

Carta a nuestros lectores

El referendo revocatorio, al que los venezolanos fueron convocados en agosto para decidir sobre la permanencia del Presidente Hugo Chávez Frías, polarizó a Venezuela y a los medios de comunicación social, que se convirtieron en parte del problema. Chasqui encargó el análisis del tema al venezolano Andrés Cañizález, quien escribió desde Caracas, y al mexicano Octavio Islas, que lo hizo desde México, Distrito Federal.

Eduardo Galeano, ilustre amigo de Chasqui, tras ser testigo de la jornada del 15 de agosto en Caracas, escribió un comentario que reproducimos por su originalidad.

Al acercarse la celebración del cuadragésimo quinto aniversario de la fundación del CIESPAL por la UNESCO y el Gobierno del Ecuador, el periodista colombiano Humberto López López reflexiona, desde Medellín, sobre la tarea cumplida y el aporte entregado a la región, por este Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

En este número examinamos, respondiendo a un interés dominante en la opinión pública mundial, el tratamiento que los medios de comunicación han dado a la violación sistemática de los derechos humanos en la cárcel iraquí de Abu Ghraib, a la reciente boda de los príncipes de Asturias, al abordaje mediático de los problemas ambientales y a las consecuencias que la matanza del 11 de marzo del 2004 en Madrid ocasionaron a los inmigrantes, en especial a los latinoamericanos.

Pasamos revista también a la difícil relación que mantienen en México el poder político y los medios, tras el largo predominio del unipartidismo del PRI; a los retos -sobre todo tecnológicos- que afronta la British Broadcasting Company (BBC) en Inglaterra; al muy singular *modus vivendi* que la telenovela latinoamericana mantiene en los países que estuvieron detrás de la llamada Cortina de Hierro y a la nueva realidad -por muchos aún ignorada- de la televisión digital o la televisión del futuro.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

N° 87 Septiembre 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Iván Abad, FENAPE

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

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 prensa en el referendo venezolano**
Andrés Cañizález

13 **Entre Venezuela y Nadalandia**
Eduardo Galeano

14 **Cronología del referendo venezolano**
Octavio Islas

Opinión

22 **La gran rectoría del Ciespal**
Humberto López López

Ensayos

26 **Abu Ghraib: Periodismo de investigación**
María Helena Barrera-Agarwal

32 **Una real boda mediática**
Juan Varela

38 **El tratamiento de la información ambiental:
Los retos del periodismo ecológico**
José Antonio Alcoceba Hernando

46 **La inmigración: Víctimas y victimarios en el 11-M**
Jéssica Retis

54 **COMUNICACIÓN POLÍTICA**
México: Todo se ve, todo se escucha
Juliana Fregoso - Felipe Gaytán

60 **RADIO**
El reto tecnológico de la BBC
Jairo Lugo

66 **TELEVISIÓN**
**Europa del Este en romance con la telenovela
latinoamericana**
Ramón Salgueiro

72 **INFORMÁTICA**
Televisión digital y nueva televidencia
Carlos Cortés

78 **LENGUAJE**
**Errores comunes en el lenguaje periodístico:
Verbo, belleza y política**
Juan M. Rodríguez

80 **Periscopio tecnológico**

86 **Bibliografía sobre comunicación**

92 **Actividades del CIESPAL**

El periodismo es instinto

Azorín (José Martínez Ruiz) 1873-1967

Un adolescente se halla sentado ante una mesita; tiene delante un rimerito de cuartillas; con ligera presteza, rauda pluma, va trazando renglones, ennegreciendo los blancos papeles; se detiene a veces; borra una palabra; escribe, rápidamente, otra.

El artículo que ese adolescente está escribiendo es para un semanario del pueblecito. Con gran fe, con ardimiento, con pasión, ha ido este mozo trazando los renglones en las blancas cuartillas. Y luego, en la modesta imprenta, ansioso, sin perder un minuto, ha visto como esas cuartillas iban transformándose en letras impresas. Y más tarde, con el periódico en la mano, húmedo, oliendo a tinta fresca, ha leído y vuelto a leer su artículo. En todo el pueblo, seguramente, lo estarán leyendo a estas horas; no cabe duda de que esta prosa es viva, amena, enérgica, rápida, pintoresca. Y pasan dos o tres días de la semana; ya el domingo ha quedado atrás; es preciso pensar en el original para el próximo número.

Los años pasan; del pueblo, ese joven ha saltado a la capital de provincia; de esa ciudad ha ido luego a Madrid. Ha comenzado a vivir intensamente la vida. Ha conocido a los hombres; la experiencia humana en todos los órdenes, en el social, en el político, en el literario- es la gran escuela del periodista. La adversidad ha puesto a prueba su amor al periodismo.

Sin orden, a placer, según los azares de la vida, este mozo que nosotros hemos imaginado -y en quien acaso hayamos puesto algo de nuestra personalidad- ha ido leyendo toda suerte de libros. Su pasión es la palabra exacta, clara, precisa, expresiva. Cuando escribe, desea que todos, en el sector ancho, vasto, del periódico, puedan comprender lo que dice.

¡Cuántos escritores, profundos, cultos, eruditos, escriben en los periódicos! ¡Y qué pocos periodistas! Un gran periodista -católico, Luis Veuillot- ha definido el periodista en pocos y esenciales rasgos:

El talento del periodista -ha dicho este verdadero maestro del periodismo- consiste en la prontitud, el rasgo y, ante todo, la claridad. El periodista no dispone más que de unas cuartillas y de una hora para exponer el problema, batir al adversario y dar su parecer; si escribe una palabra que no sea eficaz; si escribe una frase que el lector no comprenda inmediatamente, ese periodista no sabe su oficio. Que se apresure; que sea límpido; que sea sencillo. La pluma de un periodista goza de todos los privilegios de una conversación atrevida; debe el periodista usar de esas prerrogativas. Pero nada de énfasis; sobre todo, que no caiga en la tentación de buscar la elocuencia.

Así ha hablado un maestro. ¡No usar, no buscar, no ansiar la elocuencia! La elocuencia es la enemiga capital del buen periodista.

¿Y quién le habrá enseñado al periodista esas cualidades esenciales que el maestro francés expresa en su definición? ¿Cómo aprender, en una escuela, la rapidez, la intuición repentina, el sentido de la actualidad, la serenidad dominante en la polémica, la gracia y el ingenio que van ocultando la elección moral, en un breve artículo, y va poco a poco descubriéndola, hasta llevar dulcemente al lector hasta el final, es decir, hasta las conclusiones que deseábamos hacerle abrazar e inculcarle?

Y si esas cualidades son innatas, no se enseñan ¿Cómo podrán, tampono,



co, enseñarse las excelencias que debe reunir en su persona un organizador de periódicos?

Un gran periódico es una máquina formidable y delicadísima; el menor choque, la más ligera impulsividad, el más leve apasionamiento, desconciertan el delicado organismo y hacen tambalear toda la máquina.

¡Cuánto tacto, serenidad, conocimiento del medio ambiente, experiencia de los hombres, se necesitan para llevar serenamente, con naturalidad, esa máquina poderosísima y sutil de un gran diario moderno!

¿Se aprenderá ese arte en alguna academia? Puede ser que la guerra sea una ciencia; pero las batallas las gana el arte. Y el arte -en la guerra y en el periodismo, tan parecido a la guerra- es la intuición rápida del momento, de las circunstancias y de la psicología de las muchedumbres.

¿Queréis que el periodismo decaiga, languidezca, muera? Coartad, limitad, restringid la libertad de iniciativas de un director u organizador de periódico.

El periodismo, en el redactor del periódico, es instinto; en el organizador o director, es iniciativa libre, espontánea, renovada todos los días. El limitar es libertad es desanimar al periodismo entero. Y a la larga, nadie más que el propio periodista -aparentemente beneficiado- sería quien padeciese más de esa limitación infecunda. 1928

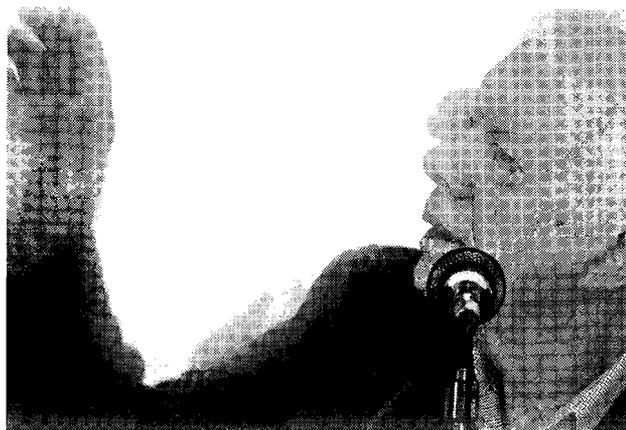


La prensa en el referendo venezolano

Andrés Cañizález ■

Como era de esperarse, la sola realización de una consulta electoral en Venezuela no ha significado el fin de la crisis política. Las autoridades del Consejo Nacional Electoral (CNE), con el aval de la Organización de Estados Americanos (OEA) y del Centro Carter, confirmaron el triunfo de Hugo Chávez el pasado 15 de agosto en el inédito referendo revocatorio del mandato presidencial. Con los resultados obtenidos, el presidente venezolano culminará su mandato en 2006. Con el 59 por ciento de los votos a favor y 41 por ciento en contra, la tendencia de división social parece inalterable: los pobres están con el jefe de Estado y quienes lo rechazan, en su mayoría, están en los estratos medios y altos. De hecho, esta proporción de porcentajes es casi la misma con la que Chávez fue electo por primera vez en 1998 y reelegitimo en 2000, la gran diferencia en esta oportunidad ha sido la menor abstención (en torno a un 25 por ciento, cuando tenía una media histórica de 40 por ciento), lo cual quiere decir que se movilizaron más personas, de lado y lado. Sin embargo, las primeras reacciones de desconocimiento mutuo, entre gobierno y oposición, presagian un período de ausencia de diálogo político y de conflictividad, tal como venía sucediendo en los dos años previos al referendo. Se trata pues de la polarización después de la polarización.

En lo estrictamente mediático, el Centro Carter jugó papel clave para que se llegara a un acuerdo, a inicios de julio, a favor del equilibrio informativo en la campaña electoral previa al referendo. En este acuerdo participaron propietarios de medios privados, directivos de medios estatales, autoridades electorales y altos dirigentes del gobierno. Decir que se logró un acuerdo político, de alto nivel, con el fin de que los medios se comprometieran al equilibrio, es clara demostración de los tiempos que se viven en Venezuela. Con contadas y no significativas excepciones, este acuerdo se hizo realidad y fue monitoreado por un equipo de especialistas durante cuatro semanas. El día siguiente al refe-



El Nóbel Jimmy Carter jugó un papel importante para el equilibrio informativo

rendo, después de que en horas de la madrugada se conociera el primer resultado de la consulta que daba como ganador a Chávez, y de que la opositora Coordinadora Democrática denunciara fraude, todo volvió a ser como de costumbre. Significativos medios de comunicación, de forma sistemática, pasaron a ser voceros de las posiciones de la oposición y en el tratamiento informativo han excluido la posibilidad de encontrar razones políticas, sociales y económicas que le dieran el triunfo al populista presidente venezolano.

En lo mediático, el Centro Carter jugó papel clave para que se llegara a un acuerdo, a favor del equilibrio informativo en la campaña electoral previa al referendo

Andrés Cañizález, venezolano, profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV) e investigador asociado del Centro de Derechos Humanos de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Correo-e: andres@derechos.org.ve

***La polarización
ha tenido un correlato
mediático, pues
también medios y
periodistas se
han atrincherado
en posiciones
que excluyen
la posibilidad
de entender al otro***

Caminando en la polarización

En los últimos dos años, de forma especialmente dramática, se ha hecho evidente en Venezuela una profunda polarización. Si bien existen otras múltiples posiciones, y de hecho ha crecido un llamado tercer sector en medio del conflicto, también resultaría ingenuo no percatarse que dos expresiones políticas se han radicalizado en torno a la figura del presidente Hugo Chávez, quien es odiado o amado, en ambos casos de forma visceral, de acuerdo con la acera política en la que se esté ubicado.

En las encuestas previas al referendo revocatorio se evidenciaba el sector de los llamados *ni-ni*, aquellos que marcan distancia de radicales posturas de gobierno y oposición, y que se ubicaban entre 30 y 40 por ciento de los venezolanos en edad de votar. Sin embargo, una consulta de este tipo, en torno a solo dos opciones cerradas, pareció inclinar la balanza mayormente a favor de Chávez.

La polarización ha implicado un desconocimiento del otro, en cuanto sector político con posturas igualmente legítimas, y el discurso de dirigentes, tanto de gobierno como de oposición, no tiene la capacidad de tender puentes con quienes militan en las filas adversas. La polarización ha tenido un correlato mediático, pues también medios y periodistas se han atrincherado en po-

siciones que excluyen la posibilidad de entender al

otro y, en un prolongado círculo vicioso, la parcialidad política de los medios privados es respondida por una igualmente toma de partido extrema en los medios estatales, así como de acciones o discursos oficiales que colocan en el terreno enemigo a las principales empresas mediáticas del país.



En sociedades polarizadas, como la venezolana de este inicio del siglo XXI, cada sector político cree tener la verdad y excluye cualquier puente de entendimiento con el adversario. Es imposible que se comparta la mesa con aquel que antes se llamó dictador o enemigo de la patria. Los medios, en estos contextos, no solo reproducen el discurso político excluyente, sino que a la par, al ser parte intrínseca del conflicto, construyen una agenda periodística-simbólica que refuerza el desconocimiento del otro. En el caso venezolano, de forma adicional, la fractura que siguen viviendo los partidos políticos (incluido el del presidente Chávez, el Movimiento V República), hace mucho más dependiente a la estrategia política de su dimensión comunicacional, pues no existen canales formales partidistas que permitan, o bien transmitir decisiones desde la cúpula o bien recoger demandas desde las bases. La acción política del jefe de Estado es esencialmente mediática, en cuanto se construye desde los medios, principalmente del Estado, pero también con un uso abusivo de las cadenas presidenciales.

El liderazgo de Chávez es esencialmente personal, y las decisiones dentro de su partido las toma fundamentalmente él, así se evidenció con la escogencia de los candidatos a alcaldías o gobernaciones. Empero estos aún no teniendo un liderazgo claro, de forma previa, al recibir el respaldo del jefe de Estado tienen automáticamente un 30 por ciento de apoyo.

Quiebre del modelo de desarrollo

La crisis que vive hoy la sociedad venezolana, y que se expresa con las posturas polarizadas en torno a la *Revolución Bolivariana* del presidente Chávez, ha sido resultado del quiebre del modelo de desarrollo que basado en la renta petrolera hizo aguas hace dos décadas. Los últimos 20 años en el país han sido de un imparable empobrecimiento (también durante los años del gobierno *chavista*), lo cual paradójicamente sucede en un país que tiene ingresos sostenidos millonarios por sus exportaciones de crudo. El gobierno de Chávez ha profundizado una dependencia petrolera que no tiene salida, sino profundizar la dependencia del capital trasnacional en esta

materia. Sin embargo, su discurso social y nacionalista cala en amplios sectores pobres del país, que si bien no han mejorado palpablemente sus condiciones de vida, tampoco se sienten representados por la opción opositora. “Con Chávez yo existo”, se expresó de forma precisa una señora de Guarenas, a la que el autor entrevistó en una manifestación política, y que, pese a admitir que su situación socioeconómica no era sustancialmente distinta, sentenció: “con la oposición tampoco voy a vivir mejor”.

El quiebre económico alimentó un hartazgo político: el pacto de élites que dio sustento a la democracia en 1958 había dado paso dos décadas después a un sistema clientelar en manos de dos partidos, que cada vez más alejados de las demandas e insatisfacciones ciudadanas terminaron por ser símbolos de la antipolítica. Durante la década de los 90, por un lado los medios contribuyeron

La acción política del jefe de Estado es esencialmente mediática, en cuanto se construye desde los medios, principalmente del Estado, pero también con un uso abusivo de las cadenas presidenciales

El gobierno de Chávez, al contrario de lo que promueve su discurso, en el sentido de que está comenzando una nueva era para el país, en realidad simboliza la lenta muerte de una manera de hacer y entender la política en Venezuela

al descrédito del mundo político (razones había para las denuncias, pero no para las generalizaciones que terminaron estigmatizando todo lo relacionado con la política), a la par que se convirtieron en poderosas cajas de resonancia para un malestar ciudadano que no encontraba respuestas en las instituciones del Estado, ni en las instancias de mediación sociopolítica. Fue tal el anhelo de cambio, de apostar a algo distinto, que no estuviera tocado por la sucia mano de la política tradicional, que en 1998 durante largos meses punteó las encuestas una ex reina de belleza, para que finalmente terminara en la presidencia un militar retirado que promovía “un giro radical en nuestra historia”. El gobierno de Chávez, al contrario de lo que promueve su discurso, en el sentido de que está comenzando una nueva era para el país, en

realidad simboliza la lenta muerte de una manera de hacer y entender la política en Venezuela. En esta agonía de un modelo, sin que se vislumbren opciones claras de largo aliento sobre por dónde deberá conducirse la vida nacional, la política ha pasado a copar amplios espacios de la vida de los venezolanos y los medios han terminado siendo actores de primer orden en todo lo que está viviendo la sociedad venezolana.

Los años 90, en el contexto venezolano, reflejan claramente la consolidación de algunos elementos: los estudios de opinión de aquellos años revelan la desconfianza que inspiraban partidos políticos y poderes públicos, a la par que se consolidaba una imagen de credibilidad a favor de los medios.

Esto solo se rompió a partir de abril de 2002. El silencio informativo que arropó el retorno de Chávez al poder, tras el breve golpe de Estado, constituyó un elemento que ha pesado de forma significativa en la caída de la credibilidad de los medios, especialmente de la televisión. De acuerdo con la firma Datanálisis, los medios de comunicación ocuparon el primer o segundo lugar de credibilidad durante alrededor de una década, hasta marzo de 2002; en el sondeo inmediatamente posterior a los sucesos de abril de ese año descendieron a un sexto lugar.

Medios en la escena política

Diversidad de autores coinciden en reconocer el rol político que juegan los medios de comunicación, y especialmente en contextos como de los países latinoamericanos que parecen ser de una recurrente crisis política. La debilidad que tienen los partidos, sindicatos y otras instancias del tejido social, abre la puerta para que estos actores entiendan que su posibilidad de intervención en la vida pública está íntimamente atada a su relación con el universo mediático. Ciertos asuntos de interés público pueden ser catalizadores para la constitución de alianzas tácticas entre políticos y activistas sociales, por un lado, y medios de comunicación y periodistas, por el otro. Esto ocurre cotidianamente en diversos contextos, sin que sea motivo de escándalo, pues justamente en esta dimensión se entiende el rol político de los medios: determinar quién puede hablar sobre cuál tema.



La ciudadanía venezolana se polarizó

Durante el paro llevado a cabo por la oposición entre diciembre de 2002 y enero de 2003, en Venezuela, quedaron en evidencia algunos aspectos centrales de esta percepción, que lleva a colocar a los medios en la categoría de poderes fácticos, tal como los definió recientemente el informe *La democracia en América Latina* del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). En conversaciones que hemos sostenido con tres dirigentes opositores —uno de ellos formó parte del comando táctico que estuvo al frente del paro—, estos confirmaron que esta acción se iba a levantar después de 48 horas y, exclusivamente, se usaría como presión momentánea para luego continuar con las negociaciones que estaban en marcha con el gobierno, bajo la mediación de la Organización de Estados Americanos y el Centro Carter. El punto de vista de los empresarios mediáticos echó al traste con la primera estrategia y lanzó a la oposición en la senda del paro *por tiempo indefinido*, con los costos políticos y económicos que todos conocemos hoy.

La oposición perdió importantes niveles de aceptación en la ciudadanía después de esa paralización, debido a la dura repercusión que tuvo en la vida económica y social del país, sin lograr el objetivo planteado: forzar la salida de Chávez del poder.

La crisis que vive hoy la sociedad venezolana ha sido resultado del quiebre del modelo de desarrollo, que basado en la renta petrolera hizo aguas hace dos décadas

El poder mediático pasó a ser literalmente el espacio desde donde se constituía la estrategia política, y eso representa un cambio sustancial en las de por sí complejas relaciones entre poder político y medios de comunicación

Otros dos líderes de partidos políticos, cuyas opiniones no eran de apoyo unánime a esta acción, fueron silenciados por los medios.

Pero, sin duda alguna, el elemento más llamativo lo constituyó en ese mismo contexto el siguiente hecho: en no pocas ocasiones, la Coordinadora Democrática –que aglutina a partidos políticos y organizaciones de la sociedad civil opositores– conoció el contenido de mensajes publicitarios una vez que éstos estaban al aire, sin que participaran en su concepción. El poder mediático pasó a ser –literalmente– el espacio desde donde se constituía la estrategia política, y eso representa un cambio sustancial en las de por sí complejas relaciones entre poder político y medios de comunicación.

Orgullosamente parcializados

Para periodistas o analistas de otras latitudes que pasan por Venezuela resulta muy llamativo, al mirar el desarrollo del conflicto y el papel que en éste están teniendo los medios, no solo que las



Francotiradores...



grandes quemas...



violencia...



heridos y muertos tras el referendo

principales empresas mediáticas y emblemáticos comunicadores tengan una clara posición tomada, sino que se enorgullecen de ello. Para unos, el argumento es estar ante una dictadura, por el perfil personalista y centralizador que tiene el gobierno de Chávez, en la acera de enfrente se argumenta diciendo que la extrema derecha acecha y deben defenderse los logros de la *revolución*. En ambos casos, la idea que es punto de conexión entre posturas irreconciliables, es que ahora -en este preciso momento de la historia venezolana- no se puede ser imparcial, y menos en el ejercicio periodístico porque si se es, se le está dando armas al enemigo.

La polarización en este tiempo ha ido cerrando espacios para el debate. En teoría, la programación televisiva le destina mucho espacio al debate si se mide el tiempo de programas de entrevistas y opinión. Sin embargo, no sucede tal debate. Sustancialmente, con contadas excepciones, los medios estatales han venido teniendo como invitados a funcionarios gubernamentales o activistas del *chavismo* y los medios privados han destinado a voceros de la oposición sus entrevistas. Esta evidente parcialidad ha sido acompañada de la actuación de entrevistadores complacientes, quienes omiten las preguntas difíciles o comprometedoras cuando el invitado es -como suele ser- del bando político afín al medio. En tal circunstancia, no cabe hablar de debate, si se entiende a éste como contraste de opiniones y/o contrapunto de visiones, sino que estamos ante espacios de propaganda política. Esto, si bien cambió de forma evidente durante la campaña para el referendo, gracias al acuerdo mencionado sobre el equilibrio informativo, una vez conocidos los resultados y siendo la postura opositora de denunciar fraude, se ha vuelto a una exclusión significativa del debate y el contraste de puntos de vista, llegando incluso a excluirse la posibilidad de analizar las fortalezas políticas, económicas y sociales que le dieron el triunfo a Chávez el 15 de agosto.

“Estamos en una guerra”. Así lo definió, sin vacilaciones, el directivo de un medio privado de comunicación, al ser invitado a dar un primer paso en

aras de despolarizar la cobertura periodística de Venezuela. “Aquí no estamos para defender a periodistas sin ética”, replicó una funcionaria de la Fiscalía General al ser instada a actuar ante los hechos de violencia que, de forma lamentable, se han venido multiplicando sin distinción desde el año 2002 en el país, contra medios y comunicadores. Ambas frases, dichas sin estar relacionadas espacialmente aunque sí simbólicamente, reflejan uno de los nudos centrales del conflicto venezolano, la no voluntad de dar un paso que pueda *beneficiar* al contrario, y dejan poco margen para esperar con optimismo una solución pacífica a la crisis, al menos desde su dimensión mediática.



El Secretario General de la OEA César Gaviria participó activamente en el proceso

Nuevos pasos

Repensar la democracia en Venezuela, y eventuales salidas a la crisis, partiendo de la polarización ratificada con el referendo es tarea urgente, necesaria, y el papel de medios y periodistas no escapa de ella. Un asunto crucial tiene que ver, justamente, con imaginar de qué forma los ciudadanos pueden participar para revertir la situación que hemos venido describiendo en estas páginas. Debe incluirse en esta categoría de ciudadanos a todos y cada uno de aquellos habitantes del país, que desde sus particulares creencias políticas tienen la intención de aportar

***Repensar la democracia
en Venezuela, y
eventuales salidas
a la crisis, partiendo
de la polarización
ratificada con el
referendo es tarea
urgente, necesaria, y
el papel de medios
y periodistas no escapa
de ella. Aun para un
sistema democrático
en crisis, como el
venezolano, sería
difícil imaginar
una democracia
contemporánea
sin medios
de comunicación***

en función de toda la sociedad, entendiéndola a ésta como un conjunto de diversidades (culturales, sociales, políticas) que necesariamente tienen que coexistir amparadas en un consenso mínimo. Desde lo específicamente mediático, en México, Perú y Brasil, aun de forma incipiente, van teniendo lugar experiencias de vigilancia o veeduría social de los medios, entendiendo que en un sistema democrático existen diversas maneras de hacerlo sin que ello signifique una intervención estatal.

En el contexto venezolano actual, de forma espasmódica ha saltado en los últimos dos años la posible aprobación de la Ley de Responsabilidad Social de la Radio y la Televisión, en el seno de la Asamblea Nacional. Tal instrumento está concebido, al menos así se desprende de las declaraciones oficiales y de una redacción que ha tenido radicales transformaciones en aras de reducir el proceso legislativo, como un mecanismo para castigar a unos medios privados que se han desviado por asumir abiertamente una parcialidad política. Esto desvirtúa por completo el objetivo de un instrumento legislativo, que en una búsqueda democrática debería abrir la posibilidad de conformar experiencias genuinas de veeduría y observación ciudadana, para que este poder mediático tenga algún punto de control.

Aun para un sistema democrático en crisis, como el venezolano, sería difícil imaginar una democracia contemporánea sin medios de comunicación. A la par, un fortalecimiento del sistema político (absolutamente necesario para la satisfacción de las demandas de la ciudadanía) visto especialmente desde el contexto venezolano, pasa por establecer reglas de juego para que este poder mediático sea ejercido con una mayor transparencia por parte de empresarios y periodistas, a la par de decisiones de Estado que sin matiz de intervención *estatista*, permitan abrir cauces a una acción ciudadana que tenga como norte la construcción de una sociedad incluyente y tolerante, tanto en lo socio-político como en la dimensión comunicacional. ●

Entre Venezuela y Nadalandia

Eduardo Galeano

Extraño dictador este Hugo Chávez. Masoquista y suicida: creó una Constitución que permite que el pueblo lo eche, y se arriesgó a que eso ocurriera en un referéndum revocatorio que Venezuela ha realizado por primera vez en la historia universal. No hubo castigo. Y esta resultó ser la octava elección que Chávez ha ganado en cinco años, con una transparencia que ya hubiera querido Bush para un día de fiesta.

Obediente a su propia Constitución, Chávez aceptó el referéndum, promovido por la oposición, y puso su cargo a disposición de la gente: "Decidan ustedes". Hasta ahora, los presidentes interrumpían su gestión solamente por defunción, cuartelazo, pueblada o decisión parlamentaria. El referéndum ha inaugurado una forma inédita de democracia directa. Un acontecimiento extraordinario: ¿cuántos presidentes, de cualquier país del mundo, se animarían a hacerlo? ¿Y cuántos seguirían siendo presidentes después de hacerlo? Este tirano inventado por los grandes medios de comunicación, este temible demonio, acaba de dar una tremenda inyección de vitaminas a la democracia, que en América Latina, y no solo en América Latina, anda enclenque y precisada de energía.

Un mes antes, Carlos Andrés Pérez, angelito de Dios, demócrata adorado por los grandes medios de comunicación, anunció un golpe de Estado a los cuatro vientos. Lisa y llanamente afirmó que "la vía violenta" era la única posible en Venezuela, y despreció el referéndum "porque no forma parte de la idiosincrasia latinoamericana". La idiosincrasia latinoamericana, o sea, nuestra preciosa herencia: el pueblo sordomudo.

Hasta hace pocos años, los venezolanos se iban a la playa cuando había elecciones. El voto no era, ni es, obligatorio. Pero el país ha pasado de la apatía total al total entusiasmo. El torrente de electores, colas enormes esperando al sol, a pie firme, durante horas y horas, desbordó

todas las estructuras previstas para la votación. El aluvión democrático hizo también dificultosa la aplicación de la prevista tecnología último modelo para evitar los fraudes, en este país donde los muertos tienen la mala costumbre de votar y donde algunos vivos votan varias veces en cada elección, quizá por culpa del mal de Parkinson.

"¡Aquí no hay libertad de expresión!", claman con absoluta libertad de expresión las pantallas de televisión, las ondas de las radios y las páginas de los diarios. Chávez no ha cerrado ni una sola de las bocas que cotidianamente escupen insultos y mentiras. Impunemente ocurre la guerra química destinada a envenenar a la opinión pública. El único canal de televisión clausurado en Venezuela, el canal 8, no fue víctima de Chávez sino de quienes usurparon su presidencia, por un par de días, en el fugaz golpe de Estado de abril del año 2002.

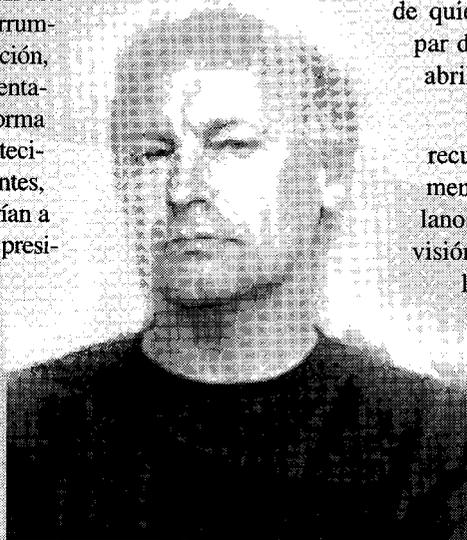
Y cuando Chávez volvió de la prisión, y recuperó la presidencia en andas de una inmensa multitud, los grandes medios venezolanos no se enteraron de la novedad. La televisión privada estuvo todo el día pasando películas de Tom y Jerry.

Esa televisión ejemplar mereció el premio que el rey de España otorga al mejor periodismo. El rey recompensó una filmación de esos días turbulentos de abril. La filmación era una estafa. Mostraba a los salvajes chavistas disparando contra una inocente mani-

festación de opositores desarmados. La manifestación no existía, según se ha demostrado con pruebas irrefutables, pero se ve que este detalle no tenía importancia, porque el premio no fue retirado.

Hasta ayercito nomás, en la Venezuela saudí, paraíso petrolero, el censo reconocía oficialmente un millón y medio de analfabetos, y había cinco millones de venezolanos indocumentados y sin derechos cívicos.

Esos y otros muchos invisibles no están dispuestos a regresar a Nadalandia, que es el país donde habitan los nadies. Ellos han conquistado su país, que tan ajeno era: este referéndum ha probado, una vez más, que allí se quedan. ●



Eduardo Galeano. Uruguayo, escritor y periodista
 ■ Correo-e: hugal@adinet.com.uy



Cronología del referendo venezolano

Octavio Islas ■

La historia previa al referendo revocatorio de agosto en Venezuela estuvo matizada de un sinnúmero de acontecimientos, cuya cronología se impone a fin de colocar al lector en la exacta perspectiva de por qué y cómo ocurrieron los hechos, y la razón exacta de las consecuencias finales que están viviendo ahora los venezolanos y de qué manera se reconforma su futuro.

La historia comenzó el 4 de febrero de 1992, cuando el teniente coronel Hugo Chávez (50 años, cuatro hijos, divorciado) encabezó una rebelión militar contra el presidente Carlos Andrés Pérez. La tentativa de golpe fracasó, y Chávez fue recluido dos años en prisión. Ya en libertad, en 1997, el militar golpista fundó el Movimiento V República (MVR), que con el llamado *Polo Patriótico* garantizaron su triunfo en los comicios presidenciales de 1998, en los que fue electo con el 58 por ciento de los votos válidos, asumiendo la presidencia de Venezuela el dos de febrero de 1999.

Chávez, inmediatamente, impulsó un referendo para integrar la Asamblea Constituyente, electa el 25 de julio de 1999, para trabajar en la elaboración de una nueva Constitución, que modificó el nombre de Venezuela a República Bolivariana de Venezuela. En la nueva Constitución, votada el 15 de diciembre de 1999, fueron agregados dos nuevos poderes -el Poder Moral y el Poder Electoral- a los tres tradicionales: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Tras ser aprobada la nueva Constitución, se convocó a elecciones presidenciales, que debieron efectuarse el 28 de mayo de 2000. Las elecciones, sin embargo, fueron canceladas dos días antes de la fecha prevista por problemas técnicos. El voto electrónico se realizó un mes más tarde con algunas fallas técnicas. Las autoridades electorales optaron por efectuar los comicios en dos fechas: el 30 de julio, para elegir al presidente y las principales autoridades regionales, nacionales y locales; y el 1 de octubre para escoger a las autoridades parroquiales. Hugo Chávez recibió tres millones 757 mil 773 votos

*Para erigirse
en ejemplo
de democracia,
el gobierno de Chávez
decidió automatizar
todo el proceso
del referendo
revocatorio*



Grandes movilizaciones de masas



válidos, Francisco Arias Cárdenas -quien acompañó a Chávez en la aventura golpista de 1992-, alcanzó dos millones 359 mil 459 votos, y Claudio Fermín 171.346 sufragios. El abstencionismo fue un factor determinante en los resultados de la referida jornada electoral. Más de cinco millones de venezolanos no acudieron a las urnas.

Los sucesos de abril de 2002

Las acciones emprendidas en materia de política exterior y el evidente populismo de Chávez polarizaron la sociedad venezolana. En los años recientes, Caracas se ha convertido en obligado escenario de grandes movilizaciones ciudadanas, en contra o a favor del presidente Chávez. El martes 9 de abril de 2002, los opositores convocaron una huelga general de dos días, con el propósito de desconocer la nueva directiva de Petróleos de Venezuela (PDVSA). Ese día, cerca del Palacio de Miraflores, simpatizantes del presidente se enfrentaron a golpes con manifestantes opositores. La trifulca degeneró en un tiroteo, el cual arrojó un saldo de 17 muertos y más de cien heridos. Los canales de la televisión privada -particularmente Venevisión- realizaron una amplia cobertura de los hechos. Gustavo Cisneros, presidente

El gobierno figuraba como propietario del 28 por ciento de las acciones de la empresa que vendió el software para el referendo

y director ejecutivo de la Organización Diego Cisneros -de la cual precisamente forma parte Venevisión-, fue señalado por algunos funcionarios del gobierno como uno de los autores intelectuales de la conspiración. Miembros del Alto Mando Militar culparon al presidente Chávez de los hechos, y procedieron a arrestarlo. Enseguida, el empresario Pedro Carmona Estanca usurpó la presidencia, y decidió destituir todos los órganos del poder público y derogar la Constitución de 1999. Carmona, además, prometió convocar a elecciones presidenciales en un año. Altos mandos militares leales al presidente Chávez consiguieron rescatarlo de la isla de La Orchila y regresó al Palacio de Miraflores en un helicóptero militar, a las 2h45 del domingo 14 de abril de 2002.

Los sucesos posteriores

Para superar la crisis política, Chávez decidió impulsar una serie de mesas de diálogo con diversos sectores del país. La oposición, inmediatamente, calificó tales medidas como farsa. Pedro Carmona Estanga -el empresario que usurpó la presidencia- consiguió escapar de Venezuela al igual que otros presuntos responsables. Las movilizaciones ciudadanas en contra o a favor del presidente Chávez se intensificaron en Caracas. En diciembre de 2002, la principal confederación sindical venezolana, la cúpula empresarial y empleados de Petróleos de Venezuela iniciaron un paro general indefinido, al cual se sumaron algunas empresas y establecimientos comerciales de la capital. La huelga se prolongó por 72 días y paralizó la industria petrolera venezolana, arrojando considerables pérdidas a la economía venezolana. Los medios de comunicación privados dieron una amplia cobertura informativa a la huelga, derivándose frecuentes marchas en pro o en contra de Chávez, así como algunas escaramuzas entre ambos bandos. El gobierno consiguió recuperar el control de la industria petrolera y despidió a casi 18 mil empleados, bajo el argumento de haber abandonado sus puestos de trabajo. El 2 de



Dificultades en el proceso de votación

febrero de 2003, las cúpulas sindicales y empresariales levantaron el paro. Para evitar la extensión de la fuga de capitales, el gobierno decidió asumir el control en la política cambiaria, argumentando que el empresariado venezolano había retirado grandes capitales del país. A finales del mes de marzo de 2003, las relaciones entre los gobiernos de Venezuela y Colombia fueron muy tensas. El 31 de marzo, el presidente Chávez reveló que había ordenado bombardear una zona fronteriza con Colombia. En respuesta, funcionarios del gobierno del presidente colombiano, Álvaro Uribe, realizaron enérgicas declaraciones contra el ejecutivo venezolano.

El referendo digital

El 20 de agosto de 2003, opositores al gobierno recolectaron tres millones de firmas para exigir al Consejo Nacional Electoral (CNE), el órgano responsable de realizar los procesos electorales en Venezuela, la realización de un referendo para definir la continuidad de Chávez o proceder a realizar elecciones presidenciales. El 13 de septiembre, el CNE notificó que las firmas recogidas por la oposición no eran válidas. El 27 de septiembre, el



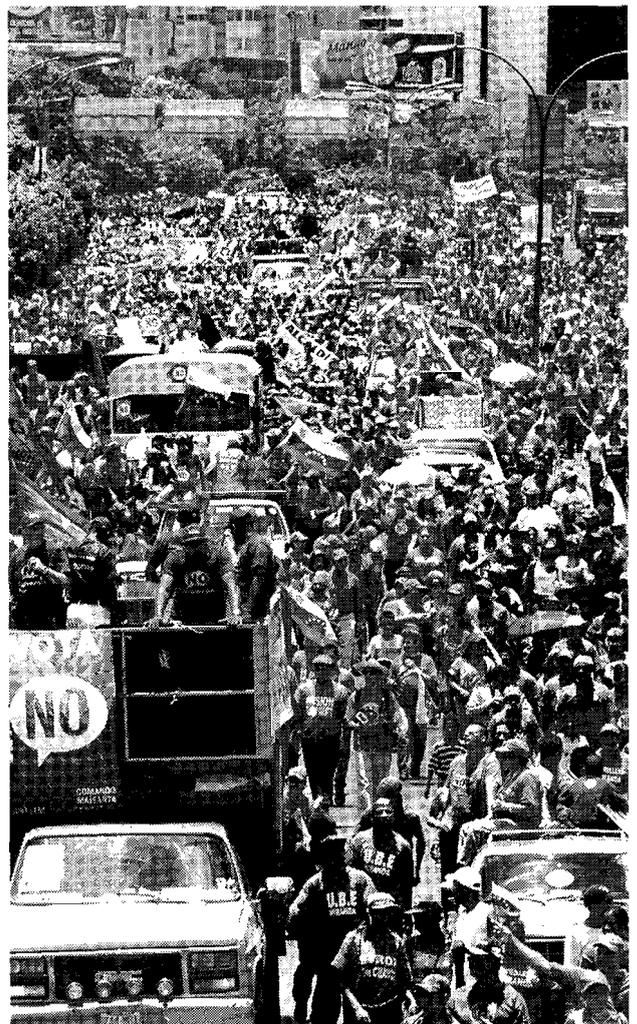
Chávez lideró la campaña por el NO

gobierno decidió rectificar, y dio a conocer que el referendo revocatorio se realizaría en febrero de 2004. El 29 de noviembre, la oposición inició una nueva campaña de recolección de firmas necesarias para poder convocar al referendo revocatorio y el 3 de diciembre afirmó haber reunido 3,8 millones de firmas. El presidente Hugo Chávez calificó el hecho como “megafraude”, declaraciones que dieron lugar a un enfrentamiento con el Secretario General de la Organización de Estados Americanos (OEA), César Gaviria, que desde 1994 encabezó el organismo regional y que en el pasado reciente gobernó Colombia.

Partidarios del presidente Chávez, en varias ocasiones, presentaron al Poder Electoral pruebas para demostrar que la oposición había realizado un gran fraude en la recolección de las firmas de apoyo para el referendo. Pese a que el gobierno controla el Poder Electoral y el Consejo Nacional Electoral, los simpatizantes del presidente Chávez no consiguieron demostrar esas acciones fraudulentas de la oposición, que finalmente consiguió reunir dos millones 451 mil 821 rúbricas y sustentar la necesidad de realizar el revocatorio. Se cumplió así con lo dispuesto en el artículo 72 de la Constitución que asienta: “Transcurrida la mitad del período para el cual fue elegido el funcionario o funcionaria, un número no menor de veinte por ciento de los electores o electoras inscritos en la correspondiente circunscripción podrá solicitar la convocatoria de un referendo para revocar su mandato”.

El “buscador global de firmas”

Para demostrar las acciones fraudulentas de la oposición, a partir del mes de febrero de 2004, el sitio Web del diputado oficialista Luis Tascón [<http://www.luistascon.com/>] incorporó un “Buscador Global de Firmas”, a fin de investigar los nombres de aquellos ciudadanos venezolanos que estamparon su firma para exigir la realización del referendo. Para ello, solo bastaba ingresar el número de la cédula de identidad del usuario y el buscador desplegaba la información necesaria para saber si el ciudadano en cuestión firmó o no el referendo revocatorio. El buscador, además, contaba con un formulario para imprimir y realizar las correcciones necesarias e, incluso, denunciar a través de un teléfono 0800-FRAUDE-1 (0-800-372833-1), la indebida inclusión del nombre del usuario entre los firmantes del referendo.



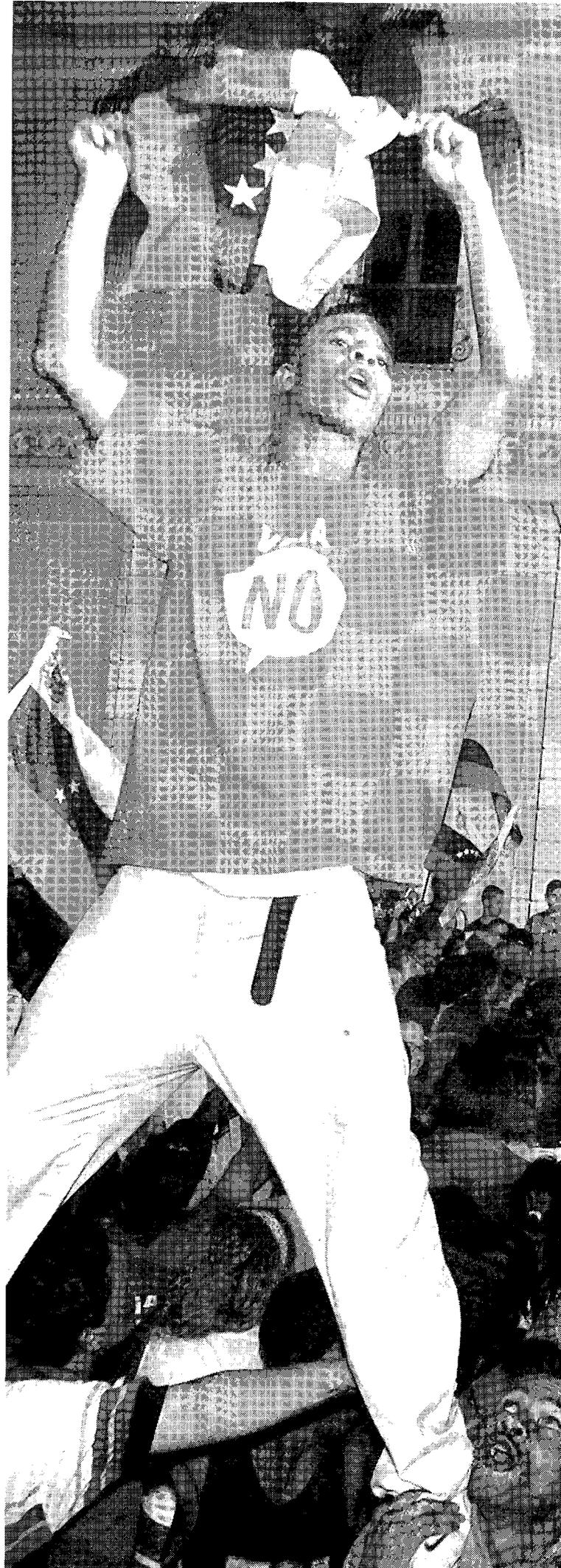
Concentraciones nunca vistas en Venezuela

Partidarios de Chávez presentaron pruebas de fraude de la oposición en la recolección de firmas para el referendo

La considerada injustificable permanencia del “Buscador Global de Firmas” en el sitio Web del diputado Tascón propició que algunos burócratas y funcionarios del gobierno obstruyeran, condicionaran o negaran la autorización de determinados trámites o servicios del Estado a quienes estamparon su firma para exigir al CNE la realización del referendo revocatorio. También se cuestionó por qué el gobierno, el Poder Electoral o el Consejo Nacional Electoral pusieron a disposición del diputado Tascón la base de datos de tales firmas. Tascón, además, impulsó en su sitio Web la conformación del “Batallón Bolivariano de Internet”, con más de 5.000 entusiastas ciberactivistas partidarios de Chávez. Así, en Venezuela el tema de la exclusión digital fue convertido en asunto de militancia y de ideología.

Automatización del proceso

Para erigirse en ejemplo de la democracia, el gobierno de Chávez decidió *automatizar* todo el proceso del referendo revocatorio. Uno de los primeros pasos fue la creación del archivo de huellas dactilares digitalizado, el cual, de acuerdo con opositores al gobierno, bien podría extender el desarrollo de determinadas prácticas de panoptismo digital (registro, control, vigilancia y castigo) contra aquellos ciudadanos *incómodos* a la administración Chávez.





Francotiradores sembraron el terror en las manifestaciones

*La oposición
al régimen afirmó
que Chávez pretendió
cometer un “fraude
cibernético” para
conservar el poder*

Además, el referendo fue el primero en realizarse con máquinas provistas de pantallas sensibles al tacto y, en opinión de la oposición, para asegurarse el triunfo el gobierno facilitó la incorporación masiva al padrón electoral de ciudadanos residentes en barrios muy humildes y extendió el uso de cédulas de identidad venezolana a un amplio número de migrantes, principalmente de origen colombiano, con todo lo cual, la cuota de los nuevos electores que han sido incorporados en los meses recientes al padrón electoral, supuestamente, habría podido establecer la diferencia en el resultado final.

Voceros de la Coordinadora Democrática (CD), organismo que reúne a los opositores al régimen, afirmaron que Chávez pretendió cometer un “fraude cibernético”, a fin de conservarse el poder. Para sustentar tales afirmaciones, los opositores denunciaron que la compañía Bitza Corp., a la que el CNE compró el software para el desarrollo del referendo digital, jamás lo había probado en comicios reales. Además, y hasta finales de junio, el gobierno del presidente Chávez figuraba como propietario del 28 por ciento de las acciones de tan inexperta empresa. A dos semanas del referendo, el CNE ensayó el proceso utilizando las máquinas con pantallas sensibles al tacto, desarrolladas por la firma estadounidense Smartmatic, y se detectaron algunas fallas. Una semana después, Jorge Rodríguez, director del CNE, afirmó que los errores habían sido corregidos.

Violencia y denuncias previas al referendo

Funcionarios del gobierno afirmaron que CANTV podría cometer fraude durante la transmisión de los resultados. CANTV, la empresa más grande de telefonía en Venezuela, es controlada por la estadounidense Verizon Communications, la cual forma parte de un consorcio integrado por la compañía estadounidense Smartmatic Corp., y la venezolana Bizta Corp., que ganaron la licitación para operar las máquinas electrónicas de votación y el sistema de transmisión de resultados en el referendo. El 31 de julio, el presidente Hugo Chávez amenazó intervenir a la empresa si se descubrían señales de fraude, pero CANTV negó que hubiese esa posibilidad en el sistema, debido a los estrictos controles ejercidos.

La sucesión de hechos violentos ha distinguido el devenir de los días previos a la realización del referendo. El domingo 9 de mayo, el gobierno anunció la captura, en la finca Daktari de El Hatillo, Caracas, propiedad del cubano-estadounidense Roberto Alonso Bustillos, de un grupo de paramilitares colombianos. Se denunció también que en Homestead, Florida, Estados Unidos, existía un campo de instrucción de mercenarios que se aprestaban para actuar en Venezuela al mando de Luis García, capitán venezolano de la Guardia Nacional y prófugo de la justicia. En el mes de junio, el Ministerio de Defensa ofreció una recompensa de 200 millones de bolívares a quien proporcionara información fidedigna para la captura de los militares Felipe Rodríguez, Ovidio Poggioli Pérez, Néstor González y Julio Rodríguez Salas. Fuerzas de seguridad además irrumpieron en las instalaciones de Venevisión donde fueron encontrados viejos rifles y escopetas que pertenecían a la empresa de seguridad que custodiaba el inmueble que ocupa Venevisión.

De esta forma, la historia escogió a la hoy República Bolivariana de Venezuela como escenario definitorio de un difícil debate, que parece una especie de trágica constante en la fatalidad de nuestras agitados tierras: la vigencia de la "edad de los caudillos". ¿Venezuela o la República Bolivariana de Venezuela? El domingo 15 de agosto, la ciudadanía venezolana decidió su destino. ☉

Funcionarios del gobierno afirmaron que CANTV podría cometer fraude durante la transmisión de los resultados



Las denuncias de fraude no prosperaron...



pero igual hubo violencia

La gran rectoría del CIESPAL

Humberto López López ■

En 1959, el Ecuador aceptó ser la sede del Centro Interamericano de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, creado por la Unesco. Sin lugar a dudas ha sido y es el gran rector de la información, la comunicación para el desarrollo, las relaciones públicas del continente.

El balance de la institución en sus primeros 45 años no puede ser más halagador: antes del CIESPAL, ninguna Facultad de Periodismo ni de Comunicación conocía la importancia de la investigación para poder crear conocimiento. La bibliografía en español era escasa, parroquial, con los grandes autores europeos y norteamericanos encerrados en su idioma, y el CIESPAL los vertió al

español y los puso a disposición de escuelas e institutos.

Qué gran Cancillería del Ecuador ha sido la entidad que Jorge Fernández, Gonzalo Cordova, ya fallecidos, Marco Ordóñez, Luis Eladio Proaño, Asdrúbal de la Torre, Edgar Jaramillo, actual director, impulsaron e impulsan, con seminarios, conferencias, congresos, talleres, jornadas de investigación, todo de excelente calidad y contenidos. Decenas de latinoamericanos han desfilado por las aulas del Centro, primero en la Universidad Central del Ecuador, luego en la avenida Amazonas y ahora en la moderna sede de la avenida Diego de Almagro. Cada participante se convierte de inmediato en un embajador leal y

■ 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

**Dios bendiga
a Ecuador por ese
formidable aporte
que realiza
manteniendo
la vigencia
del CIESPAL,
para que el tejido
social de América
Latina mejore
día a día
a través de la
comunicación**

entusiasta del Ecuador y siembra en su país el respeto y admiración por la capital quiteña.

La comunicación es a la sociedad lo que el sistema circulatorio al cuerpo humano. El tejido social se construye y se alimenta a base de la trasmisión oportuna, completa y veraz del conocimiento, sin lo cual no habría cultura ni identidad nacional. Ahora que estamos en tiempos de globalización, la comunicación adquiere tal importancia que, como bien lo afirmó el presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), no es posible lograr la integración de mercados si antes no opera la integración de la gente.

Formar comunicadores, crear bibliotecas y fondos bibliográficos para los profesores de comunicación de América Latina, es lo que con especial tenacidad, compromiso y acierto ha hecho el CIESPAL en sus primeros 45 años.

Por ello afirmo que América Latina tiene una deuda inmensa de gratitud con el Ecuador. Su gobierno, y por lo tanto los ecuatorianos, sostienen en medio de las dificultades, quizás el Centro más conocido en el continente por periodistas de todos los medios.

La Organización de Estados Americanos, la Unesco, fundaciones de tanta proyección como la Ford y la Frederich Ebert, se han unido en programas especiales para ayudar al Ecuador en su inmenso compromiso.

Especial mención merece Radio Nederland, gracias a cuya colaboración el CIESPAL ha podido desarrollar programas de radio y televisión, cumpliendo una tarea formativa admirable.

Nombres como los de Gerard Maletzke, Wilbur Schramm, Scott Cutilp, Antonio García, Juan Díaz

**Grandes figuras
políticas,
el empresariado,
la academia,
el periodismo,
la comunicación
han pasado
por los auditorios
del CIESPAL
en estos nueve
lustros**

Bordenabe, Joffre Dumazedier, Jacques Leanté, Wesley Clause, Raymond Nixon, Wanning Seil, Juan Isaac Lovato, verdaderos gurús en los años 60, fueron puestos al alcance de decanos y profesores, quienes desconocían en su mayoría a quienes ya en Europa y los Estados Unidos eran clásicos de la comunicación.

Resido en la ciudad de Medellín y desde hace 45 años estoy vinculado a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Antioquia (la única bicentenario del occidente colombiano) y ello me da autoridad para hacer tres afirmaciones:

- En 1966 invitamos al profesor de CIESPAL, Ramiro Samaniego, a dirigir el primer seminario sobre investigación por encuestas sobre comunicación. Nunca antes se había hecho en Colombia una jornada de tanta enjundia. De allí surgió el núcleo de investigaciones que le ha dado a Medellín el liderazgo en la enseñanza de la comunicación y en la permanente evaluación de los medios.

- Nuestra Escuela de Periodismo, creada en 1960, se inició con profesores empíricos que nos habíamos hecho periodistas en la dura brega. Si no hubiese sido porque desde 1964 empezamos a ir al CIESPAL, becados por el Centro, nuestro nivel de enseñanza sería menos que precario.

- En Colombia, y en especial en Medellín, honramos al CIESPAL y es alto honor ser ex-CIESPALino. Ninguna otra ciudad del país realiza tantos certámenes profesionales sobre comunicación y relaciones como Medellín y en todas está presente el CIESPAL con sus luces, orientaciones, delegados especiales. Estoy seguro que igual sucede con otros países.

Hace 45 años era el cero, era la nada. El CIESPAL tuvo entonces que iniciar su fondo bibliográfico

haciendo el primer directorio de escuelas de periodismo, el primer directorio de asociaciones de periodistas, el primer directorio de los diarios escritos de América Latina. El de las Escuelas costaba cincuenta centavos de dólar y el de los diarios, dos dólares.

Y fue el CIESPAL el primero en investigar la prensa en el continente. *Dos semanas en la prensa de América Latina* se llamó el estudio, que hoy se lee como un referente histórico.

Los directivos del Centro entendieron que sus trabajos y estudios necesitaban un gran vehículo periódico que llegara a las asociaciones de periodistas, a las Facultades de Comunicación, a las grandes empresas de comunicación. Entonces crearon la revista Chasqui, con seguridad la más seria, profesional e importante del continente. Con su nombre hicieron honor al gran mensajero incaico, quien con lealtad, transparencia y eficiencia, fue el correo de los Incas en su extenso imperio el que atravesaban

corriendo y mediante el sistema de postas, para entregar los mensajes que el Inca requería para su buen gobierno.

Grandes figuras políticas, el empresariado, la academia, el periodismo, la comunicación han pasado por los auditorios de CIESPAL en estos nueve lustros.

Ser invitado a exponer en uno de los seminarios enriquece el curriculum y da honor. Ofrece además la gran oportunidad de pasar por la mejor biblioteca de comunicación que existe en el continente y ponerse al día sobre hallazgos sociológicos y nuevos modelos para modernizar el ejercicio comunicador.

Precisamente, uno de los libros del CIESPAL que más aprecio es el que contiene los diferentes modelos de procesos de comunicación según el leal saber de las grandes figuras.

Cuando voy a Quito, y procuro que sea cada año, siempre incluyo en mi agenda visitar el CIESPAL. Labora allí un equipo de gentes maravillosas, devotas de su trabajo, conscientes de cuán importante es lo que realizan y fieles exponentes de la altísima calidad humana de los ecuatorianos.

En las universidades, el cargo más alto es el del Rector. En mi país se le da el tratamiento protocolario de Egregio Señor. Para llegar tan alto se requiere ser un profesional de muchas campanillas, con autoridad docente y vocación para la formación. Pues en la Comunicación Latinoamericana, esa rectoría la ejerce el CIESPAL desde hace 45 años y nunca ha sido inferior a sus objetivos.

Que Dios bendiga a Ecuador por ese formidable aporte que realiza manteniendo la vigencia del CIESPAL para que el tejido social de América Latina mejore día a día a través de la comunicación. ●

**El CIESPAL fue
el primero
en investigar
la prensa en
el continente**



Abu Ghraib: Periodismo de investigación

María Helena Barrera-Agarwal [■]

A finales de los años sesenta y principios de los setenta, el periodismo de investigación jugó un papel decisivo en el devenir democrático de los Estados Unidos. Jóvenes reporteros, que trabajaban independientemente o para medios de comunicación, develaron una serie de escándalos político-militares de magnitud. Al hacerlos públicos iniciaron transformaciones inesperadas, que, entre otras conmociones, causaron la renuncia del presidente Richard Nixon.

Más de tres décadas han transcurrido. Sería de esperar que una nueva generación de reporteros tome el relevo, relegando añejas glorias al retiro. Tal no es el caso. Como los hechos de los últimos meses prueban, sigue siendo la vieja guardia del periodismo investigativo norteamericano -Seymour Hersh, Dan Rather y otros- la que continúa en estremecer las bases mismas del poder en esa nación. Más activos que nunca, contando con la experiencia y contactos que prolongadas y distinguidas carreras brindan, sus revelaciones han puesto al gobierno estadounidense en una posición poco envidiable.

■ **María Helena Barrera-Agarwal**, ecuatoriana, abogada especialista en propiedad intelectual, investigadora y ensayista con residencia en Nueva York, Estados Unidos.
Correo-e: <kagarwala@earthlink.net>

A la vieja guardia también pertenecen los medios de comunicación que han sido vehículo para sus reportajes. Los nombres de *The New Yorker* y *60 Minutes* (CBS) no son recién llegados a la palestra nacional. Por décadas se han mantenido, a veces precariamente, a veces sólidamente, como paladines de un periodismo que todavía responde a los ideales de independencia proclamados por figuras como Ida Tarbell, Harrison Salisbury o Edward Murrow. Una tradición que parece estar en peligro en una época que favorece reportajes amarillistas por sobre información substancial.

El 2 de junio de 2004, comentaba Moses Naim en el periódico *Financial Times* que "...cualquiera que sea la amenaza, ningún gobierno debe gozar de la benevolencia que tuvo la administración Bush. Los medios -reporteros y comentaristas por igual- son responsables de primera línea respecto de la misma." Numerosos críticos han sostenido idéntica opinión. Es particularmente importante, entonces, considerar a los periodistas y medios de comunicación que participaron en la revelación de las torturas en Abu Ghraib. Los mismos parecen haber sido una excepción en un ambiente de complacencia sin precedentes. Este ejercicio ilustra la importancia del reportaje investigativo, cuando se efectúa con rigor e integridad.

60 Minutes II – Dan Rather

60 Minutes II, programa semanal de la cadena CBS, es una rara presencia en el horario estelar de la televisión estadounidense, donde los un día omnipresentes espacios de opinión e investigación han sido gradual y casi totalmente reemplazados por reality shows. Iniciado en 1999, este programa es un derivado del famoso *60 Minutes* dominical, concebido por Don Hewitt, quien acaba de retirarse del timón, dejando todavía en el aire su creación, igual de vital, después de 36 años.

Desde sus emisiones primigenias, *60 Minutes* ha causado controversia. Es probablemente el programa televisivo de noticias más estudiado en los Estados Unidos. Ello se debe no solo a su longevidad, si-

no al estilo agresivo que sus integrantes despliegan en la búsqueda y tratamiento de la noticia. Bajo la dirección de Hewitt, *60 Minutes* ha abordado temas que van desde el más simple conflicto social hasta las actividades de cultos religiosos, compañías tabacaleras y el ejército de los Estados Unidos. Sus denuncias han dado lugar a acciones legales que han puesto a prueba los derechos de la prensa. Entre las entrevistas de mayor impacto se destaca una obtenida en Irán con el Ayatolla Khomeini, pocos días después del inicio de la crisis de los rehenes en Teherán que, eventualmente, le costaría la reelección al presidente Jimmy Carter.

El periodismo investigativo es el arte de confortar a los afligidos y afligir a los cómodos



El periodista Dan Rather



Abusos...



sevicia...



y hasta extrema crueldad

60 Minutes II sigue la línea del programa original, con un enfoque un tanto más ligero pero con la misma fuerza y un equipo pleno de experiencia que incluye a Charlie Rose, Robert Simon y Dan Rather. Rather, el hombre detrás de la emisión sobre Irak, empezó su carrera periodística en modestos medios de comunicación del estado de Texas. Sus reportajes pronto atrajeron la atención de la CBS en Nueva York, cadena a la que se incorporó como corresponsal en 1962. Nominado director de la estación afiliada a CBS en Dallas, sería en esta ciudad donde su marca periodística empezaría a ser legendaria. El 22 de noviembre de 1963, Rather se había prestado como voluntario para cubrir la parte final del desfile presidencial que recorría las calles de la ciudad en ese día. Al percibir una conmoción de lejos, emprendería una vertiginosa búsqueda informativa que le permitiría obtener antes que ningún otro periodista datos certeros sobre el atentado contra el Presidente John F. Kennedy y su fallecimiento. Gracias a su sagacidad, CBS sería la primera cadena televisiva que daría a conocer el magnicidio al mundo.

Promovido como corresponsal en Washington y luego en el extranjero, Rather insistiría en ser enviado a Vietnam como reportero. Su trabajo allí iniciaría una nueva era en la cobertura del conflicto armado. Otros corresponsales enviaban a sus medios historias basadas únicamente en declaraciones de diplomáticos y portavoces del ejército. Rather, por el contrario, incursionó directamente en medio de la acción bélica, enviando las primeras imágenes reales de la guerra, las mismas que contrastaban con la posición oficial, plena de ideología por sobre hechos. De vuelta en los Estados Unidos, CBS lo promovería de nuevo, nombrándolo corresponsal en la Casa Blanca. Durante el escándalo de Watergate, su estilo sería percibido como abrasivo, liberal, contrario a Nixon y a su administración.

En 1981, Rather reemplazó al legendario Walter Cronkite como principal presentador de noticias de CBS, puesto que aún ocupa. Su relación con *60 Minutes* se inició en la década de los setenta, cuando por un año trabajó como presentador para el programa. Desde 1998 es uno de los corresponsales fundadores de *60 Minutes II*. En ese espacio continúa cada semana haciendo

públicas investigaciones originales sobre temas de actualidad. El 28 de abril de 2004, Rather estaría una vez más al vértice de una primicia: su reportaje sobre Abu Ghraib brindó las primeras imágenes de lo sucedido a un público incrédulo. Tres días más tarde, la prensa escrita tomaría el relevo en las páginas de *The New Yorker*.

The New Yorker – Seymour Hersh

Creado en 1925, *The New Yorker* es tal vez la más persistente paradoja del periodismo estadounidense. Concebido como un semanario humorístico-social, se transformó gradualmente en un medio cuya profundidad ha marcado a generación tras generación de lectores. El significado de su nombre en inglés -*el neoyorquino*- responde al enfoque local con el que se fundó. Sin jamás abandonar el mismo, ha evolucionado hacia la cobertura de temas de interés nacional y global. Sus páginas han acogido a escritores de la talla de Salinger, Nabokov, E. B. White, Kincaid y Kundera. Sus ilustraciones han hecho historia de la mano de figuras como Hockinson, Thurber, Saxon y Addams.

Desde un punto de vista periodístico, durante gran parte de su historia *The New Yorker* ha sido una excepción por su total independencia editorial. Su fundador y primer editor, Harold Ross, estableció que la publicidad



El periodista Seymour Hersh

La nueva generación de reporteros no ha tomado el relevo de las viejas glorias del periodismo estadounidense

no influenciaría el contenido de la revista. Los miembros de su equipo de escritores jamás interactuarían con el departamento comercial de la revista. Aún más, incluso en medio de la Gran Depresión, Ross optó por aceptar anuncios selectivamente, eliminando aquellos objeccionables sin importar su potencial económico. A todo ello se uniría un respeto poco usual por autores y lectores, una preocupación obsesiva por exactitud factual y una aversión extrema contra el sensacionalismo. William Shawn, el sucesor de Ross, insistiría en esas políticas. Bajo tal clima se publicarían reportajes de importancia insospechada. *The New Yorker* denunciaría con igual vigor la caza de brujas del senador McCarthy, la segregación racial y la destrucción del medio ambiente, entre otros muchos temas.

En tal contexto, un episodio editorial merece destacarse. En la edición del 31 de agosto de 1946, *The New Yorker* publicó tan solo un artículo. Se intitulaba simple y sencillamente *Hiroshima*. Su autor, John Hershey, había sido enviado por la revista a la martirizada ciudad para obtener noticias de primera mano sobre lo allí sucedido. Nacido en la China y con amplia experiencia en el Asia, Hershey era el periodista perfecto para la tarea. De su estadía surgió una visión exhaustiva del ataque, escrita desde el punto de vista del pueblo japonés. Ningún medio

*Sigue siendo
la vieja guardia
del periodismo
investigativo
la que continúa
estremeciendo
las bases mismas
del poder*



Torturar con todos los medios fue la consigna

estadounidense había publicado un reportaje semejante. El tema se había tratado de modo superficial, en medio del triunfalismo de la posguerra. El artículo de Hershey tomó por sorpresa a los lectores, confrontándolos con la realidad de la masacre atómica.

Ross escribiría poco antes de la publicación: “[Shawn] quiere despertar al público y dice que nosotros tenemos la posibilidad de hacerlo, y, probablemente, somos los únicos que lo haremos [...]” Un ejemplo más de esa voluntad periodística ha emergido cuarenta y ocho años más tarde en otro histórico número de *The New Yorker*. La edición del 5 de mayo de



Los prisioneros fueron violados en sus derechos humanos

2004 -hecha pública desde el 1 del mes- contenía un artículo de Seymour Hershey titulado *Tortura en Abu Ghraib*. El texto describía con detalle los tormentos inflingidos a los detenidos iraquíes en la prisión de Abu Ghraib, denunciando tales prácticas y el sistema militar que las había tornado posibles. Fotos de algunos de esos desafueros acompañaban el texto. La noticia estaba complementada por la ilustración de la portada de la revista. En ella, sobre un fondo oscuro se delineaba un pozo petrolero del que en vez de oro negro brotaba sangre. La elocuencia del conjunto era obvia. En los subsiguientes números las denuncias de Hersh continuarían en *The New Yorker*, incluyendo alegaciones que comprometían los más altos mandos del gobierno estadounidense.

Proezas periodísticas

Los lectores de Hersh están habituados a sus proezas periodísticas. En 1969, Hersh era un *freelancer* de pocos recursos económicos. Un amigo -Geoffrey Cowan- lo alertó sobre el rumor de una atrocidad cometida por el ejército en Vietnam. Utilizando una beca otorgada por una fundación sin fines de lucro, Hersh se lanzó en persecución de la noticia. Localizó al oficial en comando de la operación -William Calley- y a buen número de soldados que participaron en la misma, obteniendo una detallada descripción de lo sucedido. Para distribuir el reportaje resultante, Hersh y un amigo fundaron la agencia de noticias Dispatch News

Services. Su narración de cómo, el 16 de marzo de 1968, al menos 350 civiles vietnameses fueron asesinados en My Lai, descubriría la realidad de la guerra ante el público estadounidense. En 1970 Hersh recibiría el Premio Pulitzer por su labor.

En los años transcurridos, Hersh ha producido investigaciones excepcionales. Con igual agudeza cubrió los entretelones del golpe contra Salvador Allende, la invasión de la Bahía de Cochinos, la corrupción de la familia Kennedy y las actividades de Henry Kissinger. Desde los atentados del once de septiembre del 2001, algunos de sus artículos han versado sobre las fallas investigativas que permitieron que los ataques terroristas tuviesen éxito y la extrema vulnerabilidad del régimen gobernante en Arabia Saudita. En una serie de textos publicados antes y después del inicio de las hostilidades en Irak, Hersh atacó las alegaciones del gobierno sobre armas de destrucción masiva en ese país, denunció la influencia de Ahmed Chalabi y dedicó acerbos críticas, entre otros, a Donald Rumsfeld y Paul Wolfowitz. El tema Irak permanece candente, y Seymour Hersh -ha declarado- se encuentra trabajando en un libro sobre Abu Ghraib y otros textos que contendrán denuncias aún no reveladas, tal vez de igual magnitud.

Conclusión

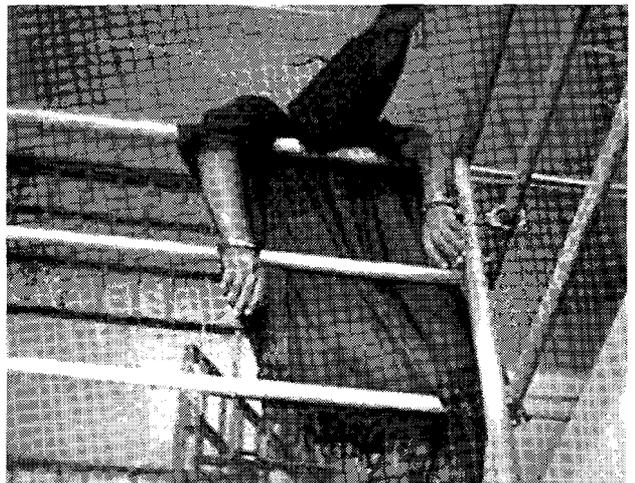
Decía Finley Peter Dunne, con su característica clarividencia humorística, que el periodismo investigativo era el arte de “confortar a los afligidos y afligir a los cómodos”. En los Estados Unidos la mayoría de las decisiones judiciales consagradas a proteger la libertad de prensa se han dictado en casos que involucran reporteros en este campo. En ausencia de tal labor, los medios de comunicación se convierten en simples portavoces del poder o banales proveedores de diversión, abandonando su tradicional vocación de guardianes de libertades. Como el ejemplo de la cobertura de Abu Ghraib demuestra, tal ausencia privaría al público de elementos de juicio indispensables para la vida democrática. ●



El abuso incluyó todos los géneros...



...se trataba de vencer resistencias...



...sin importar los medios para lograrlo.



Una real boda mediática

Juan Varela ■

2 5 millones de españoles vieron en directo algún momento la boda real entre Felipe de Borbón y Letizia Ortiz. El “sí, quiero” de los novios principescos marcó el récord absoluto de audiencia de la historia de la televisión en el Reino de España. El consumo de televisión se elevó a casi cinco horas, récord absoluto por encima de las cuatro y mucho de la dieta cotidiana nacional.

Uno de cada tres ciudadanos estuvo pendiente el sábado 22 de mayo del enlace entre el príncipe y la periodista. Ni el ocurrenciente Billy Wilder habría filmado mejor comedia.

Anoten los programadores, si en algún momento hay que reflotar la televisión ya se sabe la receta: casar príncipes e infantas. Las bodas de las infantas Elena –sevillana, romántica y colorista– y Cristina –barcelonesa, burguesa y sobria– siguen a la de Felipe y Letizia en el ranking histórico de la caja boba.

■ Juan Varela. Español, periodista y editor del portal, www.periodistas21.blogspot.com
■ Correo-e: juan-varela@telefonica.net

La monarquía hispánica será televisiva o no será. Un propósito que el Rey Juan Carlos y la Casa Real persiguen con empeño, sabedores de la necesidad de construir un futuro dinástico en un país donde manda el fervor juancarlista.

Si en otros tiempos la corona fue católica y lejana, hoy es catódica y popular. En tiempos de *reality shows* y salsa de (tripas) y corazón abundante en todas las televisiones, la realeza necesita de la televisión como precisan de ella los políticos. Donde éstos buscan aclamación y votos, los Borbones ansían empatía y ese cariño de súbdito que asegure, boda mediante y heredero a la vista, el futuro de la dinastía.

El socialista presidente José Luis Rodríguez Zapatero empuja sorpresivamente la perpetuación real con su intento de reformar la Constitución de 1978, para abolir la ley que prima a los varones como herederos al trono. Igualdad hereditaria como ejemplo igualitario y método de evitar males mayores si el vástago deseado es niña.

La monarquía no admite fallos

Ni las gestas del Real Madrid en Europa, ni los fracasos de la selección nacional de fútbol, ni *Operación Triunfo*, ni *Titanic* (la película

que marcó registros inopinados de público) soñaron jamás con congregar a tanta gente ante la pequeña pantalla.

En algunas cadenas de electrodomésticos, mayo fue más que nunca el mes de las flores. La boda real y la Eurocopa de Portugal –aseguran los gerentes de mercadeo– dispararon la venta de televisores: un 300 por ciento más de venta que en mayo de 2003.

Los españoles no fueron los únicos apasionados del bodorrio. Los nórdicos, que recientemente habían celebrado sus propios enlaces principescos, siguieron la boda con fervor rayano en el absurdo: cuotas de pantalla superiores al 80 por ciento. El 84,6 por ciento en Noruega y cotas similares en Dinamarca, donde el festejo fue retransmitido simultáneamente por dos cadenas. En Suecia, la audiencia superó el 63 por ciento, según datos de la consultora de audiencias Sofres.

***Juan Carlos I
es el rey de la televisión.
La restauración
monárquica no
habría sido posible
sin democracia y
sin televisión.***



Un mes después, una encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el instituto demoscópico oficial, indicaba que la boda del Príncipe heredero fue seguida por un 49,3 por ciento de la población. La otra mitad fue moderadamente entusiasta o indiferente. Pocos en contra. No es de buena educación oponerse a una boda tan políticamente correcta.

Todos los diarios y revistas lanzaron grandes ediciones especiales y la prensa extranjera difundió la boda por todo el orbe. Se esperaba que los madrileños y los españoles en general se lanzaran a las calles enjaezados para celebrar con los Borbones y olvidar la tragedia del 11-M, tan cercana.

Pero la lluvia, las dudas sobre la pareja, el exceso de almíbar y cuento —príncipe conoce periodista divorciada, cara popular de televisión, y se enamoran por encima de diferencias de clase y con rumor de oposición de la Reina— menguaron el fuego festivo.

Dos días antes del enlace, las luces coloreadas encendidas en Madrid para celebrar la alianza se apagaron por la congestión de paseantes y tráfico provocado. Y la gente se enfadó. Quejas estéticas

aparte (hubo, y muchas), era una ocasión para ver otro Madrid, una ciudad de ensueño principesco y hadas de neón. Por un momento parecía que había vuelto la *movida*. Las luces se apagaron y la gente se enfadó. Mal fario, pronosticaron las gitanas en los portales oscuros.

¡Si García Lorca y Hemingway lo hubiesen visto. Qué copla, qué cuento!

El gran fiasco del enlace fue la retransmisión de Televisión Española

El rey de la televisión

Juan Carlos I es el rey de la televisión. La restauración monárquica no habría sido posible sin democracia y sin televisión. En las postrimerías del franquismo, dos escenas vívidas en la pequeña pantalla perviven en la retina de cada español:

- La muerte en atentado del delfín de Franco, el almirante Carrero Blanco, que abrió el futuro democrático y alimentó durante demasiado tiempo el mito benéfico de ETA.

- La jura de un rey joven ante las todavía cortes franquistas, con un príncipe niño al lado acompañado de su real madre y las infantas. Niños asustados pero firmes ante tanto sable, tanta medalla de ex combatiente de una guerra ilegal —“la gloriosa Cruzada del 18 de julio”— y tanto procurador franquista de negro traje y alma turbia.

Son escenas convertidas en imagería popular y dogma de una democracia en busca de legitimación.

La vigencia y legitimidad de la corona se ha convertido en el mayor dogma de la moderna democracia española. Primero por la restauración, su papel de puente con el pasado lejano y con el cercano. El Rey como garante de una transición sin sangre ni juicios. Después, como encarnación viviente de la democracia. Símbolo deífico y no cuestionado.

Al fin, por los propios intereses dinásticos, asentados en una tupida red de relaciones y compromisos. De políticos y otros poderes que ven en la monarquía el freno a demandas más amenazantes para



sus propios intereses o eso que se ha dado en llamar el "ser de España". Ser cuestionado hasta lo más profundo de su esencia por las más rancias grietas de la piel de toro.

La monarquía y sus dos garantes

Políticos y medios han sido los dos garantes del sistema de la monarquía constitucional, escasamente rellena de contenido político y muy amplificadas en la opinión, y sobre todo en el sentimiento público.

Si la democracia se funda más en el sentir que en la opinión pública, la Corona es un instrumento utilísimo para su afianzamiento y perpetuación.

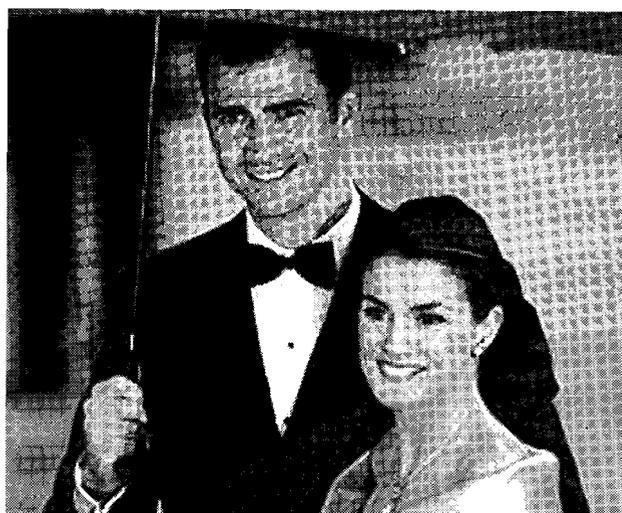
La monarquía es en España modernidad y euro-peísmo. Hoy sin tercios en Flandes, pero con idéntica voluntad, antaño basada en la comunión de la fe y hoy en el sueño europeísta.

Visitas a ciudades y autonomías, besos y entrelazar de manos. "¡Guapos!", gritan a los Reyes en Sevilla como a la Macarena, Reina del Cielo. "¡Vivan los Reyes!", claman regidores y alcaldes en tierras más frías. Escenas de alto profesionalismo real, como la reciente del consuelo a los familiares de las víctimas durante los funerales de la matanza de Atocha.

Imágenes para la historia de la televisión y de España. Portadas irrepetibles de diarios y revistas. Ventas, ventas, ventas. Audiencia. Comunión de medios y público en éxtasis real.



El flamante presidente español Rodríguez Zapatero y su esposa



El Príncipe y la periodista

La realeza es, aquí como en todos sitios, audiencia, difusión y venta de publicidad. Negocio asegurado y una ocasión de quedar bien y conectar *con el pueblo*. De la democracia dinástica a la democracia popular por gracia de los medios.

El gran fiasco del enlace

Por eso es más sorprendente que el gran fiasco del enlace fuera la retransmisión de Televisión Española. La televisión pública falló estrepitosamente en comunicar esa imagen de cercanía, esa apelación al sentimiento (al *ethos*) democrático. Casa Real y TVE planificaron una boda de Estado, cuando deberían haber retransmitido una fiesta de comunión real y popular.

La lluvia, un vestido desafortunado, y la obligación de celebrar la ceremonia en la catedral más fea del país hicieron el resto.

Críticas, críticas y más críticas para una recién llegada directora general de RTVE, Carmen Caffarel, que se llevó todos los palos que sin duda merecía también su antecesor, José Antonio Sánchez.

Hubo aquí un momento crítico donde afloró que la monarquía ya no es lo que era: el realizador escogido, Javier Montemayor, no aguantó tanto palo y espetó irreverente que la culpa fue de los reales novios, por sosos.



La boda real...



copó la atención mediática...



luego el brindis de los Reyes y sus sucesores...



y por fin el saludo desde el balcón de Palacio

Para Montemayor, la escasez de planos cortos, la falta de besos, el respeto a la liturgia y la lluvia fueron los causantes de tanto sosiego y tanto sosías. “¡Qué aburrimiento!” se quejaban las vecinas de patio a patio. “¡Qué ordinariéz!” afilaban su pluma los columnistas monárquicos y los vestidos de togas ducales para el ensañamiento.

Y va TVE y critica a la Familia Real en un comunicado de apoyo a Montemayor. El instrumento mediático hacedor de mitos carga contra su mayor ícono. Será motivo de tesis universitarias.

¡Indignación! Pero, ¿en qué país vivimos? ¡Esto es cosa de los socialistas! ¡Una operación contra la realeza! Bramó la prensa monárquica y la más políticamente correcta o aviesa de difusión.

Errores por doquier y censura. En realidad todo el mundo tenía ganas de criticar. Como no se puede ni al Rey ni a los novios, bienvenido sea el follón de la retransmisión.

Gran despliegue y pocas ventas

Las rotativas estaban calientes para entonces. Los especiales de la boda no habían vendido tanto como los editores esperaban. La cobertura fue generosa, antes y después del enlace. Cuché y color. Despliegue fotográfico y grandes firmas en alabanza de corte. Y pocas ventas. ¿Estará perdiendo tirón la monarquía? “A ver si habrá que hacerse republicano y ya no sabremos cómo llenar las páginas de verano sin las reales regatas mallorquinas”, se preguntaba un editor de prensa local.

Las revistas del corazón ganaron 150.000 lectores, pero menos compradores. Negocio sí, pero no tanto.

Y sin embargo, al 60 por ciento de los televidentes le gustó la ceremonia, afirmaba una encuesta del diario barcelonés La Vanguardia. Los maceteros y ornamentos públicos dispuestos en Madrid para el evento acabaron desplumados por los cazadores de recuerdos. La boda gustó, a pesar de todo. Otra decepción para los republicanos.

Por cierto, la novia era periodista. Un filón. Sagrado vínculo medios/monarquía. Periodista de la televisión pública además. Todo en su sitio. Si hubiera

sido de El Mundo o El País temblarían las columnas del Palacio de Oriente y las de los otros diarios.

La lista de invitados no podía reflejar mejor el enlace mediático: Prisa estuvo presidida por Iñaki Gabilondo, estrella de la cadena Ser, pero no estaban Jesús Polanco ni Juan Luis Cebrián, presidente y consejero delegado y académico, respectivamente.

El director de *El Periódico*, Antonio Franco, no estuvo. Asistieron Antonio Asensio hijo (propietario) y Francisco Matosas, cabeza empresarial.

El director de El Mundo, Pedro J. Ramírez, no podía faltar. Su mujer, Ágatha Ruiz de la Prada, acudió con colores republicanos. Una falta de delicadeza. A las bodas se va o no, como hicieron los portavoces de Izquierda Unida y de Esquerra, en honor de fe republicana. Lo que no conviene es dar la nota para asegurar la foto (sobre todo si es en el propio periódico).

De la radio estuvieron también Carlos Herrera (RNE) y Luis del Olmo (entonces Onda Cero y hoy preparando nuevo proyecto). Todo el ranking de radio representado, con permiso de Jiménez Lozanitos, estrella tronante de la COPE, emisora de los obispos.

Como amigos y compañeros de la novia acudieron también el corresponsal de TVE en Nueva York y ex candidato a independiente director de los noticieros de TVE, Lorenzo Milá, acompañado de su mujer, también corresponsal de TVE en los Estados Unidos, Sagrario Ruiz de Apodaca.

La nota nefasta fue la presencia del condenado por manipulación y ex director de los Servicios Informativos de TVE, Alfredo Urdaci. La amistad manda, pero no es buen ejemplo. Alguien debería haber convencido a Letizia.

Tras la boda marketing democrático

Acabada la boda, marketing democrático: paseo por tierras de España para aclamación de los novios y después a Jordania, a otra boda, y luego a las playas de Asia.

A la vuelta, con perdón, error principesco. Dice el heredero: La luna de miel “me ha sabido a poco”. 32 días frente a los 15 que la ley otorga a los trabajadores españoles. “Estoy deseando ponerme a tra-

Los españoles no fueron los únicos apasionados del bodorrio: también ocurrió con los nórdicos

bajar”, declara la Princesa, ignorante de que no tiene funciones oficiales ni representatividad alguna y su único papel es de *acompañante*.

Novios entusiasmados y Príncipes novatos.

¿Y los republicanos? Agazapados en un solo artículo de difusión nacional, según escrupuloso recuento. Más en las ediciones regionales de algunos medios, con hipocresía incluida de fervor monárquico en la edición nacional y críticas en la catalana (ejemplo: El País).

Pero la mayoría refugiados en la red, donde surgieron decenas de páginas de toda laya con mensajes a favor y en contra. Irónicos o románticos, respetuosos o irreverentes.

En esta España de concentración mediática, corrección política y mercadeo del corazón, las bodas del siglo se suceden temporada a temporada. Por suerte ha habido tres bodas reales. Tendrán que comenzar a divorciarse para repetir ventas y especiales.

Cuando la estrella del Rey se apaga y corren rumores de abdicación – cuando el heredero asegure la dinastía con un vástago– medios, políticos y realistas aseguran la pervivencia de un dogma unido a la democracia como mito originario.

Y las bodas gustan, y los novios también. Y en España aún se canta alguna copla sobre reinas tristes y princesas altivas. ●

Los retos del periodismo ecológico

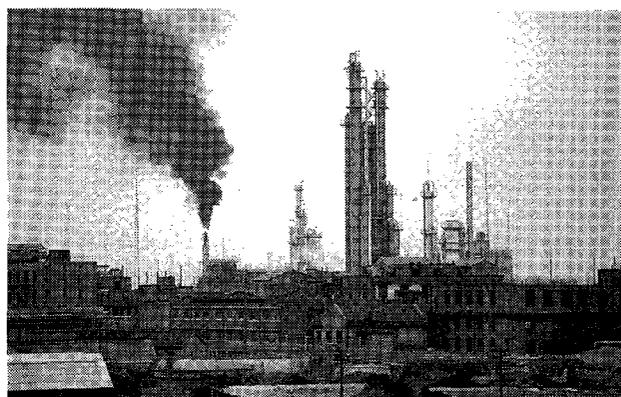


El desarrollo económico desmesurado ha traído consigo un progresivo deterioro del ambiente

■ José Antonio Alcoceba Hernando

El desarrollo económico desmesurado, surgido a partir de la segunda mitad de los años cincuenta del pasado siglo, ha traído consigo un progresivo deterioro del ambiente en nuestro planeta. Paulatinamente, y como respuesta a estos problemas ecológicos, se ha venido desarrollando una conciencia ecológica entre grupos sociales cada vez más numerosos (especialmente en las sociedades más desarrolladas). Esta creciente preocupación ambiental se constata en los datos que aportan algunos estudios de opinión: en España por ejemplo, un estudio del Centro de Investigaciones Sociológicas de 1997 recogía que el 72 por ciento de los españoles consideraba un problema urgente e inmediato la conservación del ambiente; un sondeo más reciente, correspondiente al año 2002 (realizado por el Instituto de la Juventud), mostraba que el 88 por ciento de los jóvenes estaría dispuesto a colaborar altruistamente en la defensa del ambiente.

Los medios de comunicación pública, en cuanto instituciones sociales encargadas de la *vigilancia del entorno*, se han erigido en portadores y defensores de aquellas normas y valores que cada grupo se esfuerza en mantener o preservar. Sin embargo, ante esta creciente preocupación social por las



El calentamiento global no cesa

cuestiones ambientales no parece existir una respuesta acorde desde dichos medios. El deficiente tratamiento de estos temas es justificado desde las instituciones comunicativas, en la poca importancia que el público concede a estos contenidos, “el interés de las audiencias por la ciencia y el ambiente es inexistente o, a lo sumo, de carácter pasivo.” (Martínez Valdés, M., 2003).

Los asuntos relacionados con el ambiente siguen sin entrar a formar parte de la agenda diaria de los medios; frente a otros acontecimientos a los que los MCM destinan espacios o secciones propios (política, sociedad, cultura, televisión, etc.). Cuando aparecen noticias sobre ecología o naturaleza en los medios, suelen hacerlo en secciones como Sociedad o

■ José Alcoceba Hernando, español, miembro del Departamento de Sociología de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM).
Correio-e: alcoceba@wanadoo.es



Especies marinas contaminadas

*El periodismo
ambiental debe
tender a formar
profesionales
especializados*

Local, en lugar de aparecer bajo epígrafes específicos que den categoría a los problemas ambientales. Esta ausencia de espacios propios en los medios, para el tratamiento ambiental, no ha contribuido a fomentar la especialización periodística. Los profesionales encargados de las noticias sobre ecología frecuentemente son especialistas en otros temas (Sociedad, Local, etc.), y, eventualmente, son los encargados de elaborar las informaciones sobre cuestiones ambientales. Hasta hace muy poco, como apunta Arturo Larena (2002) “la mayor parte de los periodistas que se incorporaban a esta especialidad informativa eran autodidactas que se han especializado con vocación y experiencia”.

Hoy en día parece existir desde las facultades de Ciencias de la Información y Comunicación, una respuesta clara para paliar esta ausencia de formación académico-profesional. Como apuntaba el doctor en comunicación Victoriano Garza Almanza (1999), esta preocupación formativa ha surgido primero en los países más desarrollados, “en los Estados Unidos, más de 25 universidades ofrecen desde cursos y talleres hasta licenciaturas o doctorados en comunicación científica, periodismo científico, escritura ambiental, periodismo ambiental, etc., dirigidos a periodistas, investigadores o a personas interesadas que quieran aprender a escribir sobre asuntos de la ciencia y el ambiente, o hacer divulgación”.

También desde los propios medios de comunicación parecen comenzar a conceder al periodismo ambiental la categoría profesional que merece, y desde esa perspectiva está surgiendo entre los profesionales una inquietud por formarse en esta disciplina científica. En este sentido, la Asociación de Periodistas de Información Ambiental organiza cursos, encuentros y seminarios, además de haber creado la primera beca de especialización en Periodismo Ambiental en España.

Tratamiento de la información ambiental

Con la información ambiental se viene dando la paradoja de que aunque desde la sociedad cre-

ce el interés por estos temas, desde los medios de comunicación se sigue ofreciendo una respuesta deficiente a esta demanda informativa. Como apunta Martínez Valdés (2003), esto se ha debido en gran medida a que “los responsables de los medios están decidiendo por la audiencia antes de preguntarle a ella si les interesa o no el tema”. Actualmente en España ninguno de los diez periódicos diarios de mayor tirada ofrece una sección específica sobre ambiente; e igualmente, son muy escasos los programas de radio y televisión sobre naturaleza y ecología.

Esta falta de compromiso de las instituciones comunicativas con el tratamiento adecuado de la información ambiental ha fomentado sin duda la apatía en las audiencias. Dicho desinterés, unido a otros factores relacionados como la carestía del papel, la diversificación de la publicidad, etc., se ha visto reflejado por ejemplo en la crisis de las publicaciones sobre naturaleza y ambiente. Siguiendo con el caso español, y como apunta Joaquín Araujo, “en los últimos años han cerrado cinco revistas de naturaleza y ambiente (Ecosistemas, Ecología Internacional, Scenes of the World, Biológica y La Tierra)”, lo que ha supuesto que el número de lectores haya pasado de más de 60.000 a unos pocos miles.



El desarrollo industrial quema la atmósfera



La tala arbitraria del bosque tropical

Del tratamiento catastrofista al periodismo preventivo

Siguiendo con el tratamiento de la información ecológica, ha habido desde los medios una tendencia a reducir las cuestiones ambientales únicamente a las noticias sobre denuncias y catástrofes. Como apunta el profesor Lozano Ascencio (1995), “todos sabemos que la información sobre el ambiente transmitida en los medios de comunicación, en muchas ocasiones, está en la estela de las catástrofes que acaparan las primeras páginas y sirve para que el ciudadano de la calle preste atención a los temas medioambientales.”

La reducción de las cuestiones ambientales a los acontecimientos catastrofistas encuentra también su justificación en la citada ausencia de especialización periodística. La falta de una formación específica impide a los periodistas poder conocer y manejar los elementos de la ciencias ambientales. Esta situación provoca que los comunicadores opten, mayoritariamente, por la selección de aquellos hechos



Periodismo especializado en abundancia

sobre catástrofes y desastres naturales, dejando sin cubrir acontecimientos de trascendencia ambiental menos llamativos pero más críticos.

Igualmente, este tratamiento alarmista, en muchas ocasiones, ha equiparado los riesgos contrastados con aquellos meramente hipotéticos o inexistentes. Y al mismo tiempo, esta visión negativa ha contribuido a que los medios aparezcan ante la opinión pública como los defensores de la naturaleza, una vez que el desastre ya se ha producido, llevando a cabo una labor de *apaga fuegos*.

La actividad informativa en general, y la ambiental en particular, deberían tener entre sus cometidos

la formación de las audiencias en valores éticos y solidarios. Es lo que algunos autores conocen como “periodismo preventivo”. Como afirma el profesor Vicente Romano (2003), “no solo se les atribuye a los medios de comunicación la tarea de informar, de difundir conocimientos. También se les responsabiliza de la formación de los ciudadanos, de ampliar su voluntad democrática, y su conciencia crítica, diferenciadora. El cumplimiento de este noble cometido se puede inferir de los contenidos.”

La comunicación pública está llamada a jugar un papel decisivo en la divulgación de aquellos aspectos acordes con un desarrollo equilibrado de los recursos, defendiendo aquellas políticas socioeconómicas basadas en procesos y tecnologías que respeten el ambiente; y denunciando y criticando las políticas estatales

y empresariales cuyo desarrollo productivo ignora y degrada el entorno ambiental. Julen Rekondo (2003) define el periodismo ambiental como “un periodismo en el que se establecen complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actitudes y comportamientos de las personas, que invita a la acción, a la modificación de las conductas.”

La especialización periodística

Esta función preventiva requiere de una profesionalidad por parte de los responsables de los medios, y especialmente de los periodistas encargados de las cuestiones ambientales. El periodismo ambiental debe tender a formar profesionales especializados en el tratamiento de estas cuestiones: adelantándose a los acontecimientos, ofreciendo el mayor número de

Los medios parecen comenzar a conceder al periodismo ambiental la categoría profesional que merece

puntos de vista, recurriendo a las fuentes, ofreciendo datos e información comprensible, etc.

Los temas que conforman la agenda ambiental de los medios son de lo más variados; sus objetos de referencia pueden ir desde la desaparición de una especie animal o vegetal, hasta la contaminación, la desertización, el aumento del agujero de la capa de ozono, o la pérdida de la biodiversidad. Ante este panorama, el periodista debe seleccionar aquellos temas que considere de especial interés para el conjunto de la comunidad.

El comunicador ambiental debe conocer y manejar los elementos de las ciencias ambientales para conceder a los acontecimientos la trascendencia social adecuada, y poder situarlos en su contexto político, económico, cultural e histórico. Debe ofrecer una visión imparcial, objetiva y rigurosa de los hechos, alejada del periodismo militante e interesado. En su labor debe imperar una forma ética de actuar y por ende una forma ética de informar.

Las relaciones con las fuentes informativas

Los asuntos ambientales, en la medida que afectan a la población en su conjunto, no pueden explicarse aisladamente de las cuestiones políticas, económicas, culturales, etc. por las que se ven afectados. Los medios de comunicación deben valorar dichas relaciones, y realizar una tarea de *mediación* entre las instituciones políticas y económicas, los agentes sociales implicados en la defensa del ambiente y los públicos.

Para poder llevar a cabo esta labor mediadora es necesario que las relaciones entre las distintas instancias estén basadas en la confianza y la necesidad mutuas. Pero, desgraciadamente, la realidad en numerosas ocasiones ha sido bien distinta: las relaciones entre las instituciones políticas y económicas y el resto de agentes sociales implicados en los problemas ambientales se han regido por un cierto oscurantismo y por una falta de fluidez. Aunque también es cierto, que desde las instituciones políticas cada vez se concede mayor importancia a las cuestiones comunicativas. Como se afirma desde la página web del Instituto Nacional de Ecología de México, “es indispensable tener mecanismos informativos eficientes de enlace con la sociedad, que permitan transmitir lo que se está haciendo en la materia, lo que significan los instrumentos de política, los programas, los planes y las decisiones que se toman en relación con la materia. En ocasiones, los MCM, a la hora de defender determinadas iniciativas sobre política ambiental se han dejado llevar por sus adhesiones políticas (mayor o menor cercanía a un determinado partido o gobierno), más que por una visión crítica sobre la verdadera realidad de dichas iniciativas sobre el conjunto de la sociedad.”

Un ejemplo claro de estas *oscuras* prácticas informativas lo encontramos en la cobertura informativa que ofrecieron los medios de comunicación españoles sobre el hundimiento del petrolero Prestige, frente a las costas de Galicia en 2003. A juicio del Movimiento Ecologista “el tratamiento de la información por las fuentes oficiales, los medios de comunicación públicos y algunos medios privados ha sido vergonzosa, tergiversando, manipulando y



Eliminación especializada de la basura

*Parece existir desde
las Facultades
de Ciencias de
la Información y
Comunicación una
respuesta clara para
paliar esta ausencia
de formación
académico-profesional*

faltando a la verdad en numerosas ocasiones. Debido a esta situación, se ha tenido que recurrir a fuentes de otros estados europeos. La ausencia de información veraz y los intentos de minimizar mediáticamente la catástrofe han contrastado, fuertemente, con la movilización ciudadana en contra de la marea negra y de su deficiente gestión... Para esta y otras catástrofes es preciso garantizar la veracidad de la información proveniente de fuentes y organismos oficiales, así como su tratamiento periodístico riguroso, abierto y plural, sobre todo en los medios de comunicación públicos.”

A pesar de estas prácticas informativas *interesadas*, las diferentes instituciones encargadas de informar sobre el entorno ambiental parecen entender la necesidad de independencia entre los periodistas y las fuentes, como se apunta desde el citado instituto mexicano: “a las autoridades ambientales nos toca informar más y mejor, mientras que a los medios les corresponde actuar con verdadera conciencia de su función social.”

Nuevos escenarios de divulgación ambiental

El Libro Blanco de la Educación Ambiental en España (1999) sugería promover pautas de comportamiento responsables, especialmente en los programas de televisión (dibujos animados, comedias, tele-series, etc.). La introducción de argumentos ambientales en los programas infantiles o de ficción pueden contribuir a la popularización del ambiente en audiencias de diferentes edades.

Otra de estas recomendaciones remitía a otro de los medios de comunicación menos utilizados en la difusión ambiental: el cine. Al margen del cine ecológico documental, que goza de poca aceptación, han sido pocas las películas dedicadas a las cuestiones ambientales. Aunque a tenor de la respuesta del público ante algunas de ellas, como *Tras el corazón verde* (1984), *Erin Brokovich* (2000) o *El día de mañana* (2004), parece un medio adecuado desde el que fomentar la concienciación ambiental.

Internet, un nuevo escenario para la comunicación ambiental

Las nuevas tecnologías de la información, y especialmente Internet, están suponiendo un cambio revolucionario en el panorama informativo mundial. Aunque todavía deberá definirse el modelo de desarrollo de estas tecnologías, lo que parece evidente es que están transformando el tratamiento informativo ambiental. La utilización de estos nuevos recursos expresivos favorecerá para que las audiencias más familiarizadas con estos nuevos modelos de socialización (niños y jóvenes) se sensibilicen ante los problemas ambientales.

Internet y las nuevas tecnologías amplían las fronteras de la información ambiental, permitiendo visiones de lo local a lo global. Las enormes posibilidades de difusión, así como sus capacidades expresivas (multimedia) y participativas hacen de estos

nuevos medios los escenarios idóneos desde los cuales difundir estas cuestiones.

Las instancias implicadas en las cuestiones ambientales no han permanecido ajenas a las posibilidades de difusión que les ofrece Internet. Tanto las instituciones políticas (ejemplos: Instituto Nacional de Ecología de México (<http://www.ine.gob.mx/>), Ministerio de Medio Ambiente de España. (<http://www.mma.es/>), como las organizaciones ecologistas (ejemplos: Greenpeace (http://www.greenpeace.org/international_en/), Alianza para protección de los bosques (<http://www.rainforest-alliance.org>), Adena (<http://www.wwf.es>), y los medios de comunicación (ejemplos: Biodiversidad en América Latina (<http://www.biodiversidadla.org/index.htm>), revista Econatura (<http://www.econatura.org/>), se han apresurado a posicionarse en estos nuevos escaparates con la intención de contribuir a la concienciación ambiental de la población. ❁



La percepción mediática española
de la inmigración extracomunitaria:

Víctimas y victimarios del 11-M



Jéssica Retis ■

A finales de junio pasado, los periódicos españoles informaban de una encuesta pública que indagaba las actitudes ante la inmigración reciente: *El 89 por ciento de los consultados considera que hay «demasiados» o bastantes inmigrantes (ABC). Los españoles creen que hay muchos inmigrantes, pero que son necesarios (El País), El 53,3 por ciento dice que en España viven ya «demasiados» inmigrantes (El Mundo).* El barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) sondea periódicamente el estado de la opinión pública de este país. Y la inmigración siempre aparece entre las preocupaciones nacionales (el quinto lugar, después del paro, el terrorismo etarra, los problemas de la vivienda y la inseguridad ciudadana). Un año antes, en mayo de 2003, ante esta misma pregunta, el 47,8 por ciento contestó que le parecían demasiados y el 40,1 por ciento que son bastantes pero no demasiados. Es decir, que la preocupación va en aumento.



Los migrantes se defienden en las calles

Una de las ideas más difundidas es que España pasó de ser un país emisor de emigrantes a receptor de población extranjera. En realidad, el saldo entre los que salen y los que vienen ha sido superado hace solo algunos años; sin embargo, el temor ante la *invasión* de los inmigrantes es una idea que viene apareciendo desde mucho antes en el discurso mediático y parece haber calado profundamente en la opinión generalizada (de hecho, la primera Ley de

España pasó de ser un país emisor de emigrantes a uno receptor de población extranjera

Extranjería en 1985 correspondió más a las necesidades en materia de inmigración de la Unión Europea, a la que España se sumó en el año siguiente). Desde entonces, las informaciones tienden a ser presentadas, fuera de su contexto, en un alcance más bien local y sin profundizar la complejidad de un fenómeno; se tiende a presentar el lado negativo de la inmigración, se ignoran las informaciones sobre las culturas de los países de origen, las relaciones de dependencia entre emisores y receptores de inmigrantes y se supeditan las informaciones a cuestiones personales e inmediatas del inmigrante. (Granados, 2002).

Las cinco ideas falsas sobre la migración

En mayo de 2002, Sami Naïr rebatía contundentemente en un artículo titulado *Cinco ideas falsas sobre la inmigración en España* (El País), estos conceptos erróneos que la opinión pública parece creer como tautologías; y son:

- 1) España está amenazada por una *invasión* migratoria,
- 2) La inmigración entra en competencia con la mano de obra nacional y ejerce una presión a la baja sobre los salarios,
- 3) Los inmigrantes se benefician indebidamente de las leyes sociales favorables,

Tabla 1: Comparación de simpatía de los inmigrantes por región de origen

Pregunta: Voy a leerle una lista de personas de varios países o regiones del mundo. Dígame, por favor, en una escala de 0 a 10, la simpatía que usted siente por cada uno de ellos, teniendo en cuenta que 0 significa “ninguna simpatía” y 10 “mucho simpatía”

	Media 1996	Media 2000	Media 2001	Media 2002	Media 2003
Norteafricanos (marroquíes, etc.)	6.0	6.0	5.9	4.9	5.3
Africanos (resto del continente)	6.3	6.4	6.3	5.5	5.9
Norteamericanos	6.2	6.3	6.1	5.5	5.5
Europeos del Este	6.8 y 6.6	6.6	6.5	5.7	5.8
Portugueses	6.7	6.7	6.7	6.2	6.5
Otros europeos occidentales y de la UE	7.2	7.2	7.1	6.7	7.1
Latinoamericanos	7.2	7.1	7.1	6.5	6.6

Fuente: Tomado de PEREZ-ALVAREZ-GONZÁLEZ (2002) Basado en datos del CIS, Barómetros sobre inmigración 1996-2000. A partir de 2001 los datos han sido tomado de los informes de CIS, Barómetros 2001,2002,2003.

4) La riqueza de España provoca un efecto llamada en los países pobres,

5) La inmigración *amenaza* con alterar la identidad de España.

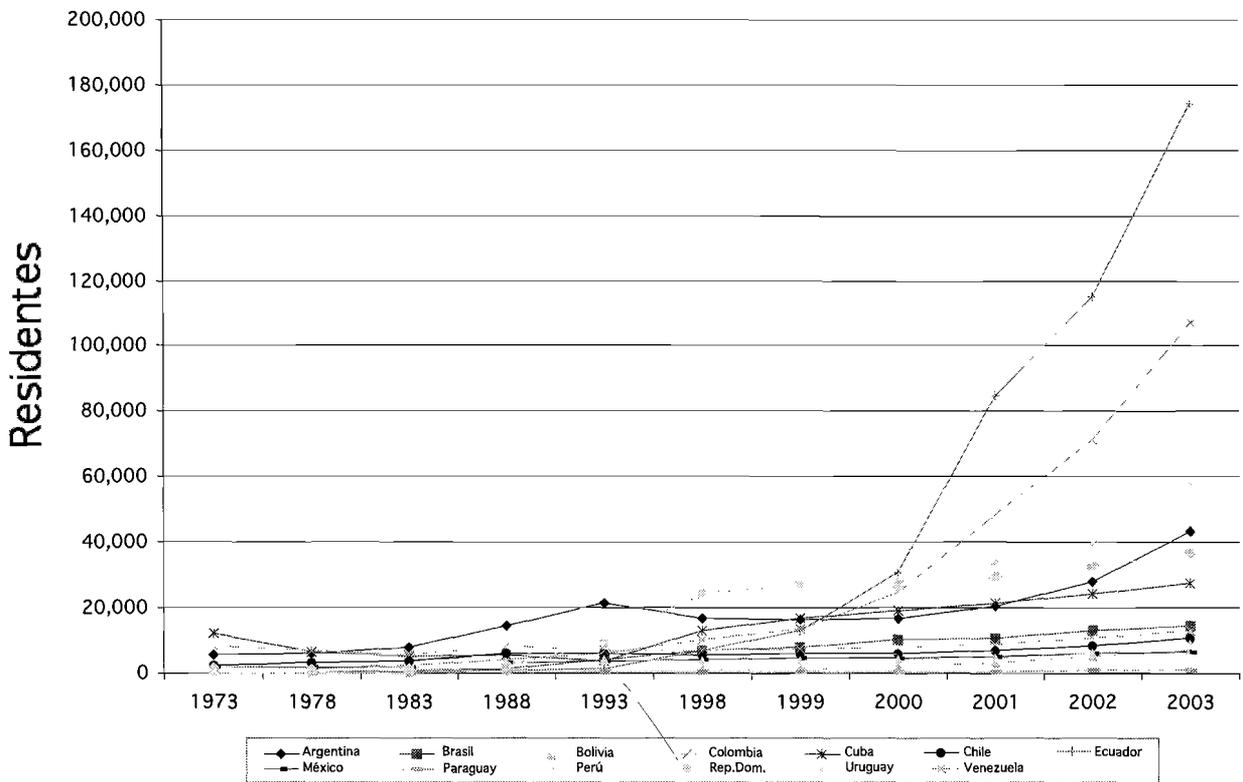
Los sociólogos de las migraciones reconocen que el fenómeno migratorio se ha producido de manera muy acelerada e intensa, en comparación con otros países europeos (Arango, 2002); además, que su volatilidad impide realizar predicciones a futuro y demanda una revisión periódica de los datos estadísticos, de su inserción en el mercado laboral, de sus condiciones administrativas, etc. (Colectivo Ioé, 2002). El proceso empezó paulatinamente de la mano de la transición democrática. En los años ochenta se incrementó la presencia de extranjeros, pero básicamente de europeos comunitarios, más de la mitad. La modernización del país y la notable mejora de la economía nacional atrajeron la llegada de inmigrantes, de los que en Europa se denominan *extracomunitarios*: marroquíes principalmente, pero también otros africanos, se consolidaron como primera mayoría en los noventa. A finales de esta década

es claramente notorio el incremento de los inmigrantes latinoamericanos, que se instauran como primera mayoría regional con el cambio de siglo (aunque también se ha notado un considerable incremento de europeos del este y asiáticos). Los han llamado “los preferidos del siglo XXI” (Izquierdo, López y Martínez 2002) para dar cuenta no solo de las preferencias de la opinión pública por los iberoamericanos (véase Tabla 1), sino también de la voluntad política y de las preferencias empresariales.

Los primeros flujos de la migración

Los primeros flujos de los años setenta y ochenta provenían del Cono Sur, especialmente de Argentina, aunque también de otros países como Venezuela y Cuba. A mediados de los noventa fue claro el incremento de los grupos provenientes de Perú y República Dominicana, especialmente mujeres, que se instalaron en el sector del servicio doméstico. El último año de esa década, pero especialmente a partir del 2000 son los colectivos ecuatorianos y colombianos los que pasan a ocupar las primeras mayorías,

Gráfico 1: Evolución de los flujos inmigrantes latinoamericanos por nacionalidades



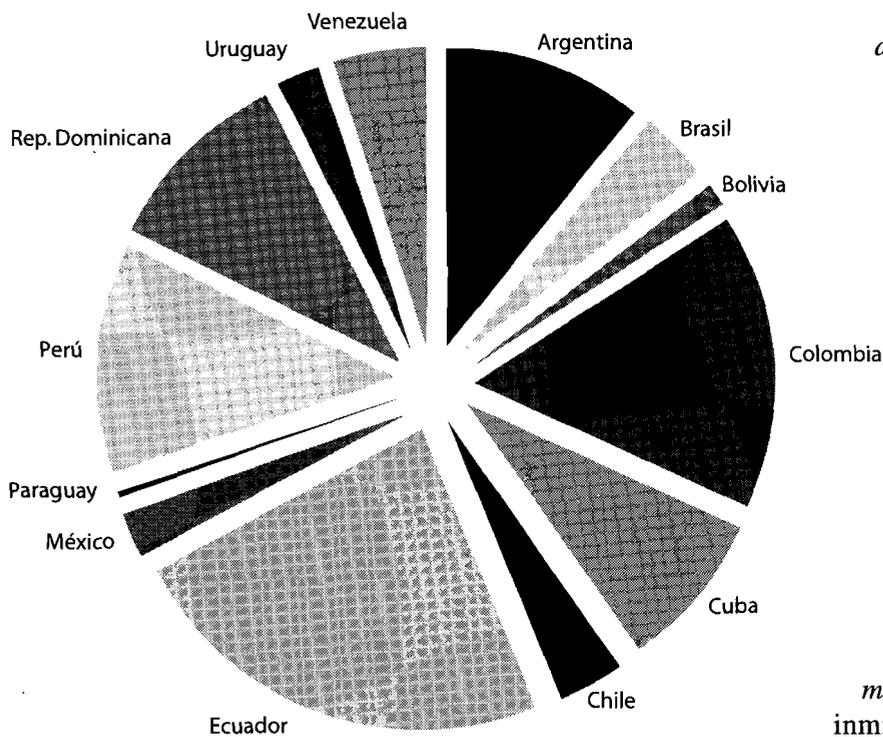
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

y con el 2001 se incrementan nuevos flujos provenientes de Argentina (véase gráfico 1). Pero la evolución de la inmigración es percibida por los españoles en menor medida por su naturaleza real que por su naturaleza simbólica. En el caso de los latinoamericanos, tienden a concentrarse en ciertas zonas geográficas, con lo que, buena parte de la población no ha tenido un trato directo con ellos. Dicho de otro modo, es menos difundido el discurso científico-académico que explica las razones de expulsión/atracción de los movimientos migratorios, las condiciones de recepción de las economías de las sociedades receptoras, los beneficios de los flujos migratorios en sociedades, como la española con serios problemas demográficos, de envejecimiento y de una urgente necesidad de sostener su diseño de Estado de Bienestar, los avances y retrocesos en el plano ju-

rídico-administrativo, etc. El discurso que más ha calado en la opinión pública proviene de la construcción mediática del discurso público dominante.

La mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo, provienen de las constantes informaciones que leemos en la prensa, vemos en la televisión o escuchamos por la radio. Casi no existe ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se produzca con tanta frecuencia y por tanta gente como es el seguimiento de noticias (Van Dijk, 1997). En consecuencia, los inmigrantes son más conocidos y (re)conocidos por su presencia en los medios de comunicación: se sabe de ellos lo que aparece en las notas, los reportajes y las entrevistas. Esta sería una de las muchas explicaciones por las que los españoles perciben que son *muchos* o

Inmigración Latinoamericana a España 1973-2003



demasiados inmigrantes, porque su presencia real está sobredimensionada en el plano discursivo y esto hace que aparezca la idea de una presencia proporcionalmente mayor (de hecho, la ambigüedad de los términos *demasiados* o *muchos* implica una percepción comparativa más bien subjetiva y habría que preguntarse ¿muchos, en relación a qué?).

Construcción de la imagen simbólica

Si nos fijamos en algunos *momentos mediáticos* en los que la inmigración extracomunitaria ha cobrado especial protagonismo en el discurso público, nos encontramos con algunas piezas que ayudan a esclarecer los elementos con los que se ha ido construyendo su imagen simbólica a lo largo de estos años. En noviembre de 1992, el asesinato de la dominicana Lucrecia Pérez conmocionó a la sociedad española por ser el primer suceso racista en el que se implicaba una inmigrante. Años más tarde, en febrero del 2000, otro brote xenófobo ocurrido en la zona de El Ejido, donde los pobladores de la zona atacaron a inmigrantes marroquíes por el asesinato de una joven española, trajeron al debate el malestar social y las preocupaciones en torno a la convivencia con *los otros*. Al año siguiente, en enero de 2001, doce ecuatorianos murieron al ser arrollados por un tren en Lorca. Este hecho conmocionó nuevamente a la opinión pública en torno a la idea de las nuevas formas de explotación laboral y la reciente presencia de los latinoamericanos en los campos españoles. Los meses siguientes, al hilo de las protestas por la nueva Ley de Extranjería, los encierros de los inmigrantes en diversas ciudades del país, provocaron el debate público sobre la situación administrativa de los que vienen a trabajar. Para entonces, ya la

Ningún acontecimiento ha tenido tanta envergadura en los medios y en la opinión pública española como los atentados del 11 de marzo de 2004

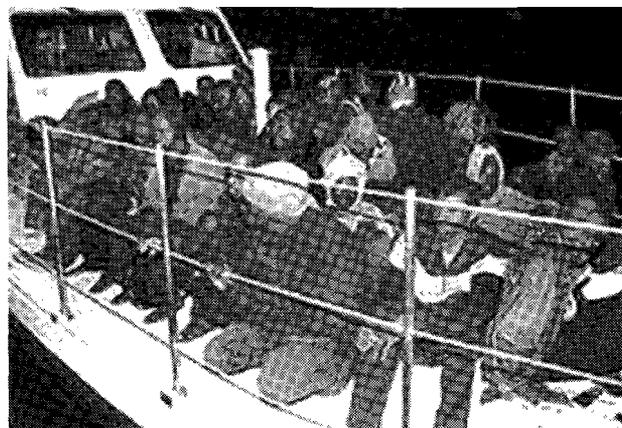
imagen del *inmigrante-extracomunitario-irregular-ilegal-sin papeles* había sentado las bases en el imaginario colectivo. En la segunda mitad de ese año, el 2001, fue la presencia de los sicarios colombianos la que produjo un nuevo impacto mediático: una serie de asesinatos entre delinquentes en las calles de Madrid ensombrecieron la imagen de los inmigrantes colombianos, que inmediatamente salieron a la calle a manifestarse en contra de esta falsa percepción de su colectivo en general. Pero ningún acontecimiento ha tenido tanta envergadura en los medios y en la opinión pública española como los atentados del 11 de marzo de 2004. Las diez explosiones en los cuatro trenes de cercanías del Corredor del Henares impactaron en las infraestructuras ferroviarias, en los cuerpos de las víctimas, en las almas de los familiares y en la conciencia de los españoles. Y los inmigrantes aparecieron en esta coyuntura contruidos en el embalaje de las víctimas pero también en el de los victimarios.

Los comportamientos mediáticos

Entre la compasión y el miedo; las emociones cuentan, y mucho, en los contenidos de los discursos mediáticos sobre los inmigrantes (Rizo 2000, Alsina, 2000). En el caso de los colectivos latinoamericanos, se evidencia el tono compasivo de las informaciones cuando se trata de noticias sobre ecuatorianos. En el caso de los colombianos, por ejemplo, es más clara la mirada atemorizada cuando se trata de informar sobre ellos (Retis, 2003, 2004). Desde el 11M, las informaciones sobre los inmigrantes extracomunitarios, en general, también giraron en torno a estas emociones que despiertan estas alteridades. Miedo al terrorismo, a la violencia, a esos *otros* que perturban la seguridad ciudadana y que atentan contra la estabilidad y la paz social; la Comisión de Investigación del 11M en el Congreso pregunta a los expertos sobre el mundo árabe, sobre esos *otros*, y se preguntan qué pueden hacer los españoles con esos *otros* que antes estaban fuera de las fronteras y ahora viven y conviven con *nosotros*. Y el sociólogo Manuel Castells responde que urge la “creación de plataformas de diálogo intercultural,



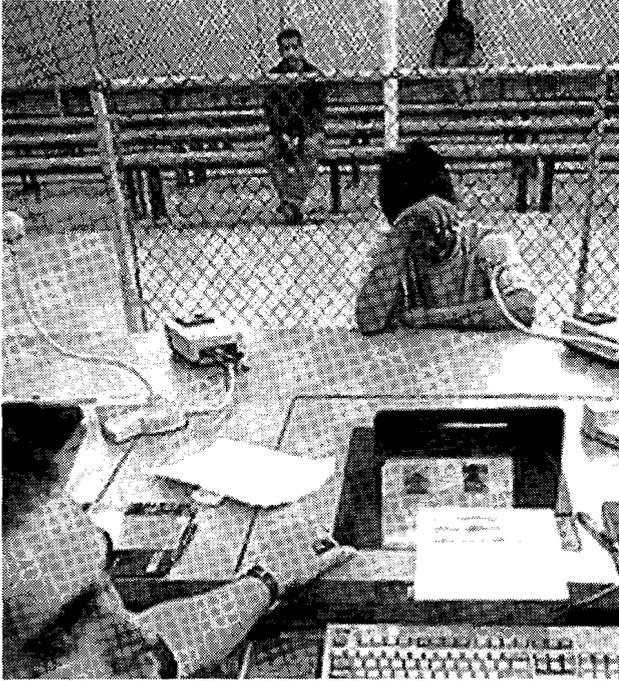
Las pateras llenas de migrantes...



en las peores condiciones de vida...



terminando detenidos tras su incursión.



Policía y migración para los viajeros

aceptando la alteridad y la diversidad del mundo sin cerrarnos en la superioridad proclamada de nuestra civilización” y la experta arabista Gema Martín Muñoz contesta que aunque se podrían haber esperado reacciones xenófobas que no ocurrieron de manera tan manifiesta como en los Estados Unidos después del 11S, sin embargo “otra cuestión es esa otra porosidad, mucho más silenciosa y mucho más tranquila, que a la larga se enraiza de manera muy fuerte, como es ese sentimiento de generar sospecha hacia lo musulmán en todos los ámbitos”.

Y en la otra percepción, la mirada compasiva, también aparecen los inmigrantes, esos trabajadores que iban en los trenes rumbo a sus jornadas laborales amparados o no, por su documentación en regla (de hecho, a través de los noticieros televisivos de aquel fatídico día hubo que hacer llamamientos para que se animaran a reconocer y reclamar a sus familiares sin miedo a las deportaciones). Son también víctimas, son esos *otros* que son como *nosotros*, los españoles. *Tragedia mestiza. Los fallecidos, un tercio de ellos inmigrantes, pertenecen a 11 nacionalidades* (El País). *De Perú a Atocha, con parada en el infierno* (El Mundo) Adrián y Kalina:

una pareja de búlgaros que iban a casarse el 15 de mayo. Él trabajaba en el tajo y ella era camarera. (El Mundo) *Bombas de aquí para cinco ciudadanos colombianos.* (El Mundo) *La comunidad polaca se reúne en una parroquia para despedir a los cuatro compatriotas muertos en el atentado: un bebé de siete meses, su padre y dos mujeres.* (El País) *Ecuador llora a sus víctimas en Atocha. La Real Basílica de Nuestra Señora de Atocha se vio inundada ayer de cientos de ecuatorianos convocados por su Embajada en España para homenajear a seis víctimas mortales que poseían esta nacionalidad. Todos abandonaron Ecuador llenos de ilusión por encontrar en España una vida mejor. Un futuro, un trabajo, una forma de mantener a los que quedaron junto a la Cordillera de los Andes. Abandonaron su tierra cargados de sueños. Unos sueños que el pasado 11 de marzo se vieron truncados a bordo de un tren de cercanías... Madrileños con la colonia inmigrante más extensa de la región. Madrid no puede ser hoy sino una ciudad agradecida* (El Mundo). *Vidas rotas. Búlgaros, rumanos, peruanos, dominicanos, ecuatorianos... que llegaron en busca de un futuro mejor* (El País). *Los políticos de Madrid arrojan a las víctimas inmigrantes* (El País).

El perdón y el premio

Además de la idea de la compasión y la solidaridad con las víctimas, en el discurso mediático apareció la idea del perdón, de la anuencia del gobierno, del premio a su sacrificio: los *papeles*: *El vagón de los indultados. Una pareja colombiana y su hijo son los primeros 'sin papeles' que reciben la tarjeta de residencia por ser víctimas del 11-M. Es la primera buena noticia desde que vivo en España, dice Jairo.* (El Mundo) *Alguien puso la bomba, Dios los papeles. Hace siete días, Ioan era un rumano indocumentado que se ganaba el pan poniendo ladrillos; hoy está a punto de ser 'legal' y recibe regalos del arzobispo de Madrid.* (El Mundo) *Heridos pero muy pronto 'con papeles'. Decenas de inmigrantes 'sin papeles', heridos en los atentados del pasado jueves, acuden hasta la comisaría de Extranjería, en la calle de General Pardiñas, para obtener la nacionalidad española y regularizar su situación.* (El Mundo) *Hemos pagado muy cara la*

tarjeta de residencia (El País). *Casi un centenar de víctimas pidieron la nacionalidad española. 169 solicitudes de regularización: 69 de Rumanía, 49 de Ecuador, 29 de Colombia, cinco de Bolivia, cuatro de Perú, cuatro de Venezuela, tres de Chile, dos de Argentina, uno de Paraguay.* (El Mundo). *Los nuevos españoles. Más de 300 inmigrantes, víctimas de la masacre del 11-M, han pedido la nacionalidad o regularizar su situación en el país* versa el titular de la portada de las páginas de Madrid del periódico El Mundo, mientras que a pie de las fotos de los primeros planos de los inmigrantes mostrando sus nuevos papeles se lee: *Mercedes, ecuatoriana, herida en Santa Eugenia. Melchor Carranza, ecuatoriano, herido en Atocha. Jerónimo, ecuatoriano, junto a su hermano Miguel, herido en Santa Eugenia. Aníbal, 22 años, ecuatoriano herido en Atocha. Gloria, colombiana, junto a su marido, herida dentro del tren de Atocha. Javier Tapia, ecuatoriano, herido en los andenes de Atocha. Juan Carlos, colombiano, herido en la calle de Téllez, muestra una radiografía de su cuello.* (El Mundo).

Sin duda, en el imaginario colectivo las imágenes sobre los inmigrantes, cuyas raíces venían asentándose hace algunos años, después del 11M, han tomado tintes más radicales: son esos *otros* más o menos cercanos, según su país de origen, su raza y su religión. La sociedad española se encuentra ante un reto crucial que resolver para su futuro inmediato. Y mientras, las imágenes mediáticas de los inmigrantes continúan representando solo aquellos elementos más vendibles para la prensa, mientras se continúan priorizando las connotaciones negativas sobre esos *nuevos ciudadanos* que llegan no solo para delinquir o para crear conflicto social. Llegan, fundamentalmente, para incorporarse a los mercados laborales, contribuir a la seguridad social y con ello a la economía española; y llegan a menguar los efectos del envejecimiento de la población, a cubrir labores domésticas dejadas de lado por la incorporación de las mujeres españolas al trabajo. La inmigración ha de ser vista también como una oportunidad de desarrollo para la sociedad española. Y sobre esto los medios aún tienen mucho que decir. ●

*La sociedad
española se
encuentra ante
un reto crucial
que resolver para
su futuro inmediato*



Corrupción y comunicación en México

Todo se ve, todo se escucha

Felipe Gaytán Alcalá
Juliana Fregoso Bonilla

México ha sido protagonista de diversos escándalos políticos, todos ellos transmitidos en cadena nacional en los diversos medios de comunicación. Los actores políticos se saben observados por una opinión pública atenta a seguir las denuncias. Los columnistas tienen material cada semana para reflexionar sobre los riesgos de la democracia. No pocos políticos exigen controles y regulación a los medios, y los medios ejercen su libertad sin cortapisas, a veces sin verificar sus fuentes, dando lugar a verdaderos escándalos.

En este país, la vinculación entre política y medios ha dado lugar a una metamorfosis. Los políticos buscan dirimir la justicia en tribunales mediáticos, antes que dar con la verdad jurídica. Su preocupación es el poder de su imagen y no el ejercicio de la autoridad con la que están investidos. Por su parte, los medios dejaron de ser la arena de los asuntos públicos, intermediarios entre la sociedad civil y política. Ahora, ellos son protagonistas y productores de escándalos públicos; la nota son ellos, sus pleitos, las demandas judiciales y la pugna con los actores políticos, asumiendo los comunicadores su condición explícita de ser un adversario político más.

Felipe Gaytán, mexicano, candidato a doctor en Ciencias Sociales por El Colegio de México
Correo-e: fgaytan@colmex.mx
Juliana Fregoso, mexicana, periodista
Correo-e: julianafregoso@yahoo.com.mx



La protesta llegó a las calles

Tanto los medios como los políticos construyen sus expectativas en la inmediatez del presente. Se busca la nota y el escándalo para subir el rating, mientras los políticos están más preocupados por no aparecer en ellas y subir en las encuestas de la popularidad. El tiempo del discurso político es la coyuntura, no el futuro de una democracia ideal.

Transparencia, la alegoría de la política

Desde el inicio del sexenio del presidente Fox, los medios han mantenido una relación ambigua con el poder. Por un lado, el gobierno mexicano ejerce más un poder mediático que un poder de facto. Las intenciones y los planes se difunden ampliamente, pero pocos se concretan. El nuevo esquema de la publicidad oficial es distribuir la propaganda solo en los medios de mayor rating. Por otro lado, la presidencia mediática se enoja y se pelea con la crítica de los medios a su gestión. Durante una gira, el presidente felicitó a dos mujeres analfabetas por ser felices, esto es, el no saber leer los diarios las alejaba de las vicisitudes de la política.

En un afán de volver transparente el ejercicio de gobierno ante la opinión pública, el gobierno federal aprobó dos acciones: una ley de transparencia y acceso a la información pública y la firma del convenio anticorrupción con la OCDE en materia económica. La primera se formalizó en el Instituto para la Transparencia, dependencia que

recibiría las peticiones de información, canalizaría éstas a las dependencias y en un plazo de 20 días daría una respuesta (positiva o negativa). Pero son tantos los candados en la ley que el acceso a la información es limitado. La segunda se concretó a través de la firma de un convenio con la OCDE, en el que se señalan prácticas corruptas, y su penalización. Pero este convenio ha sido en sí mismo paradójico. Los escándalos públicos de funcionarios comprando toallas de baño de 200 dólares, colchones y accesorios por 3.000 dólares se dieron durante las negociaciones del acuerdo. Estos ejemplos son anecdóticos en comparación con otros de mayor tamaño.

Cuando se descubrieron estos y otros escándalos, el gobierno federal se defendió, argumentado que ello era una muestra de la transparencia en el ejercicio de gobierno. No se era corrupto sino transparente. Los medios encontraron una veta importante para colocarse como artífices de la opinión pública. Se publicaron libros de escándalo sobre figuras relevantes como Martha Sahagún, esposa del presidente, de Andrés Manuel López Obrador, jefe de Gobierno de la Ciudad de México, entre otros. Lo central era hurgar en el escándalo, el análisis político vendría después.

La vinculación entre política y medios en México ha dado lugar a una metamorfosis

De la trascendencia de la política a la política de los trascendidos

En el afán de buscar escándalos políticos, muchos medios dan como notas ciertas los trascendidos. Los políticos y ciudadanos revisan con especial cuidado los trascendidos para saber quién aparece y por qué. Aquello es un albur, puede ser cierta o no la relación del hecho con tu nombre, pero no escapas de ser señalado. Aunque muchos de estos trascendidos han resultado ciertos, la difusión de estos ha generado un clima donde el rumor impera como una verdad y no como una opinión. Los ciudadanos han sido despiadados en sus juicios ante estos trascendidos.



La OEA también afrontó el problema de la corrupción

Otro aspecto de ello han sido los escándalos en los que los propios medios son protagonistas. Aun cuando se ventilan formalmente las diferencias entre los medios o a su interior, casi siempre recurrimos a los trascendidos para conocer un poco más del trasfondo del escándalo. Los medios en México pretenden ser vehículos para transparentar la política, pero en su ejercicio interno son opacos ante la mirada de los ciudadanos.

El escándalo protagonizado en diciembre de 2001 entre Canal 40 y TvAzteca es la expresión máxima de la opacidad en la información. Por un adeudo económico, TvAzteca demandó al Canal 40 ante tribunales internacionales. Sin esperar el

fallo definitivo, TvAzteca asumió violentamente el control de Canal 40. Aunque ambas televisoras dieron sus razones en defensa de su causa, los trascendidos dominaron: se decía que el presidente había dado su aval un día antes, o que si a Canal 40 lo respaldaban poderosos políticos.

Otros han sido los escándalos en medios, como el caso del noticiero Infored, dirigido por José Gutiérrez Vivó, y el de mayor audiencia en el país, en pleito con el Grupo Radio Centro. Sus disputas se dirimieron en el tribunal internacional de París, con un fallo favorable a Gutiérrez Vivó, obligando a GRC a pagar 21 millones de dólares. Pero dicha empresa desconoció el laudo sacando del aire el programa, y apelando después a instancias nacionales.

Quizá el caso de mayor repercusión ha sido el del diario *El Independiente*. Su aparición en la escena de medios causó diversas sospechas sobre el origen de los recursos y la trayectoria del dueño Carlos Ahumada. Los rumores corrieron y los trascendidos inundaban las páginas de revistas y periódicos. Se le acusaba de tráfico de influencias con el gobierno de la Ciudad de México, recursos de procedencia dudosa y de una red de corrupción a todos los niveles. A pesar de tales acusaciones, Ahumada logró reunir un equipo editorial con periodistas de prestigio y experimentados. Pero los trascendidos se convirtieron en certezas y llevó a un escándalo en el que aparecieron videos en los que se observa a Ahumada entregando cuantiosos recursos. El escándalo cundió, el director del diario renunció desde su programa de radio. El resto del equipo editorial intentó negociar con Ahumada para asumir el control del diario. Al final, la mayoría abandonó al diario a su suerte.

La moral en los medios, el video-escándalo político

Corolario de este ensayo son los videos del escándalo, la corrupción gráfica. Según Barthes, una imagen no dice más que mil palabras, es ella en principio una denotación, la literalidad de lo que es observable. Existe otra dimensión que es la connotación, lo no observable pero que orienta

la imagen hacia una intención. La connotación, es decir las intenciones, es un campo minado, abierto a múltiples interpretaciones, donde cada uno da su versión. Aun cuando la imagen de corrupción es contundente, los involucrados aducen que no es lo que se ve, que el video está editado, entre otras cosas. Pero la sociedad lo vuelve todo-imagen, hace de los personajes, ferozmente, un objeto, un clasificado para todo tipo de corrupción.

Varios son los videos. Un primer video difundido en cadena nacional por Televisa el 23 de febrero, muestra al senador Jorge Emilio González Martínez, dirigente del Partido Verde Ecologista de México, junto con un empresario en un diálogo en el que se solicita la mediación del dirigente para agilizar trámites en Cancún, municipio gobernado por este partido. Se le ofrece dos millones de dólares. El resultado, la licencia al Senado y el repudio público por su conducta, aun cuando justifica que su aparición obedece a una intención de desenmascarar a los corruptos.

Mas, son los videos que involucran al Gobierno del Distrito Federal los que trascenderán el ámbito local para ser un problema de seguridad nacional. Los primeros días de marzo se difunde un video en el que el secretario de Finanzas del Gobierno del DF (la capital del país) aparece apostando sumas millonarias en el casino del Hotel Bellagio en Las Vegas.

*Los medios dejaron
de ser la arena de
los asuntos públicos,
intermediarios entre
la sociedad civil
y política*



Acción popular contra la corrupción

En otros videos, también difundidos en marzo, aparecen el ex coordinador parlamentario de la Asamblea del DF, René Bejarano, y el delegado político en Tlalpan (una delegación de la Ciudad de México), Carlos Ímaz, que recibe cuantiosas sumas de dinero para financiar las campañas electorales de 2003. En ambos casos aparece Carlos Ahumada, dueño de *El Independiente*, quien entrega el dinero y también el responsable de la filmación.

Todos los videos que involucran al gobierno de la ciudad fueron transmitidos por Televisa. El del secretario de Finanzas en horario estelar por la noche, los otros dos en un programa conducido por un personaje llamado Brozo, un payaso metido a analista político. Lo paradójico de los casos de Bejarano e

Los políticos buscan dirimir la justicia en tribunales mediáticos antes que dar con la verdad jurídica

Ímaz es su participación previa en programas que condenaban la corrupción del secretario de Finanzas. Aún más, Bejarano asistió a un noticiero matutino en Televisa para condenar la corrupción. Solo cruzó de un foro a otro en la misma empresa para mostrarle la corrupción en donde aparecía él mismo. Todo se le derrumbó.

Por su parte, Carlos Ímaz supo de la existencia de un video sobre él. Se adelantó y admitió su culpa ante las cámaras, quizá esperando desactivar el impacto de la imagen a través de su dicho. Ímaz buscó invertir el proceso, connotar la imagen como un error de su parte para disminuir el impacto de las escenas denotadas. Para ambos personajes, sus actos fueron más un error que una acción corrupta.



Se combate también desde la Internet

La respuesta de Andrés Manuel López Obrador, jefe de gobierno y el candidato más viable de la izquierda para ganar las elecciones presidenciales de 2006, intentó detener el impacto a través de la defensa moral de sus acciones. Su juicio se sustentó en la idea del complot de Estado, con intervención de instituciones de los Estados Unidos, para frenar su popularidad. La idea de complot ha resultado hasta ahora cómoda, vuelve simple lo complejo y rehuye la responsabilidad de su gobierno. Pero el argumento moral del jefe de gobierno es hoy más un problema que una solución. Los valores de la política no son los de la moral. No puede aducirse un problema político como la lucha entre buenos y malos. O como el

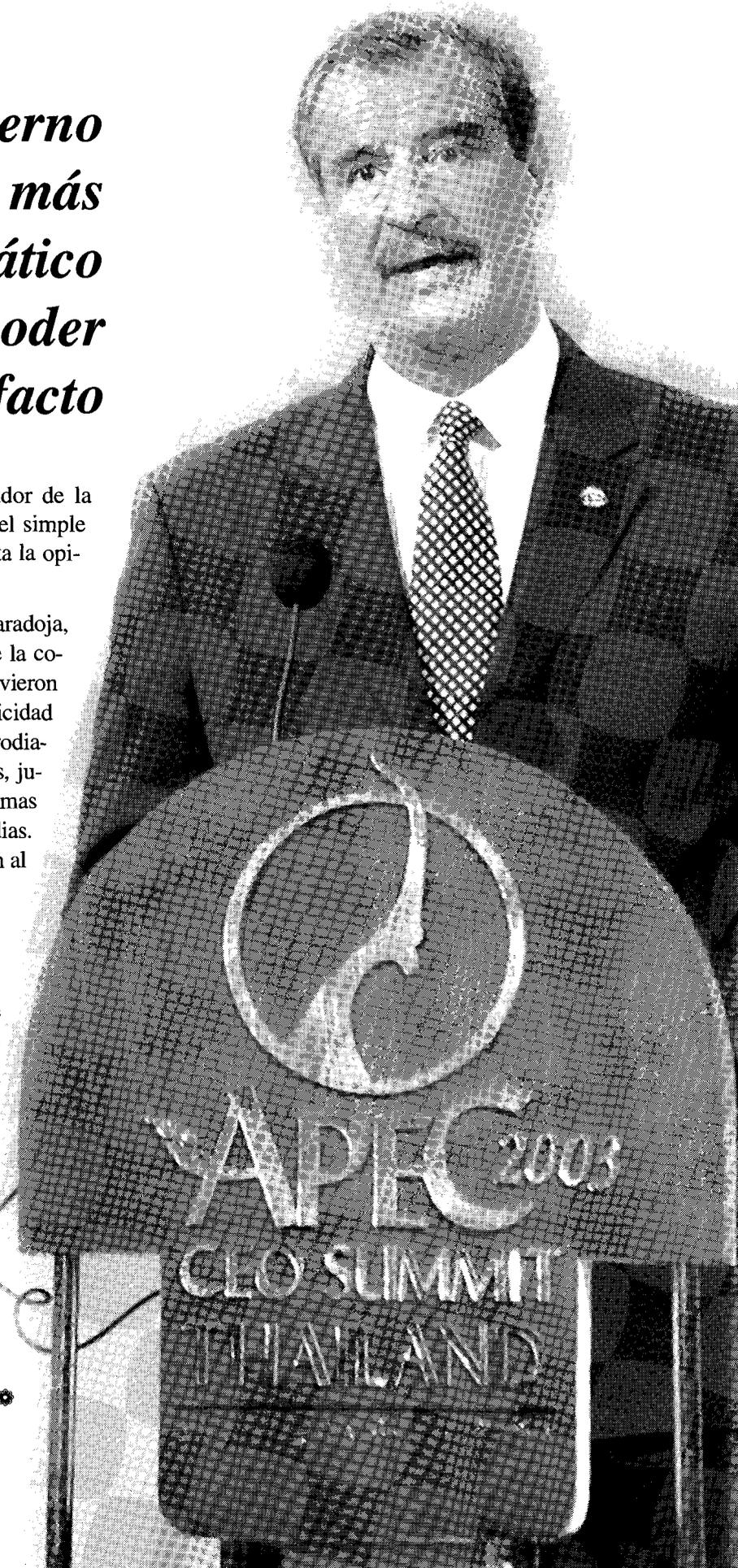
El gobierno mexicano ejerce más un poder mediático que un poder de facto

caso del jefe de gobierno, decirse portador de la moral y pasar por encima de la ley, por el simple hecho de ser popular. El veredicto lo dicta la opinión pública, no los tribunales.

Los medios también construyeron su paradoja, a través de ellos conocimos los videos de la corrupción, y son ellos mismos los que volvieron banales los sucesos. Las agencias de publicidad difundieron anuncios comerciales que parodiaban las situaciones para vender colchones, jugos energizantes o lentes. Algunos programas de comedia los incorporaron a sus parodias. La gravedad de los hechos se incorporaron al imaginario de *así somos los mexicanos*.

Conclusión

A través de los medios, la incipiente democracia mexicana se ha vuelto más transparente, al precio de observar el drenaje de la política. Pero esos mismos medios no pueden suplantar el ejercicio de la autoridad, ni constituirse en patibulos públicos. De igual manera, la transparencia no puede ser solo un ejercicio de la política sino de los propios medios. La transparencia se la deben aplicar así mismos. El panóptico mediático no solo es como nuestros ojos miran hacia fuera, sino observar cómo observamos, cómo los ojos miran lo que miran. ●





El reto tecnológico de la BBC

logrado sobrevivir exitosamente a la ola de privatizaciones, fusiones y competencia feroz que ha caracterizado al mercado de las telecomunicaciones y medios en los últimos años, enfrenta un nuevo y mucho más serio reto, el de las nuevas tecnologías.

Hasta ahora la BBC ha operado a través de un modelo de pago de licencia televisiva, en el cual los ciudadanos británicos financian por vía de un impuesto directo las actividades de la corporación, impuesto con el que se subsidia las operaciones de dos canales terrestres, cinco canales digitales, un sinnúmero de estaciones de radio, servicios de noticias de 24 horas, un servicio de monitoreo de medios extranjeros, revistas y otras publicaciones, y un brazo comercial que mercadea a nivel mundial sus producciones y servicios. Un esquema que resulta paradójicamente contradictorio con los postulados neoliberales que han dominado el discurso político de la tierra de Lady Thatcher en los últimos años.

■
Jairo Lugo

La British Broadcast Corporation (BBC) ha sido el modelo por referencia de radio y televisión de servicio público a nivel mundial. No sólo representa el caso más exitoso de prestación de servicio público audiovisual, sino que, como corporación gubernamental financiada por los contribuyentes británicos, compite de tú a tú con las mayores cadenas comerciales del planeta. Sin embargo, este gigante de la comunicación, que hasta ahora ha

■ **Jairo Lugo**, venezolano, periodista, licenciado en Comunicación Social por la Universidad del Zulia, Venezuela, postgrado en las Universidades de Lancaster y Sussex (Reino Unido), profesor titular de Periodismo en la Universidad de Stirling, Escocia.

■ Correo-e: jairo.lugo@stir.ac.uk

La BBC luce pues como un dinosaurio, aún fuerte y activo, pero operando en un ambiente cada vez más reticente a aceptar la participación de empresas gubernamentales en sectores como las telecomunicaciones y los medios. De hecho, existen dos solicitudes en contra de la BBC por competencia desleal, una ante la Unión Europea y otra ante la Organización Mundial del Comercio (OMC). En ambos casos el argumento es el mismo: los gobiernos no deberían usar dineros públicos para financiar servicios de radio y televisión que compitan con el sector privado; muy similar por cierto al que se esgrimió durante los noventa para limitar la ayuda económica de los gobiernos a las aerolíneas pertenecientes al Estado.

La BBC, sin embargo, ha logrado capear el temporal y parece poco probable que al menos ante la Unión Europea la solicitud prospere. Para la corporación, ésta tampoco es una batalla nueva, ya que en los noventa debió soportar la arremetida del Thatcherismo que con el famoso *Peacock Report* de 1986 clamaba por la eliminación de la licencia de televisión y que intentó en vano decretar así la muerte de la corporación, tal y como la conocemos hoy en día. La mayoría de los analistas en el Reino Unido tampoco cree que habrá mayores obstáculos para que la BBC logre la renovación de su licencia de transmisión en el 2006,



Tres generaciones al frente de la BBC

La BBC enfrenta un nuevo y mucho más serio reto, el de las nuevas tecnologías

a pesar de la catástrofe que representó para ella los resultados del Reporte Hutton, el cual provocó la renuncia de su presidente ejecutivo Gavyn Davies y de su director general Greg Dyke.

El problema, sin embargo, es que el verdadero reto de la BBC no viene directamente de sus enemigos tradicionales, es decir de la derecha neoliberal y de las corporaciones privadas, sino de una fuerza discursiva mucho más poderosa y tangible, las nuevas tecnologías digitales y satelitales.

Un nuevo medio para la BBC

Después de un intenso debate y acalorada oposición de diferentes grupos, fue aprobada en el 2003 por el Parlamento británico la nueva legislación que regula las telecomunicaciones y los medios en el país, la cual en muchos sentidos emula la nueva ley de telecomunicaciones y medios, aprobada en los Estados Unidos en 1995. La nueva ley es substancialmente diferente a las legislaciones anteriores, en el sentido de que su prioridad no es garantizar un servicio público de calidad para



Estudio de grabación de la BBC

los ciudadanos sino “convertir al Reino Unido en el epicentro de la revolución digital mundial atrayendo capitales y promoviendo la creación de nuevos medios”. Es decir, una ley que promueve el mercado por encima de la función de servicio público de los espectros radioeléctricos.

La nueva ley, además, centraliza las funciones supervisoras en un solo ente, OFCOM, el cual vela tanto por los medios de comunicación audiovisuales como por la actuación de las empresas de telecomunicaciones, Internet y telefonía celular. Adicionalmente, flexibiliza la propiedad de medios, lo cual ya ha permitido el inicio de grandes fusiones y deja en manos de los dueños de medios la auto-regulación de contenidos.

La nueva ley está fundamentada en los cambios tecnológicos, especialmente en la revolución digital. Para los legisladores que la promovieron y apoyaron, la ley responde a las nuevas condiciones creadas por el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, caracterizadas por la digitalización y convergencia de plataformas. La idea es que la radio y la televisión en Gran Bretaña pasen a ser totalmente digitales, con fecha límite del 2010, cuando el 95 por ciento de los hogares británicos tenga televisión digital, aunque para ello se deba subsidiar la provisión de aparatos de televisión con el producto de la venta de los espectros

terrestres, (que serían presumiblemente vendidos a empresas de telefonía y comunicaciones) ya que los actuales canales terrestres pasarían a transmitir enteramente vía digital.

Los críticos son, en cambio, mucho más cautelosos y han manifestado su preocupación con respecto a la nueva ley porque, fundamentalmente, socava los principios de servicio público. El periodista John Pilger ha llamado a la nueva ley “la cuna de un Big Brother” y ha dicho que “representa el mayor peligro para la pluralidad de opiniones y un decreto seguro de muerte para la televisión y radio de servicio público”. Otros especialistas han unido sus voces al coro de escepticismo y cuestionado incluso las motivaciones de los legisladores, a quienes acusan de haber aprobado la ley para satisfacer al poderoso magnate australiano Rupert Murdoch, quien así podrá incrementar la presencia de su emporio *News Corporation* en el Reino Unido y consolidar el monopolio satelital de su empresa Sky. Críticos, como el profesor Robert McChesney, sostienen que la nueva ley es el pago que los laboristas tuvieron que hacer como compensación por el apoyo recibido del poderoso tabloide *The Sun* y del también influyente estándar *The Times*, ambos propiedad de Murdoch. Los críticos argumentan que llevar la BBC completamente al plano digital es poner su futuro en manos de la única operadora satelital del país, la empresa Sky, de Murdoch.



Acceso digital de la radio

*La BBC luce como
un dinosaurio,
aún fuerte y activo,
pero operando
en un ambiente cada
vez más reticente
a aceptar la
participación*



La consola central de la radio internacional

Tecnología de dominación

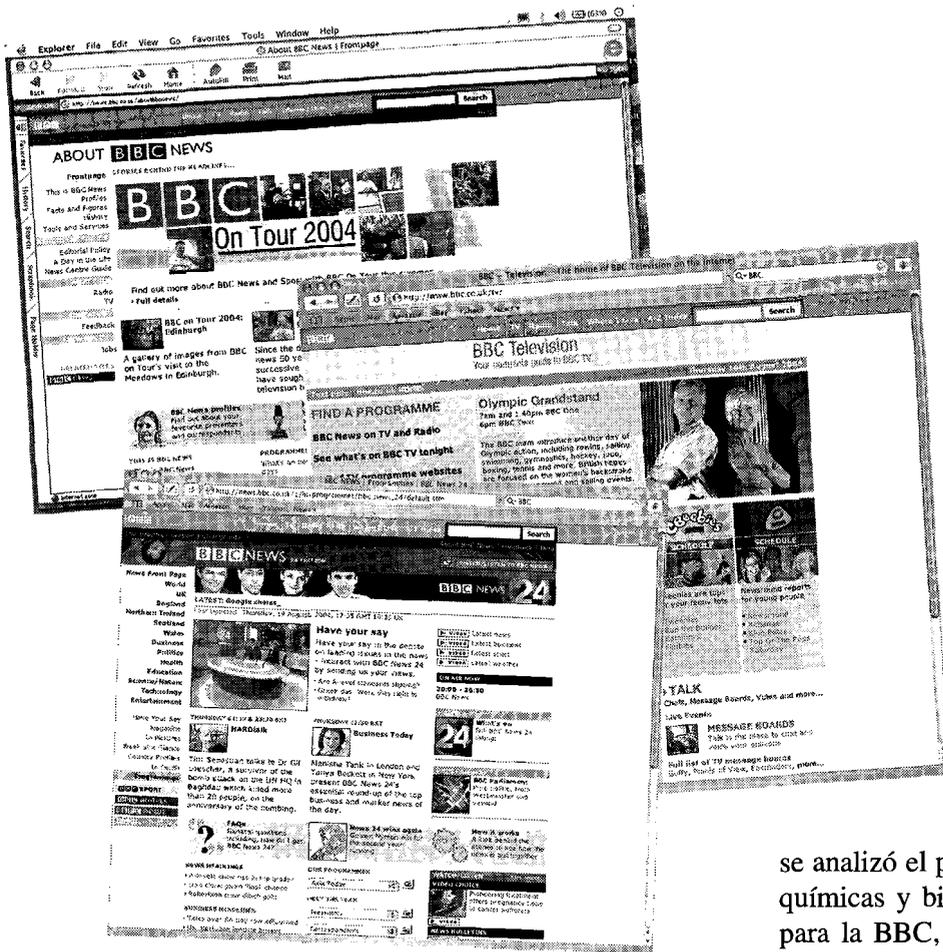
Sin embargo, el problema para la BBC no es tanto la nueva ley sino las tecnologías sobre las cuales se fundamenta la ley. Lo cierto es que ya antes de la aprobación de la ley, la BBC enfrentaba unas condiciones muy diferentes que están reconfigurando el espectro mediático en el Reino Unido y que desde hace más de 10 años están poniendo en aprietos a la corporación pública.

En primer lugar, la BBC ya ha pasado a ser de facto un proveedor de contenido, perdiendo su independencia de transmisión. Hoy por hoy, más del 50 por ciento de los hogares británicos reciben televisión satelital o por cable, por lo que la BBC debe pagar tanto a Sky -quien posee el monopolio legal satelital- como a otras empresas de cable por *transmitir* lo que debería ser un servicio público universalmente accesible. La nueva ley solo confirma lo que ya estaba sucediendo y, peor aún, no hace provisión alguna para garantizar acceso gratuito de los ciudadanos a televisión y radio de servicio público.

En segundo lugar, la introducción de tecnologías digitales y satelitales ha permitido el surgimiento de una multiplicidad de canales de bajo costo, provocando, consecuentemente, una fragmentación de las audiencias. Esto, por supuesto, aliena al ciudadano que paga la licencia de televisión, ya que debe cancelar no solo su licencia de televisión, sino además el servicio de televisión por satélite o cable. Estadísticas oficiales señalan ahora que la evasión fiscal, en relación a este impuesto, se ha más que duplicado en los últimos diez años.

La BBC responde

La *tia abuela*, como se conoce entre los círculos cercanos a la BBC, no se ha quedado de brazos cruzados. Bajo la dirección de Greg Dyke, la corporación lanzó nuevos canales digitales, tanto de radio como televisión, para nichos de mercado específicos. Niños, jóvenes y minorías tienen ahora sus propios canales, mientras que la página web se ha convertido en una de las más visitadas del mundo. Dyke incluso anunció que los contenidos históricos



BBC de libre acceso en la Internet

La BBC ha pasado a ser, de facto, un proveedor de contenidos perdiendo su independencia de transmisión

de la BBC (que incluyen más de 300 mil programas de radio y televisión) se pondrían gratuitamente al acceso de todos en la red. La idea era competir en la era digital ofreciendo a la gente acceso gratis y universal. Una idea no muy bien vista por las corporaciones privadas, pero que de concretarse imprimiría una nueva lógica al mundo digital, ya que la comercialización de otros contenidos no sería sostenible en el tiempo. Pero esta oportunidad histórica se ha perdido ahora para siempre.

El Reporte Hutton, en el cual se analizó el presunto suicidio del experto en armas químicas y biológicas David Nelly, fue devastador para la BBC, al encontrar que las acusaciones hechas en el programa Today de Radio 4 por el periodista Andrew Gilligan fueron infundadas (aunque las armas de destrucción masiva en Irak siguen sin aparecer). La renuncia de Greg Dyke y Gavyn Davies, que habían apoyado en primera instancia la versión de Gilligan, no se hizo esperar y la corporación se vio no solo humillada sino además defenestrada.

El nuevo presidente ejecutivo de la BBC, Michael Grade, ahora busca un nuevo director ejecutivo para -como el mismo ha comentado- "continuar la loable labor de la corporación y llevarla exitosamente a la era digital". Grade, de hecho, ha sido recibido muy calurosamente, tanto por el personal de la BBC como por mucho de quienes apoyan la corporación. El problema es que Grade ya ha detenido los planes de Dyke de colocar todo el contenido histórico digital de forma gratuita en la red y ha ordenado revisar las operaciones de los nuevos canales digitales, a los cuales no descarta cerrar si no se justifican. Un mal comienzo para lo que debería ser una nueva era para la corporación. ❁

¿Qué mismo ocurre con la BBC?

El 9 de septiembre, la BBC desmintió al Financial Times que anunció la víspera la puesta en venta de BBC Worldwide, la división comercial internacional del grupo británico, asegurando que se invitó a Time Warner, Bertelsmann y Walt Disney a presentar ofertas para hacerse con la filial.

El jefe de prensa del ente público, Donald Steel, confirmó que se han mantenido conversaciones con los tres consorcios mediáticos, aunque no estuvieron centradas en esa venta. Steel negó que los tres grupos hayan sido "invitados para discutir posibles ofertas", como aseguró Financial Times, y aclaró que se trata de consultas enmarcadas en el actual proceso de revisión de BBC Worldwide.

"Estamos dialogando con gente, incluidas esas compañías, pero no solo hay empresas. Estamos haciendo consultas. Eso no significa sacar un negocio a la venta", explicó Steel. En un comunicado, la BBC insistió en que "estamos hablando con todos los que pueden hacer una contribución o que tienen una visión sobre nuestras operaciones comerciales, y les estamos muy agradecidos por su ayuda".

La versión del director general

En entrevista con The Guardian, el director general de la cadena, Mark Thompson, reconoció que planea una reestructuración de los distintos servicios, aunque negó que vaya a venderlos en bloque. Entre los productos que podrían cambiar de manos estarían BBC América y BBC Prime, las versiones del canal británico que se emiten en los Estados Unidos y en otros 100 países de todo el mundo, respectivamente.

El objetivo de esta liquidación sería acumular fondos de cara a la renovación del convenio con el Gobierno británico en 2006, lo que le permitiría financiar mejoras en sus servicios públicos. "Durante los diez próximos años vamos a necesitar amasar dinero para poder crear programas sensacionales", declaró Thompson.

El domingo 12 de septiembre, hablando en el programa Breakfast with Frost transmitido por BBC1, Thompson dijo que aunque descarta que BBC World Service esté en

venta, "sí existe un esfuerzo por explorar nuevas opciones comerciales y (lograr) la racionalización del servicio".

Lo que es BBC Worldwide

BBC Worldwide se creó en 1994 para coordinar las actividades comerciales de la BBC en todos sus medios. Para el ejercicio 2003-2004, logró ingresos por 986 millones de dólares, paradójicamente casi el mismo monto por el cual, supuestamente, se le quiere vender. La ganancia declarada, antes de intereses e impuestos, fue de 37 millones de dólares y el flujo de caja aumentó en 14 por ciento para ese año para un total de 212 millones de dólares.

Según Financial Times, la venta, además de los canales BBC America y BBC Prime, incluiría a 26 revistas, operaciones de mercadotecnia y la división de ventas internacionales del grupo.

BBC ha solicitado a Deutsche Bank, Rothschild, Morgan Stanley y CIBC que realicen una revisión de las actividades de BBC Worldwide, en un proceso que se cerrará a finales del año.

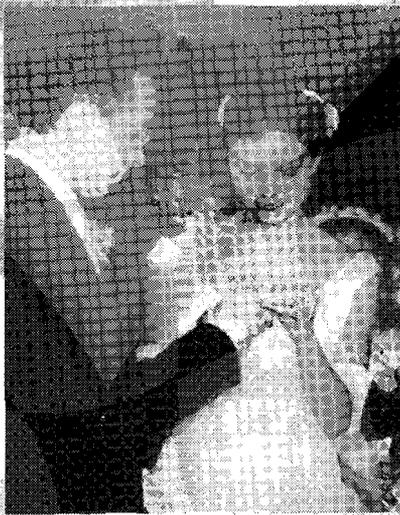
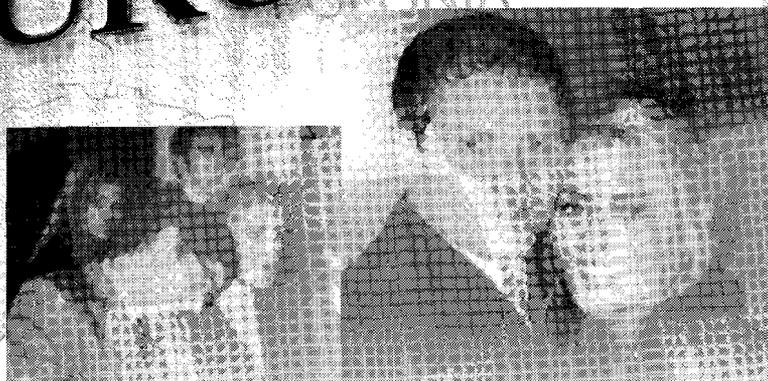
Decisión histórica

Recientemente, la BBC tomó la decisión histórica de suspender en los Estados Unidos las emisiones en onda corta de su servicio mundial, alegando que los oyentes ya las escuchan por Internet y, por lo tanto, éstas han quedado desfasadas.

Con el traslado de sus emisiones de onda corta a la Red la BBC se ahorró los 700 mil dólares que le que cuesta cada año rebotar su señal a los Estados Unidos. El millón y medio de radioyentes de las señales de onda corta en este país tendrán que ir a la página web de la cadena para escuchar la programación.

Como argumento de peso para convertir a los Estados Unidos en el primer país sin BBC hertziana, la cadena de radio británica destacó la gran penetración de Internet entre los radioyentes del país, estimados en 45 millones que para dentro de dos años podrían ser 70 millones. ●

EUROPA DEL ESTE



ITALIA

BULGARIA

EDONIA

en romance con
la telenovela
latinoamericana

Ramón Salgueiro ■

Todos los distribuidores de las telenovelas, en este sector de Europa, tienen siempre alguna anécdota que contar de situaciones emotivas acerca de los éxitos que tuvieron sus producciones en el público de aquellos países que, cuando estuvieron bajo la órbita comunista, se encontraban allende *la cortina de hierro*.

Este factor beneficia en mucho la producción latinoamericana, como la del canal venezolano Venevisión que le vendió a una televisora de Yugoslavia su telenovela *Kassandra*. La señal del canal era pirateada por Banjalunca, un pueblo de Bosnia ubicado en la frontera con Yugoslavia. Cuando la estación se enteró y cortó la señal, todo el pueblo de Banjalunca entró en una especie de crisis gubernamental y el gobierno tuvo que contactar al canal propietario para adquirir la novela y poder mantener la estabilidad política de la zona.

Pero la historia de la telenovela no terminó allí. Cuando la televisora de Serbia se enteró del fenómeno durante el conflicto armado en el que intervinieron las tropas de la OTAN, colocaron el culebrón venezolano para cubrir horarios de tregua bélica, ya que tanto los serbios como los albaneses reponían sus armas al tiempo que disfrutaban del cuento amoroso de Delia Fiallo.

Importante mercado

Y así, hay miles de anécdotas, porque Europa del Este se ha convertido en un mercado importante para las telenovelas, existiendo una marcada tendencia a programarlas por ser un producto de costo adecuado para las estaciones de televisión que, a cambio, les generan altos ratings.



Telenovelas románticas y sentimentales

En los últimos diez años se han vendido en Europa del Este más de 200 telenovelas

Ramón Salgueiro N., venezolano, estudios de periodismo, antropología y televisión en la República Checa. Realizador cinematográfico

Correo-e: Petra.Vostrac@czec.tv.cz

Web: www.orbita.starmedia.com/~salgueiro3



Recientemente han entrado al subcontinente varios nuevos enlatados, como *La mujer de Judas*, que ha recorrido arrasando por igual Rusia, Bielorusia, Uzbekistán, Turkistán, Azerbaijón, Kazakhs-tán, Tajikistán, Lituania, Latvia y Estonia.

De igual forma ha impactado *Juana la virgen*, que fue adquirida en Rumania, en tanto que *Angélica pecado* se vio en Hungría y *Ecomoda* en la República Checa.

Otras empresas

Pero no solo Venes-
sion ha hecho grandes nego-
cios. También la TV Globo de
Brasil ha puesto en circulación,
en una de las cadenas de televi-
sión de Rusia, varias novelas, ga-
nándose así la simpatía del público de
la región y títulos como *Terra Nostra* y *An-
dando en las nubes* han abierto el mercado al rubro
debido a su gran aceptación, llegando a tener una au-
diencia que jamás ha logrado producción audiovisual
alguna en todo el territorio

En Rusia existen clubes de fans, que han construido
un gran número de paginas web para que el público
pueda conocer a los artistas de las telenovelas, lo que
ha permitido que actores brasileños como Antonio Fa-
gundes, Raúl Cortey, Regina Duarte, Vera Fisher, Lu-
celia Santos y Gloria Pires, entre otros, sean tan cono-
cidos y admirados entre los jóvenes como cualquier es-
trella de cine o televisión norteamericanos.

A su vez, en Belgrado, las escuelas de idiomas se han
visto obligadas a abrir cursos de portugués, porque las

telenovelas son exhibidas regularmente con leyendas y
los telespectadores aspiran a aprender la lengua origi-
nal que se habla en los tremendos seriales brasileños.

Grandes ventas

Según fuentes de la industria, en los últimos diez
años se han vendido a Europa del Este más de 200
telenovelas, especialmente en Rusia, Hungría, Polon-
ia, Bulgaria, Rumania, República Checa, Esloven-
ia, Croacia, Yugoslavia y Latvia.

Las telenovelas brasileñas que más han destaca-
do en la región han sido *La esclava Isaura*, *Terra
nostra*, *Andando en las nubes*, *El rey del ganado*,
Mujeres de arena, *Por amor*, *Lazos de familia*,
Acuarela do Brasil y *Niña moza*.

Las producciones procedentes del Brasil, *Terra
nostra* y *El clon*, han tenido excelentes desempeños
de ventas y altos índices de sintonía, en un público
que goza con las andanzas de gentes y comunidades
bastante alejadas en la geografía, pero con iguales
problemas y preocupaciones.

Para Latinoamérica, este nuevo mercado ha sig-
nificado ingresos mayores a los 200 millones de dó-
lares y las ventas de los culebrones se sigue incre-
mentando progresivamente.

Al entrar al mercado productos exitosos como la
colombiana *Betty la fea*, ha aumentado la confianza en
la compra de este tipo de producto. La cinta se ha ven-
dido en Polonia, Hungría, República Checa y Eslova-
quia, garantizando una fuerte posición de la imagen la-
tina dentro de la televisión de la Europa Oriental.

Importante mercado

Por todo esto, Europa del Este se ha constituido en
uno de los principales mercados de las televisoras lati-
noamericanas. En el año 1997 representaba el ocho por
ciento de las ventas totales. Para 1999 fue del 28 por
ciento y actualmente es del 40 por ciento de las ventas.

Otros distribuidores del género han colocado sus
productos en el mercado, como la telenovela argen-
tina que tuvo la particularidad de cautivar audiencias

por la mezcla entre la esencia latina de las historias con el *look* europeo de nuestras producciones y nuestras estrellas .

Es así como Telefé Internacional han vendido varios programas en la región. Éxitos como *Muñeca brava* han sido emitidos en países como Rusia, Polonia, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Países Bálticos, Bosnia, Macedonia, Rumania, Bulgaria.

Otros productos de catálogos como *Yago*, *Luna salvaje*, *Verano eterno*, *Perla negra*, *Enamórate* y recientemente *Kachorra* y *Rebelde way*, entre otros, están siendo colocados progresivamente en la mayoría de los países apartados por la extinta cortina de hierro.

El futuro

Para la productora Tepuy, Europa del Este se ha convertido en uno de sus principales mercados y, lo más importante, sigue estando llena de oportunidades de ventas para los ojos de la empresa. Esta confianza le ha dado a Tepuy una fuente continua de negocios.

Se puede decir, sin temor a equivocarse, que la Europa ex-socialista se ha enamorado de las telenovelas, sobre todo de las clásicas, con actores guapos y famosos, historias apasionadas y ambientes bonitos

El público, cada vez más, está abierto a otros tipos de novelas, como las modernas, con caras nuevas, música de nueva factura y elementos diferentes incluidos en la trama, como el toque de humor que trajo inserto *Betty la fea*.

A pesar de la aceptación y de la apertura de los televidentes, los canales de la región ya han empezado a cambiar su estrategias de compra y han comenzado a ser más selectivos a la hora de escoger el producto.

Lo que ha originado esta reacción de las televisoras de Europa del Este es que algunas de las novelas han bajado puntos en la programación habitual, a causa de que muchas fueron compradas por el precio y no



Para Latinoamérica este mercado ha significado ingresos mayores a los 200 millones de dólares y la venta de culebrones sigue aumentando

por la calidad de la producción. Tras depurarlas, se han dado cuenta que no todas las telenovelas funcionan igual y se han tornado más selectivos, permitiendo así que el género continúe gustando.

Nuevas producciones

Se espera que las nuevas producciones de Comarex, que han sido adquiridas por estos países del viejo continente, alcancen a superar los márgenes de éxito que han tenido *Kassandra*, *Betty la fea* y *Manuela*.

Entre estos nuevos títulos se encuentran *Azul tequila*, *Mirada de mujer*, *Golpe bajo*, *Nada personal*, *Cuando seas mía* y *Romántica obsesión*.

El único peligro que tendrán que afrontar las telenovelas está en las legislaciones de estos países, que han empezado a exigir una mayor producción nacional, obligando a que algunos espacios de telenovelas extranjeras sean reemplazados con programas de producción propia e inclusive telenovelas locales.

Si bien es cierto que una telenovela exitosa es aquella que reúne todos los requisitos para convertirse en un suceso, siempre se seguirán vendiendo, aunque ahora el comprador exige más, porque existe mucha más oferta y tiene la posibilidad de elegir lo que mejor se adapte a sus necesidades y porque tiene menos espacios donde programar este tipo de programas.

Sin embargo, en algunos países, el número de espacios al día dedicados al género sigue siendo muy importante. Por ejemplo, en la República Checa el canal privado de mayor sintonía en el país, Nova, dedica 10 horas semanales a las telenovelas, al igual que Romántica, un canal digital que transmite las 24 horas del día solo telenovelas.

En Eslovaquia, Marquiza y Tv Joj, los canales de mayor audiencia, también le dedican 10 horas al género. Se debe aclarar que Tv Joj es solo una sucursal del canal privado de televisión de la República Checa, lo que significa que la programación sea prácticamente la misma del canal Checo.

Quién iba a pensar que, un género tan criticado por los intelectuales latinoamericanos, sería el que nos abriera las puertas dentro del mercado de la imagen y, más aún, quién podría creer que llegara a gustar tanto. Bien lo dice el refrán que "nadie es profeta en su propia tierra".

El éxito de Delia Fiallo

La fórmula del éxito de esta guionista ha sido de lo más sencilla: "muchacha pobre que se enamora de muchacho rico y un final feliz". Tal vez en Latinoamérica ya conocemos esa ecuación matemática y por eso nos parece superficial, pero cuando vamos a Europa y descubrimos la gran cantidad de conflictos existentes con las minorías étnicas, nos puede llegar a sorprender que una telenovela como *Kassandra*, en la cual la protagonista principal es una gitana, logre altos índices de audiencia.

Esto lleva a la pregunta: ¿cuál es el secreto de la mencionada ecuación de Delia? La República Checa, Eslovaquia, Hungría y Yugoslavia, en donde las minorías gitanas sufren de la intolerancia de la ciudadanía de estos pueblos, gracias a *Kassandra* han mejorado un poco su situación.





Prensa especializada en Europa del Este

La verdad es que temas controversiales como *Kassandra*, o novedosos como *Betty la fea*, han ampliado las posibilidades de ventas en esta parte de Europa.

Por eso, la empresa argentina Claxson ha decidido dar respuesta a la necesidad de facilitar el comercio entre América Latina y el viejo

mundo, abriendo nuevas oficinas comerciales en España y así poder penetrar no solo el mercado de Europa del Este, sino también el del sector occidental.

Esta iniciativa, en tiempos de crisis como los que vive la televisión latinoamericana, sobre todo la de carácter pagado, es una aventura y constituye un buen paso. Europa afronta un momento muy especial, porque está en un proceso de evolución de plataformas que lleva a la creación de nuevas señales y nuevos contenidos y produce una cada vez mejor masa crítica de audiencia televisiva. ●

***En Rusia existen
clubes de fans que
han construido gran
número de páginas
web para que el público
pueda conocer a sus
artistas de telenovelas***

Telenovela con sabor alemán

La Deutsche Welle informó a fines de agosto que para el otoño hará su entrada en la televisión pública de Alemania la primera telenovela germana titulada *Bianca- caminos hacia la felicidad*. La decisión fue tomada por la segunda cadena de la televisión alemana, ZDF, y el programa se difundirá a media tarde con el nombre que le corresponde *Telenovela*, así, en castellano.

El clásico argumento

En la producción participaron también Austria y Suiza y pretende cautivar, principalmente, al público femenino, de más de 20 años, recurriendo a los mismos ingredientes que desde hace años mantienen pegados a las pantallas del televisor a millones de latinoamericanos, desde México hasta Argentina y Chile: amor, dolor y un garantizado final feliz.

Latinoamérica al gusto europeo

Un elemento clave de la producción alemana es que el desenlace está predeterminado, no como en otras producciones por capítulos, conocidas como *daily soaps*, que se pueden extender hasta el infinito, con final abierto. La duración de *Bianca* no dependerá de los niveles de sintonía, sino que la historia terminará tras 200 episodios, sea cual fuere la cuota de espectadores.

El rodaje de *Bianca*, que se realiza en los estudios cinematográficos Babelsberg, en las cercanías de Berlín, supone una novedad para los alemanes. Hasta ahora se consideraba que lo máximo que se podía producir diariamente eran 22 minutos de programa, en lo que el modelo latinoamericano ha resultado un ejemplo por seguir.

La incógnita pendiente ahora es si el público alemán también estará dispuesto a seguir diariamente el relato. Entre los pocos antecedentes disponibles está el de la producción brasileña *La esclava Isaura*, que se difundió en la televisión germana a fines de 1986, en una versión recortada, de solo 40 capítulos, para la exportación.

Televisión digital y nueva televidencia



Carlos Eduardo Cortés S. ■

En la llamada *sociedad de la información* vivimos una acelerada transformación, impulsada por nuevos medios para crear y comunicar, mediante tecnologías digitales. Se están digitalizando flujos de información, comunicaciones y mecanismos de coordinación en muchos sectores de la sociedad. Y ello se traduce, incluso, en la aparición progresiva de nuevas formas de organización social y productiva.

En ese sentido, la actual transición digital de la televisión y la radio es un proceso planetario, cu-

yo origen se da en las sociedades industrializadas más maduras, pero involucra y afecta de inmediato a los demás países (Katz & Hilbert, *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile: CEPAL, 2003).

La televisión analógica de hoy es una tecnología aislada de otros medios, que codifica y decodifica generaciones de señales de video, con la consecuente pérdida de resolución de la imagen. En cambio, la televisión digital (DTV o *digital television*), funciona con archivos digitales que se transcodifican a diversos servicios de video.

■ Carlos Eduardo Cortés S., colombiano, comunicador social, docente y consultor de nuevas tecnologías. Actualmente, editor de la revista TV Technology América Latina para IMAS Publishing Group, en los Estados Unidos. Correo-e: Ccort4@aol.com

Vivimos una acelerada transformación impulsada por nuevos medios para crear y comunicar mediante tecnologías digitales

Y como un archivo digital es siempre un archivo digital, no importa si hablamos de un archivo de video para televisión, o de audio para radio, o de texto para prensa, o un archivo HTML para un sitio Web en Internet.

Por lo tanto, la DTV es multimedial por naturaleza. Sus contenidos ya no se distribuyen solo en televisión abierta y sistemas de cable y satélite; también convergen en redes telemáticas y dispositivos de comunicación móvil inalámbrica.

En otras palabras, la llamada transición digital, acelerada por Internet, la banda ancha del espectro electromagnético y el uso extendido de computadoras y redes, nos hace pasar de una televisión analógica basada en la difusión, a un conjunto de servicios de video digital sustentados en el acceso.

La DTV terrestre, cuya señal abierta puede sintonizarse con antenas internas conectadas a un televisor digital (o uno analógico conectado a una caja decodificadora), ofrece hoy recepción móvil de video, acceso de alta velocidad a Internet y datos multimediales.

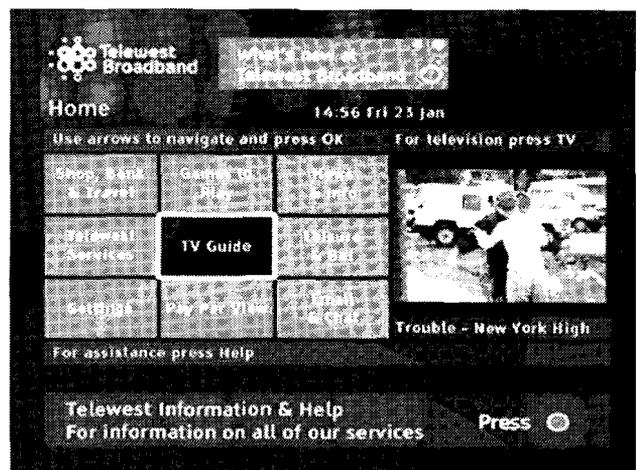
Además, la teledifusión digital usa el espectro de radiofrecuencia en una forma mucho más eficiente que la analógica. Es decir, puede difundir de cuatro a cinco señales digitales simultáneas, con calidad de DVD, en la misma porción de espectro que hoy requiere un canal analógico. Y todos ellos pueden ofrecer sonido con calidad de CD, y con servicios interactivos como video a la carta, telecompras y transacciones bancarias, entre otros.

Aclarando términos

Con la transición digital no solo los gobiernos se benefician al liberar el espectro electromagnético para renegociarlo en subastas públicas y usarlo en otros servicios de telecomunicaciones. Por su parte, una vez digitalizada su transmisión, los teledifusores también pueden crear nuevos servicios y modelos de negocio para satisfacer al televidente del siglo XXI, cuyo lema es: "lo que quiera, cuando quiera".

El servicio *premium* de televisión digital es la HDTV (*High Definition Televisión* o televisión de alta definición), de mejor calidad que el DVD. Pero, para poder verla, hay que tener acceso a señales digitales de alta definición y adquirir un televisor digital de HDTV, que hoy puede costar entre mil y 12.000 dólares.

Esto va a requerir todavía un tiempo en el mundo, y especialmente en América Latina, tal como ocurrió cuando se introdujeron los primeros teléfonos celulares.



Pantallas de manejo digital



Grandes estudios digitalizados

***La televisión
digital tiene canales
múltiples, sonido
envolvente y
características
ampliadas para
difusión de datos***

Pero, por ejemplo, en los Estados Unidos, a mediados de 2004 ya había más de 1.400 estaciones de DTV en el aire, en 207 áreas metropolitanas, con lo cual la cobertura de DTV ya alcanzaba el 99,7 por ciento de los hogares con televisión en ese país.

Sin embargo, el ciudadano común, que todavía es un televidente analógico, se mantiene sumido en una confusión de términos, incluso debido al abuso de los acrónimos por parte de los medios de comunicación. Veamos:

1) La DTV básica es de definición estándar (SDTV, por *Standard Definition Television*), mucho mejor que la actual imagen televisiva analógica, sin llegar a ser HDTV, en la cual también cuenta la distancia de la mirada.

2) HDTV, por su parte, no es sinónimo de digital. Se ha buscado como el 'Santo Grial' televisivo desde los años 30, y la obtuvo la Japan Broadcasting Corporation, NHK, en forma analógica, desde 1964, de manera que una alta resolución no se consigue sólo por vía digital. Incluso ahora, NHK ya trabaja en el formato sucesor de la HDTV: la *Ultra High Definition Video* o UHDV, con una resolución 16 veces más grande que la HD.

3) Alta definición y proporción o relación de aspecto (*aspect ratio*), de pantalla ancha, no son equivalentes.

La resolución de un monitor de computadora equivale a la alta definición televisiva en términos de píxeles, pero su proporción más común de pantalla, igual que la de los televisores comunes, es 4:3 (es decir, cuatro partes horizontales por tres verticales), mientras que la llamada pantalla ancha tiene proporción 16:9 (o sea, 16 partes horizontales por nueve verticales).

Quizás lo que resulta más confuso es que la letra D se refiera al mismo tiempo a Digital y a Definición, con lo cual muchos conceptos se entrecruzan.

Lamentablemente, el significado exacto de la *televisión digital* también varía, dependiendo del campo en discusión, donde la HDTV es apenas una cualidad posible.

Desde el punto de vista de los **servicios para el televidente**, la televisión digital puede presentarse como un nuevo servicio televisivo con canales múltiples (*multiplexing o multicasting*), sonido envolvente (*surround*) y características ampliadas para difusión de datos (*enhanced television*), todo ello en definición digital estándar.

Eventualmente, puede incluir la alta definición, en pantalla ancha, y así está ocurriendo en muchos servicios digitales por suscripción, tanto en los Estados Unidos como en Europa y Asia.

Pero, estas características no necesariamente van todas juntas, pues existen combinaciones ligadas al mayor o menor uso de un recurso escaso, como es la banda ancha del espectro radioeléctrico.

En la **producción y la posproducción** televisiva, la DTV ya es un hecho corriente, incluso en América Latina, dado que hablamos de la presencia de cámaras, *camcorders*, videograbadoras, *switchers* y servidores de video, entre otros dispositivos, cuya característica común es su base tecnológica digital.

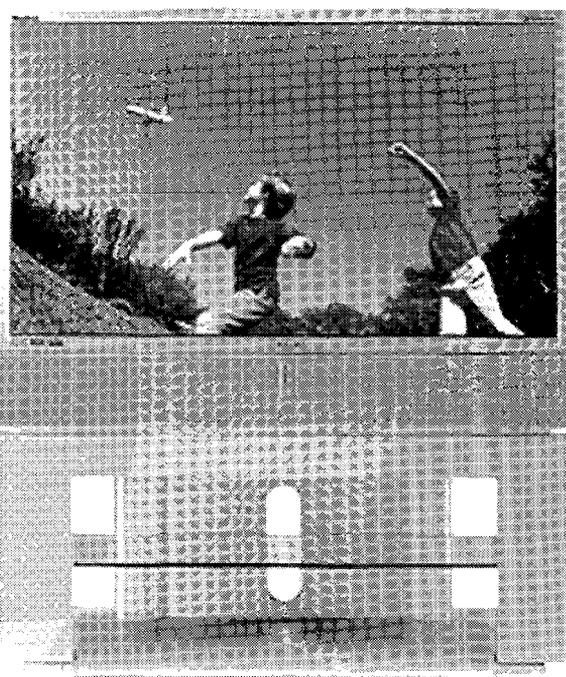
Por último, al hablar de **distribución y transmisión**, la DTV significa un cambio total de los procesos analógicos actuales, para poder enviar video, audio y datos en forma digital, hasta los destinatarios.

Y aunque la meta esté todavía lejos, la transición digital ya está cambiando por entero la forma en que vemos, escuchamos, usamos y consumimos la televisión.

Un poco de historia

Tras una década de desarrollo, la DTV ya se está implementando en los Estados Unidos, Canadá, Australia y algunos países de Europa y Asia.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) definió en los años 1990 los principales estándares para la teledifusión digital terrestre, con lo cual se inició el actual movimiento mundial de migración o transición hacia la digitalización total de la producción y la transmisión de televisión.



Producción y posproducción en el terreno

El estándar digital estadounidense ATSC se publicó en mayo de 1993 y obtuvo aprobación federal el 16 de septiembre de 1995. Desde 1997, la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos (FCC) asignó una porción del espectro radioeléctrico para la DTV y estableció el plazo del 31 de diciembre de 2006, para completarla.

El DVB Project, consorcio iniciador de la DTV en Europa, se creó el 10 de septiembre de 1993 y lanzó su estándar DVB (Digital Video Broadcasting), en 1995, no solo para televisión terrestre, sino también de cable y satelital.

En 2003, el estándar japonés ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting) se puso en funcionamiento con servicios móviles y fijos que ya aprovechan la experiencia adquirida por sus antecesores.

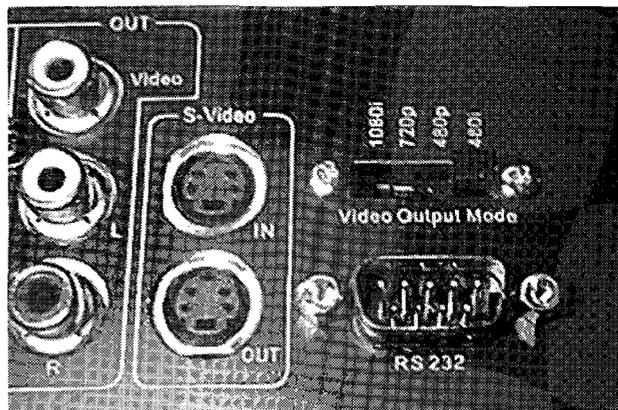
También se habla ahora de la posibilidad de un nuevo estándar *no alineado*, que podría involucrar a China, Brasil, Argentina, Chile e India, entre otros países interesados, y vendría a ser una norma técnica de *segunda generación*.

En Latinoamérica, Argentina, en 1998, y México, en 2004, optaron oficialmente por la norma estadounidense. Por su parte, Brasil continúa un prolongado proceso de estudio que podría culminar, en 2005, con su propia norma, su participación en el esquema no alineado o la simple adopción de uno de los estándares ya existentes.

Los demás países están a la espera de esas decisiones, dadas las consecuencias en las dimensiones del mercado resultante.

En el plano internacional, la AIR (Asociación Internacional de Radiodifusión) ya viene tratando el tema de la televisión abierta digital terrestre desde el año 2000. Su XXX asamblea general ordinaria definió: “el objetivo final de lograr la adopción de un sistema o norma común para las Américas -Región II- respetando el ancho de banda de dicha región

La teledifusión digital usa el espectro de radiofrecuencia en una forma mucho más eficiente que la analógica



Sofisticados paneles de acceso

(6mhz), según lo establecido por la UIT, ofreciendo la mayor cantidad de prestaciones posibles en cuanto a calidades y/o servicios para los usuarios”.

Por su parte, la CITEI (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones), de la Organización de los Estados Americanos (OEA), resolvió en 2003 “(1) alentar a los Estados miembros a adoptar e implementar una norma común de radiodifusión de Televisión Terrenal Digital. (2) Trabajar juntos para alentar la transición exitosa de la tecnología de televisión terrenal analógica a la digital, tan rápido como sea posible, reconociendo las condiciones económicas y sociales de cada país”.

En mayo de 2004 se realizó la primera reunión de la Conferencia Regional de Radiocomunicaciones (CRR-04) para la planificación del servicio de radiodifusión digital terrenal (radio y televisión), en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

La segunda reunión se efectuará entre 2005 y 2006, y su mayor desafío es hallar maneras de lograr que la difusión digital opere en forma simultánea con la analógica, la cual tendrá que mantenerse en funcionamiento hasta que el mercado y las economías de escala permitan reemplazar los televisores y los receptores de radio.

Desaparición de fronteras

Una de las principales consecuencias de la transición digital es la desaparición de varias fronteras tradicionales.

Con nuevos modelos de negocios, como la interactividad, la alta definición y los datos, entre otros posibles, se borran las fronteras entre medios impresos y electrónicos (multimedialidad), y entre modalidades de televisión (abierta y por suscripción).

A su vez, las fronteras entre las industrias de computadoras y de electrodomésticos también se están desvaneciendo. Durante la convención de la Consumer Electronics Association (CEA), realizada en enero de 2004, en Las Vegas, se afirmó que más de 350 millones de dispositivos digitales serán vendidos en 2004, tan solo en los Estados Unidos.

Al mismo tiempo, los servicios móviles de DTV están cada vez más vinculados con nuevos sistemas de redes inalámbricas. Por ejemplo, las redes Wireless Fidelity (Wi-Fi), cuyo alcance no rebasa los 50 metros y están disponibles desde 1999 en computadoras portátiles, son hoy un estándar dominante.

Wi-Fi ya ofrece acceso a Internet en hogares, oficinas, instituciones educativas, aeropuertos, cafés y hoteles en todo el mundo. Se espera que, para 2006, cien millones de personas estén usando sus beneficios en todo el planeta.

Para ese mismo año, se pronostica el uso comercial de una versión de Wi-Fi para área extensa, llamada WiMax, que tendrá un alcance de 50 kilómetros y será comparable a una red de teléfonos móviles, pero sin saturaciones ni interferencias.

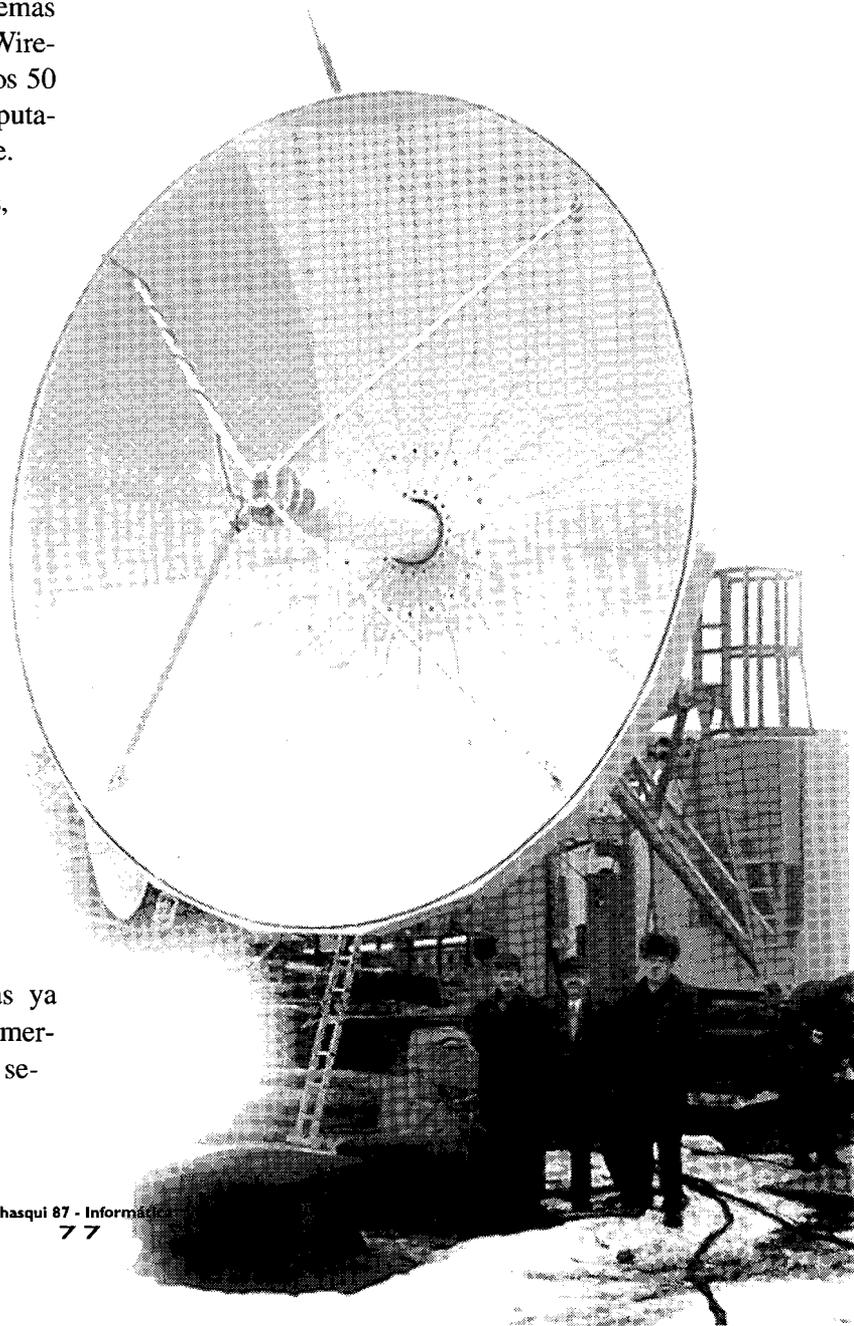
Finalmente, las *Mesh Networks* (redes en malla o *ad hoc*) constituyen un sistema de cooperación entre redes inalámbricas, basado en el uso de dispositivos móviles, que pueden brindar acceso de alta velocidad a Internet a costos inferiores a los sistemas de cable o las líneas telefónicas digitales.

Panorama

Si bien todas las mencionadas tecnologías ya existen y muchas de ellas se están aplicando comercialmente, el cambio total a la DTV terrestre no será sencillo ni barato.

Nadie sabe si las computadoras y otros dispositivos lograrán arrebatarle al televisor su lugar central en la *sociedad de la información*, pero es un hecho que, ante la aplicación viable de la computación distribuida inalámbrica y todos estos nuevos servicios, ya estamos frente a la transformación radical de la producción y la distribución televisiva, y de las formas *analógicas* de televidencia.

Según la llamada *ley de Beacham*, a medida que mejora la tecnología, hay un descenso correspondiente en la excelencia de la programación televisiva. Falta ver si quedan buenos programas cuando Latinoamérica disponga de televisión digital. ●



Errores comunes en el lenguaje periodístico

Verbo, belleza y política

Juan Manuel Rodríguez ■

El mes de junio comenzó en Ecuador con signos contrapuestos: ante la algazara de una elección de bellezas internacionales, el gobierno padecía los estragos de sus desaciertos e ineficacia. Frente a estas situaciones, y contagiado por ambientes tan disímiles del circo social, esfero en mano me asomo a la ventana de los borregos desconcertados para extraer frases, que no imágenes, de la televisión. Comparo los mensajes. Desilusión, inestabilidad y zozobra por un lado; por el otro, aire festivo, carnaval y esperanza en que la candidata ecuatoriana haga un papel más decoroso en el concurso de Miss Universo que el mandatario en la pasarela política. La parafernalia alrededor del certamen y el despliegue informativo asustan. Estamos tan desamparados que atribuimos una exagerada trascendencia a lo que en otros lugares es solamente un evento galante. Hay que cacarear lo insólito para no morir de desilusión, inmovilismo y fastidio. En una sociedad frígida, la más pequeña distracción se convierte en un tremendo orgasmo.

Sicólogos y sociólogos han repetido hasta el agotamiento que la violencia de los programas televisados genera una sociedad violenta. No. Puede ser que

influncien, que tal vez inciten, pero nadie ha demostrado todavía una relación causa efecto. Lo que observo en este medio es la violencia contra el idioma; la crueldad y el crimen en el uso de la palabra son de tales dimensiones que sobrecoge la sarta de disparates, y ese decir sí influye en los televidentes que, por una fatigosa redundancia, van aprendiendo un habla errada, boba y descompuesta. Todos los ejemplos han sido recogidos al azar de un día algo anormal de información televisada, el uno de junio, y son expresiones de periodistas, no de entrevistados.

Para hacer el enlace y pasar de un tema a otro, la anunciadora señala: “Y ahora tenemos la información de carácter *política*” (canal 10). Este problema de género se produce porque *información* es palabra femenina y *carácter* es masculino. El término política, según la anunciadora, parece que concuerda en género con información, entonces coloca *carácter política*. Pero ¿con quién concuerda el adjetivo *política*? Ese es el gran dilema. Lo correcto hubiera sido “información de carácter político”, y mucho más claro y preciso: “información política”, sin añadir “carácter”, con lo cual se ha salvado el escollo y la frase es más clara y breve. El locutor se refiere luego a los

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción. docente del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.
Correo-e: juan@mail.usfq.edu.ec

deportes y en voz en off indica: “han manifestado *de* que” (10). El error es el dequeísmo. Manifestar no exige preposición para el complemento, se manifiesta algo, luego “han manifestado que”. Y ahora la pieza brillante y esplendente. Un tono lírico y vibrante empieza a engalantar el idioma para referirse a la belleza de las candidatas al certamen y dice: “las miradas *halagueñas*”(10) y “las piernas *embebecidas*” (10), qué bonito suena. El locutor tan campante supone que el estro de la poesía le nimba el cerebro. Pero lo que la inspiración le nimba es la impropiedad. Las miradas son halagueñas, este término exige la diéresis para dar sonido a la letra /u/, que de otro modo es muda, lo mismo sucede con vergüenza, no pronunciamos /verguenza/. ¿Las señoritas pueden tener las piernas embebecidas? Tal vez, supongo, mantuvieron las piernas sumergidas en una piscina, o estuvieron saltando charcos, y los tales miembros, como esponjas, chuparon el agua. A menudo, el intentar ser elegantes con el idioma conduce al ridículo.

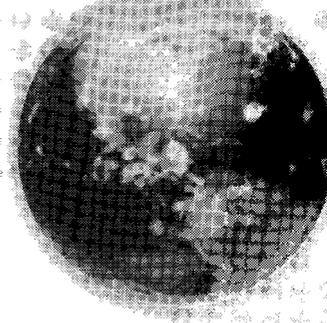
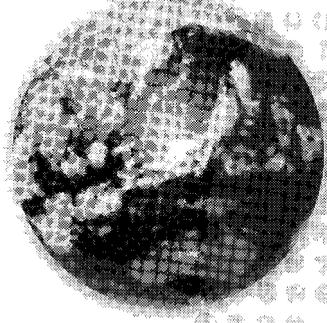
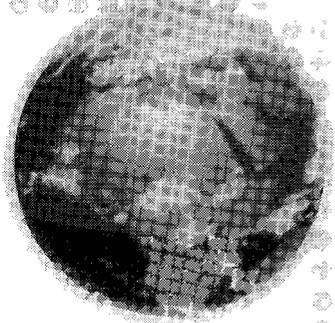
Cambio el canal. “Un sismo sacudió *al* oeste del país” (canal 8). El error se produce por usar preposición para colocar el complemento directo. Si se hubiera sacudido a una persona, el verbo exigiría la preposición, pero en este caso, queda bien expresado sin ella: “un sismo sacudió el oeste del país”. En un cartel que lee la locutora se indica: “En Ecuador medio millón de niños *sufren de* algún tipo de desnutrición” (8). Nuevamente falla en el régimen preposicional y el número del verbo. Bastaría escribir que “medio millón de niños *sufre* algún tipo de desnutrición”. ¿Hay tipos de desnutrición? No lo sé. Quizá lo más acertado hubiera sido escribir y leer: “En Ecuador medio millón de niños *sufre* desnutrición”, sin tipos, subtipos ni clasificaciones.

Urge otro cambio de canal. La cámara se halla en el recibidor del hotel, ahora decimos *lobby*, que nos da mayor prestigio por chapurrear el inglés. La comentarista nos explica que “las famosas *sabían cómo* esquivar *a* las cámaras” (canal 4). Nuevamente la preposición *a* es innecesaria. Se esquivaba a Matilde, pero no se esquivan *a* las cámaras, solamente se esquivan las cámaras. Para lograr continuidad y hacer

el enlace al lugar del concurso, la locutora improvisa: “Vamos a ver cómo está el ambiente *final* del ensayo *final*” (4). Sin comentarios. Y antes de acabar mi paseo auditivo por este desconcierto, escucho lo siguiente: “la reunión *a* realizarse” (4). Lo castizo es “la reunión *por* realizarse”, o sea, la reunión que se realizará o la reunión que será realizada. Las expresiones pasivas exigen la preposición *por*. Diremos “los temas *por* tratar”, no “los temas *a* tratar”; diremos “me faltan muchos pasos *por* dar”, no “me faltan muchos pasos *a* dar”; diremos “tengo muchos deberes *por* hacer”, y no “tengo muchos deberes *a* hacer”. Caso parecido, pero diferente, es “*vamos a dar* un paseo”. En este ejemplo el verbo conjugado se une en una perífrasis verbal con preposición más un infinitivo y es correcto.

Pocas horas antes de la elección, una de las organizadoras aclaró con confianza y piedad que “todo (en la elección) depende de Dios”. Pero como perdimos, creo que Dios no formaba parte del jurado, o tal vez sí estaba en el tribunal, pero parcializado por la señorita de Australia, pues Él también debe tener sus gustos, opiniones y simpatías. Aunque quizá fuera mejor dejar a Dios alejado de estos concursos galantes para que sean los humanos los que escojan a Miss Universo. Meter a la divinidad en asuntos intrascendentes resulta perjudicial, pues donde se mete a Dios suele también andar rondando el demonio. Y creo que bastante trabajo tuvo el demonio en esta jornada, seguramente el causante de tantos errores estilísticos en la información de un día irregular de noticias.

Para sacar a los dos personajes del embrollo, sugiero a los periodistas de la televisión que aprovechen las grabaciones de los canales para verse y oírse. Al verse acrecientan su ego y ganan en apostura, al oírse es posible que adviertan sus errores, manejen con mucho tino la improvisación, siempre difícil, y no nos violenten y torturen con tan reiterados errores. Evitar el ruido en el proceso de información embellece y concede credibilidad a las cabezas parlantes. De lo contrario se exponen al diario ridículo, en las tres programaciones noticiosas. Demasiadas para ser tolerantes y sufrirlos. ●



Periscopio Tecnológico

Red de *zombis* amenaza a los usuarios de PC

Grandes redes de computadoras personales son alquiladas, sin el conocimiento de sus dueños, a *spammers*, sabotadores digitales y estafadores y los aparatos han sido infectados por un virus informático que los convierte en *zombis*, ya que obedecen los comandos de un controlador desconocido y con malas intenciones.

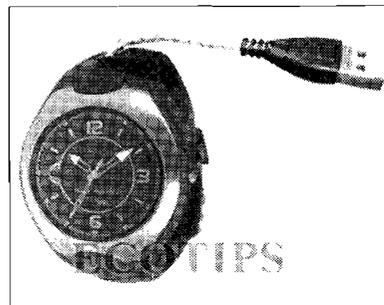
Un informe divulgado en la red en julio precisó que si se conectan todos los ordenadores con vínculos de ese tipo, el resultado es una poderosa red de PC *zombis* que los expertos en seguridad denominan *botnet*, término utilizado para describir múltiples programas interconectados. "Los piratas de la programación -a menudo adolescentes que operan desde su dormitorio- venden los servicios de estas redes a cualquiera que desee cometer delitos en Internet. Pequeños grupos de jóvenes están creando una fuerte red de entre 10.000 y 30.000 computadoras y alquilándolas a cualquiera que tenga el dinero", dijo un miembro de la unidad de crímenes informáticos de Scotland Yard.

Técnicos consultados en Quito aconsejan independizar la línea telefónica cuando no esté conectada a la PC para acceso al Internet. De esa forma nuestra computadora no podrá ser utilizada subrepticamente con el objetivo descrito.

Reloj Disco Rígido Removible

Acaba de ponerse en venta un reloj de muñeca que combina su uso acostumbrado con la capacidad de almacenar data en una capacidad de 128 Mb de memoria y se provee al usuario incluyendo cable USB incorporado y escondido dentro del Reloj).

El singular artefacto no requiere drivers con Windows ME, 2000 ó XP y es Plug and play, es decir, se conecta y está listo para el uso y viene con un cable de extensión USB (además del que trae incorporado al reloj).



Entre otras ventajas, es contra agua y golpes, puede portar en su interior documentos, archivos y música, graba videos de recuerdo y las fotos que el usuario desee con la mayor confidencialidad posible, a menos que entregue su reloj a otra persona o lo olvide en la mesa de noche.

México adoptará televisión digital

México dio en julio el primer paso hacia la adopción de la televisión digital, al establecer un calendario para que las empresas televisoras se sumen paulatinamente al sistema, que permite ver televisión con calidad de cine y sonido de disco compacto. La conversión total de la televisión tradicional a la de alta definición se completará hasta el 2021

A nivel nacional, hay siete canales de televisión abierta, tres de Televisa, dos de TV Azteca y dos canales del Estado.

Para el 2006 deberá haber al menos dos canales digitales comerciales en nueve grandes ciudades del país y las fronterizas con los Estados Unidos, entre ellas, México D.F., Monterrey y Guadalajara.

Durante el período de transición, por cada canal tradicional -analógico- se tendrá que establecer un nuevo canal digital. Más del 90 por ciento de los 104 millones de habitantes de México cuenta con televisión.

Sony lanzó un nuevo walkman

En 1979, la japonesa Sony puso en el mercado su walkman portátil para oír música, y 25 años después anunció el lanzamiento de su Network Walkman NW-HD1 para reproducir música digital con capacidad de 20 gigabites para almacenar 13.000 canciones.



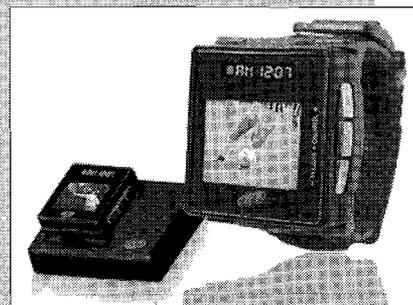
El nuevo walkman digital tendrá un costo inferior a los 400 dólares en los Estados Unidos, en comparación con el iPod de la Apple de 40 gigabites, que cuesta 499 dólares y puede almacenar hasta 10.000 canciones.

Según la Sony, su producto tiene una mayor capacidad de almacenamiento en un espacio más pequeño gracias a una avanzada tecnología de

compresión. La compañía ha vendido 340 millones de walkman durante los últimos 25 años, incluidos modelos basados en CD.

Televisión para la muñequera

La compañía japonesa NHJapan presentó como novedad, la televisión portátil VTV-101, una pequeña pantalla que se ajusta a la muñeca como si fuera un reloj.



El aparatito cuenta con una pantalla LCD de 1.5 pulgadas y ofrece una buena calidad, aunque está claro que no es la más apropiada para seguir aquellos programas que precisen de finos detalles como los documentales, por ejemplo, aunque sí para espectar retransmisiones deportivas, noticieros, telenovelas y talk shows.

NHJapan informó que su televisión muñequera tiene un precio que ronda los 200 dólares y permite recibir todos los canales de TV abierta.

Vía libre a sistema satelital Galileo de Europa

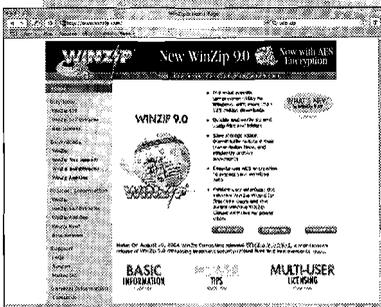
Los Estados Unidos y la Unión Europea acordaron las pautas técnicas para concretar el sistema de navegación por satélite Galileo de Europa, que incluirá 30 satélites y comenzará a operar en 2008. Tres años de conversaciones concluyeron con un acuerdo en Irlanda, que fue necesario ya que los Estados Unidos cree que la red satelital europea podría interferir sus señales militares.

Se informó que el acuerdo "protege intereses de seguridad de los aliados y allana el camino para una eventual duplicación de satélites que transmitirán una señal civil en todo el mundo". Washington compartirá su conocimiento sobre satélites, adquirido en el desarrollo del Sistema de Posicionamiento Global (GPS, por su sigla en inglés) para navegación, y los europeos cambiarán su frecuencia de radio predilecta para limitar potenciales interferencias con una señal militar codificada.

La Comisión Europea pronosticó que Galileo crearía más de 100 mil empleos y generaría contratos de servicio y equipos por un valor de 10.000 millones de dólares al año, convirtiéndose en el proyecto de infraestructura más lucrativo del continente. ●

Winzip el mejor software del 2004

La Shareware Industry Awards Foundation premió a Winzip como el mejor programa shareware de este año. La única condición para participar es que exista una versión de la aplicación que se ofrezca gratuitamente como prueba a los usuarios por un período determinado.



El popular Winzip que permite comprimir y descomprimir ficheros en formato zip y otros, tiene su última versión de prueba con un tamaño de 2,3 MB y un precio de 29 dólares. Según

las estadísticas que habitualmente facilita www.download.com es, desde su aparición, una de las más descargadas de la red.

En la categoría de herramientas gráficas, fue premiado Paint Shop Pro, de Jasc Software, y otros ganadores fueron: Blaze Media Pro (9,8 MB), como mejor programa de audio; Trillian (2,5 MB), como herramienta de mensajería instantánea y The Bat! (3,9 MB), como cliente de correo electrónico.

Los usuarios premiaron como la mejor a Second Copy (1 MB), una herramienta para hacer backups (respaldos). ●

Surge Manifiesto Linuxista contra Microsoft

Un informe de Noticias Adital dijo que en un original paráfrasis del manifiesto comunista, el

matemático y periodista científico argentino Leonardo Moledo ha concebido lo que denomina como Manifiesto Linuxista.

El inicio del documento recuerda a la obra de Marx y Engels, el Manifiesto del Partido Comunista, que data de 1848. El flamante documento se inicia con la siguiente frase: “Un fantasma recorre el mundo virtual: el espectro del software libre. Contra este fantasma se han conjurado, en santa jauría, todas las potencias del software encabezados por Microsoft. La historia de la informática es la historia de la lucha entre programadores y usuarios, y la actual sociedad virtual no ha abolido ese conflicto. Lo que ha hecho es crear nuevas formas de opresión, que sustituyeron a las antiguas. Sin embargo, nuestra época se caracteriza por la concentración del poder y el mundo virtual tiende a separarse abiertamente en dos campos antagónicos: Microsoft y los usuarios” .

El tema alude al conflicto entre el sistema operativo de código abierto Linux, de acceso libre, cuyo símbolo es un atractivo pingüino, en contra del monopolio de Microsoft y su paquete de Windows, con su símbolo de la ventana abierta, y al que se tiene acceso mediante la compra de una licencia que ha redituado al dueño de la empresa, el inefable Bill Gates, la fortuna más gigantesca del planeta.

El software libre de Linux, gana progresivamente la confianza de los administradores de sistemas de grandes corporaciones, sobre todo en el continente asiático y de gobiernos como el de Brasil empeñado en convertirse en plataforma del software libre en América Latina, según declaró el Ministro de Cultura, Gilberto Gil.

También ha obtenido la confianza de administraciones locales, como de la ciudad alemana de Múnich, en tanto que en Argentina, las autoridades de

gobierno decidieron, en febrero pasado, que todas las computadoras del gobierno tendrán, en el plazo de cinco años, como sistema operativo el software gratuito de Linux.

El plan gubernamental apunta a dejar de pagar las licencias a Bill Gates, para alcanzar un sistema que esté desarrollado por sus propios expertos en informática. "La intención es que Linux avance en todas las aplicaciones del Estado: páginas web, bases de datos, sistemas operativos de escritorio y los trámites que se puedan hacer mediante Internet", declaró el Director General de Informática de Argentina, Eduardo Thill.

Intel anunció nuevo hallazgo

Intel, el mayor productor mundial de semiconductores, anunció que logró un "importante hallazgo" en el camino hacia los microchips de tamaño cada vez más reducido, para lo que inició la puesta en funcionamiento de una planta para producir comercialmente el primer microchip con la llamada luz extrema ultravioleta (litografía EUV).

"La tecnología EUV nos ayudará a beneficiarnos du-

rante la próxima década de la ley de Moore", dijo el investigador de Intel, Ken Forscher, en referencia a la teoría del cofundador de la empresa, Gordon Moore, que asegura que la velocidad de los semiconductores se duplica cada 18 ó 24 meses.

En lugar de los 193 nanómetros de luz que utilizan los microchips actuales, la luz EUV apenas necesita 13,5 nanómetros, pero estas dimensiones

ínfimas suelen chocar con las leyes de la física a la hora de manufacturarlas. Un nanómetro es la milonésima parte de un milímetro.

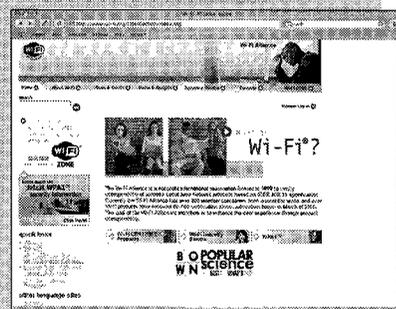
Wifi o Bluetooth, ¿cuál es la mejor?

La moda actual es la tecnología inalámbrica como Bluetooth y Wifi, que ya se encuentra en el mercado incorporada desde teléfonos móviles hasta en ordenadores portátiles y PDAs pero, ¿cuál de ellas es la mejor?

Según un informe de la DPA, Bluetooth es adecuado para distancias menores a 10 metros y principalmente para conectar dispositivos a alta velocidad, mientras que Wifi es útil para mayores distancias, para usar como medio para acceder a Internet, principalmente, y para la creación de redes locales, Lan, inalámbricas.

Otra de las diferencias entre Bluetooth y Wifi radica en su velocidad, porque mientras que la comunicación en el primer caso se realiza a una velocidad de un megabyte por segundo (20 veces más rápido que una conexión telefónica a Internet), la rapidez de Wifi es 10 veces mayor.

Es esta diferencia de velocidad lo que hace la diferencia en el uso o provecho que podemos sacar de cada tecnología. Al poder vincularnos con una red Lan, a alta velocidad, hace que Wifi se preste más para el envío de paquetes de datos, mientras que Bluetooth sea utilizado como una tecnología para la comunicación directa con dispositivos determinados, sin más complicaciones.



Nokia no cubre demanda de su modelo estrella

La escasez de componentes está provocando que el mayor fabricante mundial de teléfonos móviles, Nokia, no pueda cumplir con la demanda de uno de sus modelos más vendidos, el 6230, que es teléfono, cámara fotográfica y filmadora.

Aunque Nokia aumentase la producción del modelo no podría enviar a las tiendas los teléfonos suficientes, lo que se debe principalmente a la escasez de componentes.

"Hemos tomado varias medidas para continuar aumentando nuestra capacidad de entrega y esperamos cubrir la demanda tan pronto como sea posible", dijo un portavoz de Nokia.

El modelo 6230 de pantalla a color tiene cámara fotográfica incorporada y cámara de video. En Finlandia, un estudio de tres tiendas dio un precio medio del teléfono en alrededor de 440 euros.

Proyectan crear una TV sudamericana

Los presidentes de Venezuela, Hugo Chávez, y de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, reunidos en Manaus, Brasil, a mediados de septiembre, analizaron la posibilidad de crear, de manera conjunta, un canal de televisión y un banco sudamericanos para impulsar la integración.

Medios Latinos precisó que en la cita, los dos mandatarios firmaron una *carta de intención* para negociar la creación de la denominada TV Sur, que tendrá como objetivo "fomentar el intercambio comunicacional, cultural e informativo de nuestros países", según informó a los periodistas el ministro venezolano de Comunicación, Andrés

Zarra. En cuanto al Banco Sudamericano, tendrá por principal misión apoyar la pequeña y mediana industria de los países de la subregión.

Radio y televisión oficiales en Argentina serán online

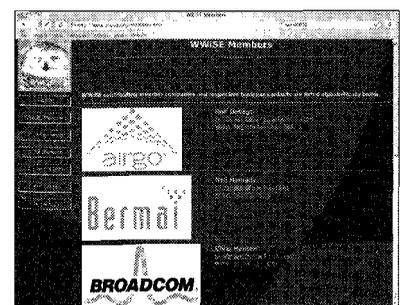
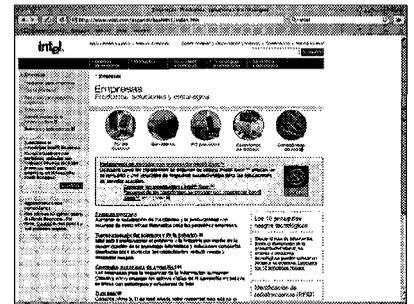
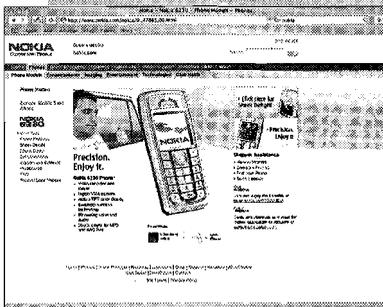
La Secretaria de Medios de la Nación de la República Argentina anunció que pondrán online las emisoras de radio y televisión pertenecientes al Sistema Nacional de Medios Públicos de ese país, gracias a un acuerdo firmado con Microsoft de Argentina e Intel. Ambas empresas cedieron al gobierno de Buenos Aires el software y hardware para que Canal 7, Radio Nacional, Radio Folklórica, Radio Clásica y Radio Faro puedan seguirse por Internet.

A fin de realizar la conversión de las cinco señales, Microsoft donó el software Windows 2003 Enterprise Server y Windows XP Professional Desktop y facilitará consultoría para llevar a cabo las tareas de conectividad y cursos de capacitación al personal que operará la plataforma.

Nuevo formato inalámbrico de alta velocidad

Un grupo que incluye a las empresas Texas Instruments, STMicroelectronics y Broadcom, anunció que propondrá un nuevo estándar de conexión inalámbrica hasta 10 veces más rápido que el actual.

El grupo, que se autodenomina "WWiSE", dijo que su versión de un modelo 802.11n será



compatible con la tecnología que se utiliza actualmente, conocida por varios nombres código como 802.11b y 802.11g. La tecnología del grupo operaría a una velocidad de 540 megabites por segundo.

Otras compañías presentes en el grupo WWiSE son Airgo Networks, Bermai y Conexant Systems. ●

Buscan recuperar viejas grabaciones

Vitaliy Fadeyev y Carl Haber, expertos en partículas subatómicas, trabajan en el Laboratorio Lawrence Berkeley, de la Universidad de California, en el desarrollo de una técnica para leer material sonoro que está a punto de perderse por su avanzado deterioro. La nueva tecnología se basará en un microscopio que escaneará los surcos de viejas grabaciones, y en un software que los convertirá en sonidos.

Ambos expertos desarrollaron un sistema de metrología óptica, normalmente, usado para definir y fotografiar los surcos de discos de la década de los años 50. El sistema permite reproducir digitalmente una imagen del sonido que luego se transfiere a una computadora y se convierte en archivo sonoro. Fadeyev y Haber tratan de aplicar esa tecnología en la recuperación del sonido archivado en viejos cilindros de cera o recubiertos de aluminio que se desarrollaron a finales del siglo XIX.

Los cilindros de cera fueron el primer soporte que ofreció cierta calidad y estabilidad en el registro de la voz. La Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos que posee una colección de 128 millones de piezas de audio, desde cintas y discos hasta cilindros de cera y recubiertos de aluminio, y que ha dicho que su legado sonoro está en peligro, financió el trabajo de Fadeyev y Haber. ●

Simularon decapitación en Internet

La computadora, Internet y todo lo que entrañan son de los más grandes inventos del hombre, pero se prestan para mentiras y falsedades, fraudes

como los spam, delitos como la propagación de virus y la pornografía y, así, los mil y un males. La última novedad fue la del estadounidense Benjamín Vanderford, de 22 años, que engañó a medios de comunicación haciéndoles creer que secuestradores islamistas habían ejecutado a un rehén estadounidense en Irak.

Vanderford simuló su propia decapitación y colgó el video en Internet. En la grabación, realizada hace tres meses en su casa de California, un Vanderford visiblemente asustado y con las manos atadas a la espalda, pedía al gobierno que retirara las tropas de Irak, ya que, de lo contrario, todos (los rehenes) morirían de esa manera, apareciendo luego una mano que sostenía un cuchillo y que lo degollaba.

Poco después Vanderford aseguró que todo había sido una broma, que la sangre era falsa, que la lectura del Corán que se oía en el video era una grabación, y que su intención había sido llamar la atención y demostrar lo fácil que es falsificar este tipo de cintas. ●

Lanzan celular para rastrear a los hijos

La empresa SK Telecom de Corea del Sur comenzó a vender teléfonos celulares con antenas que parecen oídos humanos y un rastreador incorporado que utiliza la red por satélite GPS (sistema de posición global), con un precio de alrededor de 90 dólares.

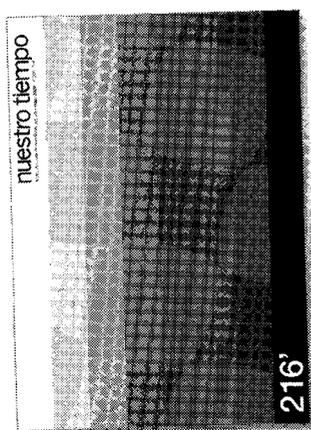
El teléfono tiene cuatro botones para grabar números de teléfonos de contactos importantes, como mamá y papá. La tecnología GPS que incorpora el celular funciona incluso cuando el teléfono está apagado.

SK Telecom dijo que el precio es bajo porque los teléfonos no cuentan con la capacidad de acceso a Internet o de enviar mensajes de texto. ●



Bibliografía sobre Comunicación

Información de libros, revistas y otras publicaciones sobre temas de comunicación y asuntos sociales, que han sido enviados al CIESPAL.

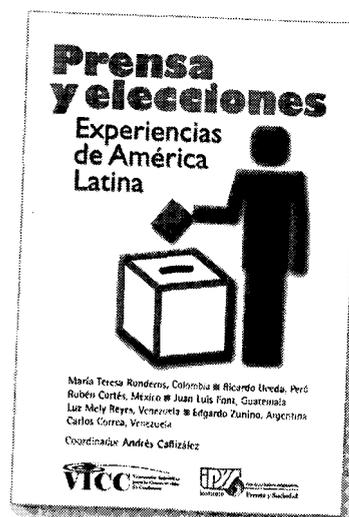


Bayer, Alejandro. (2004). **Sobre el correo-e, el silencio y la cortesía**. IN: *Nuestro tiempo*, (216), pp. 99-109.

En plena vorágine globalizadora, el correo electrónico ha emergido como una herramienta de uso corriente para establecer relaciones humanas. La comunicación, entendida como un estímulo pregunta-respuesta, ha encontrado en la red de redes un suculento abanico de posibilidades; pero, detrás del avance tecnológico se esconden, a menudo, las penurias humanas. La distancia y el vacío que traslucen los mensajes electrónicos originan una forma de comportamiento descortés y poco educada. La persona se despersonaliza, víctima de la frialdad del nuevo medio; los sentimientos y las opiniones se diluyen y, si acaso, desaparecen.

Cañizález, Andrés. coord. (2003). **Prensa y Elecciones: experiencias en América Latina**. Venezuela: IPYS. 140 p.

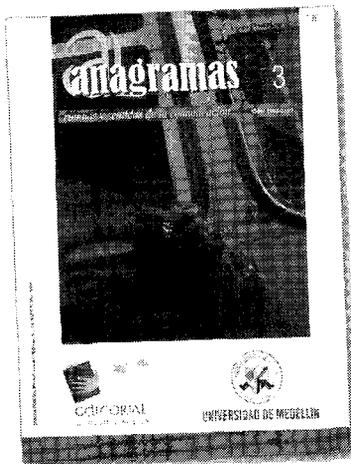
No se trata de un manual ni de una lista de consejos prácticos, sino de una reflexión crítica y auto-crítica de periodistas que sobre las experiencias vividas desde la práctica profesional apuntan tendencias y valoraciones trascendentes. Las enseñanzas y reflexiones que se extraigan de esta publicación servirán para fortalecer, éticamente, la labor periodística y reorientar el trabajo profesional.





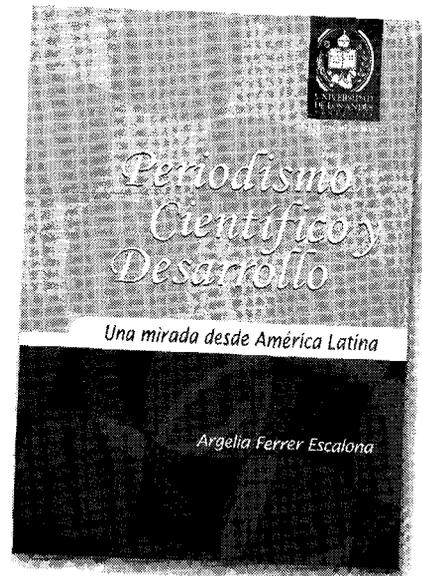
Cortez, Oscar. (2004). **Mea culpa**. IN: Aportes de la Comunicación y la Cultura, (10-11), pp. 107-111.

Algunos medios de comunicación a nivel nacional (Bolivia), con numerosas y loables excepciones, se *aprovechan* de la libertad de prensa para realizar reportajes cargados de agresividad, mala educación, intentan casi *tutear* y *atropellar* a sus entrevistados. Todo esto origina un monstruo con categorías de corrupción que ameritan una imparcial pero profunda investigación, pues ya empiezan a perder credibilidad. Existen algunos medios que vierten veneno, odio, muchas mentiras, medias verdades y *dizques* que solo desorientan, mal informando y creando caos y morbo.



Costa, Joan. (2004). **El nuevo lenguaje de los esquemas**. IN: Anagramas, (3), pp. 161-164.

Este artículo se refiere a la esquemática que es parte de la nueva ciencia de la comunicación visual, que refiere sus estudios a los esquemas como lenguaje gráfico y, la esquematización como proceso de diseño. En cuanto lenguaje, el mundo de los esquemas se incorpora a los grandes soportes histórico-culturales de la comunicación gráfica: imagen y el signo (el texto). Se podría hablar de un tercer lenguaje: imagen, texto y esquema



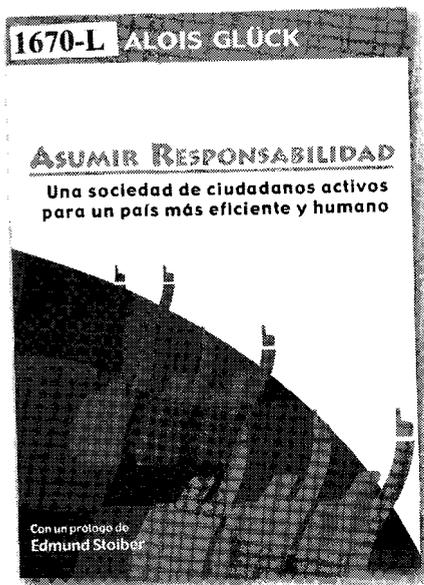
Ferrer Escalona, Argelia. (2003). **Periodismo científico y desarrollo: Una mirada desde América Latina**. Venezuela: Universidad de los Andes. 274 p.

Se trata de una investigación documental crítica sobre el nacimiento y especialidad periodística, en el contexto de las teorías políticas y económicas en discusión, en determinados períodos del siglo XX.

Parte de dos supuestos fundamentales: la ciencia y la tecnología han demostrado su capacidad de producir saberes y productos que logran mejorar la calidad de vida de la humanidad y el periodismo científico, concebido como una forma de comunicación para el desarrollo, puede contribuir al fomento de la ciencia y la tecnología en las sociedades en desarrollo.

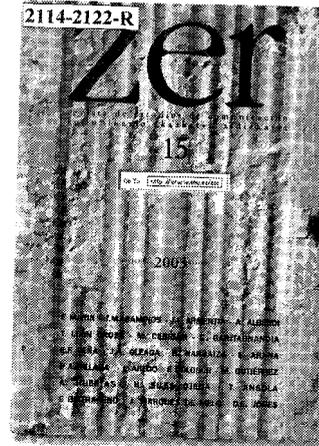
Gómez Amigo, Santiago. (2003) **Aprender a ver la televisión**. IN: *Nuestro tiempo*, (216), pp. 12-21.

Sentarse delante del aparato receptor de televisión parece algo inofensivo, pero están apareciendo ciertos síntomas -especialmente entre la audiencia infantil- que denotan que no es así, es algo más que un simple pasatiempo. Los programadores deberían ser conscientes de la responsabilidad y seleccionar productos audiovisuales de calidad, ajenos a las leyes de rentabilidad. Sin embargo, son los padres y educadores quienes pueden y deben poner remedio a esta ya compleja y difícil situación.



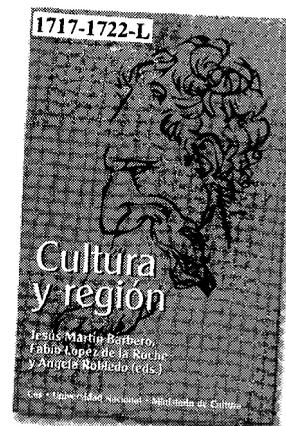
Glück, Alois. (2002). **Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano**. Quito: INDESIC. 149 p.

Traza la visión de una sociedad de ciudadanos activos, en la cual las tareas, los derechos y obligaciones de los ciudadanos se deben volver a pensar y repartir, con el fin de salvaguardar para la sociedad del futuro, tanto su eficiencia productiva, como su sentido humano. Es un llamado a crear una nueva cultura de la responsabilidad.



Marqués de Melo, José. (2003). **La esfinge mediática. Descifrando los paradigmas comunicacionales que brotaron tempranamente en las Américas**. IN: *Zer*, (15), pp. 193-214

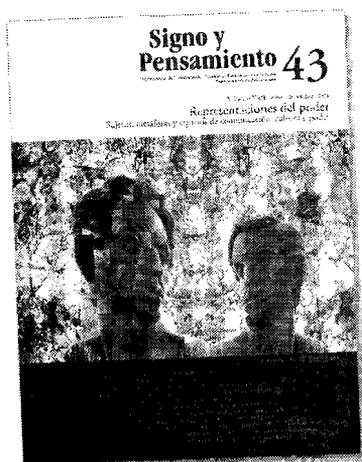
A pesar de un siglo de acumulación de conocimientos por las comunidades académicas, la cuestión mediática sigue desafiando a los estrategas de las sociedades situadas al norte y sur de América. El autor intenta descifrar el enigma, rescatando las ideas planteadas por los precursores de la Mediología americana, el estadounidense Robert Park y el brasileño Barbosa Lima Sobrino.



Martín-Barbero, Jesús, ed. (2000). **Cultura y región**. Medellín: Universidad Nacional de Colombia. 402 p.

Ponencias del cuarto coloquio celebrado en el marco del Programa Internacional Interdisciplinario

de Estudios Culturales sobre América Latina, Universidad Nacional de Colombia -Medellín- (octubre de 1999). El lector puede hallar visiones sobre especificidades nacionales, étnicas y de género, multiculturalismo, identidades, culturas juveniles, reformulación de políticas públicas que promueven equidad y democracia en las diversas regiones.

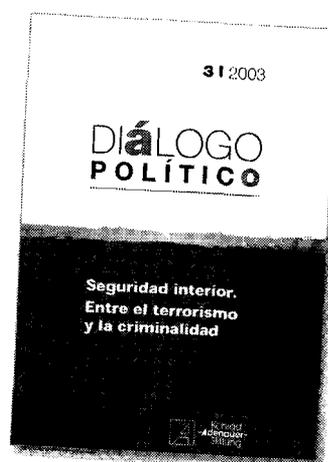


Narváez, Ancízar. (2003) **Medios de comunicación y esferas de poder. Cultura Política y mediática. Esfera pública, intereses y códigos.** IN Signo y Pensamiento, v. XXII, (43), pp. 99-111.

El autor señala que: “Los teóricos sociales se equivocan cuando pretenden que en los medios electrónicos se desarrollen los debates políticos en términos racionales, porque desconocen la naturaleza de los códigos mediáticos. Los teóricos de la comunicación se equivocan cuando esperan que en los medios electrónicos se presenten todos los intereses económicos y políticos de la sociedad, porque desconocen la estructura de clases y el lugar que ocupan los medios en dicha estructura”. La mayoría de las afirmaciones de los comunicólogos sobre política y su relación con los medios suele ser superficial, pues hay también una suerte de saber sociológico sobre la política que los analistas de la comunicación no tienen en cuenta a la hora de evaluar el papel de los medios en ese campo. La democratización de la sociedad pasa por la política y la economía y no por los medios audiovisuales.

Pérez Henao, Horacio. (2004). **Los mass media y la encrucijada del cuerpo.** IN: Anagramas, (3), pp. 165-168.

La relación cuerpo y medios de comunicación es problematizada aquí desde una perspectiva crítica. El ensayo parte de la idea de que los mass media han construido, a través de su estructura y lógica particulares, un concepto de cuerpo que emerge como su-
pravalor en el contexto de la época actual. Pero que en última instancia no puede ser localizado en los terrenos de una axiología humana, sino más bien, en los resortes propios del mercado masmediático.



Priess, Frank. (2003). **Escenificación de la política y credibilidad. ¿Una contradicción?** IN: Diálogo Político, (31), pp. 179-189

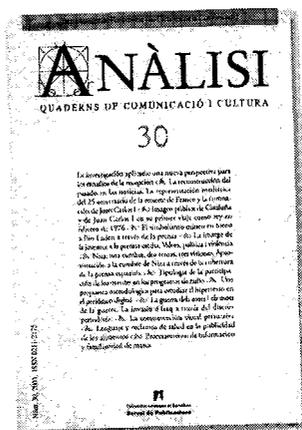
“La política se ha convertido en una mercancía más de un mercado que reserva los mejores réditos para los programas de entretenimiento. Se transforma así en entretenimiento, en espectáculo mediático”.

Atrás han quedado los tiempos en los que afiliados y partidarios defendían casi en soledad la comunicación política, apoyándose en sus contactos personales, con pocos pero importantes periodistas que les garantizaban la atención pública. Las quejas se multiplican desde hace años y se reconoce que ésta se originó en los Estados Unidos de Norteamérica. Se deplora la política vacía de contenidos, devenida en shows mediáticos y espectáculos, en la que los

elementos de entretenimiento desplazan al debate y en la que los políticos compiten con profesionales de la actuación para captar la atención del público, recurriendo a dotes actorales con la esperanza de superar a su adversario político.

Rodrigo Alsina, Miquel. (2003). **Representaciones mediáticas del Poder. Representación de la inmigración: El poder en la construcción de la alteridad.** IN: Signo y Pensamiento, v. XXII, (43), pp. 99-111.

El artículo expone las características de las representaciones sociales y sobre todo incide en la capacidad de dotar de sentido a las alteridades. Concreta su papel con la inmigración, muestra con ejemplos de discursos mediáticos cómo, mediante una serie de metáforas, se puede construir una alteridad estigmatizada. Dada la importancia de los medios de comunicación, se plantea cómo conseguir un tratamiento más comprensivo del fenómeno de la inmigración, a partir de una serie de recomendaciones.

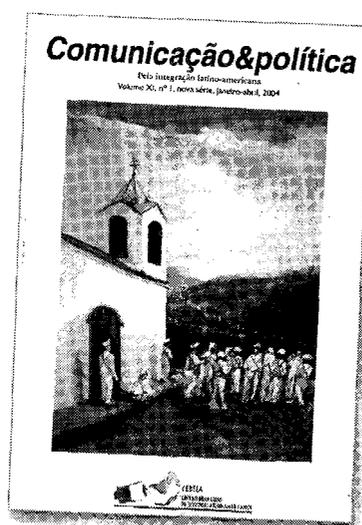


Rodríguez Bravo, Ángel. (2003). **La investigación aplicada: una nueva perspectiva para los estudios de recepción.** IN: Anàlisi, (30), pp. 17-36.

La metodología de análisis instrumental da respuesta a las investigaciones que persiguen conocer los mecanismos de recepción de los procesos comunicativos, o que intentan saber cómo se puede mejorar su rendimiento.

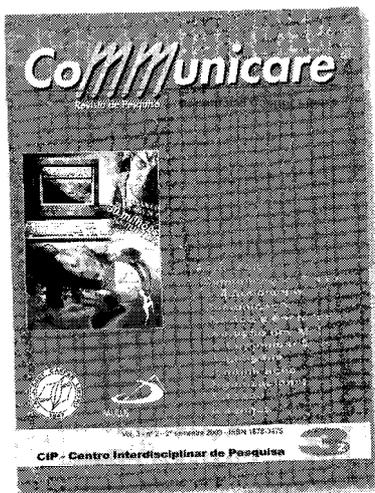
El resultado de esta perspectiva metodológica abre un ámbito profesional muy claro, orientado a solucionar problemas comunicacionales concretos, en campos tan diversos como: el derecho, la investigación policial, (pruebas periciales vinculadas con la comunicación periodística, audiovisual, telefónica, etc.), la medicina, (comunicación, facultativos, pacientes), la política, el comercio, (rendimiento comunicativo y persuasivo de los discursos), la informática, las telecomunicaciones, (rendimiento comunicativo de las presentaciones en las interfaces digitales), etc.

REVISTAS DE INTERÉS GENERAL



COMUNICAÇÃO & POLÍTICA
Revista Cuatrimestral del Centro Brasileño de Estudios Latino-Americanos, (CEBELA)
 Rio de Janeiro- Brasil. v. XI (1), 2004.

Objetivo primordial de la revista es la promoción de estudios e investigaciones en el ámbito de las ciencias sociales, especialmente las que se relacionan con la comunicación y la política. Este número aborda cuatro temas: El futuro del Mercosur: una visión Política; Noticias de Noticias; Pornochanchada o un capítulo estilizado de la historia del cine en el Brasil, Los medios en las elecciones 2002 de Bahía.



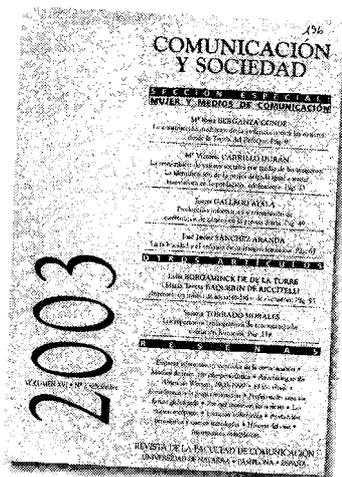
COMMUNICARE
Revista semestral brasileña de Investigación, Facultad de Comunicación Social Cáster Líbero, São Paulo - Brasil V. 3 (2), 2003.

Comunicador: sujeto de la investigación, De la sociedad mediática a la sociedad del conocimiento: escenarios latinoamericanos, El poder de los símbolos, Ética perspectiva diacrónica para las Relaciones Públicas, La moralidad contemporánea y el escenario publicitario brasileño, son, entre otros, los temas tratados con profundidad y solidez profesional.

La revista pretende servir de foro de reflexión entre académicos y expertos en comunicación. Son de su interés temas que abarcan los ámbitos del periodismo (impreso, radiofónico y televisivo), la opinión pública, la comunicación institucional, la publicidad, el cine, o la comunicación multimedia.

Este número trata sobre el Internet y el cine. La sección especial de este número aborda el tema *Mujer y los medios de comunicación*. En la sección reseñas presenta varios compendios sobre estudios en el área de la comunicación.

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



COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
Revista semestral de la Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona-España, (2), 2003.

El CIESPAL integra el Sistema Nacional de Información Bibliográfica (SNIB). Los interesados pueden acceder a la base de datos documental del CIESPAL, ingresando a la dirección
<http://www.ciespal.net> opción Biblioteca Digital
<http://www.fundacyt.org.ec> opción SNIB

La base de datos también es accesible en forma directa en la dirección <http://200.93.217.94/scripts/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xic&lang=E-> &base=cdcc alojada en el servidor de Internet del CIESPAL y actualizada permanentemente.

**Lo que pasó
y lo que vendrá**

Actividades del CIESPAL

CIESPAL impulsa nuevas actividades de investigación

• El Departamento de Investigación efectuó el diagnóstico sobre "Necesidades de Comunicación en Públicos Externos" realizado en una muestra de instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.

Con los resultados obtenidos se organizará una base de datos que permita al CIESPAL diseñar y ofertar diversos servicios de comunicación, a entidades que desarrollan actividades particularmente en el campo social.

• En los últimos meses, la Institución realizó un estudio de mercado para conocer la aceptación que tendría un Posgrado en Comunicación y Tecnologías Educativas que el CIESPAL preparará con el

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) de México y una universidad ecuatoriana. La investigación determinó que existe una opinión favorable hacia el mencionado posgrado, que coadyuvará a la superación de los profesionales de la comunicación del país.

• En septiembre se inició un estudio de medios de comunicación en el Ecuador, tendente a conocer los hábitos y usos del ecuatoriano promedio respecto a los medios de comunicación. La investigación cuenta con el auspicio del Consejo Nacional de Radio y Televisión del Ecuador (CONARTEL).

• El CIESPAL firmó un convenio con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), para realizar un estudio de mercado que proporcione información sobre los hábitos de uso, preferencias y expectativas de los sectores urbano-marginales ecuatorianos respecto a la programación radial.

La investigación propondrá estrategias de sostenibilidad de este medio, particularmente en las provincias del país, y se realizará en el marco del programa de cooperación "Comunicación e Información", y como seguimiento a los seminarios realizados como parte del Proyecto Sub-Regional "Fortalecimiento de las Capacidades de Comunicación en Medios de los Países Andinos", financiado por el Consulado Insular de Menorca.

El estudio estará dirigido a hombres y mujeres de más de 15 años, de los niveles socio económicos medio-bajo y bajo, residentes en las áreas marginales de las capitales de provincia del país.

Sistemas e informática

El CIESPAL perfeccionó su servicio de Internet con tecnología de fibra óptica y una velocidad hasta 2MBPS, para navegar en la

web, acceder al correo electrónico y realizar la transferencia de archivos FTP. Internamente se mantiene operativo el Intranet del cual se benefician los eventos, seminarios y talleres que se realizan en locales conectados al backbone de Internet de alta velocidad. El sistema está dotado de la protección necesaria con antivirus, cortafuegos y detección de troyanos y similares.

El rediseño de la interfaz de ingreso de la base de datos de ex becarios permitió culminar con el ingreso de las hojas de vida de los asistentes a seminarios y talleres organizados por el CIESPAL en sus 45 años de vida. Actualmente, se encuentra en proceso de depuración e ingreso actualizado de los nuevos datos que se generan en este año, para que inmediatamente se pueda usar.

Curso “Los medios en las sociedades modernas”

Con el auspicio de la Embajada de los Estados Unidos en Ecuador, en el CIESPAL se dictó en septiembre el curso “Los medios en las sociedades modernas”, al que asistieron periodistas ecuatorianos de prensa, radio y televisión.



Asistentes al curso “Los medios en las sociedades modernas”

El objetivo general fue proporcionar a los comunicadores ideas básicas sobre el sistema electoral en los Estados Unidos, en vísperas de los comicios generales en ese país previstos para el primer martes de noviembre.

Participó como conferencista el periodista estadounidense Luis Costa Ribas y se abordaron, entre otros, los siguientes temas: Papel de los medios en las sociedades civiles; expectativas, hábitos y parcialización de los medios; la política y los medios; cobertura de eventos políticos e instituciones políticas; cobertura de elecciones en sociedades democráticas.

Publicaciones

La importancia del adecuado funcionamiento de las oficinas de comunicación institucional, en las diferentes entidades públicas y privadas, llevó al CIESPAL a preparar dos publicaciones intituladas:

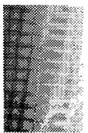
- *Comunicación organizacional, abordajes y perspectivas de análisis*, de varios autores y coordinado por la mexicana Mónica Valle; y,
- *Comunicación estratégica para las organizaciones*, también de varios autores que resume las ponencias de un Seminario que realizó el CIESPAL.

Las dos publicaciones abarcan temas como planificación estratégica de la comunicación, la imagen empresarial y sus públicos, la comunicación interna, imagen corporativa y gestión de relación con la prensa, la comunicación en las crisis institucionales y otros temas de igual interés.

Con el mismo empeño de difundir información relativa a la comunicación, se terminó la impresión y está en circulación el libro *Manual urgente para radialistas apasionados*, de José Ignacio López Vigil. Es un texto claro y didáctico que permite

aprender a producir, a dominar el lenguaje del medio radiofónico y a desempeñarse con profesionalismo en sus principales géneros y formatos.

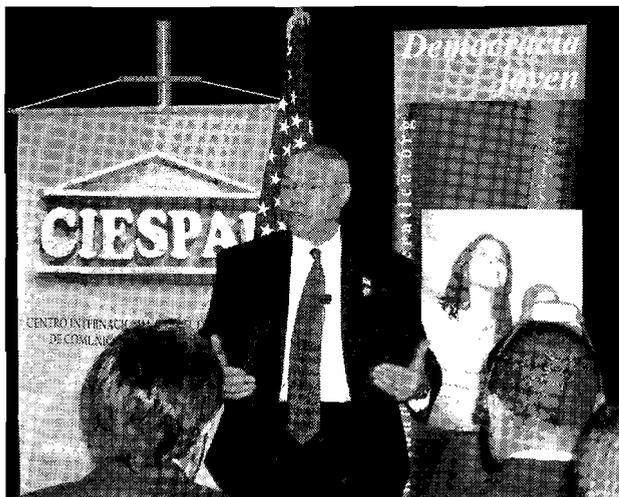
También está a disposición de los comunicadores y especialistas, la publicación *Comunicación Social, leyes, estatutos, reglamentos y códigos de ética*, del periodista Milton Salvador. Se trata de un compendio de las normas legales que regulan el trabajo de los comunicadores sociales y periodistas, así como de los gremios profesionales y de las asociaciones que agrupan a los medios de comunicación.



Cumbre de liderazgo

El CIESPAL fue la sede de la Cumbre de Liderazgo Internacional de las Américas, que se cumplió en Quito con ocasión de la XXIV Asamblea General de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

El evento tuvo como lema *Los líderes se hacen* y entre los oradores que hablaron a los jóvenes sobre la necesidad de prepararse para enfrentar el futuro, estuvo el Secretario de Estado de los Estados Unidos, Colin Powell (foto) quien se encontraba en la capital ecuatoriana con motivo de la Asamblea de la OEA.



Colin Powell, Secretario de Estado de los Estados Unidos, hablando ante la Cumbre de Liderazgo

El objetivo general del evento fue fomentar una cultura de liderazgo democrático en las Américas, mediante el desarrollo de la educación formal y no formal de la democracia y las relaciones internacionales.



Formación profesional

En el transcurso del tercer trimestre del año, las actividades de formación profesional desplegadas por el CIESPAL abarcaron las siguientes áreas:

Cine-video: Taller intensivo práctico de *Dirección y realización de cine y video ficción*, que constituyó un esfuerzo integral, técnico y crítico a las principales ramas de la realización cinematográfica: Dirección, Guión, Actuación, Fotografía, Manejo de cámara, Sonido y Edición, que dejó como resultado 33 cortometrajes preparados por los asistentes al evento.

Educación para todos: En el marco de un programa de cooperación técnica con la UNESCO se realizó el seminario *Educación para todos: EPT un compromiso de los comunicadores ecuatorianos*, para comunicadores sociales de las 22 Direcciones Provinciales del Ministerio de Educación y Cultura. El propósito fue informar sobre la evaluación de los resultados del programa EPT a nivel de América Latina, el Area Andina y Ecuador y, desde la perspectiva comunicacional, facilitar las herramientas necesarias para un manejo eficiente del tema.

Radio: Con un grupo entusiasta de radialistas se realizó un taller práctico denominado *Ciudadana radio: el poder del periodismo de intermediación*, producto y resultado de la obra clásica del colega López Vigil, *Manual urgente para radioaficionados*, recientemente reeditada por el CIESPAL y se trabajó con herramientas técnicas y teóricas para que los asistentes mejoren la calidad de su producción radiofónica, especialmente en el terrero periodístico y en la construcción de opinión pública.

Video-conferencias: Aprovechando la presencia de López Vigil y las facilidades tecnológicas de última generación con que cuenta el CIESPAL y de manera conjunta con la Universidad Técnica Particular de Loja, se realizaron dos videoconferencias destinadas a los estudiantes de comunicación social de Quito, Guayaquil y Loja.

Departamento de Documentación

El Centro de Documentación ha organizado su acervo bibliográfico utilizando el programa *Winisis* de ingreso y recuperación de datos y el sistema *SecS* -desarrollado por el Bireme- que es un registro electrónico de publicaciones periódicas fascículo a fascículo. Se han concretado así cuatro bases documentales:

- Base CDCC (especializada en comunicación) con 17.327 registros documentales.
- Base Migración (especializada en temas migratorios) con 959 registros de los diarios El Comercio, El Universo y El Expreso, en información obtenida del web los años 2003 -2004
- Base complementaria (específica de otras áreas) con 235 registros en pleno proceso de ingreso.
- Kardex electrónico que registra el ingreso de 75 títulos de revistas de otras áreas.



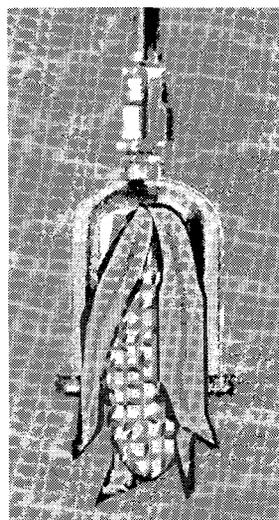
Inauguración del curso sobre "Comunicación y Relaciones Internacionales"

Comunicación y relaciones internacionales

El CIESPAL y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), con el auspicio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), inauguraron un curso de cuatro meses sobre "Comunicación y Relaciones Internacionales", dirigido a comunicadores, periodistas y profesionales en diversas áreas sociales.

El curso tiene como objetivo enriquecer el conocimiento de los participantes para una mejor comprensión de la realidad del mundo actual y para ejercer un manejo adecuado de los temas vinculados a las Relaciones Internacionales, en beneficio de la comprensión, la solidaridad y la paz mundiales.

El curso culminará en enero de 2005.



La Ond@ Rural

Los participantes del taller sobre radio, NTICs y desarrollo rural (Quito - abril 2004) acordaron la creación de:

La Ond@ Rural, una nueva iniciativa latinoamericana sobre Comunicación para el desarrollo Rural

Para mayor información visite www.onda-rural.net
o escribe a info@onda-rural.net



ECUADOR DEBATE



Centro Andino de Acción Popular

N° 62 Quito-Ecuador, agosto del 2004

COYUNTURA

Fuerzas armadas ecuatorianas: 2004
Los desafíos del sistema multilateral después del 11-S y la guerra de Irak
Conflictividad socio-política Marzo 2004 - Junio 2004

TEMA CENTRAL

¿Por qué se deslegitima la democracia? El desorden democrático
Antipolítica, representación y participación ciudadana
La legitimidad para unos es ilegitimidad para otros: polarización
y golpe de estado en Venezuela
Bolivia: La erosión del pacto democrático
Credibilidad política e ilusiones democráticas: Cultura política
y capital social en América Latina
Proceso decisorio y democracia: impases y coaliciones en el gobierno de Lula

DEBATE AGRARIO

El mercado de tierras en el cantón Cotacachi de los años 90

ANÁLISIS

El eterno retorno del populismo en el pensamiento político ecuatoriano
La emergencia de Outsiders en la región andina: Análisis comparativo
entre Perú y Ecuador
La reelección legislativa en Ecuador: Conexión electoral, carreras
legislativas y partidos políticos (1979-1998)
La agenda 21 y las perspectivas de cooperación Norte-Sur

Suscripciones: Anual 3 números: exterior: US \$30 - Ecuador: \$9,00

Ejemplar suelto: Exterior US \$12 - Ecuador: \$3,00

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre - Telf. 2 522763
Apartado aéreo 17-15-173B Quito-Ecuador

 **NUEVA
SOCIEDAD**
www.nuevasoc.org.ve

191
May-Jun 2004

Director: Dietmar Dirmoser
Jefe de Redacción: S. Chejfec

Seguridad Ciudadana y Orden Público en América Latina

COYUNTURA: **Víctor Gálvez Borrell**, Guatemala. Riesgos de reversión autoritaria y retorno de los empresarios. **Adrián Acosta Silva**, ¿Hábitos del corazón? Corrupción política y escándalo en México.

APORTES: **José G. Vargas Hernández**, Del Estado-nación al Estado cosmopolita. **Luis Verdesoto**, ¿Hacia dónde va Bolivia?

TEMA CENTRAL: **Elías Carranza**, Políticas públicas en materia de seguridad de los habitantes ante el delito en América Latina. **Luis Gerardo Gabaldón**, Policía y seguridad ciudadana en Venezuela entre 2002 y 2004. **Sofía Tiscornia**, Entre el imperio del «Estado de policía» y los límites del derecho. Seguridad ciudadana y policía en Argentina. **Lilian Bobea**, ¿Juntos pero no revueltos? De la militarización policial al policiamiento militar: implicaciones para las políticas de seguridad ciudadana en el Caribe. **Raúl Benítez Manaut**, México: seguridad ciudadana, conflictos y orden público. **José Caballero Quiñónez / María Cecilia Gortari / Luz de María Sckell**, Ministerio Público y seguridad ciudadana en el Paraguay. **Estela Baracaldo Méndez**, Educación para la convivencia y seguridad ciudadana. Una experiencia de la administración civil de Bogotá con la Policía Metropolitana. **Oswaldo Jarrín R.**, La Junta de Seguridad Ciudadana. El caso Sucumbios.

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.