el régimen de Bagdad eran dueños de la verdad absoluta.

Lo que importa es que haya más de una versión del conflicto.

Lo excelente es que la credibilidad se haya vuelto más exigente y, en consecuencia, la manipulación sea menor.

Y lo que importa, por sobre todas las cosas, es que, cualquiera que sea la posición de los gobiernos, la opinión pública, en todo el mundo, se está manifestando de manera imponente, masiva, jamás antes vista, movida por su propia inteligencia y por su propia discriminación entre la verdad y la mentira en los medios que la informan.

Que la opinión libre prime sobre la fuerza bruta. ☉

# La formación del periodista

# DIGITAL



**Koldobika Meso Ayerdi** ■

La nueva Era de la Información Digital plantea a los periodistas grandes retos a los que solo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos. Sin embargo, tal y como apunta Díaz Nosty, las facultades de periodismo españolas siguen, en su mayoría, aferradas a unos planes de estudio un tanto desfasados y escasamente dinámicos que no atienden a las demandas actuales del mercado. Recuerda Javier Sánchez Erauskin que los futuros profesionales de la comunicación, llegados a las universidades, se enfrentan de pronto al reto de unos estudios universitarios enmarcados en la tradicional cultura del texto y de la clase magistral. En ese sentido, no extraña que se produzcan desacoples que agudizan el distanciamiento generacional existente entre enseñantes y enseñados.

En 1997, el Ministerio de Educación y Cultura español dio a conocer un informe sobre la calidad de la Universidad, en el que tomaron parte 46 centros públicos y privados y que se basaba en una encuesta a profesores, alumnos y personal de administración y servicios. En el citado informe se señalaba ya la escasa aceptación de la clase magistral, que comportaba una baja participación del alumno en las clases, que se limitaba a mantener una actitud pasiva.

Nos enfrentamos a unos nuevo alumnos con un perfil marcadamente audiovisual, que nos debe llevar a cuestionar un tipo de enseñanza universitaria, claramente, basado en la palabra escrita.

A nuestro entender, es necesario poner el acento sobre este subsanable desajuste y redundamos en la necesidad de formar periodistas preparados, que sepan adaptarse a las exigencias del mercado y que desarrollen una alta capacidad de autodidactismo. Tal y como adelanta Raymond Colle, el profesional de mañana debe formarse constantemente si quiere evitar la obsolescencia de sus conocimientos y la denegación de su quehacer.

La revolución de la información no ha hecho más que empezar. Se avecina un cambio global en nues-

tras vidas, al que nos dirigimos mucho más rápido de lo que puede parecer.

En vísperas del mundo digital puede afirmarse que el periodista del siglo XXI será digital o no será. Tiene ante sí un gran reto y al mismo tiempo una gran oportunidad. Sin embargo, es preciso que el periodista aprenda nuevas reglas. Ser digital se convertirá en un hecho diferenciador, vaticina Carmen Peiró.

El ordenador se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación, en un aliado inseparable de los profesionales de los medios informativos, tal y como señala Virginia Luzón. No bastará, sin embargo, que el periodista sea digital; deberá estar conectado a la Red, se llame Internet o como quieran bautizar los expertos a los canales del ciberespacio.

**Relación amigable con la Red**

Desde la Universidad, como profesores hemos de insistir a nuestros alumnos que se mentalicen de la necesidad de establecer y mantener una relación amigable con la Red para el Periodismo, porque constituirá su aliada en el ejercicio profesional. Les hemos de insistir que lo más importante no es que aprendan el manejo de un determinado programa navegador o el correcto funcionamiento del *chat* o el correo electrónico, sino que entiendan el proceso informativo de forma global y comprendan que han de precisar de unos conocimientos y que sean capaces de desarrollar las habilidades necesarias para estar siempre en permanente autoformación. Asimismo, les hemos de recomendar que se lancen sin miedo al ciberespacio.

Las nuevas asignaturas, relacionadas con el Periodismo en Internet, están pensadas para que los futuros profesionales y los estudiosos de las Ciencias de la Información adquieran un conocimiento básico de la evolución y desarrollo de la información gracias a Internet.

Nos interesa la parcela del Periodismo en Internet por varias razones fundamentales. Primera:

■ Koldobika Meso Ayerdi, español, Profesor Titular de la Universidad del País Vasco  
 ■ Correo-e: pdpmeayk@lg.chu.es

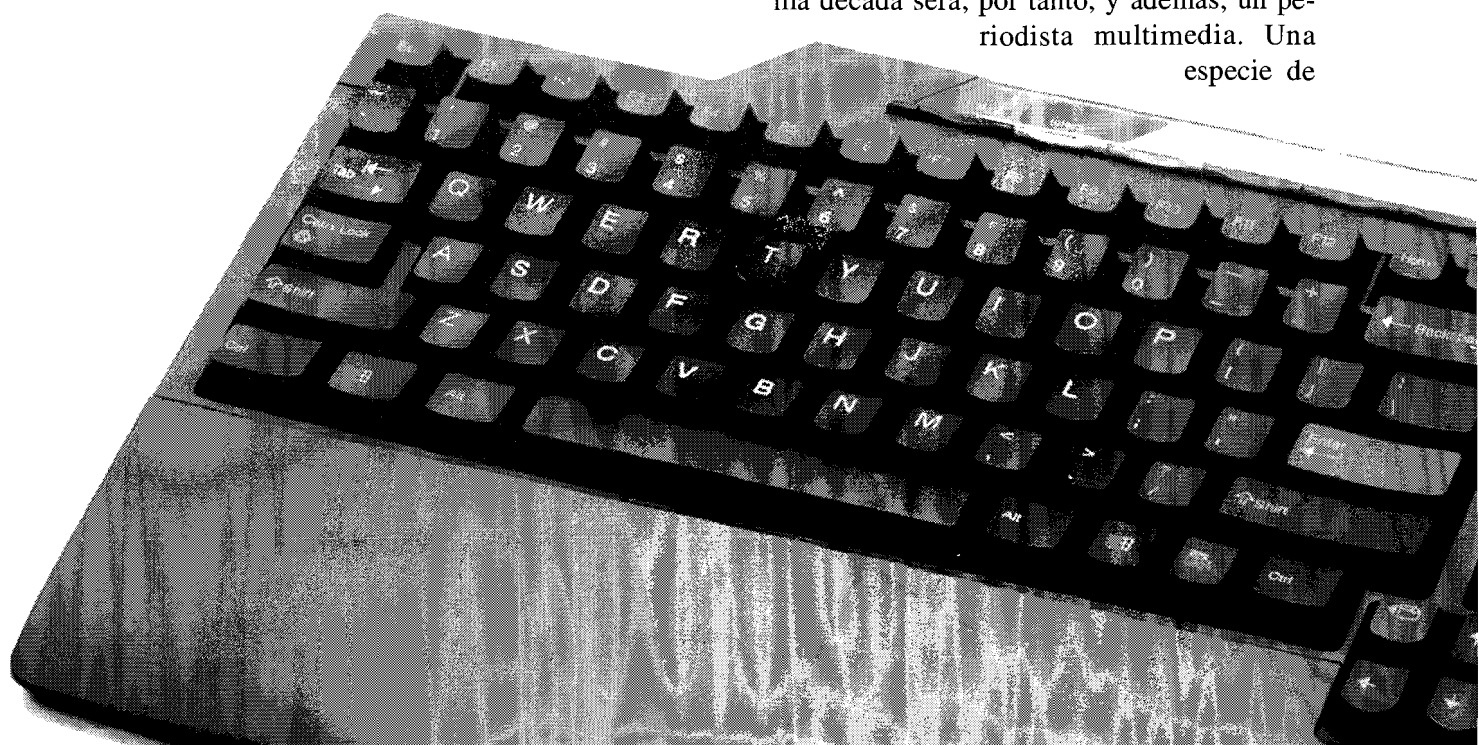
*Internet  
se ha convertido  
en un gigantesco  
quiosco de prensa y  
en una potente base  
de documentación,  
y es solo el principio*

casi todos los inventos tecnológicos han sido superados por otros más potentes y eficaces, salvo la escritura, que sigue siendo el vehículo más importante para la transmisión y almacenamiento de conocimientos. Cambian los soportes pero la letra escrita sigue siendo una herramienta insustituible. Segunda: esta doctrina se ajusta al perfil y objetivos de unas asignaturas que comienzan a impartirse en casi todas las Facultades y Escuelas de Comunicación.

#### **Familiarizarse con las nuevas tecnologías**

Resulta prioritario que los profesionales de los medios y los estudiantes de Periodismo se familiaricen con las nuevas tecnologías y aprendan a moverse por la Red. Tal y como recoge Isabel Fernández Morales, además de escribir bien, resumir y estructurar la información, también tiene que dominar el lenguaje multimedia para crear productos con audio, imágenes y demás recursos que atraigan y fidelicen a los usuarios. Internet se ha convertido en un gigantesco quiosco de prensa y en una potente base de documentación. Y es solo el principio.

Jesús M. Santos recuerda que el oficio periodístico está inmerso en un profundo proceso de transformaciones como consecuencia del advenimiento del periodismo electrónico. El periodista de la próxima década será, por tanto, y además, un periodista multimedia. Una especie de



hombre orquesta, capaz de utilizar imágenes de vídeo en la edición en línea de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio. La única especialidad posible en el Periodismo del futuro será la de saber trabajar en todos los medios y con todos los medios.

Esta multifunción comunicadora refuerza el protagonismo del periodista, del que se demanda una mayor preparación. Ahora más que nunca tendrá que saber a quién recurrir para obtener la información que necesita, deberá ser un experto en expertos, según la feliz acuñación de Ritchie Calder.

Nunca antes se le había exigido tanto a los profesionales de la Comunicación. Cada vez se perfila con más fuerza una característica de la nueva era de la información: la necesidad de la formación continua. Desde ahora todos somos aprendices. Un informe del Grupo de Expertos sobre Aspectos Sociales y Societarios de la Sociedad de la Información (HLG) para la Unión Europea contempla, entre sus conclusiones, la nueva sociedad como una "sociedad del aprendizaje", basada en el saber-hacer y en la sabiduría de las personas, no en la información en las máquinas.

En esta misma idea abunda Mariano Cebrían cuando aboga por la necesidad de generar capacidad de autoaprendizaje. Ya no sirven los parches de las enseñanzas curriculares rígidas, ni los cursos de perfeccionamiento. Las exigencias de la nueva educación son formar a los ciudadanos a aprender a informarse, recuerda Cebrían.

El reto para los periodistas es todavía mayor. El perfil del profesional de la información en los próximos años presenta unos rasgos duros, según las predicciones del estudio realizado por el Grupo Corporación

Multimedia para el Fondo Social Europeo. Autoempleo, desaparición de categorías profesionales y reciclaje permanente fueron algunas de las coordenadas del año 2000 en el sector de la Comunicación. No obstante, dicho informe también apuntaba que la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la televisión ampliarían el número de canales informativos y, por lo tanto, las posibilidades laborales.

Un signo evidente de que las condiciones de trabajo están cambiando radicalmente viene dado por un informe del Colegio de Periodistas de Cataluña, donde se afirma que el 40% de los periodistas catalanes son colaboradores o *freelances*; porcentaje que irá aumentando a medida que nuevos profesionales se incorporen al mercado de trabajo.



En la actualidad, cerca de 30.000 estudiantes abarrotan las facultades españolas de Ciencias de la Información, cifra que duplica el número de periodistas que desarrollan su tarea en nuestro país, amparados por un contrato más o menos estable de trabajo. Algunos autores califican a las facultades de Ciencias de la Información de fábricas de desempleados, dibujando un futuro poco halagüeño.

Antonio Petit, estudioso de la problemática actual de la profesión periodística, destaca los siguientes puntos negros: altísimo índice de desempleo; importantes índices de subcontratación y subempleo; masificación de las facultades; desvertebramiento profesional; y problemas originados por la concentración empresarial y la permanente innovación tecnológica.



Ahora bien, según un Estudio sobre el uso de la Red en los Medios de Comunicación, elaborado por AccesoGroup en colaboración con la firma Deloitte & Touche, durante el tercer trimestre de 2002, el 93% de los periodistas ya consideraba la Red “imprescindible” para su labor profesional diaria. El informe, que encuestó a 616 periodistas de 300 medios de comunicación, revelaba que esos niveles se alcanzaban, fundamentalmente, en Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana.

### **Incertidumbre sobre la capacidad de las facultades**

Gabriel García Márquez, premio Nobel de Literatura y Presidente de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, abordó esta problemática en la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, celebrada en Pasadena (California) en octubre de 1996. El

escritor y periodista colombiano expresó sus dudas sobre la capacidad actual de las escuelas y facultades para preparar, convenientemente, a los profesionales de la Comunicación. Los avances tecnológicos y las nuevas necesidades sociales han provocado que algunos centros educativos se hayan quedado anticuados. Se queja de que el oficio de periodista no ha logrado evolucionar a la misma velocidad que sus instrumentos y de que los periodistas se hayan extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro. Según el Premio Nobel, el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo.

Hace algunos años, Thomas Bethencourt, en su calidad de director del Instituto Oficial de Radio y Televisión, advertía también de las carencias en la formación de los futuros profesionales de lo audiovisual. Según este autor, existía un exceso de especulación teórica, que resaltaba más los conceptos abstractos de la comunicación que el de las necesidades que requerían las empresas audiovisuales.

La necesaria reforma de los planes de estudio de las facultades españolas de Ciencias de la Información se afrontó desde la premisa de que la función básica de dichos centros universitarios es impulsar el desarrollo de la mentalidad y el espíritu científico y, principalmente, formar y preparar a profesionales que vayan a trabajar en la llamada Sociedad de la Información. Obviamente, nada es perfecto, y los planes de estudio actuales –a pesar de haber sido revisados la mayoría de ellos durante la última década– siguen recurriendo a los tradicionales géneros periodísticos, obviando, muchas veces, aquellas materias que más tienen en cuen-

*Se avecina  
un cambio global  
en nuestras vidas  
al que nos dirigimos  
más rápidamente  
de lo que pueda parecer*

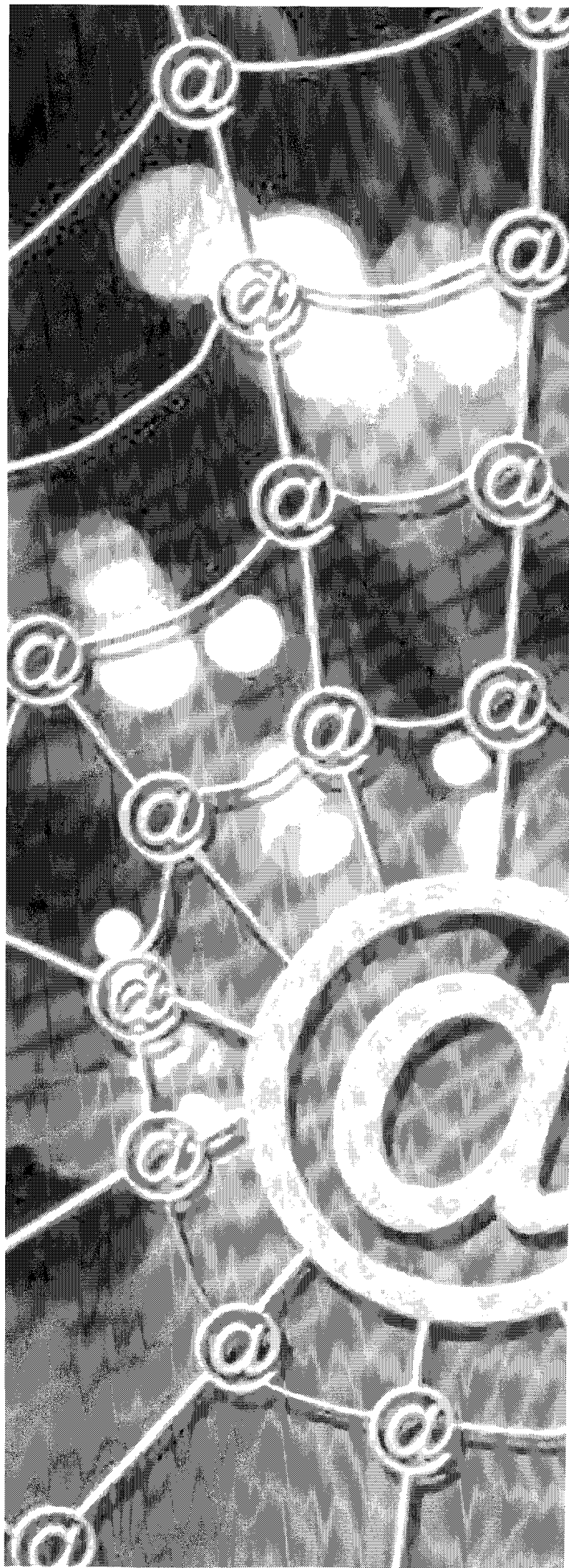


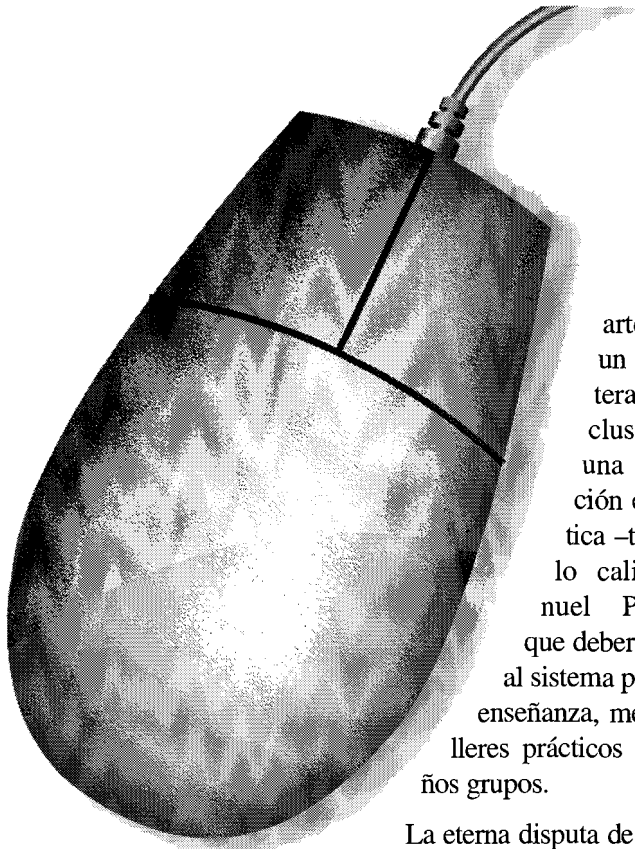


***El periodista  
deberá estar  
conectado a la Red,  
se llame Internet  
o como quieran  
bautizar los expertos  
a los canales  
del ciberespacio***

ta las expectativas profesionales que se adivinan en el horizonte inmediato. Tal y como denuncia Pedro Manuel Moreno, nos encontramos ante unos planes de estudio carentes de actualización en sus contenidos, en la didáctica y conocimiento de sus profesores, y en sus recursos de aprendizaje. Como todo, podrían ser modificados, o adaptados, para, de esa manera, asumir los cambios de este futuro que ya está a las puertas.

Han pasado más de veinticinco años desde la creación de las primeras facultades de Ciencias de la Información y todavía hay periodistas que discuten la bondad y necesidad de su existencia; incluso constituyeron puntos neurálgicos de la crítica y el menosprecio de los que no compartían su creación. Se creía entonces, recuerda Manuel Piedrahita, que al periodista le bastaba con imaginación y pluma para desenvolverse. Para algunos compañeros de profesión, como el mencionado García Márquez, cuando hace 50 años no existían las escuelas de Periodismo, el oficio se aprendía en las propias redacciones de los periódicos. La posterior aparición de las Escuelas de Periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico, recuerda García Márquez. Se entiende, desde esta visión, la Comunicación como





arte, como un género literario e incluso como una ramificación de la política –tal y como lo califica Manuel Piedrahita– que debería retornar al sistema primario de enseñanza, mediante talleres prácticos en pequeños grupos.

La eterna disputa de si nos hallamos ante una ciencia o un arte, de si el Periodismo –y el Periodismo en Internet– merece estar entre las altas disciplinas, si puede ser estudiado aplicando métodos y criterios científicos, y si puede ser enseñado rescatando para el aprendizaje el espíritu de las experiencias históricas, como reivindica García Márquez, es una cuestión que debe darse por definitivamente superada, si bien no ha desaparecido totalmente. Teniendo en cuenta la proliferación de facultades de Ciencias de la Comunicación, afirmamos que, en efecto, podemos considerarlo una disciplina académica en toda regla. La Comunicación es el fenómeno (también el negocio) más importante de estos inicios del siglo XXI. El ejemplo de Bill Gates resulta clarificador. El dueño de Microsoft es uno de los hombres más ricos del planeta, gracias al rendimiento que le saca a la venta de información.

El panorama empresarial tampoco es diferente. La mayoría de las grandes empresas periodísticas españolas no parece fiarse en exceso de la formación que reciben los alumnos. Por ello, ha volcado sus esfuerzos en la puesta en marcha de centros formativos propios, en algunos casos con el apoyo de instituciones universitarias y en ocasiones exigibles como paso previo a sus futuras incorporaciones.

Es imprescindible, por lo tanto, que las Facultades de Periodismo –la de la Universidad del País Vasco va por ese camino– dirijan constantemente su mirada a la profesión y estén atentas a todas las innovaciones tecnológicas que puedan modificar las condiciones y

efectos sociales del proceso comunicativo. La recomendación tiene la misma validez en sentido inverso: el periodista, una vez obtenido su título académico, no debe volver la espalda a la Universidad –la mayoría de los conocimientos adquiridos tiene una temprana fecha de caducidad–; de lo contrario, corre el riesgo de convertirse pronto en un cadáver profesional.

### **Modelos de formación**

El reciente fenómeno del Periodismo en Internet ha comenzado a obtener respuesta, tanto investigadora como docente. A lo largo y ancho de la geografía española se levantan cada vez más facultades y escuelas con programas que contemplan la enseñanza de la prensa para el nuevo entorno digital. El primer paso lo dio la Universidad de Navarra, en 1994, con el establecimiento del Laboratorio de Comunicación Multimedia y la puesta en marcha de la primera asignatura sobre periodismo e Internet. Desde entonces, muchas facultades han ido incorporando a sus licenciaturas y postgrados estudios sobre periodismo digital. Paralelamente, han comenzado a publicarse los primeros manuales y referencias bibliográficas obligatorias sobre el tema y a culminarse las primeras investigaciones doctorales.

Llegados a este punto, un primer análisis sobre los modelos de formación que se han instaurado para el estudio de esta nueva doctrina del Periodismo posibilita a Ramón Salaverría establecer dos grandes modelos: aquel por el que hasta ahora parece haberse apostado con más fuerza y que cabría especificar como el de la formación de periodistas para los nuevos medios digitales y, por otro lado, el modelo, menos desarrollado aún, de formación de periodistas para la era digital.

***La revolución  
de la información  
no ha hecho  
más que empezar***

Aunque en principio su semejanza pueda llevarnos al equívoco, en el fondo tienen rasgos bien distintos. Ambos hacen referencia a nociones bien distintas de lo que supone la revolución de las comunicaciones digitales. En el primer caso, la enseñanza comprende, según Salaverría, un proceso de capacitación instrumental desintegrado de la formación para otros medios tradicionales; se busca que el futuro periodista sea capaz de responder a las nuevas exigencias del nuevo medio digital. Esto se traduce en enseñanzas de tipo, exclusivamente, técnico; es decir, tareas muy alejadas del ejercicio tradicional periodístico.

En cambio, en el caso de la formación de periodistas para la era digital, lo que se pretende es integrar el empleo de los recursos digitales como una parte inherente a la práctica periodística. Se aspira a formar profesionales versátiles, volcados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades que propician los recursos digitales. No cabe la menor duda de que este segundo modelo es el más deseable y el que, más tarde o más temprano —toda vez que se acabe con las reticencias de cierta parte del mundo académico—, terminará por imponerse.

Pero el desacertado modelo de enseñanza del que adolecen en la actualidad nuestras facultades no es solo achacable a las mismas, sino también a las empresas periodísticas. Y es que éstas, aún hoy en día, demandan, principalmente, técnicos en informática, diseñadores de páginas web, y apenas muestran interés por contar, en sus plantillas, con periodistas que elaboren contenidos específicos para la Red. Pero aún hay más, ya que tampoco invierten en formar a sus propios periodistas en el manejo de Internet como una herramienta nueva de trabajo y como un nuevo soporte. Como consecuencia de ello, asistimos a una mayor presencia de personal técnico en labores de naturaleza puramente periodística y, sobre todo, tal y como recuerda Salaverría, se ha creado una dicotomía entre los periodistas tradicionales y aquellos que están configurando la prensa digital del futuro. ❁

## *La era digital plantea a los periodistas grandes retos a los que solo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos*



# La prensa y el combate de prácticas corruptas

**Jaime López** ■

Pocos se atreven a poner en duda el determinante papel que tiene la prensa para la prevención y combate de las prácticas corruptas en América Latina. El caso del periodista nicaragüense Jorge Loáisiga es un buen ejemplo de tal afirmación. Arnoldo Alemán, ex-presidente de ese país, se encuentra bajo arresto domiciliario mientras transcurren los juicios en su contra por los delitos de lavado de dinero, malversación de caudales públicos, peculado, fraude al Estado y asociación para delinquir, entre otros. Y fue, precisamente, Loáisiga quien inició las investigaciones desde La Prensa de Managua, de la corrupción del en ese entonces presidente Alemán y de su director de Ingresos, Byron Jerez, con el caso

conocido como los "checazos". Su labor fue reconocida durante el presente año por las organizaciones Transparencia Internacional (TI) y el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) como la "Mejor Investigación Periodística en un Caso de Corrupción".

Al igual que Alemán, otros mandatarios han quedado expuestos, en sus prácticas de corrupción, gracias a la labor de periodistas que no se quedaron con las declaraciones oficiales y decidieron escarbar las interioridades del poder. Como ejemplos pueden citarse las investigaciones de El Clarín sobre las cuentas bancarias en Suiza de Carlos Menem y familiares cercanos, las publicaciones de La Nación, de Costa Rica, sobre los fondos ilegales de campaña que recibió el actual presidente de ese país Abel Pacheco, o las cuentas secretas en Panamá del presidente Portillo y otros altos funcionarios del gobierno guatemalteco, descubiertas por los periódicos Siglo XXI (Guatemala) y La Prensa (Panamá).

■ **Jaime López**, salvadoreño, Director de la organización anticorrupción PROBIDAD  
Correo-e: jalopez@probidad.org

### Corrupción en el periodismo

Sin embargo, no podemos ser ingenuos y pensar que todos los medios de prensa siguen una conducta ejemplar, como ocurrió en los casos citados anteriormente. Qué pasa con la prensa que investiga hechos de corrupción con el único fin de desacreditar a los gobiernos de turno y que luego guarda silencio cuando otros partidos políticos, que le son afines, toman el poder. O peor aún, el caso de los dueños de medios y periodistas que ocupan los casos de corrupción para chantajear a los grupos políticos o empresariales, o los que se alinean al discurso oficial y terminan convirtiéndose en medios de propaganda.

Como veremos a lo largo de este artículo, hay señales preocupantes sobre la corrupción que existe dentro de los medios de comunicación. Una corrupción en ocasiones más sofisticada, donde la censura y el encubrimiento son mucho más efectivos, y de la que aún es un tabú hablar.

El 11 de febrero de 2003, los salvadoreños quedaron sorprendidos al ver el titular del matutino El Diario de Hoy, en el que se advertían que narcotraficantes manejaban el negocio de la recolección de basura en el área metropolitana de la ciudad capital. Eran momentos electorales y las encuestas favorecían a los candidatos de la izquierda, para los municipios de San Salvador. Obviamente, las publicaciones del citado periódico (conocido por ser el más conservador de ese país), que alcanzaron casi el me-

**Hay señales preocupantes sobre la corrupción que existe dentro de los medios de comunicación, en ocasiones más sofisticada, donde la censura y el encubrimiento son mucho más efectivos y de los que aún es un tabú hablar**

**¿Qué pasa con  
la prensa que  
investiga hechos  
de corrupción  
para desacreditar  
gobiernos de  
turno y que  
guarda silencio  
cuando partidos  
que le son afines  
toman el poder?**

dio centenar de artículos, tenían un propósito: desacreditar a dichos candidatos, quienes fueron los que trajeron a CINTEC, la empresa canadiense que maneja los desechos sólidos.

Inmediatamente CINTEC amenazó con procesar penalmente a los periodistas que habían firmado las notas en cuestión. En la organización a la que pertenezco se tiene, por principio, oposición al uso de medidas penales para sancionar agravios contra el honor, en el caso de asuntos públicos. Consecuentemente, se salió en defensa de los periodistas que podrían ser procesados, aún cuando sabíamos que había existido una manipulación de la información, lo cual dejamos asentado.

Dos semanas después preparamos un análisis del rigor informativo de las noticias en cuestión y logramos establecer que no había sustento para las vinculaciones que El Diario de Hoy había hecho de CINTEC con narcotraficantes, sin embargo el daño estaba hecho. No para CINTEC precisamente, que sí está involucrada en otro tipo de irregularidades y que hasta la fecha se resiste a hacer pública la información sobre sus transacciones financieras, sino para el periodismo: se constató una vez más el atropello con que se manejan las líneas informativas de los medios.

Seguramente, los lectores, al leer los párrafos anteriores, asociarán el caso descrito con lo que ocurre en sus países. La vinculación de los grandes medios de comunicación con los sectores de poder (de cualquier ideología o tendencia política) y la contaminación que eso produce en sus contenidos informativos es una práctica de corrupción, en la medida que de tal distorsión se buscan obtener beneficios ilegítimos.

#### **La prensa hondureña**

En Honduras el problema es extremo, no porque la corrupción en la prensa sea mayor, sino porque es mucho más evidente que en otros países y se practica con grados altos de cinismo. Ésta se da a todo nivel y de manera muy abierta. Los dueños ocupan los medios para favorecer sus negocios y muchos periodistas se dedican a conseguir prebendas del gobierno o de los grupos empresariales. En Honduras es muy normal que los mismos periodistas sean los encargados de conseguir publicidad para sus medios, particularmente en la radio que es el medio más influyente, y esto lo logran a base de intercambio de favores o chantajes.

El periódico El Heraldito es propiedad de Jorge Canahuati, quien dependiendo de las circunstancias se vincula con el partido Nacional o el Liberal (los

principales institutos políticos de Honduras). Durante el último tramo de la presidencia de Carlos Flores (su mandato concluyó el enero de 2002), cedió a las presiones del gobierno y llevó a cabo una limpieza de sus salas de redacción, despidiendo a más de una docena de periodistas críticos. Jaime Rosenthal Oliva es el propietario del diario Tiempo y del canal 11. En tres ocasiones ha sido aspirante a la presidencia de la República. La Tribuna es propiedad del ahora ex-presidente Carlos Flores. Y los canales 3, 5 y 7 son propiedad del magnate Rafael Ferrari. Estos son los principales dueños de medios de comunicación en Honduras, y todos ellos los usan, abiertamente, como instrumentos de presión para ganar contratos o regulaciones más blandas del Estado o para satisfacer sus aspiraciones políticas.

Con respecto a los periodistas corruptos, el Comité por la Libre Expresión, en septiembre de 2002 advirtió que en Honduras "un amplio grupo de la prensa se da incluso el lujo de sostener lo que se denomina como 'cumbres de la corrupción', entrenando a los que ingresan sobre las formas de negociar y mercadear una noticia. Ellos son del criterio que de nada sirve que un comunicador tenga fama y éxito, si no tiene dinero."

### **Intimando con el poder**

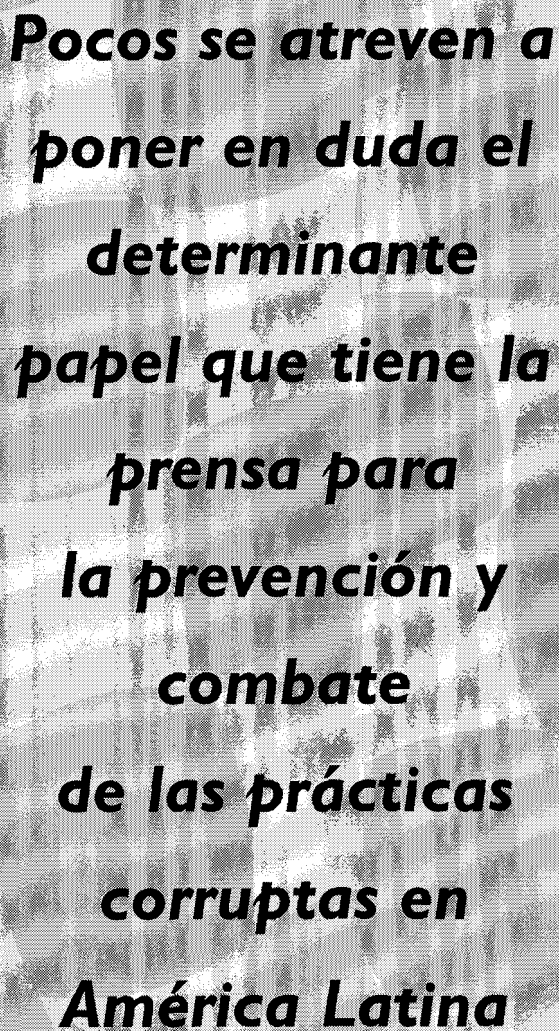
En octubre de 2003 una nota, sin mayor llamativo, apareció en una de las esquinas de la sección de negocios de uno de los matutinos salvadoreños. El Grupo Real, propietario de hoteles en Centroamérica, México y los Estados Unidos, anunciaba la creación de su "Club de Periodistas". La empresa ofrece, a quienes entren a formar parte de ese club, el 50% de descuento en el costo de las habitaciones y un 20% en los consumos realizados en sus bares y restaurantes.

Uno de los principales propietarios del Grupo Real es Ricardo Poma, uno de los hombres más ricos de Centroamérica, importante financista de

campañas electorales, amigo personal de los presidentes de El Salvador, Francisco Flores, y Ricardo Maduro de Honduras, y a quien los medios de comunicación locales muestran como un hombre virtuoso y emprendedor. A pesar de que por años ha habido señalamientos contra la familia Poma, principalmente sobre ilegalidades cometidas por sus empresas constructoras y daños realizados a áreas de protección ambiental, y han sido los mismos medios de comunicación los que se han encargado de ahogar a los denunciantes.



**Los medios  
de comunicación  
deben obligarse,  
estrictamente,  
a respetar  
el derecho  
a la réplica**



**Pocos se atreven a  
poner en duda el  
determinante  
papel que tiene la  
prensa para  
la prevención y  
combate  
de las prácticas  
corruptas en  
América Latina**

Este es un ejemplo de relaciones comprometidas entre la prensa y el poder. Primero por la importante fuente de recursos que significan los anuncios de los grupos Real, Roble y otros propiedad de la familia Poma, y ahora con una modalidad más sofisticada: clubes de privilegios para periodistas.

En forma similar, muchos periodistas dañan su ejercicio aceptando viajes u obsequios pagados por los gobiernos o las grandes empresas. Aunque varios de ellos sostienen que eso no compromete su independencia, pero basta leer las notas que escriben para que sus argumentos queden derribados.

#### **La transparencia de la prensa**

Sin duda el debate sobre la corrupción en el periodismo aún no está abierto definitivamente. Como sucede con los gobiernos, la prensa también debe mostrar y exigirse a sí misma transparencia, concepto que a su vez todavía resulta demasiado difuso.

A raíz de la censura de un programa de televisión en El Salvador y que, afortunadamente, quedó al descubierto por la denuncia que hizo el mismo presentador, en nuestra organización nos adentramos a analizar las causas y condiciones que favorecieron tal hecho. Se trató de un programa de entrevistas pregrabado, en el que el ahora candidato presidencial de la izquierda, Shafick Handal, perdió el control de su carácter y agredió verbalmente al público presente. Según el presentador, Handal le pidió que no transmitiera el programa y ante su negativa se dirigió al director del canal con la misma petición. Este último, efectivamente, procedió a suspender la transmisión del programa, aduciendo deficiencias técnicas en la preparación del mismo. Después de eso vinieron reclamos e intensos debates del público y la junta directiva de la televisora, finalmente, accedió a transmitir el programa una semana después.



Entre los hallazgos y recomendaciones que hicimos sobre este caso, y que pueden ser retomadas como insumos sobre lo que deben ser medidas de transparencia en los medios, se encuentran:

Las líneas editoriales de los medios muchas veces no existen más que en el imaginario de los editores o dueños de los medios. Se carece de criterios claros y establecidos sobre la forma en que deben construirse y estructurarse los contenidos informativos, no hay requerimientos sobre la selección y tratamiento de las fuentes y no se delimitan con precisión las responsabilidades que corresponden a los integrantes de las salas de redacción, por las desviaciones o irregularidades que puedan ocurrir. Esta situación permite un manejo sumamente discrecional y hasta arbitrario de los contenidos informativos.

No existen adecuados mecanismos para la resolución de conflictos, en relación a los formatos y contenidos informativos. Normalmente se imponen prácticas autoritarias dentro de los medios, y éstas, tarde o temprano, terminan atropellando los criterios técnicos. Esto, con el agravante de que cuando surgen estos conflictos, la tendencia es a ocultarlos del conocimiento público.

Los contratos laborales de periodistas no contemplan cláusulas de conciencia o si las hay, éstas no siempre son respetadas. Esto se refiere a los derechos de objetar los contenidos informativos y la libertad de hacer públicas tales objeciones, el negarse a participar en la elaboración de informaciones que los periodistas consideren incompatibles con sus principios éticos, o en casos extremos el derecho a rescindir su relación laboral con el medio por esas mismas razones, sin perder beneficios adquiridos como las indemnizaciones. El irrespeto de estos derechos conduce

a relaciones laborales transgresoras dentro de los medios, que terminan afectando los contenidos informativos.

Es necesario que los lectores o las audiencias conozcan la identidad y el aporte que hacen a las finanzas de los medios de comunicación los principales anunciantes. Esto no es solo una condición básica de transparencia, sino puede ayudar a los mismos medios a resistir las presiones de sus anunciantes, en la medida en la que las relaciones que se sostienen con éstos estén expuestas ante el público.

Los medios de comunicación deben obligarse estrictamente a respetar el derecho a la réplica. Esto no solo tutela los derechos de quienes, eventualmente, sean afectados por informaciones no fundamentadas, sino que garantiza a los lectores o audiencias que están recibiendo información íntegra y equitativa.

Pueden haber muchas medidas más de transparencia en la prensa. Las anteriores solo buscan dar un ejemplo e incitar al debate sobre el tema. Se trata de medidas que los medios deben adoptar por voluntad propia, para garantizar, efectivamente, su libertad e independencia. ●

### Más información en Internet

<http://www.icfj.org/libertad-prensa/ipys-articlelink.html>  
<http://www.revistaprobidad.info/022/007.html>  
<http://www.probidad-sv.org/libexp/casos/2003/002.html>  
<http://www.probidad-sv.org/resumenes/2003/0222.html>  
<http://probidad.org/honduras/libexp/2002/002.html>  
<http://www.gruporeal.com>  
<http://www.probidad-sv.org/libexp/casos/2003/008.html>

# *Errores de comunicación del Presidente Uribe en el referendo*



*C*ausó sorpresa en todas América Latina la derrota del Presidente colombiano Alvaro Uribe Velez en su referendo. Siendo **Chasqui** una revista de comunicación y no de política, en el artículo siguiente se analizan los errores que el Presidente colombiano cometió en el manejo estratégico de la comunicación, dejando para otros medios el análisis de sus implicaciones políticas. Humberto López nos hace un conciso análisis de los errores cometidos respecto al mensaje, a la estrategia de medios y selección del elemento humano encargado de lograr una respuesta favorable.

Humberto López López <sup>■</sup>

**D**esde mucho antes de ser propuesto, el referendo en Colombia estaba derrotado.

Era una colcha de retazos surgida del proceso de comisiones y plenarias que la Constitución exige a cada proyecto para que sea Ley en Colombia. La propuesta inicial del Gobierno, que tenía alguna coherencia, terminó siendo un galimatías, inentendible, ingrato, anti-social, cargado de tinieblas.

Con el agravante de que en la historia política del país no existían antecedentes sobre referendo. En 1957 hubo plebiscito por única vez.

Agreguemos a lo anterior que todos los medios de información coincidieron en advertir que el referendo del 25 de octubre era además un plebiscito sobre el Presidente Uribe y su Gobierno, lo cual le cambió el color y el sabor.

Y otro error garrafal: el Presidente mismo pidió que se votara un día antes de las elecciones para gobernadores, alcaldes, diputados y concejales, lo cual hizo que los políticos concentraran su esfuerzo en las elecciones del 26 de octubre y poco en las del 25.

¿Saldrá un pueblo pobre a gastar dos días en transporte urbano para ir a votar?

¡Por favor!

¿Va la gente, que conoce las necesidades del día al día, a votar para que a miles de empleados públicos, que ganen dos salarios mínimos, les congelen sus salarios? ¿O que a unos pobres jubilados les recorten su pensión?

¿O que a los empleados de las Contralorías los echen a la calle porque se suprimen dichas Contralorías? ¡Por favor!

*En la votación  
del 25 se olvidaron  
las técnicas  
de la propaganda,  
los principios  
de la comunicación,  
los medios alternativos,  
los cambios que ha  
sufrido la estructura  
social y política*

■ Humberto López López, colombiano, profesor universitario, fundador del diario El Mundo de Medellín, escritor en temas de Relaciones Públicas y Comunicación.

■ Correo-e: <dhlopez@epm.net.co>



## *La propuesta del Gobierno terminó siendo un galimatías, inintendible, ingrato, anti-social, cargado de tinieblas*

### **Errores de estrategia**

La Presidencia de la República promovió la creación de un ejército de voluntarios que, bajo el membrete de “Colombianos por el Referendo”, montó oficinas en cada ciudad.

La mayoría era gente joven, de buena voluntad, visceralmente uribistas.

Trabajaron más por apoyar al Presidente que por la convicción del producto que promovían.

Un político desconceptualizado, como Humberto de la Calle, fue designado gran líder.

La estrategia publicitaria se volcó a los grandes medios y dejó por puertas a medios alternativos, precisamente los que llegaban a los núcleos con menor capacidad para entender el intrincado articulado de las 15 propuestas.

Se editaron miles de folletos, cuya distribución se hizo incluyéndolos en los grandes diarios y utilizando distribuidores poco familiarizados con la estructura de las grandes ciudades.



Con el Ministro de Defensa, Jorge Uribe Echavarría

Esto hizo que por, ejemplo, en mi casa se recibieran siete ejemplares del mismo folleto por diferentes vías.

Los mensajes fueron abundantes, pero ininteligibles. Y cuando alguien se acercaba a Colombianos por el Referendo a dar una iniciativa sensata, era recibido con displicencia y a veces hasta con agresividad.

Con seguridad: no ha habido en Colombia una votación más costosa que la del 25 de octubre.

Nadie se atreve a sugerir cifras. El Gobierno puso un montón. La Registraduría Electoral, otro. El sector privado, varios montones.

Para los comunicadores vinculados al propósito no fue tarea fácil seleccionar el mensaje que causara una motivación real y perdurable, que moviera a votar.

Lo más claro y concreto era que el referendo buscaba combatir a los corruptos y generar transparencia.

Pero cuando se hurgaba en la forma de combatir a los corruptos, se encontraba con que el objetivo eran los políticos congresistas, que habían aprobado

el texto que conformaba el referendo, y los empleados públicos que atentaran contra el patrimonio nacional. Pero a renglón seguido, y por razones fiscales, se proponía suprimir las Contralorías, entes creados por la Ley, precisamente, para controlar los actos ilícitos en la administración pública.

Por ello el mensaje principal se desmoronaba ante el texto referenciado.

### **No hubo comunicación**

Es fácil admitir que Colombianos por el Referendo no hizo comunicación. Editó folletos, instaló pasacalles, pasó comerciales de radio y televisión, pero no logró el nivel de persuasión que es objetivo fundamental en la comunicación.

Cayó en la trampa del medio masivo.

Es ya un axioma: los medios masivos informan, no comunican.

Votar es un acto racional que nace de la convicción. Ya no hay voto por disciplina, ni por simpatía, ni por conmiseración.



Con el Ministro de Defensa y el jefe militar, General Jorge Ospina

***Asesores  
de comunicaciones,  
expertos en publicidad  
tiraron al seductor  
gobernante  
a la sobre - exposición***

### **La agonía del Presidente**

Seis semanas antes del 25 de octubre, al Presidente Uribe le pasaron el reporte de que el referendo podía ser derrotado.

32.000 maestros escribieron millones de cartas, que cada maestro debía entregar a sus alumnos para que estos las llevaran a sus padres. Era una carta "maestra". Sin amenazar sugerían que la aprobación del referendo entrañaría un grave deterioro a la educación y una injusticia al maestro y jubilados docentes.

Por su parte, 120.000 empleados públicos agitaban sus barrios con mensajes similares, al tiempo que los de las Contralorías anunciaban el crecimiento del desempleo.

Mientras tanto, los ministros y los congresistas guardaban un maquiavélico silencio.

Uribe, que es un buen caballista, montó en cólera y dio órdenes perentorias: suspendan el Gobierno, salgan a hacer conferencias, discursos, reportajes, ruedas de prensa, etc.

Y la orden puede que hubiese dado resultados. Pero es que en Colombia poco se le cree al actual Gabinete del Presidente.

*Uribe, que es  
un buen caballista,  
montó en cólera y  
dio órdenes perentorias*

Si no es él quien habla....

Y entonces cayó en una tercera trampa: sus asesores de comunicaciones, expertos en publicidad y en periodismo, pero escasos en la medición de consecuencias por desconocimiento del receptor, y creyendo que la votación del 25 de octubre era igual a la votación para elegir presidente, tiraron al seductor gobernante a la sobre - exposición.

Toda llamada telefónica que usted hiciera encontraba la voz de Uribe que rogaba por su voto.



El "a usted lo necesito" de Uribe no tuvo respuesta



"Colombianos por el referendo" fue el slogan de la consulta

No hubo reunión a la que no concurriera. No hubo oportunidad de prensa que no aprovechara. Los asesores llamaban a las cadenas radiales para ofrecer al Presidente y hasta lo dejaron que cayera en la Casa del Gran Hermano, un reality mediocre y cuestionado nacionalmente, en donde el ilustre mandatario fue manoseado por actrices y actores en busca de reconocimiento.

Como si fuera poco, uno de los hijos del mandatario fue enviado al reality de la competencia para que terciara.

Esto le dejó a la gente la sensación de que el Presidente estaba con pánico y solo.

A los colombianos nos gustan los que van perdiendo. Basta ir a un estadio de fútbol para ver los cambios de las hichadas.



Faltaba la cuarta trampa: la amenaza.

Tanto Uribe como su ministro Londoño Hoyos cambiaron el mensaje.

El mandatario dijo que no aprobar el referendo era mandar el país al caos. Y el inteligente ministro anunció que si no se aprobaba el referendo, todo lo allí consignado se impondría mediante leyes y decretos.

El 24 de octubre en la noche, el país ya sabía el resultado de las urnas .

### **Las conclusiones**

En la votación del 25 se olvidaron las técnicas de la propaganda, los principios de la comunicación, los medios alternativos, los cambios que ha sufrido la estructura social y política.

Los asesores se olvidaron del “face to face” de las relaciones públicas y el “one to one” del mercadeo. Y no era posible hacerlo porque no hubo identificación de receptores. La masa fue el elemento objetivo.

Hubo mucha información pero sin calidad. Con el referendo perdieron los grandes medios. Los diarios de mayor circulación fueron incapaces de movilizar a sus lectores. Igual les pasó a las cadenas radiales y a los grandes canales de televisión. Preocupante.

*Los diarios  
de mayor circulación  
fueron incapaces  
de movilizar  
a sus lectores*



**En la Casa Blanca**





Con el presidente ecuatoriano, Lucio Gutiérrez

Perdieron los gremios de la economía. Y no solo dinero, sino que de pronto se encontraron con que carecen de influencia sobre sus afiliados.

Ganó la izquierda socialista, que abogó desde siempre por la abstención.

Ganaron los maestros, los obreros petroleros, los judiciales, los empleados públicos. Ganó la dirección del partido Liberal con su convocatoria a no votar.

Y el gran perdedor fue el Presidente Uribe. No se merecía la derrota.

Había luchado intensamente, en un esfuerzo formidable pero equivocado.

Y se encargó de agravar la dimensión del daño, con su silencio de cinco días después de la votación, cuando la gente quería oírlo.

Hoy Uribe debe estar muy cercano al 80 por ciento en el respaldo popular.

Los colombianos apoyamos su decisión, su entrega, su compromiso con el país, con sus promesas electorales. La lección del 25 de octubre él la sabrá asimilar con creces.

Es bueno que el lector sepa que yo voté el referendo siete veces sí y ocho veces no. Lo hice después de seis horas de estudio con una Constitución en la mano. ¡Y soy abogado! ☺

#### Referencias en Internet

- [www.rebellion.org/plancolombia/031027uribe.htm](http://www.rebellion.org/plancolombia/031027uribe.htm)
- [www.rnw.nl/informarn/html/acc031027\\_colombia\\_referendo.html](http://www.rnw.nl/informarn/html/acc031027_colombia_referendo.html)
- [www.alcaabajo.cu/sitio/lasamericas/colombia\\_referendo\\_de\\_uribe\\_281003.htm](http://www.alcaabajo.cu/sitio/lasamericas/colombia_referendo_de_uribe_281003.htm)
- [www.union-network.org/uniamericas.nsf/colombia?openpage](http://www.union-network.org/uniamericas.nsf/colombia?openpage)
- [www.mural.com/internacional/articulo/314503/](http://www.mural.com/internacional/articulo/314503/)
- [www.elsiglodetorreon.com.mx/start/nID/44918/](http://www.elsiglodetorreon.com.mx/start/nID/44918/)
- [www.presidencia.gov.co/cne/2003/](http://www.presidencia.gov.co/cne/2003/)
- [www.cajpe.org.pe/informa/infand.htm](http://www.cajpe.org.pe/informa/infand.htm)
- [www.rnw.nl/informarn/html/acc031024\\_huelgaitalia.html](http://www.rnw.nl/informarn/html/acc031024_huelgaitalia.html)

# El fútbol

y las relaciones públicas en España



Alfredo Arceo ■

*No existe  
investigación  
en el proceso  
de creación  
y ejecución  
de estrategias  
de relaciones  
públicas*

Parece que el concepto contemporáneo de relaciones públicas no ha calado, ni como dominio intelectual, ni como solución a problemas concretos, en un sector que produce tantos beneficios económicos e implicaciones sociales: el fútbol.

En 2001, desde la Universidad Complutense de Madrid dirigí un estudio acerca de los departamentos de comunicación/relaciones públicas (C/RR.PP.) de los clubes de fútbol de la primera división española (una muestra representativa formada por Real Madrid, Barcelona, Valencia, Athletic de Bilbao, Deportivo de la Coruña, Mallorca, Villarreal, Zaragoza, Rayo Vallecano y también la Liga de Fútbol Profesional). Las principales conclusiones de la investigación no son muy halagüeñas en cuanto a las constantes vitales de la relación entre el fútbol y las relaciones públicas. De las consultas realizadas, se deduce que estas organizaciones operan desde los modelos unidireccionales descritos por Grunig y Hunt, esto es, entre el de la información pública y el del agente de prensa/*publicity* (caracterizados ambos por la falta de investigación a la hora de planificar y gestionar programas y campañas de relaciones públicas).

Como demuestran las encuestas, los equipos de la primera división de fútbol en España parecen tener una estructura departamental en C/RR.PP. que, según las aportaciones de Larissa Grunig y David Dozier, estaría a caballo entre la tradicional o artesana (escaso número de profesionales con bajo conocimiento de relaciones públicas) y la mecánica (gran número de profesionales con baja complejidad a la hora de diseñar estrategias de relaciones públicas, teniendo en cuenta que la complejidad es directamente proporcional al grado de cualificación de los profesionales).

En un reciente estudio realizado por Yungwook Kim se confirman tres hipótesis con proporciones estadísticas significativas: la positiva relación

# *Cuando la inversión en relaciones públicas se incrementa pueden esperarse efectos positivos*

causal entre las inversiones en relaciones públicas y la reputación de la institución (cuando la inversión en relaciones públicas se incrementa, pueden esperarse efectos positivos sobre la reputación de la compañía); la positiva relación causal entre la reputación de la compañía y los ingresos en la misma (a mejor reputación de la institución ante sus públicos, mayores beneficios económicos se registrarán); y, por tanto, la relación indirecta entre la inversión de relaciones públicas y los ingresos de la compañía.

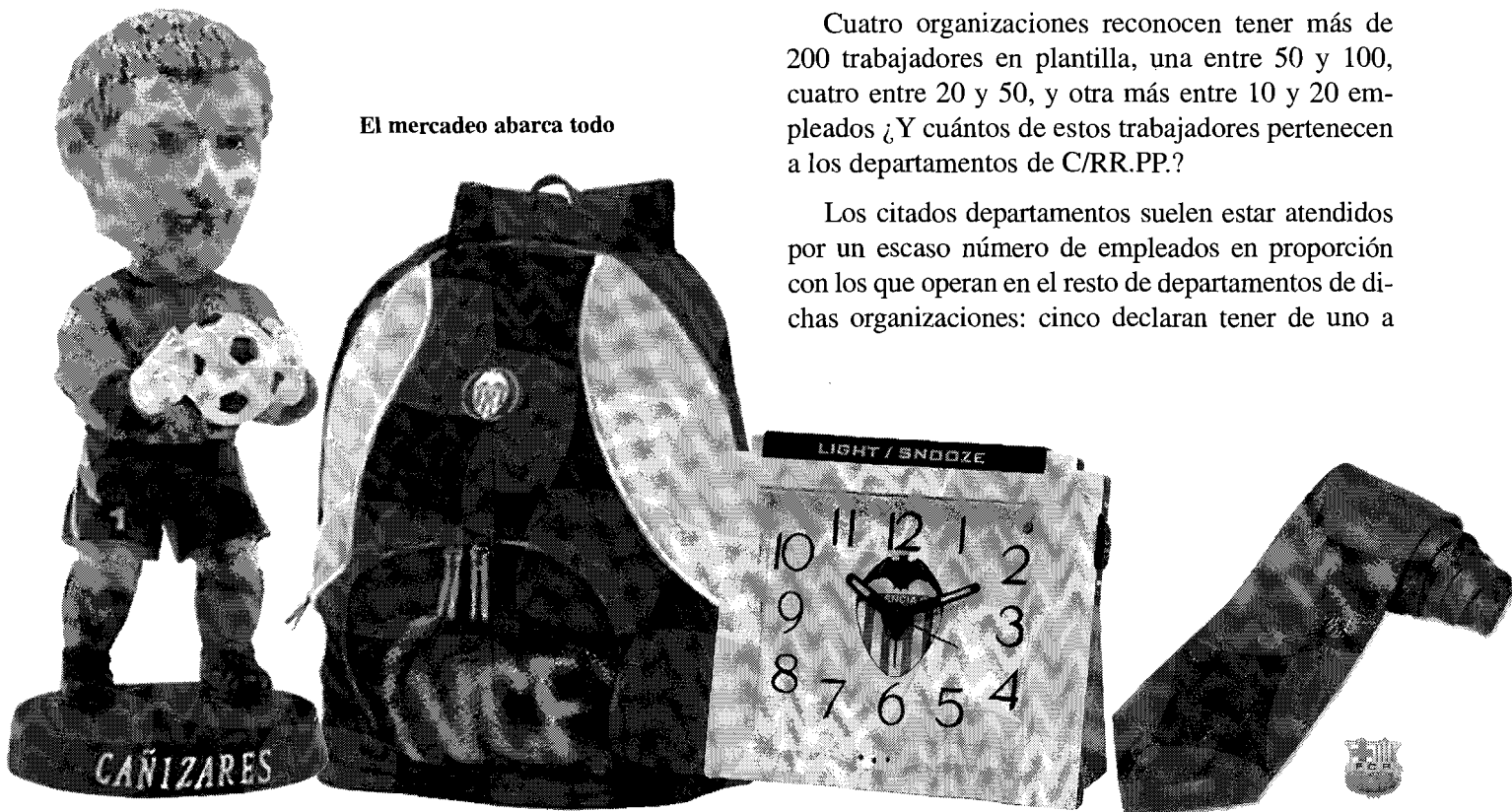
Por todo ello, entiendo que las relaciones públicas pueden y deben estar presentes en el proceso de creación, de mantenimiento o de cambio de una relación entre una institución y sus públicos, con el fin de asegurar, en el caso concreto que nos ocupa, la estabilidad, durabilidad y eficacia entre las organizaciones futbolísticas en España y sus públicos. Una relación que conlleve, a medio-largo plazo, un comportamiento complementario entre ambos actores.

## **Departamentos pequeños**

Cuatro organizaciones reconocen tener más de 200 trabajadores en plantilla, una entre 50 y 100, cuatro entre 20 y 50, y otra más entre 10 y 20 empleados ¿Y cuántos de estos trabajadores pertenecen a los departamentos de C/RR.PP.?

Los citados departamentos suelen estar atendidos por un escaso número de empleados en proporción con los que operan en el resto de departamentos de dichas organizaciones: cinco declaran tener de uno a

El mercadeo abarca todo





Las multinacionales aliadas al deporte

dos empleados operando en el departamento de C/RR.PP., dos de tres a cinco y tres de seis a 10 trabajadores. Además y en detrimento de esos datos, una organización declara tener más de tres miembros en ese departamento que realizan labores administrativas, de documentación, archivo, agenda, etc.; uno indica que tiene a tres trabajadores en esa misma situación dentro del departamento; cuatro señalan que tienen a dos; tres a uno y otro más no contesta. En total, por tanto, son 17 los especialistas que están trabajando en los departamentos de comunicación/relaciones públicas de las organizaciones consultadas.

Parece obvio pensar, pues, que con esos resultados la necesidad de recurrir a la contratación de servicios externos de agencias de relaciones públicas es más que probable, cuando se trata de planificar o gestionar programas o campañas de la especialidad. Sin embargo, solo dos organizaciones manifiestan usar regularmente los servicios de agencias, seis solo en algunas ocasiones muy puntuales y dos plantean que nunca.

Claro, estos datos aún son más chocantes cuando se cruzan con los grandes volúmenes presupuestarios que manejan dichas instituciones (en comparación con otro tipo de organizaciones), y cuando además se mezclan con las siguientes circunstancias: seis organizaciones comentan que el departamento

## *A mejor reputación de la institución mayores beneficios económicos se registrarán*

de C/RR.PP. depende directamente de la presidencia, y cuatro que dependen de la dirección general; la denominación del puesto del responsable del departamento gira en torno a títulos como Jefe de Prensa (cuatro), Jefe de Prensa/Relaciones Externas (dos), Director de Comunicación (uno), Director de Relaciones Externas (uno), Director de Marketing (uno), Adjunto a la Presidencia (uno); y la denominación del departamento en sí en torno a nombres como Departamento de Relaciones Externas (tres), Departamento de Prensa (tres), Departamento de Prensa/Relaciones Externas (dos), Gabinete de Prensa (uno) y Departamento de Comunicación y Prensa (uno).



Puede observarse que, además de no haber mucho personal especializado que trabaja en esos departamentos, tampoco hay unanimidad en cuanto a la denominación de los departamentos y de sus responsables. Esto, sin duda, repercute en la delimitación de los objetivos de esos departamentos y en su funcionamiento diario. Como muestra, un botón: solo dos organizaciones de las diez consultadas afirman realizar un plan anual de C/RR.PP.; seis que en algunas ocasiones, y dos nunca. Sin programa o campaña de relaciones públicas, ¿cabe estrategia alguna?

Cuando a esas mismas organizaciones se les pregunta acerca del objetivo principal del programa de C/RR.PP. que realizan, declaran decantarse por el hecho de crear, mantener o cambiar los atributos de imagen de los públicos de/hacia la organización en sí. Sin embargo, al estudiar la investigación como herramienta de la planificación y gestión de programas o campañas de C/RR.PP., siete organizaciones contestan que solo la usan algunas veces y tres que nunca ¿Y cómo utilizan la investigación? Porque la naturaleza de la investigación manejada junto con el hecho mismo de que ésta se lleve a cabo o no, nos podrá proporcionar unos primeros datos acerca del modelo de actuación con el que están trabajando (según los cuatro modelos descubiertos por Grunig y Hunt).

Confiesan cuatro de los responsables de los departamentos consultados que utilizan la investigación antes, durante y después del lanzamiento del programa (solo dos organizaciones declaran realizarla siempre, y seis en algunas ocasiones); tres alegan que echan mano de la investigación antes y después, y tres no contestan. Además, el estudio muestra que



La prensa de los clubes

cuando se investiga se hace, fundamentalmente, con técnicas explorativas (informales). No creo que sea necesario, ya en el siglo XXI, justificar la presencia de la investigación formal en la comunicación por objetivos.

### Falta de tradición en el sector

Creo que el problema tiene su raíz en la ausencia de una tradición específica de elementos educativos, necesarios para desempeñar una labor óptima en este sector en concreto. Elementos conectados íntimamente con la esfera de las ciencias sociales.

De los 17 especialistas encuestados, cinco declaran no tener título universitario alguno, tres son diplomados universitarios y nueve licenciados ¿Y qué tipo de estudios han cursado estos profesionales?:

Periodismo es la carrera universitaria más común entre ellos (6), después Económicas y Empresariales (2), Publicidad y Relaciones Públicas (1), Derecho (1), Marketing (1) y otros (1). De los cuatro especialistas que declaran haber realizado algún tipo de curso postgrado, dos se decantaron por el Marketing.

Pues bien, a pesar de estos datos, lo cierto es que la investigación formal es la gran ausente en el proceso de creación y ejecución de estrategias de relaciones públicas, tal como se deduce en el punto anterior. Con ello, el *feedback*, propio de los modelos bidireccionales de gestión, no puede darse, e indubitablemente las organizaciones analizadas están posicionadas en los modelos unidireccionales (en el mejor de los casos en el modelo de información pública, esto es, que no investiga prácticamente, no miente, pero no dice toda la verdad).

Comparto la idea de White y Dozier, acerca de que las relaciones públicas excelentes requieren que sus practicantes participen en la gestión de la toma de decisiones de una organización. Es más, estos dos autores reconocen que la coalición dominante en una organización necesita información que le ayude

*Quando  
se investiga se hace,  
fundamentalmente,  
con técnicas  
explorativas  
(informales)*

# *Las relaciones públicas requieren participación en la gestión de la toma de decisiones de una organización*

a tomar decisiones, y esa información en no pocas ocasiones es suministrada por los practicantes de relaciones públicas de la institución (entendidos éstos como profesionales que interactúan con el entorno de la organización; reúnen, escogen y transmiten información del entorno a quienes toman las decisiones dentro de la coalición dominante). ¿Y en qué se traduce esa relación mediadora entre las entidades futbolísticas y sus públicos? ¿cuál es la labor principal de las relaciones públicas para obtener beneficios de imagen del público de/hacia la organización o viceversa?

La encuesta nos revela que el quehacer fundamental de los directores de C/RR.PP. es la relación con los medios de comunicación de masas, la intermediación con ellos. Después, la elaboración de materiales para el desarrollo de técnicas de comunicación interna ocupa un lugar importante en la actividad de los citados directivos. Me parece, sin embargo, una visión miope.

A partir de aquí, las agencias de relaciones públicas en España deberían estudiar los servicios profesionales que parecen que están demandando, en mayor pro-







porción, las entidades deportivas consultadas: comunicación financiera, identidad visual corporativa y organización de eventos corporativos. Entiendo que las empresas de relaciones públicas en el territorio español pueden ofrecer muchos más servicios que los demandados por esas organizaciones, posibilitando además una mejor utilización de las teorías y las técnicas del sector. Téngase en cuenta, también, que el presupuesto que señalan los directivos consultados de que disponen para desarrollar sus objetivos tampoco parece consustancial al volumen de dinero que se maneja en el fútbol.

Entiendo que los volúmenes de inversión en relaciones públicas, en este sector en concreto, podrían aumentar considerablemente, siempre y cuando los profesionales de las relaciones públicas en España supiesen transmitir a los altos dirigentes de los equipos de fútbol la efectividad de su presencia en la creación, mantenimiento o variación de la relación con sus públicos.

### **La relación como centro de operaciones**

Recientemente, James E. Grunig y Huang proponen escenarios y elementos muy concretos para tener en cuenta en la relación entre las instituciones y los públicos (tomando como base las aportaciones de Broom, Casey y Ritchey), los cuales, de manera resumida, son: los antecedentes de la situación (conse-

cuencias del comportamiento de uno sobre el otro); que las estrategias de relaciones públicas estén encaminadas desde el punto de vista bidireccional simétrico; y los resultados de la relación, en

línea con la evaluación del control mutuo, esto es, la aceptación conjunta de los grados de simetría.

Así, las organizaciones futbolísticas en España deberían trabajar en esos tres estadios para recoger, a medio-largo plazo, pingües beneficios en términos de comportamiento complementario y de mayor efectividad de otras comunicaciones persuasivas generadas desde las mentadas instituciones (de marketing, por ejemplo).

Trabajar desde el modelo bidireccional simétrico de Grunig y Hunt supone operar con una investigación de carácter bidireccional simétrica también, ya que es concebida como herramienta que nos servirá para medir el grado y dimensión del entendimiento entre la organización y sus públicos. Y la investigación es un elemento esencial del modelo. Sin ella no hay bidireccionalidad posible.

Una investigación formativa y evaluativa del entendimiento entre las organizaciones futbolísticas y sus públicos. Formativa porque ayuda a establecer los objetivos y metas por conquistar simétricamente. Y evaluativa porque mide si se han conquistado en la institución y en los públicos los objetivos y metas planteados. ●



# México

***Profesiones emergentes  
para los comunicadores***

## *Parecería que han quedado atrás las formas y profesiones del quehacer de la comunicación tradicional*

Manuel Ortíz Marín ■

**I**nicaré este texto con una frase de José Saramago, que creo viene bien a muchos de los que hemos transitado por los caminos de la comunicación.

*Nunca deberíamos sentirnos seguros de aquello que pensamos ser porque, en ese momento, podría muy bien ocurrir que ya estamos siendo cosa diferente.*

Igual que lo escrito por el Premio Nobel de Literatura en su novela *La Caverna*, en México se ha iniciado una lenta pero segura transformación del campo profesional de la comunicación. Dicho desarrollo se percibe, no solo por el fuerte impacto que logra la comunicación mediada por dispositivos electrónicos, ya sea las acciones de informar mediante los medios de difusión masiva, ahora en formato digital, o por aquella que se transmite por el Internet. Pero también, por la emergencia de varios procesos sociales, económicos, políticos y ecológicos que influyen decisivamente en el imaginario colectivo.

El surgimiento de nuevas vocaciones profesionales, para quienes se interesan en las Ciencias de la Comunicación, tiene mucho que ver con la extensión a la que se refiere Thompson de la realidad mediática y el entorno social.

En un principio, parecería que han quedado atrás las formas y profesiones del quehacer de la comunicación tradicional. El periodismo impreso, la radio analógica, la televisión abierta, en su conjunto, dieron lugar en México, y seguramente todavía por un buen tiempo lo harán, a las profesiones convencionales en el campo de las Ciencias de la Comunicación, como la del periodista o reportero, según el caso; el productor de programas de cine, radio y televisión; el publicista y publirrelacionista; el conductor de programas; el comunicador en las organizaciones públicas y privadas, y en menor medida el docente e investigador de los fenómenos de la comunicación.



En este sentido, Reyna afirma que el mercado laboral le asigna un valor simbólico al ejercicio o práctica profesional, orientando fuertemente las trayectorias laborales de los egresados de las licenciaturas de comunicación, a partir de las relaciones e intereses múltiples que se perciben desde la disciplina.

Manuel Ortíz Marín. Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Ciencias Humanas. Baja California, México.

Correo-e: mortiz@uabc.mx • mortiz49@yahoo.com

# *En México se ha iniciado una lenta pero segura transformación del campo profesional de la comunicación*

## **Escenario común**

Este escenario, en gran parte, es reproducido de manera casi idéntica en la mayoría de los planes de estudios de las instituciones de educación superior, en las cuales se forman los profesionales de esta disciplina.

Dicho fenómeno y sus implicaciones en términos de oferta educativa han posibilitado la apertura a un mercado amplio de alternativas de formación educativa, tanto en el nivel técnico como en la educación universitaria, dando como consecuencia que México fuera el país latinoamericano con más escuelas de comunicación hasta fines del siglo pasado: tenía 240 instituciones universitarias y técnicas, públicas o privadas, en las

cuales se impartía la carrera de Ciencias de la Comunicación, en sus diferentes modalidades y nombres. En lo particular, la carrera de Ciencias de la Comunicación ocupa, según la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, el octavo lugar entre las más demandadas por los aspirantes a ingresar a las instituciones de educación superior en México.

Estas cifras, en su conjunto, colocan a México muy por arriba de países como Brasil, Argentina, Chile y demás naciones latinoamericanas. Otro dato para dimensionar el panorama de la formación de comunicadores es que en América Latina, hasta finales de la década pasada, había más de 600 escuelas de comunicación.

Estas cifras parecerían ser impresionantes y contradictorias a la vez si reflexionamos sobre el comportamiento tradicional del campo de la comunicación en México, durante bastantes años. Sin embargo, el tercer milenio y la fuerte avalancha tecnológica, así como el surgimiento y la apertura de nuevos espacios sociales y político-económicos en México, han impulsado otras formas de hacer la comunicación y por ende, la emergencia de novedosos yacimientos laborales en la profesión del comunicador.

Ante este panorama, la pregunta obligada sería ¿cómo se desenvuelve el imaginario social de la profesión de la comunicación en México? Dentro de este contexto, el ejercicio profesional del comunicador no difiere en mucho de las tensiones que ocurren en





Práctica en el master

el mercado laboral, ni de aquellos énfasis que ocurren en el campo de la formación académica. Sin embargo, hay sus asimetrías cada vez más notables.

### Dos campos en la formación de comunicadores

Generalmente, la profesión relacionada con las distintas actividades de la comunicación se concentra en

dos amplios campos. Lo referente a los medios de difusión masiva, con diferentes matices y métodos de trabajo, y en menor medida, pero cada día con mayor fuerza, a las tareas en las organizaciones y la publicidad, aunado al surgimiento del marketing político, que demanda especialistas en la comunicación política.

Un aspecto importante que paulatinamente ha impactado la orientación profesional del comunicador y empieza a ser decisivo en el surgimiento de nuevas definiciones del campo laboral, es el crecimiento acelerado, en la última década, de la empresa maquiladora. Con el impulso de un fuerte proceso de industrialización en México, y en particular en la zona fronteriza, lenta pero segura, y cada vez más intensamente, este sector de la economía demanda profesionales de la comunicación para el campo organizacional, a diferencia de otras profesiones que hasta hace algunos años ocupaban este espacio laboral.

Son los medios y lo organizacional, campos preferenciales del trabajo del comunicador. Sin embargo, de manera significativa surgen otras necesidades que empiezan a demandar del profesional de la comunicación, nuevas y dinámicas competencias para enfrentar escenarios laborales antes no explorados en México. Si bien es cierto, que el desarrollo de la profesión de comunicador en México puede obedecer a las diferencias significativas en el desarrollo

socio-económico de las distintas zonas geográficas del país, los datos empíricos muestran que, en gran medida, el escenario profesional de los egresados de las carreras de Ciencias de la Comunicación es similar entre las regiones del país.

### La maquila y la comunicación

El surgimiento de la industria de la transformación, en especial en la frontera de los Estados Unidos con México, tiene enormes implicaciones de problemas ambientales de distinta naturaleza, mayormente de escasez y contaminación de agua y del aire.

Desde esta perspectiva, una actividad profesional emergente en el campo de la comunicación es el comunicador orientado hacia el campo ambientalista. Aspecto cada vez más relevante, no sólo por los problemas de este tipo, sino por la necesidad de orientar, informar, educar y crear una cultura de preservación y cuidado del medio ambiente. De idéntica manera, los problemas de salud pública originan la presencia del comunicador al interior de las instituciones de salud gubernamental en mayor medida. En el rubro de la salud, desafortunadamente, México padece de un enorme rezago en programas de atención a la población, mediante la intervención de las instituciones públicas y privadas.



Práctica de fotografía



*Entrevistando al protagonista*

***México tenía 240  
instituciones  
universitarias y  
técnicas, públicas  
o privadas, en las  
cuales se impartía  
la carrera de Ciencias  
de la Comunicación***

En esta perspectiva, el comunicador se hace presente desde el diseño y coordinación de estrategias de difusión de campañas promocionales, así como de la elaboración y producción de los mensajes respectivos, en mayor medida destinados a la orientación y aceptación de medidas preventivas de salud, sobre todo en los núcleos de población marginal. La eficacia de la tarea del comunicador en la salud se mide por la trascendencia de su labor, en la que una campaña de vacunación para niños, la atención a personas discapacitadas, la orientación sobre los riesgos del sida, o en situaciones de emergencia, son vitales para la ayuda a estos sectores de ingresos bajos.

Otro campo que empieza a manifestarse con enorme fuerza para el comunicador es su participación en el uso, desarrollo y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación. De manera significativa, el desarrollo de la informática y de las aplicaciones de la computación ha afectado profundamente las actividades de la industria de los medios y con ello el cambio tecnológico ha sido crucial, ya que alteran el sustrato material, así como los medios de producción y recepción de los que depende el proceso de transmisión cultural.



**Práctica estudiantil**

El arribo de estas nuevas tecnologías de comunicación, junto con otras aplicaciones en la electrónica-digital a los medios, está generando propuestas como: los diarios y revistas electrónicas en Internet, las emisoras radiofónicas también por Internet, el diseño y la animación digitales para producir efectos en el cine, los videos comerciales. Estas y otras alternativas de uso de la tecnología permiten que el comunicador, ahora denominado cibercomunicador, perciba este espacio profesional de manera atractiva, pero fuertemente demandado.

### El diseño de los materiales

En la producción de materiales multimedia y otras aplicaciones, el cibercomunicador se inserta en este ámbito, conjuntamente con otras disciplinas, como los pedagogos, los arquitectos, los publicistas, los ingenieros en computación, los psicólogos y distintas profesiones más, para el diseño y elaboración de materiales, que van desde programas de capacitación, de divulgación científica, de promoción y difusión artística, cultural y comercial, en la publicidad y la mercadotecnia, en productos para la comunicación política y en programas de educación en línea y a distancia. Este yacimiento laboral emergente implica una necesaria interdisciplina por parte del cibercomunicador y también el desarrollo de competencias cada vez más flexibles y adaptables al acelerado cambio tecnológico.

Barbero, particularmente, enfatiza la fuerza de impacto de lo tecnológico y lo atractivo que resulta para la comunicación y los egresados de las escuelas de esta disciplina. Pero advierte que, el cibercomunicador deberá saber adaptarse a un mercado profesional sumamente competitivo, cambiante, dinámico en lo laboral, y que se manifiesta sobre todo en los grandes consorcios transnacionales de la informática y la computación.

En contrapartida, un espacio más cercano a lo social lo representa la participación del comunicador en las organizaciones de carácter ciudadano. Es el comunicador, desde la perspectiva de la construcción de la comunicación ciudadana, para la atención de problemas como: en la educación del trabajador, al interior de los sindicatos; del ciudadano, en la defensa de sus derechos humanos; en lo cul-

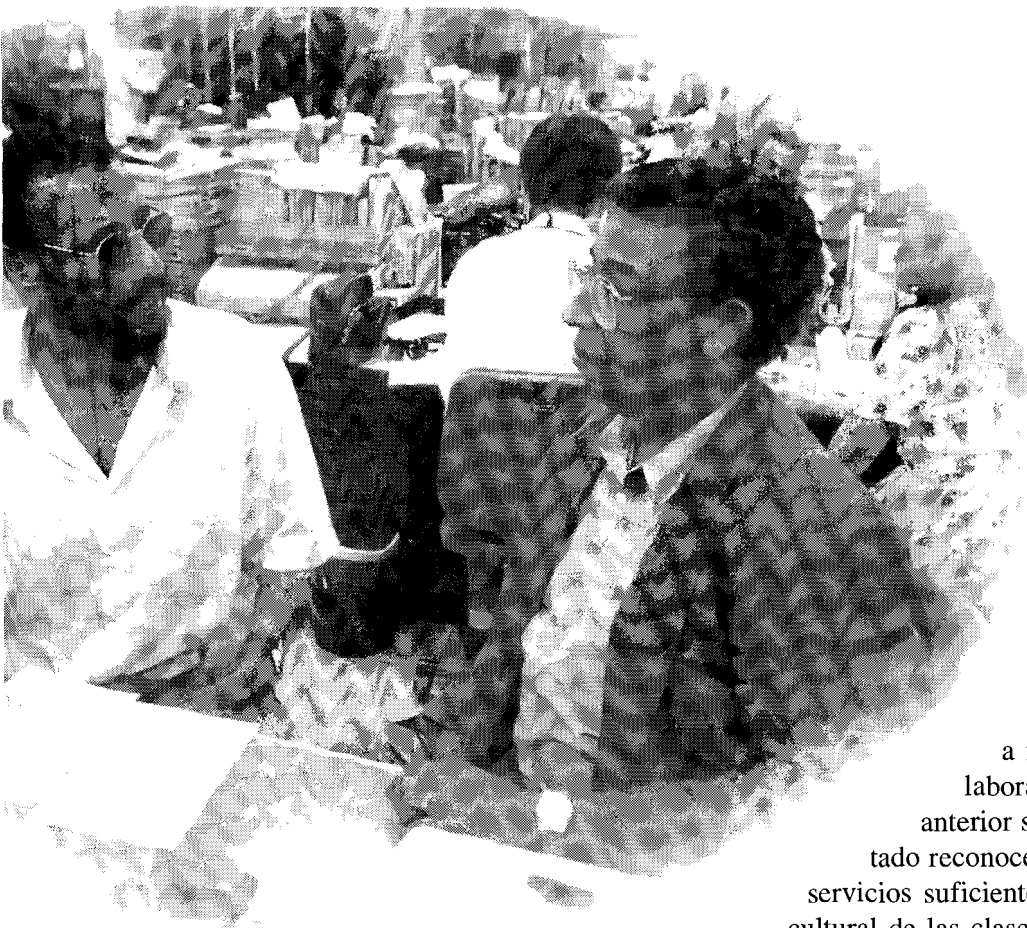
## *En América Latina, hasta finales de la década pasada, había más de 600 escuelas de comunicación*



El radiodifusor y su micrófono

tural con los indígenas; en la perspectiva de género; en la comunicación popular, al interior de pequeñas organizaciones de barrio, y entre otros espacios ciudadanos igual de significativos.

La emergencia de campos profesionales para cualquier profesión tiene en mucho que ver con la transformación de lo social, como señalan Barbero y Thompson. En este sentido, en México, el surgimiento y desarrollo del espacio de lo civil, materializado en parte por las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), así como de otras organizaciones ciudadanas, para atender las demandas no satisfechas por las instancias gubernamentales, cobra especial importancia y relieve para el trabajo del comunicador, desde lo ciudadano y popular.



La sala de redacción

## Un fenómeno global

Un ejemplo dramático y cotidiano lo representa el trabajo con inmigrantes ilegales. México, por poseer una amplia zona fronteriza con los Estados Unidos, en los últimos años ha generado un fuerte flujo migratorio de individuos, no solo de nacionalidad mexicana sino de otros países de Centro y Sudamérica, al vecino país del norte. Dada la política migratoria de los Estados Unidos hacia los inmigrantes ilegales, han surgido numerosos y graves problemas de atentados a los derechos humanos, dando por consecuencia la formación de ONG, dedicadas a la defensa del migrante. Es este espacio emerge la profesión de comunicador, desde la perspectiva de la construcción de la comunicación ciudadana.

Este comunicador utiliza, principalmente, los medios de difusión masiva y también los alternativos, para orientar, prevenir e informar a la ciudadanía, y en especial a los inmigrantes, de los diferentes riesgos que sufre por su condición de ilegalidad en Norteamérica. Por supuesto que la comunicación ciudadana tiene otros muchos ámbitos de expresión, este es solo uno de los más representativos y urgentes de atender.

Otro campo de práctica de lo comunicacional está en lo popular. Es decir, en torno a las formas de organización de los sectores populares y de resolución de sus necesidades.

Lo popular es el espacio mediante el cual dichas clases se organizan, manifiestan y reproducen lo popular a fin de resolver sus necesidades laborales, culturales o sociales. Lo anterior se explica, a partir de que el Estado reconoce que no puede ofrecer bienes y servicios suficientes para la satisfacción social y cultural de las clases, y tiene que aceptar de éstas, sus propias manifestaciones culturales y sus modelos de organizaciones sociales.

Es ahí donde el comunicador de lo ciudadano emerge y empieza a ser demandado, para la producción de materiales de difusión, propaganda, y de la mercadotecnia social. Los espacios profesionales en que se ubica son múltiples, como diversas son las necesidades del rescate de lo ciudadano. Desde lo urbano, al interior de las organizaciones de barrio, en las medianas y grandes ciudades, para materializar la capacidad de gestión de los propios ciudadanos en la resolución de los pequeños grandes problemas de servicios públicos, en las más de las veces estrechamente ligados a la tarea de la administración municipal.



Entrevistando en el campo



# *Una profesión emergente en el campo de la comunicación es el comunicador orientado hacia el campo ambientalista*



Preparando una presentación

En este sentido, los ejercicios de periodismo de barrio dan cuenta en las grandes urbes de la necesidad de otro tipo de información, que no siempre es considerada por las grandes empresas de medios de difusión masiva. Estos vacíos de información ciudadana son aprovechados por el comunicador ciudadano, para dar cuenta de lo cotidiano en los microuniversos que existen en los grandes conglomerados urbanos. Desafortunadamente, en México son fuertes

las restricciones gubernamentales para el otorgamiento de permisos a particulares, para operar pequeñas estaciones de radio o televisión, e impiden el surgimiento y desarrollo de estos genuinos espacios de comunicación ciudadana.

## **El comunicador se transforma**

En resumen, se podría plantear que el imaginario social del comunicador evoluciona en función de la transformación de lo cotidiano de la comunicación. Son además, en muchos de los casos, las experiencias profesionales exitosas las que van marcando la ruta para las generaciones futuras de comunicadores.

Sin embargo, la percepción social del comunicador ubicado profesionalmente en los medios ha transitado y transita en este momento, como ocurrió en las décadas de los 60 y 70, por el creciente desarrollo en México de la televisión abierta y a color, por la producción masiva de la prensa y su desarrollo tecnológico y por la amplitud de la cobertura de la radio y sus diferentes formatos, a un comunicador orientado a múltiples campos laborales, que no necesariamente parten de los medios.

De las características profesionales tradicionales del comunicador está el trabajo poco interdisciplinar que ejerce, en la mayoría de los casos, centrado más en la creatividad y producción individual y en menor medida en la consideración del trabajo en equipos multidisciplinares, muy a semejanza del periodista solitario, cazador de noticias, que difícilmente se adapta en los grupos de redacción de los diarios modernos. Esta figura no ha desaparecido, ni creo que lo haga, pero cada vez, para su trabajo diario, requiere de mayor apoyo técnico procedentes de otras profesiones, para el buen desarrollo de su trabajo periodístico.

La década de los 90 y su explosión tecnológica, junto con su impacto en lo comunicacional, implicó para el comunicador la necesidad de generar productos comunicativos a partir de la concepción del fenómeno, desde distintas perspectivas disciplinares. Con ello, la reflexión y la labor comunicológica se volvió más integral, holística y flexible.



Trabajando en Redacción

*Se demanda  
del profesional  
nuevas y dinámicas  
competencias para  
enfrentar escenarios  
laborales antes  
no explorados*

Con ello, la profesión de comunicador implica, por una parte, un permanente diálogo con las necesidades y requerimientos laborales de la sociedad, manifestada mediante los procesos de la producción social de la comunicación. Sin que por ello deje de prestar atención a la emergencia de los fenómenos sociales, económicos y políticos que tienen lugar, de forma continua, en México. Por otra parte, la continua saturación y el abordaje de otras profesiones a los tradicionales campos del comunicador, le plantean la necesidad de revisar, principalmente desde las universidades, la conveniencia de seguir anclados a un solo perfil del comunicador.

En esta perspectiva, López aporta una buena comprensión del fenómeno de la formación del periodista, de la tradición empírica, a la necesidad de un profesional de la comunicación formado en las universidades y centros de preparación ex profeso. Buena parte de esto, condicionada por la exigencia de los ciudadanos por la comprensión de la realidad social, a través de productos mediáticos mejor construidos.



Prácticas en exteriores

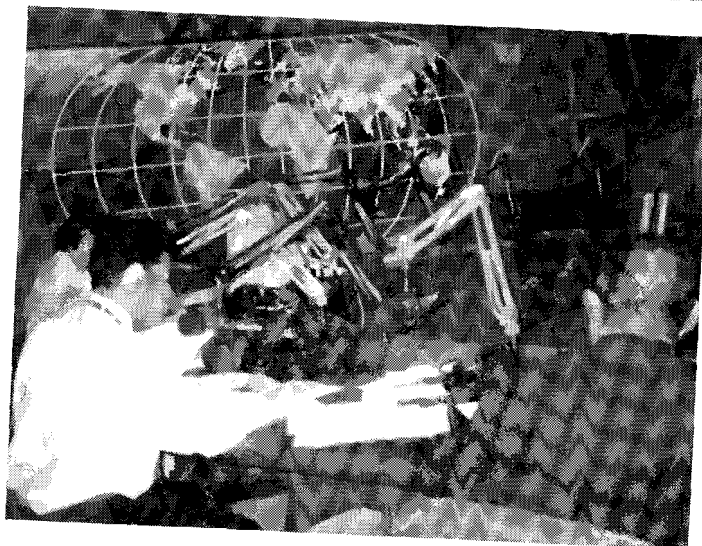
### ¿Un solo modelo o perfil?

Exhorto a reflexionar sobre la conveniencia de seguir reproduciendo un solo modelo o perfil de comunicadores. En particular, con los saberes y las competencias que antaño considerábamos suficientes para la época y que seguramente, en muchos de los casos, nos formamos en nuestras épocas estudiantiles. La invitación es a promover al interior de los espacios universitarios la formación de comunicadores multiculturales, polivalentes en sus competencias, creativos en lo individual, pero dispuestos al trabajo en equipo, menos disciplinares y más transdisciplinares, con fuertes valores éticos, y también más humildes con su conocimiento.

Jesús Martín Barbero refería una charla con Manuel Castell, sobre la común queja de los maestros universitarios, acerca de que los estudiantes de comunicación no saben leer y tampoco tienen el interés de hacerlo con la frecuencia que el caso lo requiere.

Me parece -dijo Barbero- que los estudiantes universitarios saben leer diferente a sus maestros, provienen de una cultura que privilegia la imagen por sobre el texto impreso. Están acostumbrados a otro tipo de información, y a una velocidad para acceder a ella, que sus maestros no poseemos. Su nervio óptico está acostumbrado a otro tipo de identificación de caracteres. Y lamento decirlo, pero parecería que en la universidad, lo que solemos hacer es tratar de domesticar esa capacidad de comprensión del universo, tan diferente a la nuestra. Por mi parte agregaría que eso no ocurre solo en la universidad, también suele acontecer por los mercados laborales de los comunicadores.

La lección que debemos tener muy presente los profesores es que la realidad académica, en profesiones como la del comunicador, difiere en buena medida de la profesional. ●



Trabajando en el set



# La Libertad de Prensa ENCARCELADA

**Informar  
mata**

Rafael Jiménez Claudín ■

La libertad de prensa no está garantizada en más de la mitad de los países del mundo y globalmente, además de los veinticinco periodistas y profesionales de los medios asesinados en 2002 y en los primeros meses de 2003 en el ejercicio de su profesión o por sus opiniones, el número de periodistas detenidos en 2002 aumentó un 40 por ciento.

Tal es el balance efectuado por Reporteros sin Fronteras (RSF), de la situación que afrontan en la actualidad los periodistas del mundo entero. Según datos recogidos por esa organización, unos 700 profesionales de los medios fueron privados de su libertad durante diferentes períodos de tiempo en los últimos 18 meses.

Reporteros Sin Fronteras (RSF), con sede en París, defiende a los periodistas encarcelados en su calidad de víctimas en la defensa de la libertad de prensa en el mundo, del derecho a informar y a estar informado, en conformidad con el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Desgraciadamente, en el informe sobre la situación de la libertad de prensa en 2002, se volvió a constatar que se aprecia una degradación global que parece tener una primera argumentación en las secuelas que tuvo el atentado sobre las Torres Gemelas en Nueva York, tanto sobre la información vinculada al terrorismo, como sobre los países y colectivos que podrían tener vínculos con organizaciones terroristas.

### América

Al evaluar la situación en América, RSF señala que el continente sigue siendo una tierra de contrastes. Junto a países respetuosos con la libertad de prensa, como los Estados de América del Norte, Ecuador, República Dominicana y Uruguay, persisten Estados, como Cuba y Colombia, donde la niegan tanto las autoridades como los grupos armados.

Rafael Jiménez Claudín, español, Secretario General de RSF-España y periodista de larga trayectoria profesional en la agencia EFE.

■ Correo-e <rsf-es@rsf.org>

*En poco más  
de cinco años  
ha calado  
en las sociedades  
más desarrolladas  
la percepción mundial  
de que hay que luchar  
por las libertades  
de prensa y expresión*



***La libertad  
de prensa  
no está garantizada  
en más de la mitad  
de los países  
del mundo***

En los Estados Unidos, en su guerra contra el terrorismo, la administración Bush se ha preocupado, sobre todo, de controlar su imagen mediante restricciones a los periodistas, e incluso se pensó en recurrir a la desinformación a través de una agencia oficial, ocurrencia hasta ahora inédita en un país democrático.

Por otra parte, tanto en los Estados Unidos como en Canadá, el poder judicial considera a veces a los periodistas como sus auxiliares exigiéndoles, entre otras cosas, que le entreguen su material para avanzar en las investigaciones, y se han producido encarcelamientos temporales por esta causa que deberían avergonzar a sociedades avanzadas.

En América Latina, la primera amenaza para la prensa sigue siendo la violencia. Las agresiones y las amenazas también son una manera de reprimir la publicación de artículos molestos y disuadir a los periodistas de ejercer el oficio. A la censura de la época de las dictaduras le ha seguido la implantación de la autocensura.



# ¡Reportero independiente...



Pero es en las dictaduras, donde el monopolio estatal de la información se aplica a rajatabla e incluso está inscrito en los textos legales, donde cualquier información independiente es, por definición, ilegal.

En ese contexto está, por ejemplo, Cuba, donde un centenar de periodistas independientes, agrupados en una veintena de agencias de prensa no reconocidas, intentan sin embargo ejercer su derecho a informar. La represión contra ellos tiene como objetivo impedirles difundir entre la población noticias no controladas. Padecen un acoso constante: detenciones, amenazas de cárcel, escuchas telefónicas.

El 18 de marzo, aprovechando la inminencia de la ofensiva norteamericana en Iraq, las autoridades cubanas lanzaron una oleada de represión sin precedente. En menos de una semana detuvieron a 78 disidentes, de los que 26 eran periodistas independientes. A éstos se les condenó, inmediatamente, en el curso de procesos sin garantías, a penas que llegaron hasta los 27 años de cárcel. En poco días Cuba se ha convertido, por delante de Eritrea, Birmania y China, en la mayor cárcel del mundo para los periodistas.

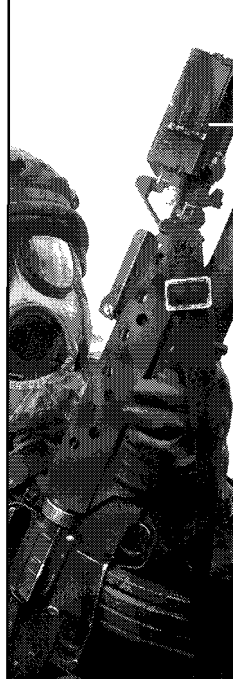
## En otros continentes

RSF ha evaluado también los problemas que enfrentan los periodistas en Oriente Medio y Africa, Europa y la ex Unión Soviética, Asia y el Pacífico, cada región con sus particularidades y características propias.

La organización dijo que prepara estos informes para intentar mover la conciencia de los periodistas hacia una participación material en actividades que signifiquen una denuncia de las múltiples situaciones de pérdida de libertad de periodistas en el mundo.

Entre otras acciones, en RSF se promueve el apadrinamiento a los periodistas encarcelados, se presiona a las autoridades de los gobiernos democráticos para que, entre las condiciones que se impongan a un país para poder beneficiarse de las ayudas para el desarrollo, figure la exigencia de la libertad de prensa; y se elabora una lista de predadores de la libertad de prensa.

## ¡Reportero independiente...



**... por 3 euros\*  
te cubrimos  
las espaldas!**

Porque su misión es también garantizar, en la medida de lo posible, tu seguridad en zonas de conflicto o de tensión Reporteros Sin fronteras ha negociado, con el "Grupo Audiens", un convenio de seguros, a un precio muy asequible (\* a partir de 3 euros al día).

Para suscribirlo, o para más información

**llama al (33) 1 44 83 84 84**

o consulta la página Web

**www.rsf.org,**

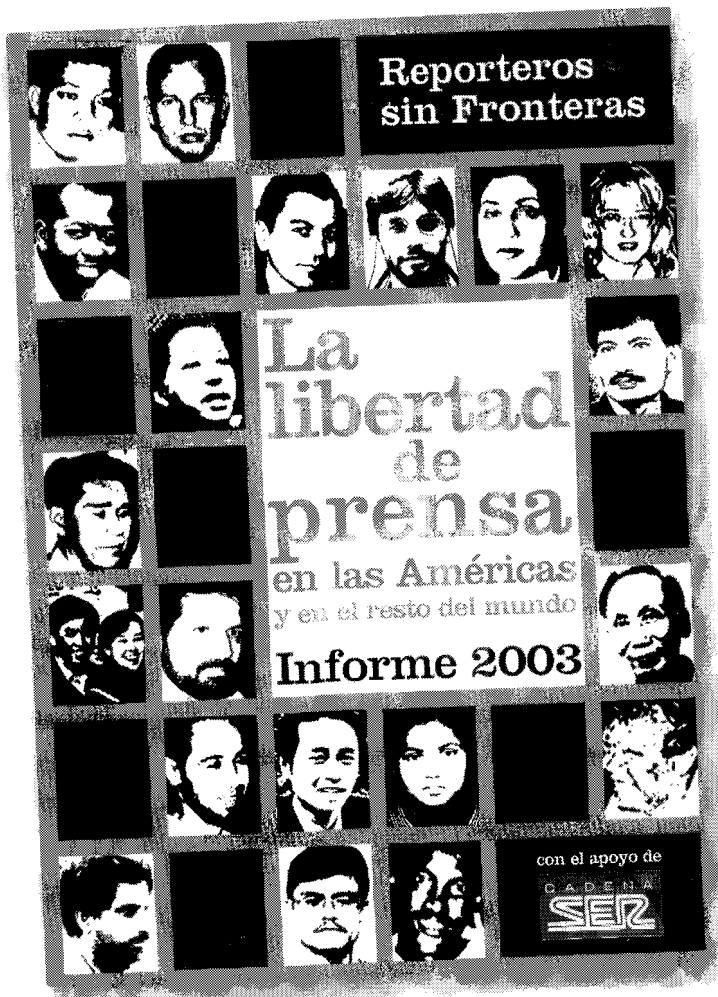
en la sección "seguro para periodistas independientes"



(oferta destinada a los ciudadanos de la Unión Europea)

En el último listado de predadores constan los presidentes de Zimbabue, Ucrania, Turkmenistán, Túnez, Togo, Siria, Ruanda, República Democrática del Congo, Uzbekistán, Liberia, Laos, Kazajistán, Haití, Guinea Ecuatorial, Eritrea y Burkina Faso. También los primeros ministros de Singapur, Malasia, Etiopía y Birmania, el príncipe heredero de Arabia Saudí, los jefes de los Partidos Comunistas de China y Vietnam, así como grupos armados colombianos, chechenos e islamistas.

# *En América Latina, la primera amenaza para la prensa sigue siendo la violencia*



## **El caso cubano**

Reporteros Sin Fronteras destacó las denuncias sobre los periodistas detenidos en Cuba, porque fueron trasladados a cárceles alejadas del lugar de residencia de sus familias, y se conoce que ese segundo aislamiento al que se somete a los presos agrava el trato degradante que normalmente reciben los detenidos políticos en las cárceles.

La falta de atención médica, la alimentación no adecuada al estado de salud son otras medidas que pretenden quebrar la resistencia de los encarcelados, pero también crear la suficiente alarma en el entorno familiar para provocar una reacción de miedo que lleve a cónyuges, padres o hijos a recomendar el cese de la protesta y la sumisión a los poderes constituidos.

Los colegas cubanos afectados son: Víctor Rolando Arroyo, Mijail Barzaga Lugo, Adolfo Fernández Sainz, Miguel Galván Gutiérrez, Julio César Gálvez Rodríguez, Edel José García, Ricardo González, Héctor Maseda Gutiérrez, Jorge Olivera, Raúl Rivero y Manuel Vázquez Portal.

## **No estamos solos**

RSF dijo tener la satisfacción de ver como, en poco más de cinco años, la percepción mundial de que hay que luchar por la libertad de prensa y la libertad de expresión, como uno de los derechos básicos de los pueblos, ha calado en las sociedades más desarrolladas.

En los Estados Unidos, el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) afirmaba en marzo pasado que la "guerra global contra el terrorismo" ha permitido que los gobiernos, desde Cuba hasta China, y desde Zimbabue hasta Vietnam, aumenten la represión a la prensa.



Este comité americano, en su informe anual sobre 2002, constataba una disminución en el número de informadores muertos durante el desarrollo de su trabajo, y al mismo tiempo un aumento en el número de periodistas encarcelados, y aportaba cifras muy similares a las nuestras. A fines de 2002 hablaba de 136 informadores encarcelados, un 15 por ciento más que en 2001 y un 68 por ciento más que a fines de 2000.

"En su mayoría, los periodistas muertos en 2002 no cubrían conflictos, sino que fueron asesinados como represalia directa por su información sobre temas controvertidos, incluidos crímenes y corrupción gubernamentales en países como Colombia, Filipinas, Rusia y Pakistán", señalaba ese informe.

Esta toma de conciencia internacional va pareja a la sensibilización en el ámbito nacional, en la mayoría de los países democráticos, en los que las principales asociaciones de periodistas, las más representativas, están dando pasos en el sentido de aportar recursos y ocasiones de debate sobre el tema.

"En esta toma de conciencia global contra la libertad de prensa encarcelada y en la unión de todas las fuerzas sociales que consideran la libertad de prensa como uno de los derechos fundamentales de los pueblos, ponemos en RSF nuestra confianza en conseguir en el corto plazo una mejora de la situación", concluyó el pronunciamiento. ●

*700 profesionales  
fueron privados  
de su libertad  
en los últimos  
dieciocho meses*



**Fidel Castro**  
es uno de los  
**PREDADORES**  
DE LA LIBERTAD DE PRENSA




**Separmurad  
Nyazov**  
Turkmenistán  
es uno de los  
**PREDADORES**  
DE LA LIBERTAD DE PRENSA



# Cine indígena



## y resistencia cultural

Antoni Castells i Talens ■

La opresión es la suma de los barrotes de la jaula de un pájaro. Cada uno de los barrotes de alambre es delgado y aparenta ser frágil e inofensivo, pero en su conjunto forman una jaula sólida que impide que el pájaro emprenda el vuelo. Esta metáfora de la feminista estadounidense Marilyn Frye, que siempre me ha impresionado por su sencillez y precisión, corresponde a la realidad cultural de los pueblos indígenas latinoamericanos.

Las culturas indígenas, y por extensión las culturas que conocen o han conocido la persecución, siguen vivas pero viven enjauladas. En la mayoría de los casos, el período de la persecución explícita de algunas de

Antoni Castells i Talens, catalán, investigador, candidato al doctorado en Comunicación por la Universidad de la Florida  
Correo-e: antoni@ufl.edu

sus manifestaciones (lengua y religión, entre otras) en las escuelas y en la vida pública se terminó. Los estados latinoamericanos incluso han reformado leyes y constituciones para su reconocimiento. Han limpiado y ampliado la jaula, podría parecer, incluso, que la opresión haya terminado, pero los barrotes siguen ahí.

Los medios de comunicación social fortalecen la jaula cuando, en el mejor de los casos, ignoran la realidad de estos pueblos, y en el peor, contribuyen a perpetuar una imagen negativa o folclórica que los relega a la marginación. El cine indígena lima algunos de estos barrotes y debilita la estructura de la jaula.

Los siguientes apuntes teóricos detallan algunos de los argumentos por los cuales este tipo de cine se puede considerar una estrategia de resistencia cultural:

1. rompe estereotipos, incluidos los forjados por el resto del cine latinoamericano;
2. se expresa en la lengua minorizada; y,
3. usa la ficción en una forma subversiva.

### **Hacia una teoría del cine indígena**

A estas alturas, el cine o vídeo indígena latinoamericano es más que una moda al alza. A juzgar por la cantidad de festivales que proliferan, no solo en las Américas sino también en Europa, y por el número de proyectos que surgen y la fuerza que cobran, estamos ante un movimiento con una fuerza ya imparable.

El simple hecho de que los ojos que captan la imagen sean los de un cineasta aymara o maya ha llamado la atención de los expertos en cine y comunicación. Como el punto de vista indígena es el que la historia oficial se ha encargado de ocultar, este tipo de cine supone un enfoque fresco en un arte que necesita regeneración permanente.

Más allá del aporte artístico, el proceso del cine indígena atrae por su frecuente organización comunitaria. La producción de cine o de vídeo ha supuesto una herramienta de apropiación cultural y social. El abaratamiento de la tecnología, sobre todo en el

caso del vídeo, ha empezado a democratizar la producción audiovisual. Por lo tanto, el poder de crear películas, series o documentales ha dejado de pertenecer exclusivamente a las grandes empresas de cine y televisión, para formar parte de la vida comunitaria.

Como concluye la comunicóloga colombiana Clemencia Rodríguez, en su estudio de medios ciudadanos, la videoproducción comunitaria puede contribuir al empoderamiento personal y colectivo, a la desmitificación de los medios comerciales, a revertir los roles de poder y a fortalecer la fuerza colectiva.

La formación de profesionales de la comunicación, provenientes de la comunidad, ha sido otro efecto positivo de la producción popular. Esta nueva generación aumenta el potencial de crear un espacio comunicacional indígena. En ese aspecto, el cine indígena actual es crucial porque, sumado a los beneficios expuestos por Rodríguez, también representa la escuela donde se forman los futuros productores de largometrajes.

Sin embargo, como sucede con los demás medios indígenas, se ha hablado del proceso, pero menos del producto. El afán académico por la participación comunitaria en los medios de

comunicación, elemento fundamental para el desarrollo de un pueblo, ignora a veces el análisis del contenido. Es decir, del programa de radio, del documental, del reportaje, del cortometraje o de la telenovela.

### **Lengua y resistencia cultural**

Si el surgimiento de jóvenes directores y productores de cine es fundamental para el desarrollo de los pueblos indígenas, lo es todavía más la difusión de sus productos, es decir, de las películas. Justamente a las películas y a su importancia como estrategia de resistencia cultural va dirigido este ensayo.

En la actualidad, no toda la producción indígena se hace en las lenguas propias. Por lo general, estas lenguas han sido arrinconadas, cuando no prohibidas, de la vida oficial. Por esto, en la enseñanza, el comercio y los medios de comunicación, la presencia de las lenguas indígenas ha sido y sigue siendo marginal. Las lenguas indígenas son lenguas minoritarias, o mejor dicho

minorizadas, o sea, convertidas en lenguas menores, de segundo rango, por la sociedad dominante y no por ley natural. Las películas en castellano, portugués y otras lenguas oficiales, independientemente del contenido y de la lengua de los productores, confirman el estigma de que el idioma dominante es el idioma de la expresión audiovisual.

Por esto, la sobrevivencia de una lengua amenazada requiere presencia en los medios de comunicación. Cualquier intento de liberación indígena irá acompañada de una recuperación del uso y la dignidad social de las lenguas minorizadas. Un pueblo difícilmente puede recuperarse de siglos de historia adversa si usa la lengua de quienes lo han conquistado. Usar esa lengua es adoptar también una manera ajena de ver el mundo, en ocasiones incluso hostil. En este sentido, el pleno uso de una lengua indígena es más que un aporte a la diversidad cultural latinoamericana. Es un medio indispensable para el pleno desarrollo de los pueblos.



**Occidentización de las culturas indígenas**

En el caso del cine, la presencia de cualquier lengua minorizada en una película constituye una estrategia de resistencia cultural, siempre y cuando este uso no quede limitado al folclore o a las imágenes preconcebidas de lo que tendría que ser un indígena en el imaginario nacional. Las películas indígenas, al utilizar una lengua minorizada, contribuyen al fortalecimiento y difusión de esa lengua y se convierten, automáticamente, en una herramienta de resistencia cultural para los pueblos indígenas.

Producir una película en una lengua indígena significa, en estos momentos, abrir un espacio más en el espectro comunicacional indígena. El cine cumple una función similar a la que cumplía -y sigue cumpliendo- la radio indígena latinoamericana en sus primeros días. Su mera existencia legitima la lengua y la convierte en objeto cotidiano. Y derriba, por lo tanto, el barrote opresor que supone la excepcionalidad lingüística.

### **El Estado, la ficción y los medios indígenas**

Aunque la mayor parte de la producción audiovisual indígena es documental o de denuncia, es en la ficción donde puede estar una de las claves de la normalización de las lenguas y culturas indígenas. La presencia de una lengua indígena en la ficción audiovisual es crucial, porque va más allá de la utilización de la lengua en los medios de comunicación para fines prácticos.

Por ejemplo, una radio que difunde consejos de salud en una lengua indígena puede ser vista por el Estado como el único medio para llegar a las poblaciones monolingües que desconocen el castellano o el portugués. En ese caso, la lengua indígena es el único instrumento disponible para que el Estado transmita su mensaje. A veces, la comunicación en una lengua indígena es incluso vista por el Estado como un mal menor, una concesión a la diversidad por motivos económicos o sociales, a pesar de que el objetivo final continúe siendo la unificación cultural.



*Artistas seudo indígenas en filmación*

***La opresión  
es la suma  
de los barrotes  
de la jaula  
de un pájaro:  
esta metáfora  
corresponde  
a la realidad cultural  
de los pueblos  
indígenas  
latinoamericanos***

El sociólogo canadiense Stephen Harold Riggins, en su libro “Ethnic minority media: an international perspective”, desafortunadamente aún no traducido, describe los intereses escondidos que pueden mover al Estado a promover políticas de comunicación aparentemente multiculturales. De acuerdo con Riggins, el Estado puede fomentar el uso de las lenguas indígenas en los medios para:

- mejorar su propia imagen y disminuir la resistencia indígena a la integración en la sociedad dominante;
- incluir a los pueblos indígenas en el desarrollo económico del país;
- fomentar la división entre pueblos indígenas;
- impedir que desarrollen sus propios medios de comunicación;
- hacer proselitismo político, o
- cualquier combinación de los cinco motivos anteriores.

De la misma manera, proliferan grupos religiosos que se aprovechan de los medios en lenguas indígenas para avanzar sus causas entre los pueblos originarios de América.

Por el contrario, el cine, al ser considerado arte o entretenimiento, usa la lengua sin motivos evidentes de impacto a corto o mediano plazo. Salvo algunas excepciones (como en las teorías de Armand Mattelart o Herbert Schiller, entre otros), al cine no se le suele atribuir el impacto de otros medios. Si bien el cine también es ideología y ha sido utilizado históricamente con este fin, como en el caso de México, para la transmisión de valores nacionalistas que trascienden el entretenimiento, normalmente el cine no es la vía más usada para realizar campañas políticas o de información que requieran acción inmediata. Esta urgencia se reserva a la televisión, la radio y la prensa escrita..

El cine en una lengua indígena, pues, abre un espacio de ocio normalmente reservado a las lenguas dominantes. El entretenimiento no se suele

***Los medios  
de comunicación  
social fortalecen  
la jaula cuando  
ignoran la realidad  
de los pueblos  
indígenas  
y contribuyen  
a perpetuar una imagen  
que los relega  
a la marginación***



### La cultura indígena y su atractivo

considerar tan prioritario en la defensa de la cultura indígena como otros factores, pero si el entretenimiento es una poderosa herramienta cultural para la asimilación, también lo es para la resistencia. Para el público, el mensaje es que la lengua indígena es válida para casos de urgencia (una campaña de salud), pero también para situaciones que parecen prescindibles, como el entretenimiento en los medios.

#### La narrativa: el guión apolítico es político

En este nuevo frente, la ficción nuevamente es clave. La narrativa, el contar la historia de unos determinados personajes, permite huir del reportaje antropológico y del panfleto político. Precisamente, lo más subversivo de una película indígena puede ser su apariencia apolítica.

La estrategia más fuerte de resistencia en el cine o en el vídeo de ficción radica en tratar a la lengua indígena con una normalidad avasalladora, usándola sin complejos de comienzo a fin, tanto en

la interpretación de los actores como en la lista de créditos al terminar la película. Por el contrario, mientras las lenguas indígenas aparezcan en el cine latinoamericano con excepcionalidad, serán lenguas de excepción. Si aparecen como lenguas de reportaje folclórico serán lenguas folclóricas y si solo se presentan con pasamontañas, serán lenguas enmascaradas.

Mezclar conceptos como la resistencia cultural y la ficción podría llevarnos a concluir que hacen falta guiones con carga ideológica. Obviamente, en una situación normal, el cine con esa carga es necesario, pero un pueblo marginado vive en el pozo de la politización automática de su cultura. Los vídeos de denuncia cumplen una función clave en la movilización por la justicia, pero una cultura que solo se retrata como activista no puede llegar a la normalidad.

En el caso indígena, los vídeos con contenido que no parece político, como una historia de amor o una película de misterio, pueden simbolizar formas de resistencia más efectivas que los vídeos claramente



activistas. Un vídeo que usa una lengua minorizada de forma “no política” eleva el estatus de esta lengua al mismo nivel que el de la lengua dominante. En consecuencia, una película que no parece política lo es, y mucho, precisamente por no parecerlo.

### **Romper los estereotipos**

El cine se basa en sentimientos y emociones extrapolables. La universalidad de un guión puede contribuir a escapar del romanticismo y exotismo que suelen acompañar a los indígenas como objeto en el cine occidental. Los medios de comunicación tienden a deshumanizar a los indígenas, representándolos como víctimas pasivas de la pobreza o como guerreros nobles y valientes, pero al fin y al cabo deshumanizados. Barrer tópicos y estereotipos también es una estrategia de resistencia cultural.

*Las culturas  
indígenas,  
y por extensión  
las culturas  
que conocen  
o han conocido  
la persecución,  
siguen vivas pero  
siguen enjauladas*



El cine indígena presenta una visión indígena sobre los indígenas. ¿Cuántos taxistas, periodistas, policías, abogados, narcotraficantes, estudiantes, prostitutas o maestros indígenas hemos visto en el cine latinoamericano? Parece que los indígenas sólo existen en el cine enmarcados en la conquista o en la época colonial, pero no en el siglo XXI.

A juzgar por la cantidad de investigación académica, se diría que los barrotes de la jaula mediática son invisibles, en comparación con los de la jaula política o histórica. Los intentos de asimilación y el racismo no han desaparecido de América Latina, solo que ahora no aparecen explícitamente en la ley.

Sin embargo, los medios también pueden contribuir a la resistencia cultural, como reflejan centenares de profesionales indígenas que trabajan a diario en la radio y, en menor medida, en la televisión. El cine indígena puede consolidar la resistencia y ayudar a la normalización cultural y lingüística. Aún más, se puede permitir el lujo de hacerlo con una normalidad subversiva. ☼

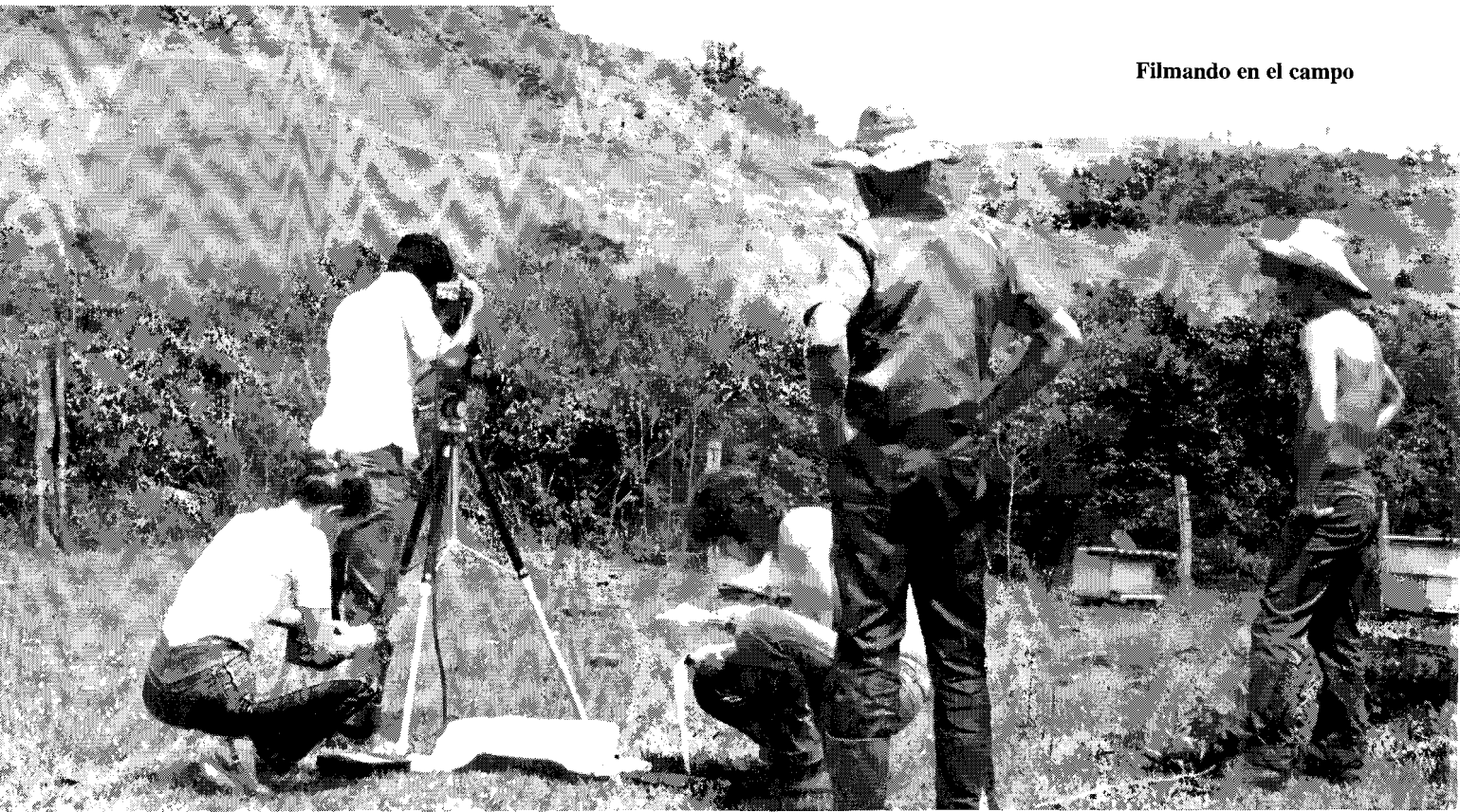


Rostros indígenas en escena

#### Referencias bibliográficas

- Frye, Marilyn (1983). *The politics of reality: Essays in feminist theory*. Trumansburg, Nueva York. Crossing Press, pp. 1-16.
- Riggins, Stephen Harold (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*. Newbury Park, California. Sage, pp. 8-11.
- Rodríguez, Clemencia (2001). *Fissures in the Mediascape*. Cresskill, New Jersey. Hampton Press. p. 127.

#### Filmando en el campo





■  
**Edmundo Rodríguez Castelo**

Entre junio y agosto de este 2003, han muerto cuatro grandes estrellas del séptimo arte, fallecidas, no por causas trágicas, sino por razones naturales, cumplidos a cabalidad unos tranquilos ciclos vitales personales, habiendo sobrepasado los ochenta años de edad, retiradas ya de su actividad profesional artística y plenamente en esos períodos vitales de serenidad dentro de la presente vida y de expectativa por la del más allá. Y para acercarnos en estas líneas a tres de ellas hemos encontrado sugerente unir las bajo un titular que nos traiga al recuerdo dos grandes momentos de las cinematografías italiana y de la estadounidense, respectivamente: “ Il buono il brutto il cattivo”, el oeste “ spaghetti” de Sergio Leone, que en 1966 culminó en destacada forma la inolvidable trilogía de los dólares: “ Per un Pugno di Dollari” ( 1964) y “ Per qualche Dollaro in piú” ( 1963), de cuya retumbante polvareda cuajada de muertos saltó a la fama internacional Clint Eastwood; y “ From here to eternity”, el laureado drama bélico-romántico protagonizado por Burt Lancaster y Deborah Kerr, que en 1953 le diera el segundo “Oscar” al director Fred Zinneman, un filme que

■ **Edmundo Rodríguez Castelo**, ecuatoriano, abogado y periodista, escribió durante muchos años crítica cinematográfica en el diario El Tiempo de Quito, bajo el seudónimo de “Rocastel”.

■ Correo-e: <rrodriguez@punto.net.ec>



# **malo, el feo...** **de aquí a la eternidad**

prácticamente inició la moda de este tipo de cintas que han emocionado y hecho humedecer los ojos a más de una pareja de enamorados.

¿Cuáles podrían ser estas tres estrellas recientemente fallecidas, cobijadas bajo un titular que reúne dos destacadas películas del siglo pasado? Pues, y sin más demora, debemos decir que son Gregory Peck, fallecido el 13 de junio, Charles Bronson, fallecido el 30 de agosto, y Bob Hope, fallecido el 27 de julio, “El Bueno”, “El Malo” y “El Feo” de la pantalla grande, quienes en este año 2003 han emprendido el definitivo viaje “a la eternidad”, a esa eternidad que contiene lo cinematográfico como una de sus raras virtudes, similar a la que puede tener el arte literario, según frase atribuida al escritor Bioy Casares: “La eternidad es una de las raras virtudes de la literatura”. Eternidad donde se habrán encontrado con la gran estrella de “The African Queen” (1951), única mujer ganadora de cuatro “Oscar”- además de ocho nominaciones-, la siempre rebelde e incomparable icono femenino del séptimo arte: Katharine Hepburn, nacida el 9 de noviembre de 1907, en Hartford, Connecticut, los Estados Unidos, y desaparecida el 29 de junio).

## **“ Il buono”, el bueno**

Este calificativo nos parece plenamente adecuado para Gregory Peck, nacido como Eldred Gregory Peck, el 5 de abril de 1916, en La Jolla, California, los Estados Unidos., quien, de las tablas de Broadway saltó al estrellato en el celuloide gracias a la ausencia de los veteranos que se encontraban peleando en la Segunda Guerra Mundial.

Identificado por su gran talla corporal, físicamente atractivo, siempre elegante, caracterizó el tipo de héroe melancólico y reflexivo, definido gracias a una mirada triste o desencantada (¿qué mujer de los años 40 ó 50 no suspiró ante los ojos de este hombre bueno y generoso, digno de ser amado?) Uno de esos héroes fílmicos ya desaparecidos: en todo momento positivos, generosos y de rectilíneo proceder, quien, gracias a su versatilidad, no fue encasillado en ninguno de los más variados géneros en que actuó (dramas, comedias románticas, aventuras, sagas militares, oestes clásicos), llegando en todo momento a ser el líder que dominaba gracias a una fuerte personalidad, perfectamente definida. Siempre el recto y buen ciudadano

***Gregory Peck  
caracterizó  
el tipo de héroe  
melancólico y  
reflexivo, definido  
gracias a una  
mirada triste  
o desencantada***



fílmico, pilar de la comunidad; consagrado definitivamente en 1962, como Atticus Finch, el abogado viudo y paternal, humilde, recto y honrado a cabalidad, de "To Kill a Mockinbird", que le diera finalmente el codiciado "Oscar", luego de varias nominaciones ("The Keys of the Kingdom", 1944; "The Yearling", 1946; "Gentleman's Agreement, 1947 y "Twelve O' Clock High", 1949).

Y saliendo del campo artístico, como complemento a su humanismo cabal, también en la vida real fue el líder bueno de la ciudadanía, encabezando muchas causas caritativas, cívicas, políticas, y dentro de la misma industria fílmica. Miembro del Consejo Nacional de las Artes ( 1965), Presidente de la Sociedad Americana contra el Cáncer ( 1966), Presidente de la Junta Directiva del Instituto Americano del Film (1967-1969), Presidente de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood (1967 a 1970). Habiendo recibido, entre otros reconocimientos honoríficos, la Medalla del Premio a la Libertad y el Premio Humanitario Jean Hersholt.

En 1978, bajo el título de " An Actor's Life", publicó su autobiografía con enorme éxito, el que podía esperarse de la biografía de un destacado actor, un héroe bueno y querido, verdadero prototipo del hombre de bien contemporáneo. Se retiró definitivamente del cine en 1991, luego de participar con un pequeño papel en la nueva versión de " CAPE FEAR", de Martín Scorsese, el gran éxito de 1962, que co-estelarizó conjuntamente con Robert Mitchum ( también con una pequeña intervención en el nuevo filme de Scorsese).



## “ Il brutto”, el malo

Y considerarlo como “ Il Brutto” de esta trilogía no lo hemos hecho nosotros a Charles Bronson, nacido Charles Buchinski o Buchinsky, el 3 de noviembre de 1921, en Ehenfeld, Pasadena, EE.UU.; y como Buchinsky en el cine desde 1951, hasta su intervención en “ Miss Sadie Thompson” (1953); sino que así llegó a ser considerado cuando saltó el gran charco, para intervenir en una serie de realizaciones europeas, como la franco-italiana “ Farewell, Friend” (1968) junto a Alain Delon, o la británica-italiana “Lola” (1969), o la francesa “ Rider on the Rin” (1970), o la italiana “ The family” (1970), o la franco-italiana “Cold Sweat” (1971), o la francesa “ Someone Behind the Door”(1971), o la ítalo-franco-española “ Red Sun” (1972), saltando también de ser el encasillado hombre rudo, duro, aun sicópata, simple pieza de reparto de Hollywood, a un estrellato de éxito en París, Roma y Madrid, adorado precisamente por su fuerza, rudeza y magnetismo animal, habiendo llegado a ser conocido en Francia como el “Monstruo Sagrado”, y, precisamente, como “Il brutto” en Italia, tornándose repentinamente, y a sus 50 años de edad, en un verdadero símbolo sexual y en una de las estrellas mejor pagadas del cine mundial, obteniendo en ese mismo año, 1971, el “Globo de Oro” de la Prensa Extranjera de Hollywood como “ el actor más popular del mundo”.

Luego, con filmes como “ The Mechanic” (1972) o “Mr. Majestic”(1974), volvió a Hollywood, para tomar a los filmes simplemente de acción y violencia, esos thrillers repetidos y repetitivos, actualización de los filmes en los cuales se había iniciado éste, uno de los quince hijos de un minero de Lituania, quien hasta los 16 años debió trabajar en las minas al igual que sus hermanos, siendo luego bombardero de un B-29 en la Segunda Guerra Mundial, pasando a desempeñar los más variados oficios, hasta que estudió arte dramático en 1949 en Philadelphia, trabajando en una Compañía de Arte, pudiendo enrolarse definitivamente en una Escuela de Interpretación en Pasadena. Experiencia de estudios dramáticos con la cual fue a Hollywood, hacia 1950; pero para ser encasillado, gracias a su rostro duro, inexpresivo, escabroso, en los ya



**“Il brutto”  
Charles Bronson  
fue un verdadero  
símbolo sexual,  
una de las estrellas  
mejor pagadas y  
el actor más popular  
del mundo**

mentados papeles de hombre rudo, malo, aun psicópata, sin mayores posibilidades de expresión artística, de lo cual le salvó a fines del 60 e inicios del 70 la culta Europa, que aún, insistimos, llegó a idolatrar a este enigmático “Cara de gato” (hacia donde apuntó con su bigotito), de negros ojillos profundos y melancólicos...

En el retorno a su patria, en los años setenta, y demostrando ser, o tener algo especial en su misma fuerza y en su ruda dureza inexpressiva, tornó a ser popular y reclamado por el gran público de todo el mundo, ese de raíces populares que quizá llegó a verlo – y sentirlo- como parte de él, una especie de defensor y aún “vengador” dentro de un mundo sofisticado, ajeno; precisamente siendo el “Vengador Anónimo”, tan malo como el peor de los malos, a los cuales debe barrer de las calles sin ninguna contemplación – o escrúpulo- dentro de la ruta cinematográfica que inició en 1974 con “Death Wish”, bajo la efectiva dirección de Michael Winner, continuada en dos secuelas más en 1981 y 1985, bajo la mano del mismo realizador, y en 1987 dirigido en “Death Wish 4, The Crackdown”, por J. Lee Thompson. Verdadera serie de thrillers policiales, duros, y sin concesiones de ninguna índole, mucho menos artísticas -algo presente en su decreciente calidad-, sustentados solo en su bastante enigmática presencia- nunca se sabe qué piensa o siente-, y en su habilidad con las armas, satisfaciendo plenamente a un público que ahora simplemente está fascinado por lo que le entregan en la pantalla filmes como “ First Blood”(1982), cuna del musculado Sylvester Stallone-Rambo (con sus inevitables secuelas), o “ The Terminator” (1984), con el fortachón de última hora Gobernador de California: Arnold Schwarzenegger (también con sus incontenibles secuelas e imitaciones), y todas aquellas cintas únicamente con peleas, artes marciales, ritmo alocado, técnicamente deshumanizadas, cuajadas de violentos y mortales personajes “duros de matar”, como las del siempre repetitivo peleador Steven Seagal, “ Hard to Kill” (1990), también con secuelas, copias, etc., etc.. o las “ Retroceder nunca, rendirse jamás” ( que ya va por la número siete), o las tantas con “Ninjas” americanos o no, con Michael Dudikoff o no, duros mercenarios karatekas...Mundo fílmico en el cual ya no cabían las melancólicas y algo refinadas dureza y maldad de éste, en el fondo algo bueno, “ brutto” del cine mundial, por lo mismo ya retirado aun antes de su muerte.

## *El feo Bob Hope triunfó no precisamente por su físico, pues era poco agraciado, sino por su innato atractivo personal que lo convirtió en el rey de la comedia ligera*

### **“ Il cattivo”, el feo**

Y este apelativo lo dejaríamos para Leslie Townes Hope, nacido el 29 de mayo de 1903 –hace ya unos buenos cien años– en Eltham, Inglaterra, quien llegó de chico a Cleveland, Estados Unidos, para luego ser conocido y triunfar como el inmortal actor de vodevil, de la radio, de la televisión, del teatro y del cine: Bob Hope, habiendo en mucho triunfado no precisamente por su físico, pues era poco agraciado, sino por su innato atractivo personal que lo convirtiera en el rey de la comedia ligera, siempre con los mismos chistes y tópicos, muchos, precisamente sobre su aspecto físico, no de hermoso galán, y sobre todo con un generoso apéndice nasal –“ mi nariz entra en cámara diez segundos antes que yo”, uno de sus permanentes chistes- y una no menos amplia boca presta al guiño, al chiste y a la parodia, cuya inmensa fama se inició en los años 40.

Este gran feo de la pantalla empezó en el cine con “Road to Singapore” ( 1940), el primer filme de sus inolvidables “ roads” –caminos- musicales, formando pareja con el exitoso galán cantante Bing Crosby, y acompañados por la hermosa Dorothy Lamour. Siete sucesos fílmicos espectaculares, musicales, cómicos, románticos, que aprovecharon todo el mágico colorido del naciente technicolor, siendo el último, tan exitoso como todos: “ The Road to Hong Kong”, de 1962.



A fines de los años cuarenta, también triunfó en el inolvidable oeste cómico "The Paleface" (1948), siendo precisamente el protagonista "Cara Pálida", acompañado por la exhuberante belleza morena de Jane Russell, repitiendo el éxito en 1952 con la secuela "Son of Paleface", gracias también a la presencia de la misma escultural morena, y muy especialmente del popular vaquero "de la vida real" Roy Rogers y su genial caballo "Tigre".

Sin ningún estilo determinado, sus filmes cómicos de los años cincuenta fueron una mezcla de muchos aspectos, quizás algo menos divertidos los de los años sesenta; pero el incansable Bob Hope (y su equipo de más de 100 escritores) continuó entregando alegría al mundo entero en los setenta, y ya no solo desde la pantalla grande, sino también con sus frecuentes apariciones personales y en la televisión. Llegó a convertirse en el casi permanente presentador - animador de la entrega de los premios "Oscar" (sin un adecuado sustituto o sustituta hasta la fecha), habiendo recibido este galardón en cinco ocasiones (1940, 1944, 1952, 1954, 1965), aunque no por alguna caracterización artística significativa, sino por sus "acciones humanitarias y su contribución a la industria cinematográfica", honrando una carrera resumida en 85.000 páginas de chistes que en 1998 donó a la biblioteca del Congreso estadounidense, además de varios libros de humor y una autobiografía.

Su entretenimiento preferido, casi un ritual, fueron las giras anuales a divertir a las tropas, desde los años de la Segunda Guerra Mundial, hasta la primera Guerra del Golfo. Una cápsula de sus viajes a Vietnam ha sido presentada cada año en la televisión norteamericana, y en 1971 aplicó por un viaje a Hanoi, esperando poder negociar la libertad de los prisioneros a cambio de un millón de dólares. Actividad que le valió ser el primer civil condecorado como un "veterano de guerra".

Desde 1941 hasta 1953 (menos 1948) estuvo entre las 10 estrellas que más ingresos daban a los Estudios cinematográficos de Hollywood, siendo probablemente el actor cómico, o comediante, más rico que haya existido, con una fortuna calculada entre los 400 y 700 millones de dólares, con acciones en inmobiliarias, seguros, petróleo y gas, caballos pura sangre, compañías de Radio y aun dueño del equipo de béisbol los "Indios" de Cleveland, su tierra adoptiva. Gran benefactor social, con donaciones que superaron los mil millones de dólares, demostrando que el hacer reír sanamente, el dar alegría al hombre de la calle, identificándose con él, - como la perfecta encarnación del "sueño americano"-, sí produce en esta vida, siendo algo que ha servido para transportarle, junto con "El Bueno" y "El Malo", como el simpático "Feo", a "La Eternidad" ... A esa eternidad que hace permanecer para siempre a las vidas humanas -o literarias-, según lo decía Don Miguel de Unamuno: " Los Don Quijotes y Sanchos vivos en la eternidad- que está dentro del tiempo, y no fuera de él; toda la eternidad en todo el tiempo y toda ella en cada momento de éste - no son exclusivamente de Cervantes ni míos, ni de ningún soñador que los sueña, sino que cada uno los hace revivir".



Kazan dirigiendo "Nido de Ratas"

## Ya no al este del paraíso sino en el mismo paraíso

Cuando estábamos escribiendo sobre esas consagradas estrellas que en este 2003 habían partido serenamente hacia la eternidad, el cable nos trajo la noticia de otro fallecimiento, de alguien también definitivo dentro del séptimo arte: Elia Kazan, poseedor de una gran trayectoria artística, sobre quien la Enciclopedia Ilustrada del Cine, Labor, decía en 1970: " Tanto por la calidad de su trabajo mecánico como por el cuidadoso empleo de los medios cinematográficos y por la amplia gama de recursos culturales, su obra puede considerarse, con algunas excepciones, como una de las más completas entre los autores americanos de la posguerra".

Si nombramos algunas de las cintas realizadas dentro de una gran carrera iniciada con "A Tree Grows in Brooklyn" (1945) y con "Gentleman's Agreement", que en 1947 le diera el "Oscar" al mejor director, creemos que estaría más que justificado lo afirmado por la Enciclopedia. Viniendo luego: "Boomerang!" (1947), "Panic in the Streets" (1950), "A Streetcar Named Desire" (1951), "Viva Zapata!" (1952), "On the Waterfront" (1954), "East of Eden" (1955), "A Face in the Crowd" (1957), "Splendor in the Grass" (1961), o "America America" (1963). Dramas vigorosos, potentes, cuajados de aciertos, hermosos visual y estéticamente, con eficaces actuaciones de nacientes estrellas que luego brillarían en el firmamento fílmico, encabezadas por los todavía vivos Marlon Brando, Warren Beatty, o el fallecido e inmortal James Dean, símbolo de toda una generación, o la "Novia de América": Natalie Wood, también en la eternidad de la fama, o Montgomery Clift, Eva Marie Saint, Paul Newman, Jack Palance, Joanne Woodward, Lee Remick, Shelley Winters; frutos de ese gran semillero de estrellas que fue el "Actors Studio" de Nueva York, cofundado en

1947 por Kazan, y desde 1948 con Lee Strasberg como director artístico, cultivadores del "Método" (técnica de actuación inspirada en Stanislavski).

Lastimosamente, pese a los lauros obtenidos gracias a una especial capacidad para, además de dirigir actores, topar los dramas más sórdidos con distinción, para captar atmósferas con meticuloso cuidado, para introducirse con personalidad en conflictivos mundos interiores, sin descuidar la denuncia social, la crítica, Kazan en lo personal de su vida no tuvo calma ni tranquilidad, pues fue marcado definitivamente por las denuncias que hiciera en contra de compañeros, cuando en 1952 fue llamado a declarar por sus antecedentes comunistas ante el tristemente célebre "House - Un American Activities Committee" promovido por el senador Mc Carthy y su cacería de brujas...

"On the Waterfront" -"Nido de Ratas"-, fue realizada precisamente en un intento de responder a las críticas surgidas por lo revelado ante el Comité anti-comunista. Dura denuncia fílmica de los manejos sindicalistas en los muelles neoyorquinos, laureada con ocho "Oscar" -incluido el del mejor director-, premiada en Cannes, también por los críticos cinematográficos de Nueva York, y el inicio de la carrera triunfal de Marlon Brando; pero que no satisfizo plenamente en su polémica posición política, en su intento de implacable denuncia. Entonces Kazan

*Sus rotundos  
fracasos de crítica y  
público le hicieron  
sumergirse  
en el ostracismo*



optó por las cintas personalistas-humanas, apolíticas, iniciadas con esa hermosa adaptación de la novela de John Steinbeck: "East of Eden" -"Al Este del Paraíso"-, que consagró a otra joven figura fílmica, quien con su actuación y forma de ser personal -como Brando- influyó fuertemente en la juventud de los años 50 y 60: James Dean (prematura y trágicamente fallecido a los 24 años de edad en 1955).

Sus obras fílmicas - también tuvo destacada intervención en el teatro - fueron aplaudidas por la crítica e impactaron en el gran público, sin reservas, como "Splendor in the Grass" -"Esplendor en la Hierba"- con la inolvidable pareja juvenil formada por Warren Beatty y la ex niña del cine americano: Natalie Wood, transformada en la popular "Novia de América". Mas, en su entorno social, no fue aceptado en forma plena este hijo de un inmigrante griego, nacido como Elia Kazanjoglou, el 7 de septiembre de 1909, en Constantinopla (ahora Estambul), y quien llegó de niño a los Estados Unidos para establecerse en Nueva York, donde, gracias a la buena situación económica paterna pudo realizar estudios,



Kazan dirigiendo "Un tranvía llamado deseo"

ingresar en 1932, al departamento de drama de la prestigiosa U. de Yale, definiéndose definitivamente por la dirección teatral cuando ingresó al "Group Theatre" en 1935, actividad que nunca abandonará, alternándola con la fílmica, y, últimamente, con la literaria, con novelas como "America America" (1961), "The Arrangement" (1966), éxito de librería, pero fracaso en el cine, o "The Assassins" (1972).

Amargura personal-vital que le llevó a un rompimiento artístico, primero con el teatro, cuando en 1964 declaró la superioridad del cine sobre aquel: "Es pesado

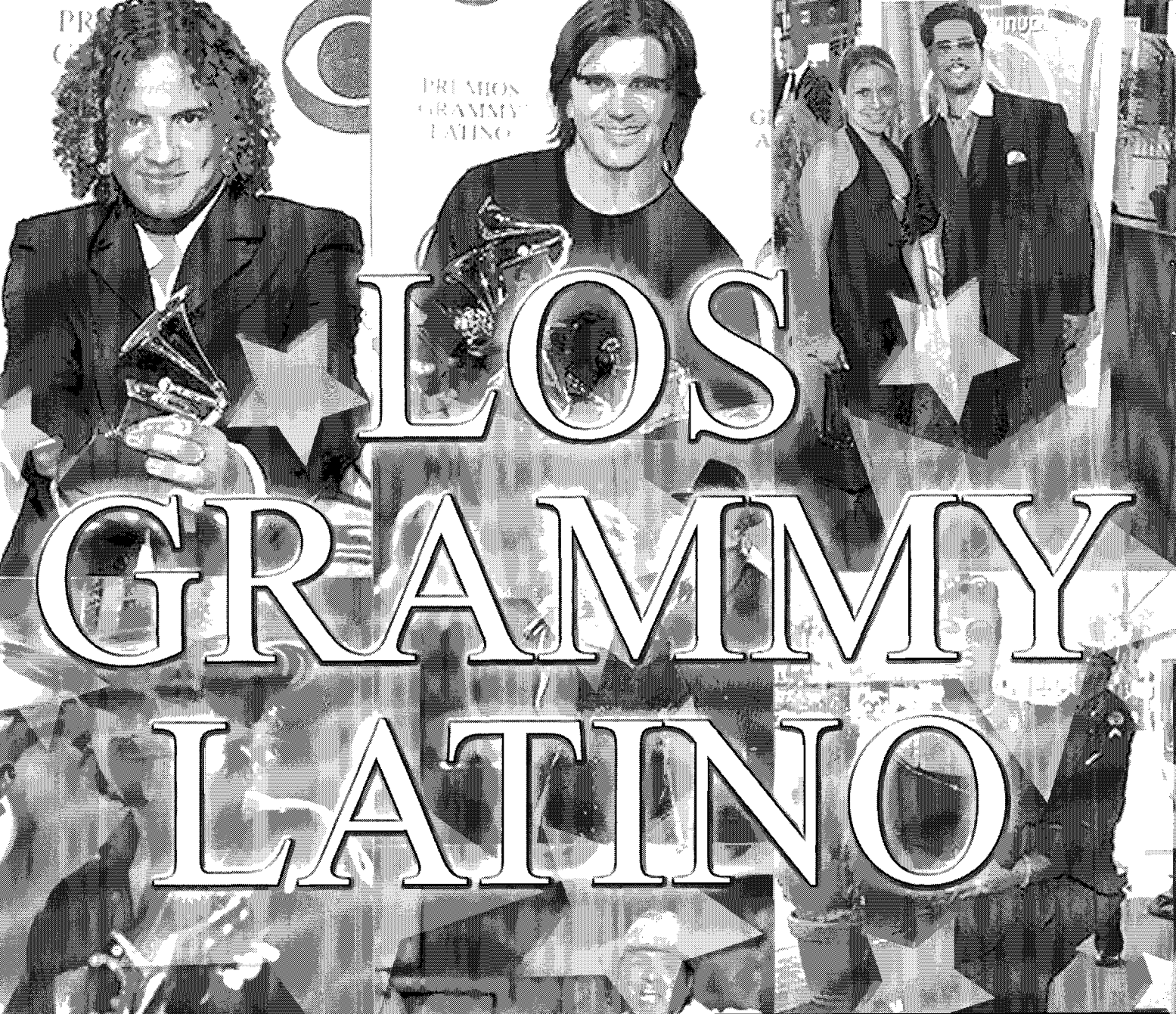
y arcaico, yo nunca voy al teatro...Odio el teatro. En el cine es donde está la acción". Mas, habiendo tornado a lo cinematográfico con la adaptación de su novela "The Arrangement" (1969) o "The Visitors" (1972), sus rotundos fracasos de crítica y público le hicieron romper, definitivamente, con toda la maquinaria americana del entretenimiento, tanto en las tablas, como en el celuloide, para sumergirse en un ostracismo definitivo luego de "The Last Tycoon" (1976), un gran testamento fílmico con base en los talentos literarios de F. Scott Fitzgerald y Harold Pinter, y una inigualable constelación de nuevas y viejas estrellas: Robert de Niro, Tony Curtis, Robert Mitchum, Jeanne Moreau, Jack Nicholson, Dana Andrews, Ray Milland, Donald Pleasence, John Carradine.



Kazan dirigiendo "América América"

## *Kazan, en lo personal de su vida, no tuvo calma ni tranquilidad*

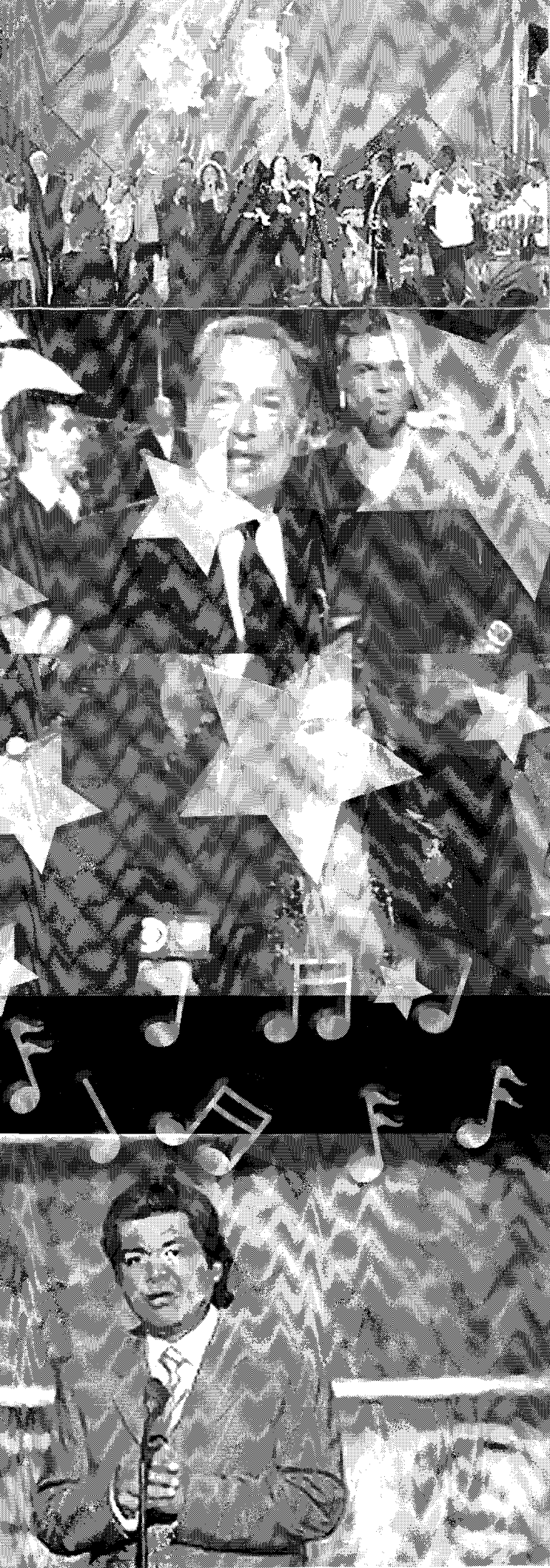
Ostracismo personal y artístico del cual quizás intentó sacarle el "Oscar" especial que la Academia le otorgó en 1999 - sin muchos aplausos, ni de la crítica, ni del público-; último reconocimiento a una obra superior que ahora sí ya se instaló definitivamente por su méritos, en la Historia del arte séptimo. Obra de alguien que si en su vida personal estuvo "Al Este del Paraíso", alejado de los cenáculos de los famosos, ahora, y con su serena partida a la eternidad, se ha instalado ya en el mismo Paraíso de los creadores artísticos. ●



# LOS GRAMMY LATINO

su meta inicial y su fin comercial





### Marinés Arroyo Sotomayor ■

El nombre no es una contradicción de términos, es una contradicción de dichos y hechos ya que estos Grammy Latino se produjeron y se transmitieron en inglés. Solamente la música, en español, cumplió su papel diplomático y sirvió para estrechar lazos y tender puentes entre anglos y latinos, entre exiliados y residentes, entre la salsa y el rock. Sin embargo, el puente más dulce se tendió desde el más allá. ¡Uno de azúcar!

"Ay, no hay que llorar, que la vida es un carnaval, es más bello vivir cantando". Así dice la letra de uno de los temas de la última producción de la Guarachera de Cuba, la Reina de la Salsa, la dulce Celia Cruz, quien falleció el pasado 16 de julio lejos de su amada Cuba, cerca del corazón de todos los cubanos de uno y otro lado de la barrera ideológica que les separa.

El tema parecería anunciar por medio de sus canciones la muerte que se avecinaba. Fue un 'Regalo del Alma' como titula su disco; un adiós, una despedida feliz, y ella misma lo pide así en otro de sus últimos temas con su "Ríe, llora, que a cada cual, le llega su hora... Ríe, llora, que esta negrita - a pesar de que ya no está viva - no pasa de moda". Al contrario, ahora que ya no está viva vende más música y está más de moda que nunca: vive en la memoria de sus admiradores. No sería nada extraño que en Celia reencarnara el efecto Elvis quien desde el más allá ha vendido más, acá.

Mientras algunas de las canciones, de Cruz, anuncian que ése sería su último disco, los Grammy del 2003 se presentaron por primera vez en Miami, su ambiente natural. Sin embargo, esta presentación no solo puso en alerta a toda la extrema derecha del exilio cubano, sino que volvió a darle la oportunidad a la ciudad de Miami de reivindicarse de los bochornosos episodios que se presentaron, y que causaron la cancelación del evento en Miami y su traslado a Los Ángeles, en tres ocasiones previas.

Marinés Arroyo Sotomayor, periodista nacida en Puerto Rico, radicada en Estados Unidos, con un postgrado en periodismo por la Universidad Internacional de la Florida. Editora en AOL Latino, con sede en Virginia, Estados Unidos.

■ Correo-e: inesmar\_1@yahoo.com

Representantes del exilio cubano han rechazado, por medio de protestas, que se presenten artistas que ellos consideran partidarios al régimen castrista en las entregas de los premios Grammy Latino. En cada una de las ocasiones que la Academia planificaba que la entrega sucediera en Miami, los del exilio se alistaban para "impedir que vengan". Estos cantantes cubanos son tildados de politizados, y de "no haber sacrificado sus principios en aras de un mercantilismo barato".

A pesar de la tradición de intolerancia del exilio, la música sirvió una vez más como puente de cultura. Pero dicha reivindicación fue a medias, después de todo, las visas de los participantes invitados de la isla "no llegaron a tiempo". El argumento de este último año, según los funcionarios de la división encargada de tramitar las visas, la Sección de Intereses de los Estados Unidos (SINA) fue que las solicitudes no solo las entregaron tarde, sino que faltaron las de algunos músicos.

Dentro del marco de los nuevos, el grupo Bacilos, con 'Mi Primer Millón' promete un cambio fresco y bienvenido. Su canción "Yo sólo quiero pegar en la radio, para ganar mi primer millón... Voy a lo que voy, a volverme famoso a la vida de artista, a vivir de canciones", es honesta y va a lo que va: a ganarse el bolsillo y el corazón del consumidor.

Por otro lado, el colombiano Juanes, que recientemente ganó seis premios Grammy Latino por su álbum 'Un día normal', se dedicó, en cambio, a pedir en la oración cantada 'A Dios le pido', que el conflicto armado que sacude a su país Colombia desde hace más de cuatro décadas llegue a su fin y a su vez a amar la tierra en que se nace. El patriotismo colombiano en general y el regionalismo "paisa" iza su bandera en Juanes.

## *Los Grammy se suman a la cantidad de transmisiones donde se destaca el talento latino*



Olga Tañón

Juanes

La también ganadora de varios premios Grammy Latino, y quien tiene la admirable habilidad de bandearse de un género a otro (merengue y balada) y lograr premios y reconocimiento por ambos, es la puertorriqueña Olga Tañón. Ella ahora se dedica a cantarle al amor, a la infidelidad, y a la soledad... con todo el ánimo de lucro de que es capaz el corazón humano.

### El camino Latino de los Grammy

Ganarse uno de estos premios implica que la producción musical en general y de la agrupación particular, desde el cantante, hasta los ingenieros, sean merecedores de este galardón de excelencia musical hispana en los Estados Unidos: el sexto país de habla hispana en el mundo.

Los Premios Grammy surgieron en 1957, a raíz de un acuerdo entre profesionales de la música y ejecutivos de sellos discográficos, cuya intención era crear una organización que reconociera los logros de la creatividad musical, y no el nivel de ventas de la producción. Digamos que su meta consistía en premiar la calidad, sin tomar en consideración la cantidad de copias vendidas.

Cuarenta años más tarde, en 1997, y luego de 10 largos años, los miembros de la Academia Latina de Artes y Ciencias de la Grabación de Estados Unidos (LARAS, por sus siglas en inglés) decidieron crear los premios Grammy Latino (Latin Grammy) con casi el mismo fin de los Grammy "americanos": "Reconocer logros artísticos y/o técnicos, no cifras de venta o posiciones en las listas de venta" pero esta vez de cantantes latinos; entiéndase intérpretes cuyo idioma principal sea el español o el portugués.

En ambos casos se determina el ganador por los votos de sus colegas (miembros votantes, calificados de la Academia Latina). Este premio añade a sus objetivos, "crear una conciencia más amplia de la diversidad cultural y las contribuciones de artistas latinos de la grabación, nacional e internacionalmente". Las nominaciones, que incluyen variedad de ritmos musicales que van desde pop y rock, hasta merengue, salsa, samba, rap y tango, entre otros, incluyen categorías que van desde Mejor Grabación del Año hasta Mejor Nuevo Artista.

Cada año, la organización aprovecha la popularidad de los ganadores y se producen dos discos (uno del Grammy y otra del Grammy Latino), cada uno con una colección de temas de artistas ganadores. ¿Les importará en esta producción el número de copias vendidas? Presumimos que sí, pero supo-

*La premiación  
contó con 5.1 millones  
de espectadores por  
televisión, un millón  
más que en el año  
anterior*

Bacilos



Gustavo Santaollalla



Pepe de Lucía



nemos que es válido, pues en el disco ya están los ganadores legítimos, esos que se eligen sin tomar en consideración su nivel de ventas, ideología y esos que ahora son más populares, y por tanto, más comerciables.

Desde entonces, los Grammy se suman a la cantidad de transmisiones donde se destaca el talento latino.

El pasado 3 de septiembre se celebró la cuarta entrega de estos premios; esta vez por la cadena de televisión CBS, y según la compañía Nielsen, especializada en analizar los niveles de audiencia, las premiaciones de este año contaron con un millón de telespectadores más que el año anterior. Un total de 5.11 millones de personas vieron las premiaciones a través de su televisión, en inglés.

"Los Grammy Latino en CBS han sido una exitosa demostración del talento dinámico de los artistas latinos y su contribución a la industria musical... Este es un evento que cuadra, perfectamente, con las metas de CBS, de transmitir grandes eventos de entretenimiento y de promover la diversidad cultural", expresa en un artículo del sitio de los Grammy, Leslie Moonves, presidente y Gerente General de CBS.

Además de la televisión, los usuarios de Internet también se enteraron de los resultados inmediatos de los Grammy Latino. La producción de los premios se llevó a cabo "en asociación" con la mega compañía de comunicaciones estadounidense, America Online (AOL). De manera que además de ser importante patrocinador, proveyó el espacio para publicar los más mínimos datos de la actividad; desde publicar la lista de nominados, tan pronto fue permitido, hasta publicar galerías con fotos de los ganadores, los presentadores e intérpretes de la noche, y claro, las fotos de la esperada alfombra roja, que esta vez, el notable auspiciador Heineken decidió transformarla en verde. El color que identifica a esta empresa cervecera.

### El "efecto Tequila"

Entre la gran variedad de géneros nominados para premios en los Grammy Latino, se destacan los de origen mexicano. Aquí se encuentran las categorías de Mejor Álbum Ranchero, Mejor Álbum Banda, Mejor Álbum Grupero, Mejor Álbum Tejano, Mejor Álbum Norteño, Mejor Canción Regional Mexicana. Estos son los únicos premios específicos a una comunidad particular, en este caso la mexicana, que compone más del 60 por ciento de la población latina de los Estados Unidos.



Los Tribilistas

*Son un galardón  
de la excelencia  
musical hispana  
en los Estados  
Unidos, el sexto país  
de habla hispana  
en el mundo*



Thalía



George López

El resto de las nominaciones comprenden categorías variadas en las que, por su género (merengue, salsa, rock, jazz, etc), atrae a más artistas latinos de diferentes nacionalidades. Aunque claro, en estas categorías también son bienvenidos los mexicanos, que además de sus categorías específicas obtienen otros premios, como los que obtuvo el grupo de rock Maná (Mejor Álbum Vocal Rock Dúo o Grupo y Mejor Ingeniería de Grabación Para Un Álbum) y el que obtuvo el grupo Molotov: Mejor Vídeo Musical.

Sea motivado por el porcentaje de mexicanos que conforman el mercado en los Estados Unidos, o no, lo cierto y frecuente es, que la mayoría de los receptores de los Premios Grammy Latino suelen ser mexicanos, y que una gran parte del total de las premiasiones están aseguradas para los de este origen.

### El poder de la música

Desde hace muchísimos años la música ha servido como medio de comunicación, tanto entre grupos definidos, como en culturas variadas. Porque así es el fenómeno de la música, no tiene barreras. Ni el idioma, ni la diversa variedad de ritmos impiden que la música tenga límites establecidos.

No se sabe a ciencia cierta cómo se creó la música, ni cuándo. Lo que sí es evidente es que desde sus inicios pretendió transmitir mensajes a sus oyentes.

## *Han sido una exitosa demostración del talento dinámico de los artistas latinos y su contribución a la industria musical*

La música, como arte, permite que el compositor se desahogue, comparta su felicidad, sus penas, sus metas. Nos hable tanto del amor, como del odio, situaciones opuestas y paralelas.

No solo a través de la bastante obvia letra de las canciones el músico nos transmite mensajes, sino que también lo hace a través de su estilo particular.

Escuchar un lento bolero, o la llamada "música clásica" no provoca la misma reacción que escuchar un movido merengue, una salsa, un vallenato, un mambo, o una samba. En la mayoría de los casos, los boleros incitan a pensar en lo triste, o en lo amado. La salsa, por su parte, invita a ponerse de pie y empezar a bailar. Así, y muy curiosamente, la manera en que estén ubicadas las notas en el pentagrama motiva a la audiencia a comportarse de determinada manera.

### **El fenómeno del *crossover***

"Feliz Navidad, Feliz Navidad, Feliz Navidad, Próspero Año y Felicidad... I wanna wish you a merry Christmas, I wanna wish you a merry Christmas from the botton of my heart".

Uno de los primeros artistas latinos que logró traspasar sus canciones al mercado estadounidense fue el cantautor y guitarrista puertorriqueño





José Feliciano. Feliciano, quien nació ciego a causa de un glaucoma congénito, cuenta con condecoraciones tales como: Mejor Guitarrista de Pop por cinco años corridos (Guitar Player Magazine), más de 45 álbumes de oro y platino, seis premios Grammy (dos en inglés y cuatro en español, en la época en que ni existían los Grammy Latino) y el *Lifetime Achievement Award* de la Revista Billboard. Además, es el único cantante en haber recibido dos premios a la música pop en categorías de ambos idiomas. Quizás una de sus canciones más famosas y comúnmente escuchadas en los Estados Unidos es 'Feliz Navidad', que se popularizó a finales de la década del 60. El talento de Feliciano ha sido reconocido internacionalmente desde San Remo, Italia, hasta Mar del Plata, Chile. Su música se escucha tanto en las cantinas más arrabaleras como en los mejores salones de conciertos clásicos.

Feliciano abrió la puerta grande para que cantantes como Gloria Estefan, Ricky Martín, Shakira, Enrique Iglesias, y otros, que pueden ser considerados más esfuerzos que éxitos, como Paulina Rubio y recientemente Thalía, quien ha recibido críticas de sus propios fanáticos por querer copiar la imagen y el estilo de Jennifer López, se lancen a probar su suerte en el mercado anglo.

*A pesar  
de la tradición  
de intolerancia  
del exilio cubano,  
la música sirvió, una  
vez más, como puente  
de cultura*

Esperemos que Juanes, con su estilo de música que pide por la paz, logre lo que se le acredita al grupo U2 en Irlanda: el establecimiento de un diálogo abierto y honesto que ayude a evitar y a la vez a subsanar las diferencias que hay entre los pueblos.

Sí, y que se divierta tanto como Shakira; tal vez la artista latina que ha logrado traspasar no solo la barrera del idioma, sino las de las diferencias culturales, porque en ella se conjugan estilos variados de música, baile e idioma. Que siga haciendo su buen trabajo, porque según ella, "para unos puede ser trabajo, sí. Pero yo siento que mi parque de diversiones es ahora un poco más grande. Ahora puedo hablarle a otras culturas y espero poder tender un puente para acortar las diferencias que nos separan. Es una aventura, un sueño..."





# Internet la soci de la info

**Octavio Islas y Fernando Gutiérrez** ■

Con cierta insistencia y en fechas relativamente recientes, el término “Sociedad de la Información” ha sido incorporado en los discursos académico político y mediático. Para estar a tono con las exigencias de los “nuevos tiempos modernos”, no pocos de los comunicólogos latinoamericanos, que a mediados de la década de los noventas se negaban a reconocer a Internet como un medio de comunicación, hoy pretenden afirmarse como expertos en el tema de la “sociedad de la información y el conocimiento”.

De acuerdo con el informe La Sociedad de la Información en España, 2002, documento que fue elaborado por expertos de la empresa Telefónica de España, la sociedad de la información:

“en realidad se trata todavía de un terreno poco firme, con nuevos conceptos que no están suficientemente asentados, con la carencia de un modelo plenamente definido en el espacio político, y con descripciones y análisis globales que en ocasiones resultan contradictorios”.

Claudia Benassini Félix, investigadora de la Cátedra de Comunicaciones Estratégicas del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, afirma que a Daniel Bell corresponde el mérito de haber introducido el concepto “sociedad de la información”. Algunos de los aspectos medulares de la llamada “Sociedad de la Información” fueron abordados con gran oportunidad por reconocidos analistas del cambio tecnológico, como Marshall McLuhan, Harold Innis,

Neil Postman –quien falleció en el mes de septiembre-, y Walter Ong, entre otros. Alvin Toffler, por ejemplo, en “La Tercera Ola” anticipó con singular claridad el advenimiento de “La Sociedad de la Información”. De acuerdo con Toffler, la “Tercera Ola” introduciría una nueva sociedad, la cual descansaría en la información, el conocimiento y la creatividad.

Para Toffler, la “desmasificación” representa la principal característica de los medios de comunicación de la “Tercera Ola”. Internet, efectivamente, no es un medio de comunicación “masiva”. Por esa razón algunos comunicólogos concluían que Internet no admitía ser considerado como un medio de comunicación. Es posible postular a Internet como el medio de comunicación “nativo” de la “Tercera Ola”, pues además de ser un medio eminentemente “desmasificador”, produce y reproduce entornos inteligentes en el desplazamiento de la “infosfera”.

## Tiempos modernos

Una de las principales características de nuestros “nuevos tiempos modernos” es la velocidad con la cual la información se genera, transmite y procesa. Hoy, a través de las múltiples herramientas de comunicaciones de Internet, es posible obtener información instantáneamente, y en no pocas ocasiones a partir de la misma fuente que la produce, trascendiendo fronteras y limitantes de espacio y tiempo. Un perfecto ejemplo de lo anterior son los “weblogs”.

Internet es el medio de comunicación que expresa, en su admirable complejidad y perfección, el sentido más amplio de lo que representa en nuestros días la convergencia tecnológica, instalándonos en una especie de versión más avanzada de aquello que Marshall

Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, Investigadores de la Cátedra de Investigación en Comunicaciones Estratégicas y Cibercultura, Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México.

# et y //www. edad //www. rmación

## INFORMÁTICA

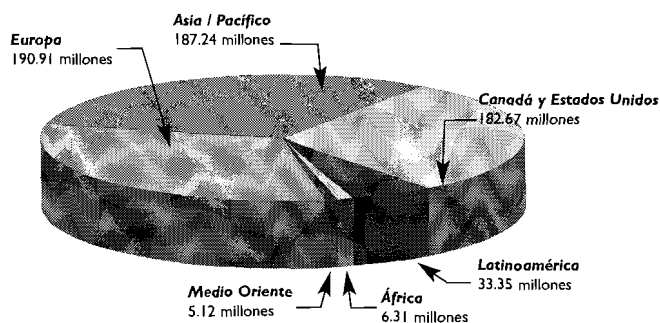
McLuhan acertó en designar como la “aldea global”. La convergencia digital que desplaza consigo el desarrollo de Internet, en buena medida define las posibilidades de innovación de industrias como la informática, la electrónica de consumo doméstico, la robótica, los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la realidad virtual, entre otras. A pesar del incipiente desarrollo de la llamada “economía virtual”, la convergencia digital admite ser considerada como un proceso irreversible.

De acuerdo con la información de NUA Internet Surveys, en septiembre de 2002, poco más del 10 por ciento de la población mundial (605.60 millones de personas) empleaba Internet.

### • Número de usuarios de Internet por regiones (Septiembre, 2002)

Total de usuarios en Internet: 605,60 millones

#### Número de usuarios de Internet por región



Fuente: NUA Internet Surveys. [http://www.nua.com/surveys/how\\_many\\_online/](http://www.nua.com/surveys/how_many_online/)

### Desarrollo exponencial

Conforme a las conclusiones de una investigación realizada por The AMD Global Consumer Advisory Board (GCAB), en la cual se analizó el desarrollo de

Internet en los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia, Corea, Japón y México, a pesar de que Internet ha registrado un desarrollo exponencial desde hace 10 años –en 1993 el número estimado de usuarios de Internet apenas rebasaba el millón y en septiembre de 2002 el número de cibernautas ascendía a poco más de 600 millones–, actualmente sólo el 10 por ciento de la población mundial emplea Internet. El 90 por ciento de los usuarios de Internet se concentra en naciones desarrolladas, y la tercera parte de los usuarios de Internet en naciones desarrolladas vive en los Estados Unidos.

Si aceptamos que Internet, efectivamente, representa la columna vertebral de la “sociedad de la información y el conocimiento, la asignatura pendiente es procurar la efectiva masificación del “medio inteligente”, con el propósito de que amplias capas de la sociedad disfruten de los beneficios que supone la “sociedad de la información”. Hoy los beneficios que implica la llamada “sociedad de la información y el conocimiento” representan el privilegio de una selecta minoría. Además, debemos tener presente que a partir del 11 de septiembre de 2001, el gobierno de los Estados Unidos fincó su economía en los negocios de la guerra y el petróleo. Desde entonces, el tránsito a la “sociedad de la información” quedó en suspenso. ☉

### La Cumbre de la Sociedad de la Información

Entre el 10 y el 12 de diciembre/2003, en Ginebra, Suiza, se realizará, en su primera fase, la cumbre mundial de las Naciones Unidas sobre el tema de “la sociedad de la información”. Del 16 al 18 de noviembre del 2005 se ha programado la realización de la segunda fase de la cita, en el estado africano de Túnez.

### Referencias en Internet

- “La Sociedad de la Información en España, 2002”. Disponible en línea en: <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/espana2002/partes/intro/index.html>
- Véase Robyn Grenenspan: “High usage countries experience divide” en: [http://cyberatlas.internet.com/big\\_picture/geographics/article/0,,5911\\_3101791,00.html](http://cyberatlas.internet.com/big_picture/geographics/article/0,,5911_3101791,00.html)
- Web Site oficial <http://www.itu.int/wsis/>
- Más información en [www.comunica.org](http://www.comunica.org)

# Errores comunes en el lenguaje periodístico

## Nueva Colonización

Juan Manuel Rodríguez ■

A propósito de una traducción del español al inglés, un distinguido profesor universitario comentaba que el trabajo consistía en pasar el texto de una lengua antigua a una moderna. Y en una reunión académica sobre las técnicas de educación a distancia, un petimetre profesor, recién horneado en alguna universidad usaíta, comentaba que “los *files*, los *chats*, los *links*, los *prints*, *deletear*, los *exits* y *brain storm*” eran necesarios en la clase, y hacía gala de toda la jerga de las NTCI (Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información.)

Dejadas a un lado la veracidad y carga peyorativa de la afirmación temporal, el primer caso es un juicio de valor que advierte acerca de la supuesta modernidad de una lengua muy cercana a la tecnología y es clarinada para estar alertas frente al embaute del inglés (lo moderno) ante la antigualla de nuestro castellano. El segundo caso es un ejemplo de la nueva colonización a que están sometidos los profesionales instruidos, que no formados, en el extranjero.

En esta intromisión de términos ajenos, el vehículo principal son las voces que, llamadas a educar, funcionan como canales inconscientes de la expansión del imperio: profesores y periodistas. Muchas veces los lacayos más efectivos para la nueva colonización suelen ser las personas instruidas y que sirven a la masa desde la moda de la ignorancia.

Cuando una lengua está viva, también sufre cambios, pues en esas mutaciones que los hablantes imprimen a su idioma radica la vitalidad de un idioma y su vigencia para expresar el mundo cambiante. Es obvio entonces que con la globalización mercantilista exista una acelerada influencia entre los idiomas; por tanto, el traspaso y préstamo de palabras serán actividades cada vez más vigentes y señal de la vitalidad de nuestro sistema lingüístico de expresión. Sin embargo, hay que tener cuidado, pues como la miga de pan se traga la salsa del plato, una lengua puede morir por absorción de la otra. Algunas contaminaciones son fatales.

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción. Decano de la Escuela de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito.  
■ Correo-e: [juan@mail.usfq.edu.ec](mailto:juan@mail.usfq.edu.ec)

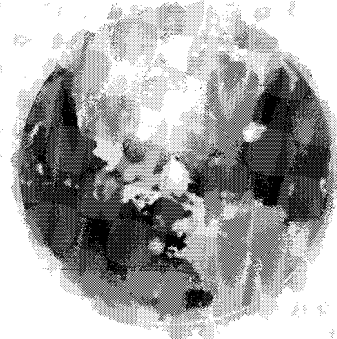
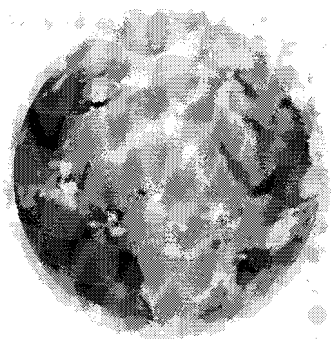
La aberración del “spanglish”, por ejemplo, consiste en acomodar unos términos y construcciones idiomáticas como nos dé la gana, o sea, sin utilizar las normas para incorporar palabras nuevas al léxico. No siempre el contagio con otro idioma deriva en buenos resultados. Hay contagios perversos y hasta dañinos, como el de un locutor de radio que suele despedirse de su programa con un gracejo agringado y despersonalizado diciendo: “hasta sun” (*soon* = pronto.)

Por ello, con la circulación del “*Diccionario pan hispánico de dudas*”, el director de la Real Academia Española manifestaba que “el dominio de la lengua no es erudición ni adorno: es una cuestión de identidad, una cuestión de ser”. Con ello se nos indica que el idioma proporciona un carácter ontológico al ser que expresa (la persona), y a la vez otorga la diferencia individual que marca a cada humano, haciéndole que se revele su ser a través de la expresión. Esto es radical, si se entiende, pues la expresión, aquello que se manifiesta a los demás, revela (a veces esconde) lo que cada uno es, nos muestra y recupera nuestro ser perdido entre los objetos del mundo. De este modo me encuentro yo, y yo encuentro al otro en el diálogo, donde para entendernos debemos recurrir a formas semánticas semejantes. “Uno es más si tiene mayor dominio lingüístico”, entonces la falta de ese dominio produciría humanos minusválidos o impedidos, inauténticos y masificados.

En este mismo sentido, el filósofo E. Nicol en su obra *Metafísica de la expresión*, siguiendo a M. Heidegger, ha explicado que mediante el idioma cada persona desvela su identidad y sus diferencias. También es en esta expresividad a través de la lengua, donde cada individuo demuestra su verdad y libertad: “el acto de expresión es el de la libertad”, pero una libertad comunitaria y social, por ello el respeto a reglas y normas permite que los otros intervengan con nosotros en una interacción dialógica. Solamente la expresión posibilita que seamos libres, pues “la expresión es la forma ontológica de la libertad.”

Para el periodista y comunicador, el problema de la expresión es insoslayable porque deben vivir abiertos a la forma dialógica, o sea, su actividad única y definitiva es estar operando el diálogo. Es en esa acción de apertura, a través de la expresión, donde su profesión cobra pleno sentido. Por ello, el cuidado del idioma, la búsqueda correcta de nuevas expresiones, conocer las reglas de traducción y calco para incrementar vocablos que tal vez no existan en nuestro castellano, no puede ser un acto irresponsable sino el resultado de un estudio muy meditado y cuidadoso. La actualización del idioma, sistema dinámico por excelencia, por estar anclado en la realidad social, es una tarea seria y responsable. Da mucha pena, lástima y extrañamiento, ver con cuanta ligereza muchas cabezas parlantes y juntapalabras (no periodistas) descalabran una posesión que no es de ellos, sino un bien cultural que todos hemos ayudado a acrecentar y mantener. Si cada vez son más las cosas que nos separan como personas que las que nos unen, se vuelve urgente replantearnos la necesidad de cuidar con pasión este bien del idioma castellano heredado de nuestros ancestros. El idioma es bien social, dañarlo es una irresponsabilidad e irrespeto a nuestra comunidad de hispanohablantes.

Para el periodista, el idioma es la herramienta para informar y comunicar, y la pérdida de lectores de los medios impresos constituye muchas veces la evidente consecuencia por el descuido con el que tratamos los mensajes. Los principales siervos, esclavos y mercenarios del nuevo colonialismo promovido por la globalización tecnológica y cultural somos los comunicadores que enturbiamos, enfermamos y prostituimos el sentido de la expresión, sin darnos cuenta de que nuestra mediación para la destrucción es grave cuando se nos ha formado comunicadores para ser mediadores en la construcción de una sociedad libre y verdadera. Los esbirros de lo moderno suelen ser propagadores y emisores gratuitos de la nueva Babel. Hasta pronto. ☉



# Periscopio Tecnológico

## Enlazarán servicios de celulares e Internet

Las empresas Vodafone Group y Microsoft unieron esfuerzos para promover entre los programadores la creación de aplicaciones que funcionen fácilmente, tanto en teléfonos móviles como en computadoras personales.

Estas aplicaciones crearían un mundo de posibilidades. Por ejemplo, un conductor con un auto accidentado podría usar su teléfono celular para hallar un mecánico por Internet y luego automáticamente proveerle la localización de su vehículo en la carretera.

"Tienes un móvil, tienes una PC (computadora personal), y hoy nunca se encuentran. La oportunidad es unir estas dos cosas", declaró Charles Fitzgerald, director general de plataforma estratégica de Microsoft.

## Libros electrónicos no despegan

Los libros electrónicos aún son el pariente pobre del mundo editorial, dado que los consumidores prefieren pasar ellos mismos las páginas cuando se acomodan en un cómodo sofá a leer un buen libro.

Tres años después de que los "e-books" alcanzaran su nivel máximo, los editores presentes en la mayor feria anual del libro en Francfort, Alemania, tienen ahora una visión mucho más realista.

En septiembre el mayor vendedor de libros de los Estados Unidos, Barnes & Noble Inc., anunció que dejaba de vender libros electrónicos. "No vimos que las ventas despegasen como nosotros y muchos otros habíamos anticipado", dijo un portavoz.

La editora británica Helen Fraser, directora gerente de Penguin, dijo que si su empresa vendía 40.000 copias de un libro impreso, normalmente vendía del mismo título 4.000 ejemplares de audiolibros y 400 de electrónicos.

En la batalla tecnológica por encontrar la forma perfecta de leer textos electrónicos en la computadora personal o en la pantalla de la PDA, los formatos existentes no han atraído al consumidor.

## Napster resucita... como servicio de pago

Napster, el servicio de intercambio de archivos que hizo las delicias de los aficionados a la música y puso en jaque a las compañías discográficas, resucitó en octubre como servicio de pago, dos años después de hundirse bajo el peso de las demandas judiciales.

Napster introdujo una versión de prueba de su nuevo software que venderá



canciones individuales por 99 centavos de dólar cada una, álbumes por 9,95 dólares o suscripciones mensuales ilimitadas por 9,95.

Napster inició la revolución de la música en Internet en 1999 al lanzar un servicio gratuito que permitía a los usuarios descargar música de otros usuarios a cambio de ofrecer sus canciones a otros.

**Celulares explotan por baterías falsas**

Nokia, la mayor fabricante de celulares del mundo, alertó a los usuarios respecto a que el uso de baterías falsas o no autorizadas pueden provocar la explosión del móvil, con el consiguiente peligro para quienes operen esos aparatos o sus bienes.



La advertencia fue hecha tras conocerse de varios casos de explosión de celulares. Nokia aseguró que los fabricantes violan normas de seguridad para evitar que la batería se caliente después de un cortocircuito causado, por ejemplo, por una caída del aparato al suelo.

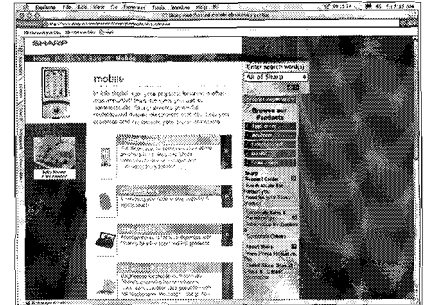
El contrabando y la venta de baterías falsas son comunes, a precios en el Extremo Oriente de dos y tres dólares la pieza, en comparación con los productos genuinos que cuestan 20 dólares.

**Pantalla de alta resolución para celulares**

Sharp, el mayor fabricante mundial de pantallas de cristal líquido (LCD) para televisores, anunció que había desarrollado una pantalla LCD de alta resolución para teléfonos móviles que permitirá a los usuarios visualizar páginas completas de Internet.

Sharp, con sede en Osaka, Japón, dijo que su panel LCD tiene una pantalla que mide 6,55 centímetros diagonalmente y tiene una calidad VGA de 307.220 píxels, cuatro veces más que las pantallas de los móviles actuales, que tienen 76.800.

De esta manera, será posible que la pantalla de un móvil se vea con la misma claridad que un monitor de computadora, lo que permitirá a los usuarios consultar hojas de cálculo, sitios de Internet o documentos de texto.

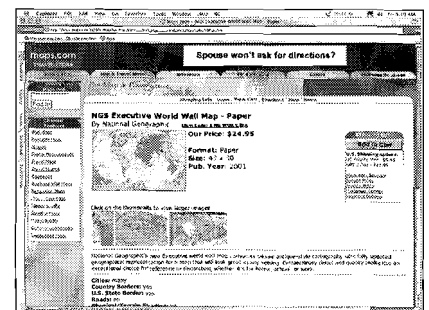


**Mapas en internet evolucionan**

La novedad para los viajeros, gracias a la proliferación de accesos al web en aeropuertos, hoteles y cafés, son los mapas en la Red, que permiten organizar viajes y concretar reservas de hotel cerca de las empresas o lugares de reunión.

Ahora se pueden descargar fácilmente en aparatos WAP y PDA y en plataformas de televisión interactivas, mapas en numerosos idiomas.

Servicios y páginas de viajes como Travelocity.com y Expedia.com incluyen mapas para complementar sus ofertas de vuelos, hoteles y otros productos. Sitios de mapas en Internet, como Maps.com y Mapquest.com, ya ofrecen productos de viajes para complementar sus páginas.



Maps.com ofrece mapas de carretera de los Estados Unidos, mientras que Multimaps.com se especializa en Reino Unido, aunque proyecta expandir su servicio a otros países europeos.

Si lo que se necesitan son solo mapas muy genéricos con estadísticas, gráficos y hechos, pueden encontrarse en Nationmaster.com, un invento de un programador australiano, Luke Metcalfe, que incluye información de todos los países del mundo.

## Temor a viajar impulsa a videoconferencias

Con la rebaja del precio de las conexiones de banda ancha a Internet y de las líneas telefónicas de alta velocidad, ahora está resultando más barato organizar videoconferencias globales entre ejecutivos y clientes, antes que organizar grandes movilizaciones de un país a otro.

Los ejecutivos quieren ahorrar costos en viajes de trabajo y conectar a las personas virtualmente empieza a ser más asequible, aunque el contacto frente a frente todavía será necesario para construir relaciones, evaluar el lenguaje corporal y afianzarse socialmente.

Una reciente encuesta realizada por PriceWaterhouseCoopers entre 125.000 personas en 142 países reveló que los viajes de trabajo probablemente continuarán en descenso, aunque mejore la coyuntura económica mundial. ●

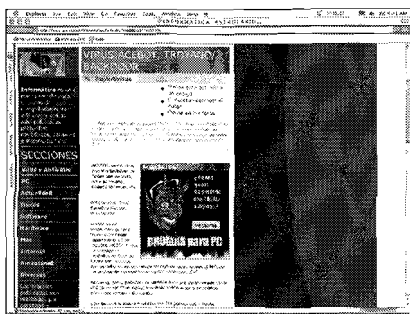
## 'Acebot', se propaga por PCs conectadas a redes

El Centro de Alerta Temprana sobre Virus y Seguridad Informática (CAT) advirtió sobre la aparición de 'Acebot', un gusano residente en memoria, que se propaga por discos compartidos en máquinas conectadas a la misma red y posee capacidades de puerta trasera,

con la particularidad de que actúa como servidor para que un atacante acceda a través de él y realice toda clase de acciones que comprometen la seguridad de los usuarios y el rendimiento y tráfico de la red.

'Acebot' intenta conectarse al servidor IRC

(irc.dalnet.com) para unirse a un canal determinado y transmitir la información capturada en la máquina infectada. A continuación habilita un puerto elegido aleatoriamente a través del cual permanecerá a la espera de la recepción de comandos del atacante remoto.



Entre las distintas opciones del atacante se encontrarían el lanzamiento de ataques distribuidos de denegación de servicio (DDoS), la descarga y ejecución remota de ficheros, la finalización de la ejecución del programa servidor y la captura de datos (ISP, nombre de usuario, contraseña, teléfono, etc.). ●

## Hacker acusado de realizar operaciones en Bolsa

La Securities and Exchange Commission (SEC) que vela por la seguridad en las transacciones en la Bolsa, acusó a Van Dinh, de 19 años, de realizar actividades ilegales que provocaron pérdidas de hasta 37.000 dólares.

Dinh camufló un programa de detección de pulsación de teclas (o key-logger) como una nueva herramienta de estadísticas de acciones y usó dicha aplicación para obtener la conexión y la contraseña de la cuenta de un broker de TD Waterhouse, para poner órdenes no autorizadas para 7.200 contratos sobre opción de Cisco.

Esta es la primera vez que SEC procesa a una persona por un delito que incluye la intrusión informática y el robo de identidad. ●

## Aumentan usuarios de banda ancha

El número de abonados al servicio de banda ancha en todo el mundo alcanzó los 63 millones de personas en 2002, lo que significa un incremento del 72 por ciento en relación con la cifra del año anterior, informó la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Corea ocupa el primer lugar en cuanto a penetración de la banda ancha, con cerca de 21 abonados al servicio por cada cien habitantes, seguido de Hong Kong, que cuenta con casi quince abonados por cada cien y en tercer lugar se sitúa Canadá, con algo más de once por cada cien.

La organización atribuye el incremento del número de abonados al servicio de banda ancha a la "creciente" demanda de mayor velocidad en el acceso a Internet, ya que esta tecnología facilita conexiones al menos cinco veces más rápidas que la línea telefónica.



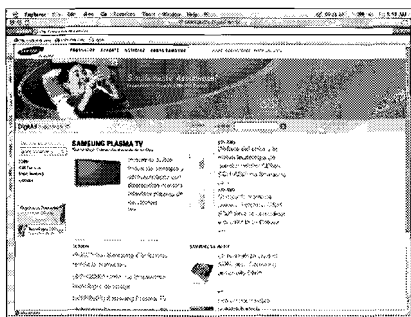
Además, en muchos mercados el aumento de la competencia entre los proveedores de servicios de banda ancha ha provocado un descenso de los precios en beneficio de los consumidores, lo que ha impulsado la demanda. ●

### Tantus de Samsung inaugura nuevo concepto de televisión

La empresa coreana puso a punto una nueva tecnología para televisión que incluye toda una gama de nuevos productos como TV de Plasma, TV de Cristal Liquido "LCD-TV", pantallas de proyección (DLP y CRT) y televisiones planas, todo bajo la denominación de Tantus.

Las características de la nueva tecnología Samsung DNIe son:

**Optimizador de movimiento:** La información visual es descompuesta automáticamente en señal y ruido, ajustándola a través de un proceso combinado (espacial/temporal) para así eliminar el ruido y el velo de la imagen sin causar el más mínimo daño a la señal original, esto garantiza una nitidez asombrosa en imágenes fijas o en movimiento.



**Mejorador de contraste:** Generalmente, al variar el nivel de contraste se produce ruido en la imagen, DNIe trabaja con un algoritmo que reconoce más de un millón de criterios para aplicar el contraste perfecto. 70,000 imágenes son comparadas en cada cuadro de imagen para tener una imagen llena de detalles.

**Mejorador de detalles:** DNIe analiza automáticamente la imagen, detectando y reprocesando todo el ruido o defectos por pequeños que estos sean, para llevar al espectador a una imagen nítida y natural.

**Optimizador de color:** Este optimizador calcula automáticamente la saturación de rojo, verde y azul

en la señal de entrada y la ajusta hacia las sombras y colores que el ojo humano acepta como naturales, así mismo usa también una tecnología de mejoramiento de la transición de color, para detectar y analizar los límites del color a detalle: el resultado final son colores naturales en la pantalla. ●

### Microsoft acomete en telecomunicaciones

Bill Gates de Microsoft, hablando en la feria comercial ITU Telecom World 2003 de Ginebra, sostuvo que el software es vital para la salud de la industria de las telecomunicaciones, que emerge de una de las caídas más bruscas de su historia.



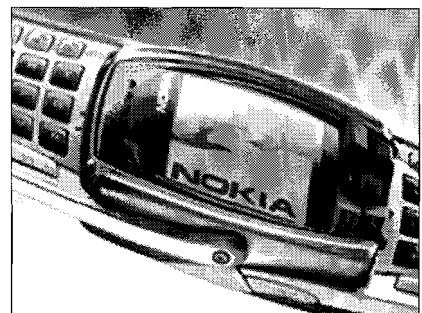
Gates presentó una serie de programas que fueron desde planes para televisión de calidad sobre Internet de banda ancha, un nuevo teléfono inteligente impulsado por Microsoft para la firma Orange, y un acuerdo con Vodafone para nuevos servicios de mensajería móvil y localización.

Microsoft quiere ganar terreno en la industria de las telecomunicaciones, en un momento en el que su software clave Windows y Office se enfrentan a una saturación y a un incremento de la competencia, además de la piratería. ●

### El celular 3-G se prepara a invadir mercados

El celular de tercera generación o 3-G ha sentado ya sus reales en Japón y en el 2004 iniciará sus incursiones en el resto del mundo, comenzando por Europa.

La telefonía móvil de tercera generación que permite a los usuarios efectuar videoconferencias, descargar páginas de Internet a gran velocidad y otros numerosos



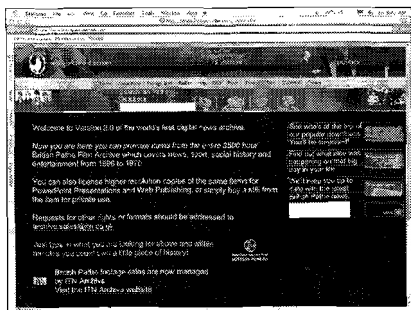
servicios, registró en septiembre en Japón 200.000 nuevos clientes y antes de marzo se espera que el número de suscriptores alcance al millón y medio.

Mientras que el mercado de móviles de tercera generación en Japón está en auge, el de segunda generación está saturado. La principal operadora japonesa de telefonía móvil cuenta con 45 millones de abonados, de los cuales más de treinta pertenecen a la denominada segunda generación o segunda generación y medio, que incluye los aparatos equipados con pantalla en color y cámara fotográfica y líneas que permiten la descarga de páginas de Internet e imágenes y otros servicios denominados "i-mode".

Con la tercera generación de móviles, los abonados podrán recibir imágenes de televisión de los goles del último partido de fútbol o del discurso del primer ministro. 🌐

### Documental histórico en la web con millones de fotografías

Una colección de más de 12 millones de fotografías históricas con imágenes que datan del comienzo del siglo XX y que estaban contenidas en los archivos de la firma británica de documentales Pathé, ha sido ubicada en Internet para ser utilizada por los interesados.



La colección ha sido creada al redigitalizar cada partícula de los archivos de 3.500 horas de películas de 35 milímetros. Se ha producido una imagen

fija de cada segundo de las películas, desde las imágenes en blanco y negro de la Guerra de los Boers hasta las sofisticadas de los años sesenta.

Peter Fydler, director de marketing de archivos de la cadena británica Independent News, propietaria de Pathé, dijo que la colección debe constituir una ayuda poderosa para la educación y para los recuerdos.

"Al usar el archivo documental para crear una gran colección de imágenes fijas, la gente puede acceder gratis a fotos que pueden ser reproducidas que se agregarán a su gusto por la historia", dijo.

Se puede acceder a la colección en la página [www.britishpathe.com](http://www.britishpathe.com) 🌐

### Aparece la netnografía

Internet puede ser una auténtica mina de oro para sondear la opinión de los ciudadanos acerca de uno o varios temas. Existen empresas que rastrean, continuamente, foros, chats y grupos de noticias para 'medir' lo que piensan los usuarios sobre temas tan dispares como ADSL, salud, coches, viajes o juegos y esto es la netnografía.

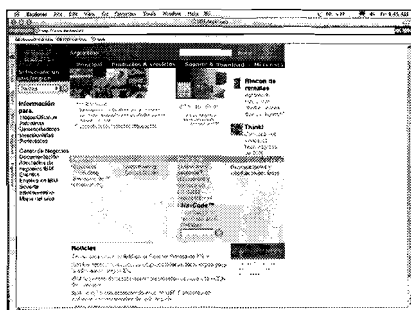
La **netnografía** ('netnography') es un método surgido en los Estados Unidos como una evolución en la Red de la etnografía, ciencia que estudia las características y prácticas habituales de un grupo social concreto. Sus defensores la definen como una alternativa a la antropología tradicional y destacan su mayor velocidad y calidad.

Mientras que la etnografía se basa en el análisis personal sobre el terreno y la interpretación posterior por parte del investigador, la netnografía utiliza sistemas informáticos para rastrear **comunidades virtuales** y proporcionar después todos los datos sobre la misma a los analistas, que son los encargados de dotar de sentido a la información y elaborar las conclusiones. 🌐

### IBM desarrolla sistema para vigilar la información en Internet

IBM lleva años desarrollando WebFountain, un motor de búsqueda de enormes capacidades para detectar movimientos de opinión y tendencias en la Red. Con este proyecto, el 'gigante azul' pretende ponerse a la cabeza de las compañías que realizan netnografías.

WebFountain es capaz de procesar cantidades ingentes de información. Para ello dispone de 2.300 servidores IntelLinux -sistemas operativos



Linux instalados en equipos con procesadores Intel- que solo una empresa del potencial de IBM puede mantener. Boc Carlsson,

vicepresidente de la empresa encargado del sistema, afirma que éste permite capturar "toda la información con valor comercial, abarcando grupos de discusión, publicaciones periódicas, bitácoras y ciertos mensajes electrónicos".

El objetivo de la compañía estadounidense es indexar todas las webs de Internet y analizarlas posteriormente. Se calcula que la Red está compuesta por más de 16.000 millones de páginas y tiene un crecimiento de 50 millones al día. Los servidores de IBM llevan ya aproximadamente, un 25 por ciento indexado y sus dueños desean que la tarea esté finalizada en unos meses para ir actualizándose más tarde cada cierto tiempo. ●

### Nace universidad de música pop

En la ciudad alemana de Mannheim fue inaugurada la primera universidad dedicada, exclusivamente, a estudios de música pop.

En la Academia del Pop -como se llama oficialmente- los estudiantes podrán optar entre dos carreras: el negocio de la música y el diseño de la música pop, la primera centrada en formar a empresarios y la segunda, a músicos. Ambas carreras durarán tres años y en el primer semestre ingresaron 54 estudiantes.

Según el director del centro universitario, Udo Dahmen, la idea no es formar a estrellas sino a personas que estén en condiciones de dedicarse una vida entera al negocio de la música. "No podemos crear talentos, pero sí reunir a personas con talento", dijo Dahmen.

La Academia está financiada con fondos del Estado de la ciudad de Mannheim, del estado federado de Baden-Württemberg, en el que se encuentra la localidad, de las emisoras de radio Südwestrundfunk y Regenbogen, así como del grupo industrial Universal Music. ●

### Crece en Brasil Internet rural y e-comercio

Las conexiones rurales a Internet en el Brasil aumentaron 119 por ciento en los últimos tres años, mientras que las ventas "en línea" a través de la red crecieron 35 por ciento en el promedio mensual del último año, informó un estudio oficial.

Una investigación del Instituto de Economía Agrícola (IEA) reveló que el productor brasileño descubrió que Internet puede facilitar su trabajo, como en el estado de Sao Paulo, donde el 8.5 por ciento de las propiedades rurales está conectado a la red.

En la actualidad existen 23.669 Unidades de Producción Agropecuaria (UPA) con Internet, lo que equivale a un aumento de 119 por ciento con respecto al año 2000, cuando 10.806 entidades comenzaron a hacer uso de esta tecnología.

La causa del aumento, según el estudio, es la competitividad, pues las personas quieren tener más noticias y capacitación virtual en el sector agrícola, que reclama mayor infraestructura para el acceso telefónico o por fibra óptica en el campo.

A diferencia de otros sectores, en el campo la Internet tiene sus mayores usuarios en el nicho poblacional de mayores de 40 años de edad, quedando los jóvenes relegados a 13 por ciento.

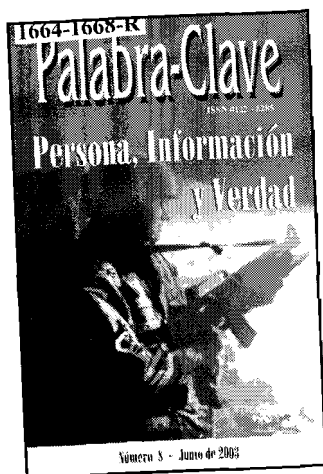
El "e-commerce" (comercio en línea), en tanto, presentó también un considerable aumento y creció 35 por ciento en julio pasado, facturando 32.6 millones de dólares, según estudio de la firma E-bit para la Cámara-e.net (Cámara Brasileña de Comercio Electrónico).

El pronóstico de la entidad es terminar el año con facturación de 400 millones de dólares, lo cual representaría un aumento de 100 millones de dólares de acuerdo con lo registrado en 2002.

En el primer semestre de 2003, el acumulado de la facturación de ventas en la red de internet alcanzó 94.2 millones de dólares, cifra alta con respecto a los últimos años, donde la tendencia siempre mostró un incremento en los seis meses finales de cada período. ●

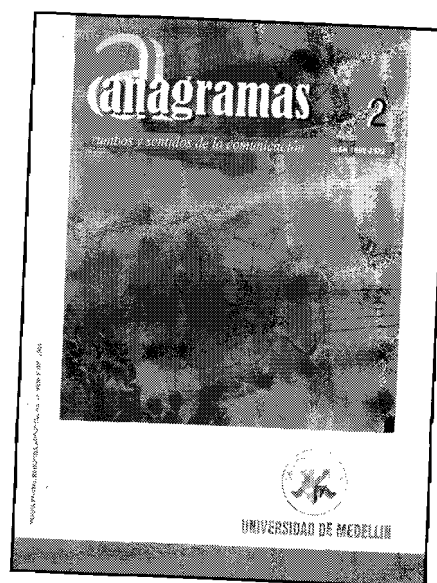
# Bibliografía sobre Comunicación

Información de libros, revistas y otras publicaciones sobre temas de comunicación y asuntos sociales, que han sido enviados a nuestra institución.



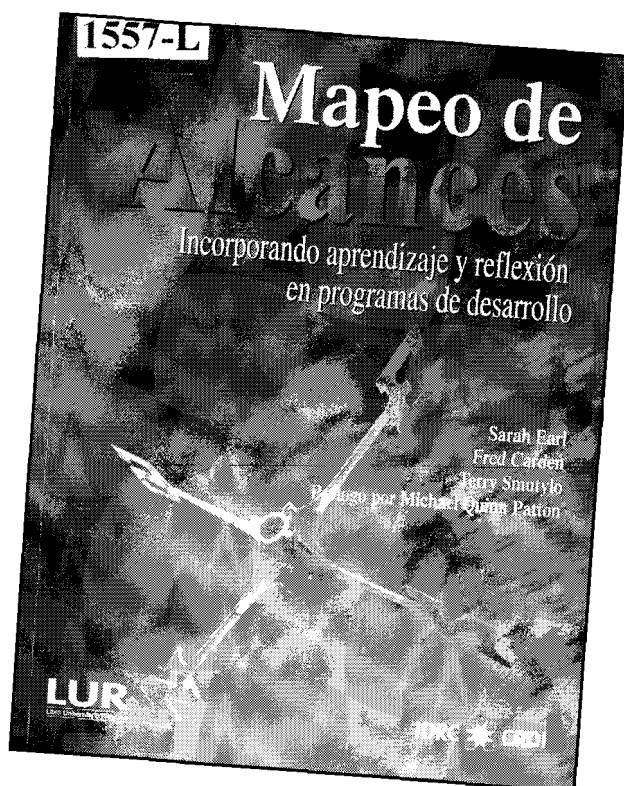
Arribas, Amaia. (2003). **Informar y comunicar a través de las nuevas tecnologías para crear cultura corporativa en la empresa.** IN: Palabra-Clave, (8), pp. 135-176.

La gestión de la comunicación interna juega un papel decisivo en la competitividad de la empresa. Alcanzar una comunicación interna efectiva se perfila como nuevo reto para conseguir la cooperación, colaboración, motivación, inspiración y participación de todos, de tal modo que los empleados trabajen mejor y a gusto, dando una imagen positiva y coherente de la empresa, la cual, no solo informa sino que comunica.



Cassany, Daniel. (2003). **Comunicación escrita en la empresa: investigaciones, intervenciones y ejemplos.** IN: Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación, (2), pp. 33-51

El escenario altamente competitivo en que se mueve la empresa de hoy exige altos niveles de efectividad y claridad en los procesos de comunicación. La inversión en lengua no solo es rentable sino necesaria, los procesos de comunicación interna y externa basados en el texto escrito, implican costos en imagen y dinero que deben ser motivo de reflexión e intervención por parte del comunicador corporativo.

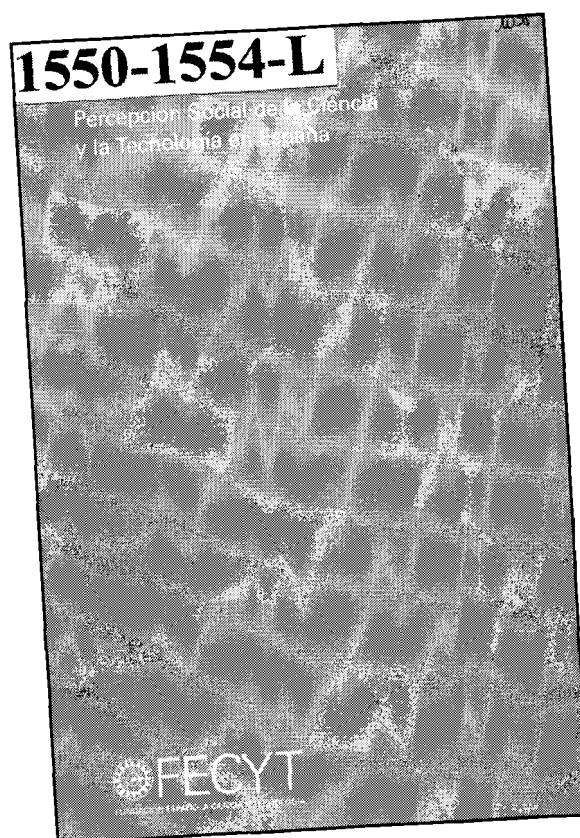


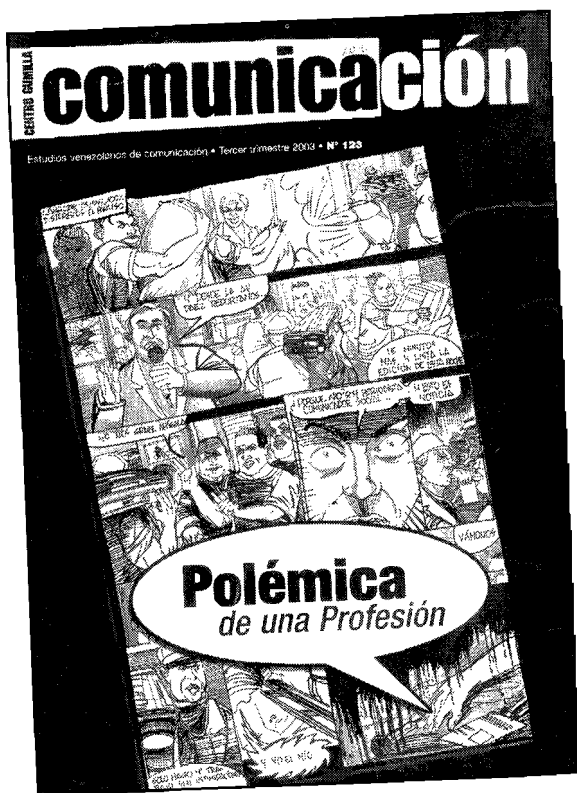
Earl, Sarah. /et.al/. (2002). **Mapeo de Alcances: incorporando aprendizaje y reflexión en programas de desarrollo.** Ottawa: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. 160 p.

Propone una metodología para crear mecanismos de planificación, seguimiento y evaluación, que permita a las organizaciones documentar, aprender y rendir cuentas de sus logros. Esta obra es una guía para el aprendizaje, el logro de mayor eficacia y la prueba de que, estar atento a lo largo del camino, es tan importante y decisivo como llegar al destino

FECYT. (2003). **Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España.** Madrid: Fundación Española Ciencia y Tecnología. 150 p.

Los efectos de la mundialización de la economía y los impresionantes avances de las tecnologías de la información como de las comunicaciones son cambios importantes que afectan al desarrollo económico y al progreso social de nuestras sociedades. Por ello, la FECYT diseñó una estrategia para llevar a cabo estudios cuantitativos y cualitativos sobre la percepción que tiene la sociedad española de la ciencia y la tecnología.



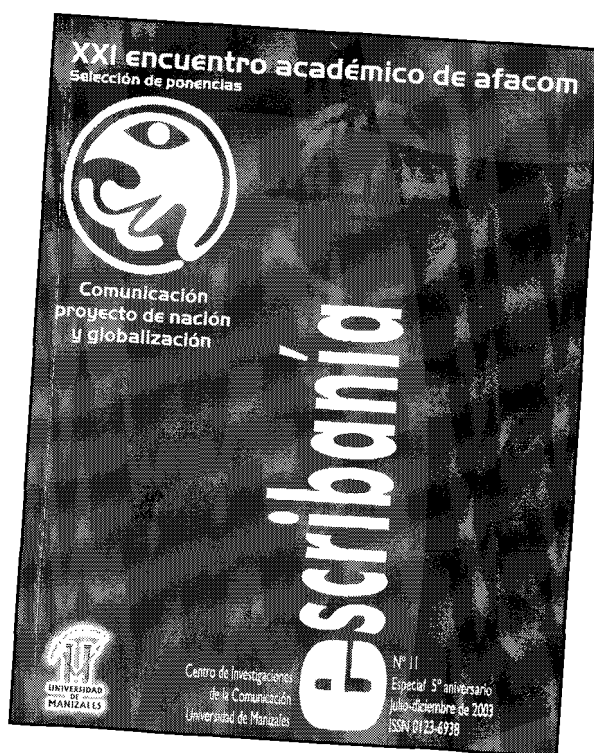


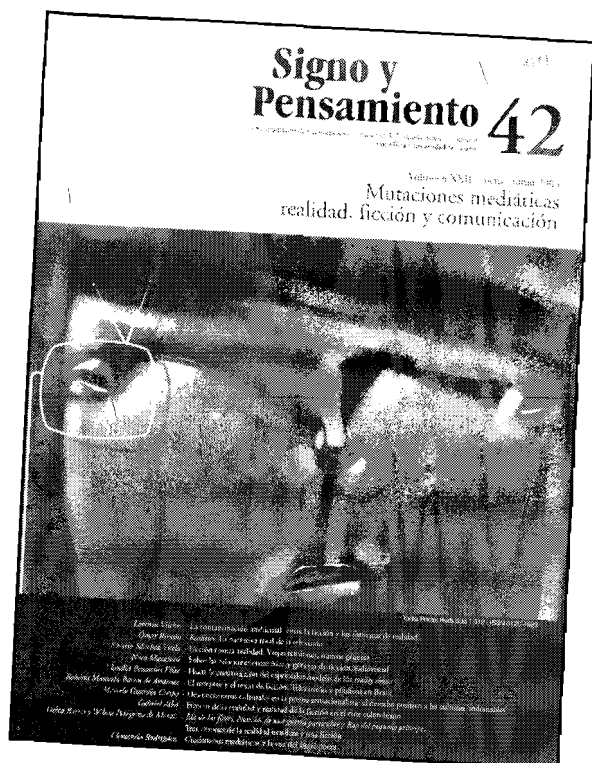
Monsiváis, Carlos. (2003). **Comunicación: el gran enigma académico del presente**. IN: Comunicación, (123), pp. 48-55.

Los comunicadores del presente ocupan en la sociedad el lugar que a principios del siglo XX ocuparon los abogados. Ahora son ellos quienes determinan el proceso cultural, crean y modifican las instituciones, aprovisionan a dictadores y presidentes de discursos grandilocuentes, redactan manifiestos subversivos o textos oficiales, forjan los estilos del habla culta, y más recientemente ganan las elecciones de los candidatos para los que trabajan como asesores de imagen.

Pinilla, Alexis; Robayo, Joimer. (2003). **Medios de Comunicación y nación: apuntes para una lectura de fragmentos en la globalización**. IN: Escribanía, (11), pp. 33-41.

Hace referencia a las formas como se han construido los referentes en torno a lo nacional en los contextos de lo local y lo global, aludiendo a sus transformaciones, tensiones y puntos de encuentro. Ocupa un lugar central el análisis histórico de la construcción de lo nacional como un gran producto de la modernidad y de lo global derivado del papel jugado por los medios de comunicación en la conformación de una interpretación sobre la cultura.



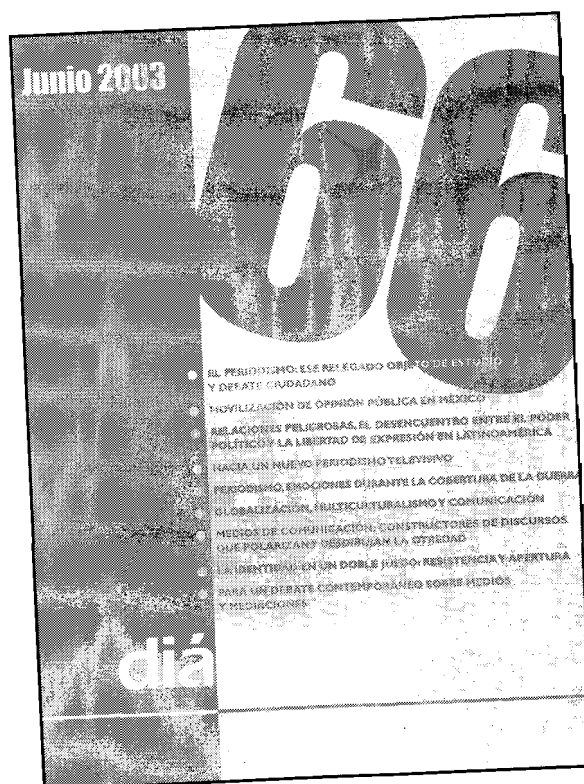


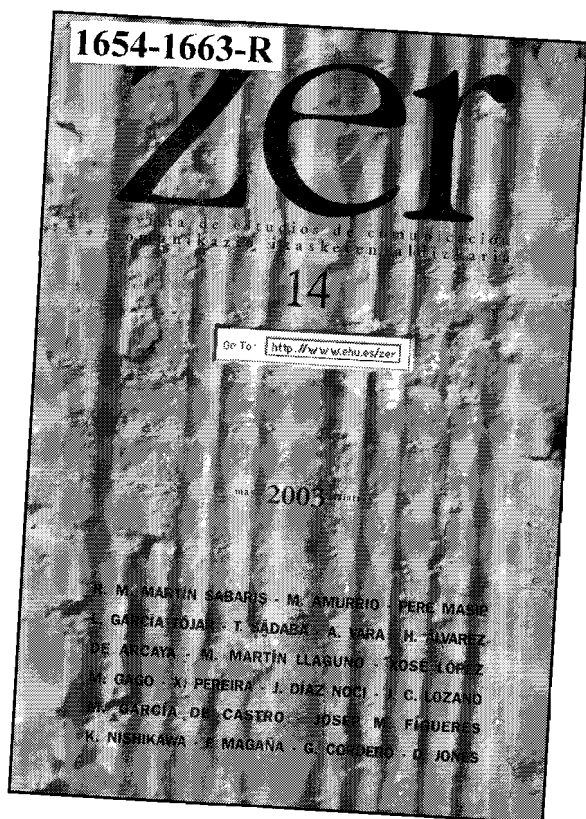
Rincón, Omar. (2003). **Realities: la narrativa total de la televisión.** IN: Signo y Pensamiento, (42), pp. 24-36

La televisión, como institución socio-cultural tanto narrativa como estética, es el medio central para el juego de los sentidos colectivos de la sociedad actual. Para comprender su presencia activa en la vida simbólica de la sociedad, hay que asumir que el reino de la televisión es del entretenimiento, su valor es industrial, su comunicabilidad es dramático-narrativa y su sentido está en sus audiencias.

Rincón, Omar. (2003). **Informar sobre la velocidad: hacia un nuevo periodismo televisivo.** IN: Diálogos de la Comunicación, (66), pp. 44-58

El asunto de la independencia y la autonomía del periodismo está cada vez más en peligro; la libertad de información parece no existir, porque entre las presiones del poder político, los grupos económicos y la velocidad de la televisión, el producir información investigada, confrontada, legitimada, contextualizada es cada vez más difícil. En este ensayo se argumenta sobre la necesidad de un nuevo periodismo televisivo usando los recursos de la ficción televisiva.





Sabarís, Rosa Ma; Amurrio, Mila. (2003). **¿Para qué sirven los periodistas?: percepciones de las y los profesionales de radio y televisión de la CAPV.** IN: ZER, (14), pp. 11-27.

Recoge una parte de los resultados de una investigación sobre el perfil y las actitudes profesionales de los periodistas vascos que trabajan en medios audiovisuales. Aquí, se muestran sus percepciones sobre las funciones que debería cumplir el periodismo y sobre las que está cumpliendo en realidad, su visión de cómo debe ser un periodista, sus motivaciones para elegir su profesión, si se autocensuran y por qué razón, así como la incógnita de si el actual clima socio-político ha cambiado su manera de trabajar.

Velásquez, César. (2003). **Militares, prensa y credibilidad.** IN: Palabra-Clave, (8), pp. 35-49.

El objetivo general de este estudio fue conocer la opinión de los directores sobre la actual relación de los medios de comunicación con los organismos de seguridad del Estado y las Fuerzas Armadas, en aspectos relevantes como calidad de las relaciones, el nivel de credibilidad, la precisión en la información suministrada, la presión ejercida para publicar u ocultar información y el tratamiento informativo adoptado por el gobierno colombiano frente a hechos de orden público.



## REVISTAS DE INTERÉS GENERAL

**CONTEXTOS: Revista de Semiótica Literaria**  
**Publicación de las Facultades de Ciencias de la Educación y Comunicación y Relaciones Públicas, de la Universidad de Medellín, (30), 2003.**

Contextos inscribe su línea de trabajo en el ámbito de la llamada semiótica literaria, un proyecto teó-



rico que pretende abordar la práctica literaria en su conjunto, entendiéndola como una serie discriminada de procesos de significación a los que puede identificarse como estéticos.

Apartado 1983, Medellín, Colombia,  
lcorre@guayacan.udem.edu.co

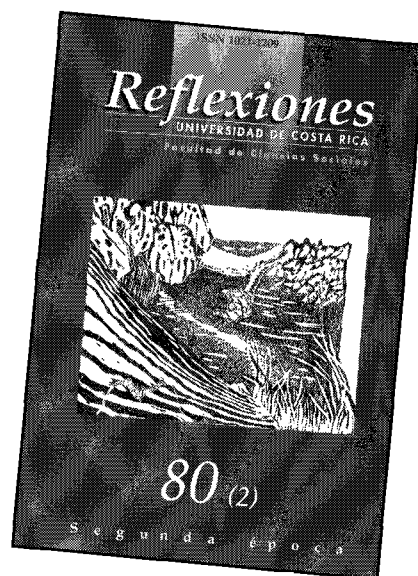


### PERFILES EDUCATIVOS

Publicación trimestral del Centro de Estudios sobre la Universidad de la UNAM, (97-98), 2002.

La educación es un campo de conocimiento y también un ámbito de intervención. Así, en este número se presentan resultados de investigación que responden a desarrollos teóricos, investigaciones con referentes empíricos y reportes de experiencias educativas.

C.P. 04510, México, D.F.,  
ireisie@correo.unam.mx.



### REFLEXIONES

Revista semestral de la Facultad de Ciencias Sociales, (80) 2, 2003.

La Revista Reflexiones presenta en este volumen doce artículos, que aluden a las temáticas de: tecnología de la información, el impacto de la informática, la semiótica de las mediaciones, discurso y revolución, el carácter histórico de la familia, medicina, entre otros. Todos ellos enmarcados como aportes de gran interés para las Ciencias Sociales.

Apartado Postal 75-2060, San José, Costa Rica,  
<http://cariari.ucr.ac.cr/~reflexio/reflexio.html>.

*El Centro de Documentación de CIESPAL puede ser consultado en forma personal en nuestra sede ubicada en la Avenida Almagro N32-133 y Andrade Marín, a la Casilla Postal 17-01-584 o al e-mail <documentacion@ciespal.net >*

CIESPAL integró su base de datos documental al Sistema Nacional de Información Bibliográfica (SNIB). Los interesados pueden acceder a la base de datos del Centro de Documentación de CIESPAL, ingresando a la dirección <http://www.fundacyt.org.ec> opción SNIB.

# Lo que pasó y lo que vendrá

## Actividades del CIESPAL

### CIESPAL realizó investigación para la EMAAP-Q



La institución concluyó con éxito un contrato de prestación de servicios con la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Quito, para realizar una investigación sobre los canales de comunicación y la satisfacción administrativa al interior de ese ente del Distrito Metropolitano capitalino.

El informe de más de 500 páginas que incluyó conclusiones y recomendaciones, fue presentado a los ejecutivos de la EMAAP-Q.

CIESPAL, de esta forma, dio una vez más muestra de su capacidad para enfrentar retos coyunturales en temas en los que no había trabajado en los últimos años y de la seriedad institucional en el cumplimiento de las responsabilidades asumidas con clientes externos.

### CONESUP aprobó propuesta de CIESPAL

El Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) acordó con nuestra institución la realización de una investigación a nivel nacional, sobre la formación de periodistas y comunicadores.

Se busca establecer el nivel de concordancia entre los programas de estudios que se aplican en todos los centros de formación de periodistas y comunicadores de nivel superior, con las reales necesidades de los medios de comunicación.

Una de las falencias, por ejemplo, es que en algunos casos se continúa enseñando a los periodistas a utilizar las obsoletas máquinas de escribir para elaborar sus noticias, cuando en todas las redacciones el instrumento en uso es la computadora. No es posible enseñar los secretos de la radio, la televisión y la fotografía con las viejas técnicas y costumbres, tras la revolución digital que hoy impera.

Determinadas las reales condiciones de la formación actual de periodistas y comunicadores, se podrá establecer un diagnóstico y proponer recomendaciones para modernizar los pensum en uso y, si es preciso, reestructurar todo en beneficio de una real formación universitaria.

La investigación que CIESPAL realizará para el CONESUP se financiará con una asignación de US\$ 10.000 y sus resultados permitirán establecer la factibilidad técnica y operativa del gran proyecto que tiene nuestra institución para establecer una Maestría a distancia en Comunicación para el Desarrollo.

### En marcha investigación en el Municipio

Avanza una investigación contratada con el Distrito Metropolitano de Quito, tendiente a elaborar un diagnóstico sobre la corrupción en las distintas dependencias municipales, corregir esos problemas y mejorar los sistemas en beneficio de la ciudadanía. El contrato vincula a la institución con las empresas Markop



y Datanalisis; la financiación será responsabilidad de la Fundación Esquel y el Banco Mundial.

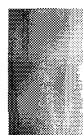
En la primera etapa se prevé la realización, en tres meses, de ochocientas entrevistas con personas de diferentes estratos sociales, 10 grupos focales y de 500 a 600 consultas abiertas, a fin de proporcionar al cliente un panorama global del problema que se investiga.

Se incorporó al proceso de investigación el mecanismo del “usuario fantasma” en el cual un investigador sin identificarse como tal, solicita un servicio en una dependencia municipal, para conocer de qué manera recibe atención el usuario y, si es del caso, detectar algún procedimiento incorrecto o doloso.

La investigación en el Municipio de Quito y sus dependencias comprende cuatro etapas:

- investigación para establecer un diagnóstico
- mejora de la normativa y de los procesos internos del Municipio
- transparentar procesos, concienciar a los funcionarios y capacitar al personal
- socialización para generar un control social.

“El objetivo de todo este proceso es que la ciudadanía, sobre todo los usuarios del Municipio, exija sus derechos”, dijo el doctor Simón Espinosa, Presidente de la Comisión Metropolitana de Lucha contra la Corrupción.



### **CIESPAL conforma Red Radial**

En el último trimestre del año, **CIESPAL** lanzó una iniciativa para la conformación de una red ecuatoriana de emisoras de radio, a través de la cual se divulgue el mensaje institucional y programas informativos, especializados y de variedades.

La experiencia que deja el programa de televisión “Informe Semanal”, que **CIESPAL** produce para su transmisión semanal en 20 canales de señal abierta, permite encarar ahora la conformación de una red radial, que producirá una señal de 30 minutos diarios, en su primera etapa y que posteriormente se ampliará a una hora, para llegar a públicos dispersos de la geografía nacional.

El simple hecho de contar cada semana con un paquete de informaciones que se difunden por televisión y que puede ser transmitido también por radio, e incluso, que podrían utilizar los periódicos, abre nuevas perspectivas para el trabajo que estamos realizando.

La red alternativa de radio se estructurará diariamente con segmentos como el espacio de información jurídica “El ciudadano y la ley” y una dramatización de variedades denominada “Cosas que tiene la vida”. Para el futuro se prevé incrementar la señal con programas de opinión, de información científica y tecnológica, de cultura y de salud y alimentación, conformando un paquete de material para emisión radiofónica aprovechando los recursos técnicos y humanos con que cuenta la institución.

Al mismo tiempo, se realizaron conversaciones con la estadounidense Population Communications Internacional (PCI), a fin de estudiar la factibilidad de un proyecto para la producción de una radionovela. En ese marco, **CIESPAL** realizó un estudio de audiencias en Ecuador para una radionovela que PCI produjo en el Perú.

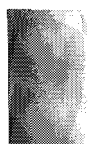


### **Seminario de Internet para periodistas**

En septiembre, **CIESPAL** realizó un Seminario de Internet Estratégico para Periodistas a cargo del sociólogo y experto conocedor del tema, Roberto Roggiero. Asistieron 20 profesionales de la comunicación, que recibieron las herramientas necesarias para navegar con efectividad en la autopista mundial de información, que con el paso del tiempo se torna cada vez más un instrumento vital para informar y conseguir información.

No se concibe en la actualidad a un periodista que no sepa utilizar el Internet, peor que no sepa utilizar una computadora. Ambas son realidades intelectuales a las que el ciudadano común y corriente tiene acceso, no se diga el comunicador que sirve de intermediario entre el acontecimiento y los públicos a los que interesa ese hecho.

El Seminario incluyó la técnica de los “weblogs”, mecanismo para transmitir información que recibió su bautismo de fuego en la reciente guerra en Irak y el tema apasionante de los portales, los buscadores y los navegadores que el periodista internauta debe dominar para su trabajo.



### **Investigación y comunicación para el afianzamiento de la democracia**

También en septiembre y durante cinco días se realizó en **CIESPAL** el Seminario-Taller “Investigación y comunicación para el afianzamiento de la democracia: un ejercicio transparente y responsable”, para cuya realización se contó con la colaboración de la Embajada de los Estados Unidos en el Ecuador.

La idea fue proporcionar a una veintena de periodistas las herramientas que requieren para fundamentar su trabajo profesional en la investigación. Un periodista no es un transcriptor mecánico de lo que le dicen o escucha. Es el profesional que recibe un dato y solamente lo publica o emite cuando –investigación de por medio- lo comprueba.

Los instructores fueron Ralph Murphine, investigador estadounidense de amplia experiencia; Leonardo Ferrerira, profesor de la Universidad de Miami; y, Walker Simon, periodista de Reuters que ha trabajado por muchos años en la cobertura de América Latina.



### **Firmamos compromiso con empresas de televisión**

**CIESPAL** firmó una Carta de Intención con un conjunto de empresas privadas de televisión de nuestro país y del Brasil, para la producción e intercambio regional de programas educativos y culturales.

Una preocupación generalizada es que en las actuales circunstancias, dentro de nuestra propia circunstancia local o nacional, debemos fomentar la identidad latinoamericana, frente a intromisiones foráneas que nos invaden cultural y educativamente.

La iniciativa no es nueva. Tras la reciente guerra en Irak la preeminencia informativa que tuvo la cadena es-

tadounidense CNN preocupó al gobierno de París que de inmediato financió un programa para establecer una estación de televisión francesa que emita las 24 horas del día y divulgue el pensamiento galo en el mundo.

Es que los usos y costumbres de una cultura, fácilmente, pueden trasladarse e insertarse en otras que perdiendo su identidad original se ven “invadidas” por un cúmulo de información que les llega por distintos medios, en especial, por televisión e Internet. En resumen, la globalización económica poco a poco se va insertando también en las culturas de nuestros pueblos y tal cosa se debe evitar.

La iniciativa en la que participa **CIESPAL** se vio frenada recientemente cuando explotó un satélite de comunicaciones que el gobierno de Brasil pretendía colocar en órbita. Frente a ello se exploran opciones como la participación de México que daría acceso a sus satélites “Solidaridad” y “Morelos”.

El proyecto se formaría entonces a partir del eje Brasil-México-Ecuador, con posibilidades de ampliación para el futuro.



### **Concurso Nacional de Periodismo**

El 30 de septiembre concluyó el concurso para periodistas sobre el tema “El desarrollo humano en Ecuador”, habiendo concurrido 101 trabajos publicados en prensa, 31 divulgados por la radio y 33 difundidos por la televisión.

El concurso fue organizado por nuestra institución y contó con los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP) y el diario La Hora, de Quito.

Tras las correspondientes evaluaciones los ganadores fueron:

#### **Prensa**

1. Betty Jumbo/Marcia Cevallos, Diario El Comercio
2. Mauricio León, Revista Gestión
3. Pablo Samaniego, Revista Gestión

#### **Radio**

1. Fausto Cardoso, Ondas Azuayas
2. Iris Disse/Miguel Angulo, AMARC
3. Mayra Estévez/Fabiano Cueva, AMARC

**Televisión**

1. Rodolfo Asar, Día a día
2. Francisco Mazón, Día a Día
3. Miguel Guerra, La TV

La premiación se realizó el 17 de octubre con oportunidad de la conmemoración del Día Mundial de la Lucha contra la Pobreza.

**Cita de periodismo científico**

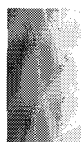


En octubre **CIESPAL** fue la sede del Tercer Encuentro Iberoamericano de Periodismo Científico, organizado por la institución junto con la Red de Universidades Regionales de Latinoamérica, RED UREL, y la Fundación para la Integración y el Desarrollo de América Latina, FIDAL.

El tema de la cita fue *Educomunicación: Ciencia y tecnología, sus influencias en la educación*, como espacio de reflexión sobre la difusión de la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación y de análisis de las nuevas tendencias educativas en relación con la comunicación y los avances científicos y tecnológicos.

Se abordaron también las nuevas tecnologías de la comunicación y la información: incidencia en los procesos educativos; producción de material científico para la educación formal y no formal; desarrollo científico y los avances tecnológicos como nuevos escenarios educativos; comunicación digital; y, asistieron comunicadores sociales, investigadores, directores de centros y fondos de apoyo a la ciencia y a la tecnología, estudiantes de comunicación social, representantes de organizaciones o fundaciones, orientadas al desarrollo científico y tecnológico.

**CIESPAL adoptó el Win-Isis**



El Departamento de Documentación de la institución realizó la transferencia de su base de datos bibliográficos residenciado en el programa Isis, al mucho más amigable de Win-Isis, a fin de proporcionar el mejor servicio posible a los usuarios.

El trabajo fue puesto en conocimiento del Parlamento Andino, de cuyos funcionarios se obtuvieron favorables comentarios, como una base de datos periódicos bien estructurada y de útil y rápido manejo.

El mismo Departamento intensificó el programa de canje de la revista Chasqui con publicaciones del mismo tipo, concretándolo con un total de 34 revistas latinoamericanas, restando por confirmarse 10 contactos más.

Desde octubre, el canje se amplió a las publicaciones de la Editorial Quipus, a fin de incrementar nuestro activo bibliográfico con documentos y libros de universidades e institutos de comunicación latinoamericanos.

El Departamento de Documentación cuenta con un nuevo sistema de recuperación bibliográfica en el sistema D.O.S., que permite acceder a revistas sobre desarrollo científico, salud, educación, administración de empresas, arte popular, biodiversidad, desarrollo sustentable, filología, filosofía, genética, desarrollo social, entre otros.

**Las cifras de CIESPAL**

**20.000 becarios en 44 años**



El 8 de Octubre, con oportunidad del 44 aniversario de **CIESPAL**, el Director General de nuestra institución, Dr. Edgar Jaramillo, fue entrevistado por Leyla Piedad Escobar, del diario La Hora. La nota fue publicada el 20 de octubre por el diario capitalino y de ella entresacamos algunos conceptos:

- La formación de periodistas profesionales que responda a la demanda de los medios de comunicación, es una de las investigaciones en las que trabaja el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación (Ciespal), con el propósito de proporcionar al Consejo Nacional de Educación Superior Conesup las bases necesarias para que éste, a su vez, sugiera a las universidades la estructura curricular de las escuelas y facultades de comunicación en el país.

- Otro de los estudios realizados por **CIESPAL** a nivel continental es el referente a la influencia de los medios de comunicación en los hábitos de salud, en los jóvenes; es una investigación cuantitativa y cualitativa sobre salud reproductiva; sobre formación profesional, es decir trabajos de enorme envergadura, cuyos resultados se obtienen a base de las respuestas que da cada uno de los sectores involucrados en el tema y que son entregados a los organismos encargados de tomar decisiones, así como para la formación de los periodistas que cubren esas áreas.

- La tarea de aprendizaje (no de enseñanza) que debe cumplir **CIESPAL** con los profesores y los profesionales ya graduados es ardua. La mayoría de escuelas y facultades de ciencias de la información en América Latina (alrededor de 870 con un mercado como de 800.000 personas cada año, al cual se suman varias generaciones de periodistas) requieren actualización en el manejo de nuevas tecnologías, que incluya desde aprender a manejar una computadora hasta familiarizarse con métodos y nuevas técnicas de trabajo.

- Los talleres y cursos que dicta **CIESPAL** tienen una amplia convocatoria a nivel nacional e internacional, pese a que en muchos medios no se facilita la capacitación de su personal, por no entenderse la trascendencia que tiene la actualización de conocimientos, en lo que son corresponsables los propios periodistas. **CIESPAL** ha tenido en sus 44 años de vida alrededor de 20.000 becarios de toda América Latina.

- Un 70 por ciento de los directores de medios, editores, o Jefes de redacción han pasado por los cursos de Ciespal. El 80 por ciento de decanos son becarios de **CIESPAL**. Son cifras incuestionables de la calidad de los cursos que se dictan. Después de cada taller, curso y seminario se realiza una evaluación que está sometida a los estándares universales impuestos por los organismos de capacitación de Naciones Unidas y ninguno de los cursos efectuados durante los últimos cuatro años ha descendido del promedio de excelente.

- **CIESPAL** cuenta con tecnología de punta, como una superautopista de la información, un moderno sistema de Internet satelital inalámbrico que no poseen otras instituciones.

- En el aula de cómputo cada computadora es una isla de edición de radio y televisión con programas y computadoras de alta velocidad que permiten capturar audio e imagen y procesarlas.

- Las universidades latinoamericanas en su gran mayoría no poseen infraestructura para la enseñanza de los periodistas.

- México, Brasil, Argentina y Colombia están a un nivel diferente, en cuanto a empleo de tecnología. Los demás países están al igual que Ecuador.

- **CIESPAL** trabaja con sistemas digital y analógico, porque los primeros están todavía en los me-

dios y el mundo hacia el que vamos es digital. **CIESPAL** no puede quedarse rezagado.

- Se han dado cursos con paquetes informáticos avanzados para diseño de periódicos, para fotografía digital, para televisión y animación 2D y 3D.

- A pesar de todas las debilidades y críticas que se puedan tener el periodismo de hoy día es en largo mejor que el de hace 20 ó 30 años atrás.

- Más del 50 por ciento del presupuesto institucional de Ciespal es autogestionado.

- Los libros producidos por **CIESPAL** son los más baratos del mundo. El promedio de costo llega a \$4,00.

- Chasquí, que vale un dólar, cuenta con autores de primera línea.

- El 90 por ciento de las tesis de América Latina, desde México a la Patagonia, que se escriben, señalan como documentos de referencia o investigaciones a publicaciones de **CIESPAL**.

- 70 por ciento de los directivos de medios latinoamericanos pasaron por las aulas de **CIESPAL**

- 80 por ciento de los decanos de Escuelas o Facultades de Comunicación son exalumnos de **CIESPAL**.



### **Seminario de Periodismo Digital**

Al finalizar noviembre **CIESPAL** y la Organización de Estados Americanos (OEA), realizaron un Seminario Internacional bajo el lema “El periodismo digital, un reto en América Latina y el Caribe”.

Es un hecho mundialmente reconocido que las nuevas tecnologías en la actividad de los comunicadores ha dado origen a una nueva profesión, la del periodista digital, aquel que emplea la computación para desarrollar su trabajo, es un internauta consumado y utiliza permanentemente el correo electrónico.

El poster promocional del evento “relató” en forma simbólica la transición que ha ocurrido entre la clásica pluma fuente, aquella de metal o de ganso con la que escribieron nuestros padres y abuelos y el “mouse” o “ratón”, aquel periférico electrónico que nos permite acceder al mundo de la informática.

### **Arrancó investigación en las Galápagos**

La Fundación Charles Darwin para las Islas Galápagos concretó los términos de referencia para una investigación que desarrollará **CIESPAL** sobre las capacidades y necesidades de formación de los comunicadores que trabajan en el territorio insular.

La investigación permitirá, además, determinar las audiencias de los programas informativos de radio y TV que se emiten en las islas y las alianzas potenciales con medios continentales, a fin de comunicar mensajes sobre la realidad insular y su potencial.

El trabajo abarcará un lapso de dos meses, que comenzará con la planificación correspondiente y concluirá con la presentación de los respectivos informes. A lo largo de ocho semanas se realizarán encuestas, investigaciones de campo, grupos focales y la validación de todo el proceso.

La investigación se desarrollará en las islas San Cristóbal, Santa Cruz e Isabela y será una muy buena oportunidad para demostrar nuestras capacidades institucionales.

### **Textos sobre temas digitales**

La inserción de las nuevas tecnologías en el marco de la comunicación social ha producido una gran demanda de libros de texto sobre el fenómeno, por parte de estudiantes, académicos y profesionales de medios y, en especial, de centros de educación superior del país y del extranjero.

En ese marco y dentro de la serie "Manuales didácticos" que publica la institución, se ha planteado la iniciativa de iniciar la publicación de resúmenes de las conferencias y charlas que se pronuncian durante los seminarios y talleres que **CIESPAL**, periódicamente, organiza sobre Televisión digital, Radio digital y Fotografía digital.

Muchas personas, incluso quienes asisten a esos eventos, demuestran un notable interés por conseguir copia de las charlas a las que han asistido, a fin de aplicar la teoría explicada en la práctica del día a día.

### **Chat por Internet desde CIESPAL**

El Festival de Arte en Tiempo Real "Echtzeithalle 2003" de Munich contó este año con un aporte ecuatoriano gracias a la colaboración de **CIESPAL**. El "Echtzeithalle" tiene por objeto presentar proyectos artísticos de vanguardia que integren en su realización tecnologías nuevas de comunicación y producción audiovisual.

El artista ecuatoriano Javier Andrade, quien el año anterior presentó en el mismo festival su performance "reacción virtual", fue invitado esta vez a desarrollar un performance basado en la utilización del Chat-Internet. Este medio permite la transmisión de información audiovisual en tiempo real, es decir, en forma inmediata e interactiva.

Durante los días 23 y 24 de octubre la sede del festival en Alemania -el pabellón de arte experimental de la Universidad Estatal de la Música y el Teatro de Munich- fue conectada a través del Internet con el centro de computación de **CIESPAL**, desde donde Javier Andrade Córdova chateó con Hans Wolf, reconocido músico contemporáneo alemán, a quien enviaba en tiempo real imagen, sonido y texto.

Esos materiales fueron presentados inmediatamente como proyecciones gigantes en el escenario alemán, mientras Wolf musicalizaba en vivo esta información a través de improvisaciones musicales electroacústicas. El conjunto imagen-texto-sonido electrónico creó de esa manera una función artística audiovisual que era vivenciada por los visitantes del pabellón.

Este performance es, por otra parte, el preámbulo de un proyecto mayor a realizarse en el otoño del 2004, en el que actuarán cohesionados a través del Internet elencos musicales y escénicos de distintos lugares para interactuar creativamente de manera directa.

**CIESPAL** contribuyó decisivamente en este esfuerzo al servir de contraparte técnica ecuatoriana al festival de Munich y al poner a disposición sus instalaciones de sistemas en Quito y sus conexiones con la red Internet.

Mayor información en: [www.ciespal.net/ecuador/Juegosglobales.htm](http://www.ciespal.net/ecuador/Juegosglobales.htm), [www.vividart.de/Javier/Javier.html](http://www.vividart.de/Javier/Javier.html), [www.echtzeithalle.de](http://www.echtzeithalle.de)

### El Futuro de la Integración Regional

COYUNTURA: **Eduardo Pizarro Leongómez**. Colombia. El proyecto de seguridad democrática de Álvaro Uribe. **Rubén Zamora**. El Salvador en la encrucijada. ¿Alternabilidad o continuidad? **Raúl Leis R.** Panamá: la encrucijada del centenario.

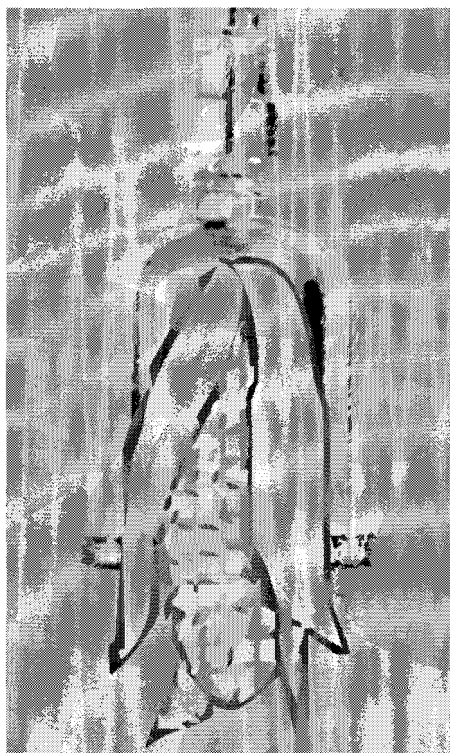
APORTES: **José Miguel Candia**. Sector informal ¿treinta años de un debate bizantino? **Rodrigo Contreras Osorio**. Neoliberalismo y gobernabilidad en América Latina durante los años 90.

TEMA CENTRAL: **Álvaro de la Ossa**. Cooperación e integración entre gobiernos en Centroamérica. **Rita Giacalone**. Integración Norte/Sur y tratamiento especial y diferenciado en el contexto regional. **Andrés Serbin**. Desafíos y obstáculos políticos del ALCA. **Jaime Acosta Puertas**. El ALCA en presente. Una mirada desde países no desarrollados. **Mercedes Botto / Valentina Delich / Diana Tussie**. El nuevo escenario político regional y su impacto en la integración. El caso del Mercosur. **Lincoln Bizzozero**. Los cambios de gobierno en Argentina y Brasil y la conformación de una agenda del Mercosur. ¿Hacia una nueva cartografía sudamericana/interamericana? **Luiz Alberto Moniz Bandeira**. Brasil, Estados Unidos y los procesos de integración regional. La lógica de los pragmatismos. **Fidel Aroche Reyes**. La integración económica, la apertura externa y el desarrollo económico reciente de México.

LIBROS: **Jaime Acosta Puertas / Diego Ayo**  
SUMMARIES.

SUSCRIPCIONES (Incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 56	US\$ 97
Resto del mundo	US\$ 86	US\$ 157

PAGOS: Las suscripciones desde América Latina y el resto del mundo únicamente se pueden efectuar con transferencias bancarias. Solicitar los datos para la transferencia. Dirección: Apartado 61712, Chacao-Caracas 1060-A. Venezuela. Telfs.: (58-212) 267.31.89 / 265.99.75 / 265.53.21 / 266.16.48 / 265.18.49, Fax: 267.33.97; @: nuso@nuevasoc.org.ve; nusoven@nuevasoc.org.ve.



## La Ond@ Rural

Taller Latinoamericano Sobre Radio,  
Nuevas Tecnologías  
de Información y Comunicación,  
y Desarrollo Rural

Quito, Ecuador  
19 al 23 de abril 2004  
e-mail: onda-rural@fao.org  
web: www.onda-rural.net



infoDev

Organización de las Naciones Unidas para la  
Agricultura y la Alimentación

comunica