

Carta a nuestros lectores

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

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

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

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

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

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

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

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 85 Marzo 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos

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

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

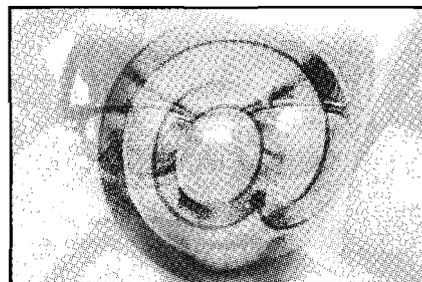
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



CIESPAL

CONTENIDO

PORTADA

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

OPINIÓN

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

ENSAYOS

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

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

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

COMUNICACIÓN POLÍTICA

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

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

PRENSA

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

INFORMÁTICA

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

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

LENGUAJE

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

- 82** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 88** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 94** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

Errores comunes en el lenguaje periodístico

Cero erratas

Juan Manuel Rodríguez ■

La importancia del cero en el imaginario social no es fortuita. Por suerte, el fenómeno no obedece a un resultado de un partido fútbol, por el contrario, está reiterado en muchas de las expresiones culturales. Antes se decía que una persona es “un cero a la izquierda” para indicar que era un don nadie. En esta época posmoderna ya no se habla de cero a un lado o a otro, sino del cero absoluto.

Lula da Silva, Presidente de Brasil, llama “cero hambre” a su campaña contra la pobreza. “Cero tolerancia” es el nombre de un programa de la televisión, aunque bien pudiera haberse denominado, con mayor propiedad, “intolerancia”. “Cero tarea”, grita el niño sin deberes; “cero bajas”, informa el soldado; “cero errores”, declaramos en el examen sin fallas. El conteo binario es cero y uno, con esos dígitos se puede escribir cualquier cifra en un sistema numérico de dos elementos. Si una cantidad es muy grande, entonces tiene muchos ceros, no decimos descomunal, exorbitante y tremenda. Parece que el uso de este número indica el auge cultural de la can-

tividad ante la cualidad. En lo cualitativo hemos llegado al cero, o sea, a la nada, grave problema humano; y en lo cuantitativo el cero ha adquirido una relevancia que domina el coloquio cotidiano.

“Cero erratas” siempre ha sido el deseo de cualquier editor. Pero ¿es posible? Las erratas, los errores inadvertidos, también son el tormento del escritor y, cuando se advierten, el suplicio de los lectores de los periódicos impresos y digitales. Azorín cuenta la anécdota del famoso impresor francés Robert Estienne (Roberto Esteban, 1503-1559). Este señor empleaba a diez correctores cuidadosos y detallistas en la lectura de los textos para cazar faltas. Una vez revisadas las planchas por estos peritos, las páginas se exponían en la vitrina de la oficina tipográfica para que los transeúntes revisaran las últimas pruebas. El que encontraba un error recibía un premio. Si pasaban el juicio de los curiosos, entonces se realizaba la tirada. El chasco ocurría cuando a pesar de este atento estudio, una vez impreso el libro, se encontra-

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción. Decano del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.

■ Correo-e: juan@mail.usfq.edu.ec

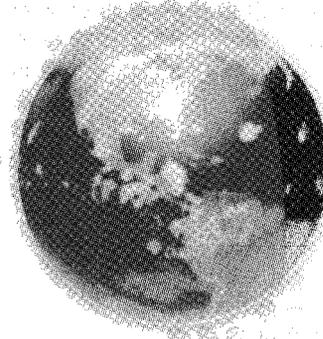
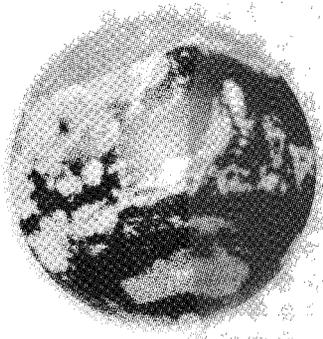
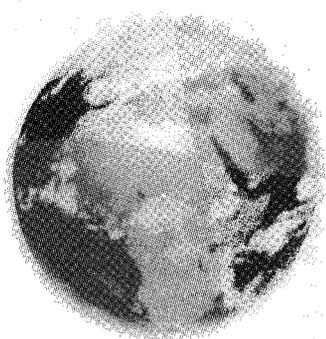
ban errores que habían pasado invisibles a las miradas. En verdad, **el texto puro es una quimera**, siempre será susceptible de perfección y corrección. Por eso mismo, en vez de descuidar los escritos, el periodista debería poner más atención al detalle y atender el idioma, la herramienta que le da de comer, pues con la cuchara no se juega, o solamente juegan con ella los cretinos.

Para evitar errores contamos en la era electrónica con nuevas armas. Nos ayudan los diccionarios y gramáticas incorporados a los programas de edición de textos. Sin embargo, y resulta paradójico, parece que hoy las ediciones salen más desmañadas, torpes y descuidadas. Las excusas son casi siempre el apuro al redactar, el demasiado trabajo del reportero, la improvisación. Cada día son más numerosos y frecuentes los errores ortográficos, las faltas de régimen y puntuación, el uso indebido de los tiempos verbales, la estructura caótica, el vicio de la ambigüedad por falta de léxico. Hay que ser precavidos. Los programas de computación no son fiables, aunque nos marquen con rojo ciertos términos con ortografía incorrecta o dudosa, pues el que no subrayen los vocablos de un texto tampoco es indicio absoluto de carencia de errores. Mi máquina no marca “la mujer sería no venda las pernas”, y he querido decir “la mujer sería no vende las piernas”. El cambio entre “sería” y “sería”, “venda” y “vende”, “pernas” (molusco) y “piernas”, altera el sentido sustancialmente. La computadora no corrige el sentido de las frases. Por ello, el cuidado al detalle, la claridad de pensamiento y el uso cotidiano del diccionario (libro) serán siempre las mejores ayudas al rato de trabajar.

Si lo principal en la expresión es lograr el sentido, nos parece fundamental que procuremos alcanzar el mínimo de claridad en el texto. El mismo Azorín señala algunos consejos necesarios para el estilo llano. Destaco algunos de ellos que nos pueden asistir. Coloquemos una cosa después de otra y no miremos a los lados, o sea, evitemos las digresiones y ordenemos las ideas para no confundir. Huyamos de la lentitud y no divaguemos. Manejemos la elipsis, que

es saber cortar la idea cuando ya está completa para iniciar otra que haga avanzar el pensamiento y la acción. Un ejemplo que explica lo que acabamos de enunciar es éste: “El Ecuador es un país mayoritariamente poblado de niños y jóvenes; sin embargo, en el ámbito nacional –conducción y protagonismo– predominan las viejas cúpulas que no promovieron oportunamente y sin egoísmos los espacios necesarios para una obvia renovación generacional. Esta preocupante paradoja se muestra más evidente en el campo de las actividades política y deportiva”, (EC, A4, 18-1-2004). Este párrafo no es producto de la escritura sino de la tarea de juntar una palabra detrás de otra. Algunas cuestiones pueden guiarnos en nuestro análisis: ¿Por qué “El Ecuador”, y no Ecuador? ¿Es poblado o está poblado? ¿No redundante el atributo “un país”, idea contenida ya en Ecuador? ¿Poblado de o poblado por, ya que es una construcción pasiva? ¿Por qué el adverbio no está al lado del verbo y tiene tantas sílabas que entorpecen la lectura? ¿“Las cúpulas” son capaces de promover algo? ¿No faltará un adjetivo o un especificativo a “cúpulas”? ¿La renovación cultural es obvia? ¿Cuál es en el texto la “paradoja”? ¿Es una paradoja o un fenómeno? Si usted es capaz de escribir la misma idea en tres renglones, entonces ha comprendido lo que señalaba Azorín y que hemos parafraseado.

La mala calidad de los textos ahuyenta a los lectores. La calidad de la lectura ha disminuido, los diarios sin leyentes están liquidados. Es necesario que aprendamos a releernos, y es obligatorio también que los medios impresos y los escritores tomemos en serio nuestro oficio. Una propuesta sensata para ganar adeptos a la lectura verbal, no de la imagen figurativa, sería imitar el ejemplo del impresor Ricardo Esteban. Los diarios y la Asociación de Editores de Periódicos (AEDP) deberían proponer premios a los lectores que sean capaces de hallar errores en sus páginas. Harían así un tremendo favor a los periodistas, y otro a los lectores que padecemos la intoxicación de las erratas y el tedio en del estilo abstruso. Ojalá este artículo no tenga erratas. ●



Periscopio Tecnológico

BBC desarrolla estudio virtual

Origami es el nombre de este innovador sistema que se utilizará para una nueva generación de programas y películas realizadas con efectos especiales a un coste relativamente bajo. El programa está siendo desarrollado con investigadores de Alemania e Italia y tiene ventajas adicionales al ya clásico fondo azul, donde se siluetea al actor y después se puede sustituir por una escena grabada. Origami

permite que las escenas de acción se produzcan dentro de un paisaje virtual dentro del ordenador.

Para colocar a un actor dentro de esta escena, el espacio del actor es monitorizado por 12 cámaras que

crean un modelo virtual tridimensional del actor, lo que permite al ordenador seguirle y añadirle dentro de la escena posteriormente. El paisaje virtual y cualquier personaje extra son proyectados en las paredes y suelos de un estudio, que el actor puede ver mientras que los pequeños puntos reflectivos se aseguran de que la cámara todavía está viendo un fondo azul. ●



Espanoles contarán con "oficinas virtuales"

El gobierno español acordó con la Fundación Universitaria de España la instalación, hasta abril, de 360 "oficinas virtuales" de uso público y gratuito, las que complementarán con otras 500 que implantará la empresa Red.es en pequeños municipios.

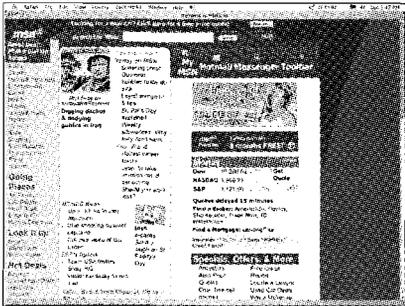
Las "oficinas virtuales" permitirán el acceso a ofertas públicas y privadas de empleo, facilitando incluso el envío del currículum profesional y una foto, a través de un servicio de web-cam. También ofrecerán un servicio de consulta de ayudas y subvenciones, y la posibilidad de navegar por los webs públicos, acceder al Portal del Ciudadano y a los servicios electrónicos de la Administración Pública. ●

Microsoft y el concepto de computación integrada

Bill Gates, el líder de Microsoft Corp., lanzó el concepto de computación integrada, como la capacidad de unir dispositivos en un solo mundo conectado: el software y la tecnología de banda ancha son las bases para convertir la computación integrada en una realidad, dijo.

Hablando en enero en la feria mundial de tecnología de Las Vegas, Estados Unidos, Gates promovió

MSN.com, una página del web que concentra información personalizada, capacidades para compartir fotos y transmisión de vídeo, así como contenido de primera de proveedores de la talla de NBC, Discovery Channel, HGTV, Weather Channel entre otros.



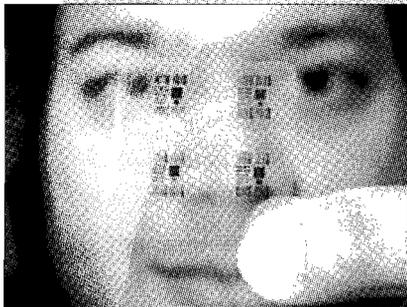
Gates presentó Windows Media Vision HD, una pieza poderosa de tecnología para la transmisión del contenido disponible en una computadora en alta definición y el Portable Media Center

(Centro de Media Portátil) que permite a los consumidores transferir sus películas, música, fotos y otro contenido de una computadora a un dispositivo portátil del tamaño de una billetera.

Gates presentó también el Xbox Media Center Extender Kit, que permite conectar el Xbox a una computadora para acceder el contenido para la reproducción de media a través de una consola de juego.

Pantallas que se doblan, próxima realidad

El centro de investigación de Palo Alto de la empresa Xerox, anunció que ha desarrollado una tinta semiconductor que imprime transistores, que en el futuro permitirá fabricar pantallas para libros, ropa, accesorios militares y otros productos, tan delgados y maleables como el papel de un periódico.



Un avance de esta inminente realidad científica pudo verse en la película *Minority Report*, en donde el actor John Anderton entra al metro, junto a una persona que lee el diario en el cual las noticias se actualizan a cada momento.

Tips de la fotografía digital

A la hora de comprar una cámara digital hay que tomar en cuenta si se adquiere una tarjeta de memoria en velocidades de 4X, 8X e incluso de 52X, designaciones que indican cuán rápidamente pueden guardarse las imágenes en la tarjeta: a las velocidades más altas, corresponden precios más altos.

Otro elemento importante son las pilas. Muchos modelos de cámaras en el mercado usan pilas convencionales del tipo "AA", que no son mala cosa pues se las puede hallar en cualquier parte. Pero las cámaras digitales devoran las pilas con avidez y por eso deben preferirse pilas recargables, junto con el cargador correspondiente. Ahorrará mucho dinero frente al gasto que implican las pilas no recargables.



Con una cámara digital es preciso utilizar software gratuito o de bajo costo para editar, ver e imprimir imágenes.

IrfanView (www.tucows.com/preview/194967.html) es un programa muy popular para visualizar imágenes. Para editarlas debe probarse primero el software incluido en la cámara, ya que la mayoría de ellas trae un software suficiente como para realizar las operaciones básicas en la edición de fotografías digitales.

Jasc's PaintShop Pro (www.jasc.com) es un editor de imágenes casi tan completo como el profesional PhotoShop (www.adobe.com), y cuesta menos de 100 dólares. La impresión de imágenes es una tarea que pocos programas hacen tan bien como el software de bajo costo Qimage (www.ddissoftware.com/qimage).

Si se desea imprimir las fotos captadas con la cámara digital, se debe contar con una impresora, papel y cartuchos de tinta. Hay negocios en donde se puede entregar un disquete o un CD lleno de fotografías digitales y obtener las copias necesarias.

A la hora de comprar una cámara digital, se debe considerar si se necesita una simple cámara de enfocar y disparar o se quiere algo más profesional, como una cámara con lentes intercambiables, por ejemplo. En cuanto al tema de los megapíxeles, la mayoría de las cámaras digitales de tres a cuatro megapíxeles hacen fotografías que pueden ser impresas en tamaño grande.

El propietario de una cámara digital debe concentrarse en refinar sus habilidades como fotógrafo y en mejorar sus fotografías en la computadora, que es actualmente el equivalente de la cámara oscura. Estas habilidades le permitirán obtener mejores fotografías. ☼

Internet para todos con WiMAX

La nueva tecnología conocida como WiMAX, podría llevar Internet a millones de hogares y empresas donde no llegan ni el cable ni las líneas de suscripción digital (DSL, por sus siglas en inglés), especialmente en los países en desarrollo.



La empresa Intel promociona WiMAX, como solución para uno de los mayores problemas de las compañías que ofrecen servicios de Internet: cómo obtener un acceso

rápido a la web en hogares y empresas, sin tener que abrir agujeros en calzadas y aceras para el tendido de cable de fibra óptica. La nueva tecnología puede cubrir un área de 48 kilómetros, con capacidad para transmitir datos a 70 megabits por segundo. ☼

Jokes: el terror de los incautos

Los jokes, la nueva realidad en la web, son pequeños programas que no son virus, sino bromas cuyo objetivo es hacer creer a los usuarios que su PC ha resultado afectado por algún tipo de código malicioso.

Los jokes no son capaces de provocar daños en los equipos -como pérdida de datos, envíos de correo electrónico no deseado, etc.- pero, indirectamente, si pueden perjudicar a los usuarios.

Un joke -por ejemplo- cuando es ejecutado, muestra una imagen con el árbol de archivos que se encuentran en el disco duro del ordenador. Acto seguido, aparece en pantalla un texto en el que se lee: "El disco duro va ser formateado, ¿desea continuar? S/N". ☼

Vulnerabilidades del software en el web

La nueva amenaza del Internet se vincula con la llamada "vulnerabilidad de software," que se define como un fallo o hueco de seguridad detectado en algún programa o sistema informático, que puede ser utilizado por virus para propagarse e infectar, o por hackers para entrar en los sistemas de forma no autorizada.

Las vulnerabilidades del software son un fallo de diseño de alguno de los programas que pueda haber instalados en el ordenador, que permite que un virus pueda realizar alguna acción maliciosa sin necesidad de que el usuario tenga que abrir e-mails infectados, ejecutar archivos sospechosos, o que abre las puertas de par en par a usuarios maliciosos que quieran introducirse al equipo. ☼

Anuncios en televisión migran a Internet

La nueva realidad en el mercado publicitario mundial es la lenta pero continua transferencia de la publicidad en TV al Internet, gracias a los últimos adelantos tecnológicos. En las últimas semanas, más de una docena de sitios de la red, como MSN, ESPN, Lycos, o iVillage, han puesto en marcha anuncios en video con la misma calidad y características de la televisión, gracias a la tecnología Unicast.

Hasta ahora, muchos grandes anunciantes ya habían utilizado anuncios de video en Internet, pero sin la definición que se consigue en televisión, ni siquiera para aquellos usuarios que cuentan con conexiones



rápidas. Con una nueva tecnología, desarrollada por la compañía neoyorquina Unicast, las imágenes en Internet corren a 30 frames por segundo, la misma velocidad

de cualquier video que se puede ver en nuestro aparato de televisión.

El sistema de Unicast carga de manera imperceptible los anuncios mientras el usuario lee los contenidos de una página web, y luego muestra el anuncio en el área de lectura cuando este usuario accede a una página nueva. El resultado que se obtiene es idéntico al de la televisión, aunque el espectador no cuenta con una conexión de alta velocidad.

La tecnología de Unicast consigue, por ahora, eludir la acción de los bloqueadores de pop-ups, aunque el usuario puede saltarse el anuncio a voluntad, pulsando en una caja que lo cierra. Estas nuevas posibilidades pueden parecer un nuevo modo de invadir a los usuarios con más publicidad, pero sus promotores aseguran que, a diferencia de la televisión, los internautas no serán bombardeados con anuncios, al menos a corto plazo. ●

Internet crece en detrimento de la prensa y la televisión

Un estudio reciente demostró la supremacía de Internet en lo que se refiere al uso de los medios por parte de la audiencia, quedando a los medios convencionales dos opciones: contraatacar para recuperar el terreno perdido o interpretar la situación como una oportunidad de desarrollo de su negocio a través del soporte digital.

El estudio "The Media Audit." que se realiza en 85 mercados metropolitanos de los Estados Unidos, dijo que el porcentaje de adultos que dedican al menos una hora diaria a Internet ha crecido significativamente, más que el de aquellos que dedican el mismo tiempo a la edición en papel de un periódico.

Según la misma fuente, en el 2001 el 23 por ciento de los adultos dedicó por lo menos siete horas semanales en la red. En 2002, ese índice llegó al 24,6 y el año pasado alcanzó el 26,2 por ciento.

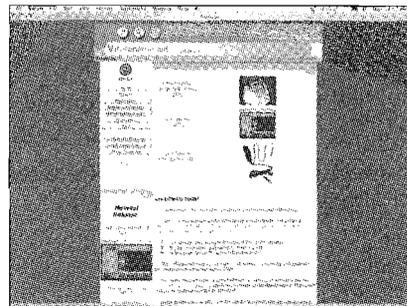
La situación actual reflejada por el estudio The Media Audit se corresponde con uno de los mayores fenómenos registrados en los últimos tiempos respecto al comportamiento de las audiencias: la huida de audiencias, sobre todo jóvenes, de la televisión hacia los medios nuevos. Así, mientras que los periódicos y la televisión registraron incrementos mínimos de 2001 a 2002, en el paso a 2003 ese crecimiento fue negativo.

Otro de los aspectos analizados por la investigación se refirió al nivel socioeconómico de estas audiencias. Señala que más del 60 por ciento de los usuarios de Internet presenta ingresos anuales superiores a los 50.000 dólares, y alrededor de la mitad tiene al menos un título universitario. Los lectores habituales de periódicos tienen esos ingresos en un 45 por ciento de los casos y ese nivel de estudios en un 38,9 por ciento. Los porcentajes bajan en el caso de los que más tiempo dedican a la televisión: el 32,4 por ciento ganan anualmente esa cantidad y el 20,8 por ciento posee un título universitario. ●

Revolucionarias gafas salen al mercado

Unas gafas que incorporan un mini-detector de mentiras, recién lanzadas por una compañía de los Estados Unidos, podrían convertirse en el futuro en pieza clave del personal de seguridad de aeropuertos y otros lugares con peligro.

La tecnología que incorporan los anteojos, desarrollada en Israel y comercializada en los Estados Unidos por la empresa "V" (por "voz" y "veritas", verdad en latín) consiste en un detector de mentiras que, por ejemplo, se activaría cada vez que el personal de seguridad preguntase al pasajero si entre sus planes está secuestrar el avión. Las gafas mostrarían a continuación una luzcecita verde, amarilla o roja para indicar el grado de veracidad de la respuesta.



La tecnología se vale de un sistema de procesamiento de señales auditivas, que utiliza unos 8.000 algoritmos para analizar cada sonido. De esta manera, la maquina es capaz de detectar las emociones que se transmiten a través de la voz.

Una variedad del invento, que haría las delicias del Gran Hermano del escritor George Orwell en su obra *1984*, es un "detector de amor" de bolsillo, un software que la empresa vende a través de su página web (www.v-entertainment.com). El programa analiza las llamadas de teléfono y, en lugar de las lucecitas tipo semáforo de los anteojos, incluye gráficos que muestran cuánto ama la persona que llama, con una fiabilidad del 96 por ciento, según la compañía.

Otra aplicación de esta tecnología es la de analizar, por ejemplo, el nivel de veracidad de los candidatos presidenciales en los debates por televisión. Otro programa informático, llamado "Ex-Sense Pro" es capaz de adivinar mediante el análisis de la voz si la persona está preocupada, enfadada o tiene dudas, por ejemplo.

Washington aprueba Linux para máquinas IBM

Las firmas IBM y SuSE, el desarrollador de Linux que fue comprado por Novell, recibieron una certificación para su versión del sistema operativo Linux que abrirá las puertas a más negocios con el gobierno estadounidense, incluyendo al Departamento de

Defensa.

IBM, que planea invertir 50 millones de dólares en Novell para apuntalar el uso de Linux, dijo que la certificación ayudará a la versión de Linux de SuSE a competir con otros sistemas operativos que ya alcanzaron las certificaciones gubernamentales.

La versión de Linux de SuSE, que opera en los servidores informáticos de IBM con microprocesadores de Intel, satisface los requerimientos del gobierno, dijeron las compañías. Linux es un sistema operativo de fuente abierta, lo que significa que los desarrolladores pueden cambiar su código interno libremente.

Microsoft, el mayor productor de software del mundo, ya tiene una certificación del Departamento de Defensa. Linux se ha convertido en un competidor de Microsoft en los últimos años, desde que corporaciones como IBM apoyan su uso.

Pérdidas millonarias por virus

Trend Micro Inc., el tercer fabricante de software antivirus del mundo, informó que los ataques de virus informáticos costaron a las empresas a nivel global unos 55.000 millones de dólares en daños durante 2003, suma que podría aumentar este año.

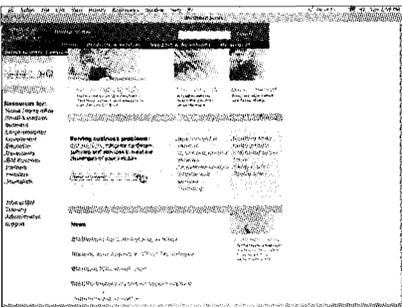
Las compañías perdieron entre 20.000 y 30.000 millones de dólares en el año 2002 por los ataques de virus, y el año 2001 el monto se acercó a los 13.000 millones, según estimaciones de la industria.

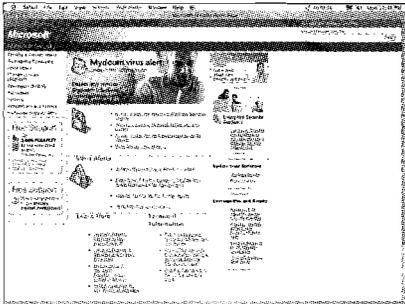
Lionel Phang, director y gerente de Trend Micro, afirmó que "el impacto económico y financiero de los ataques de los virus continuará aumentando en el año 2004." El ejecutivo no ofreció pronósticos para este año, pero puntualizó que las amenazas de los correos electrónicos no solicitados, o "spam", y los virus de redes probablemente se harán más predominantes en el año 2004.

"El spam amenaza con aumentar exponencialmente y se convertirá en el escondite de los virus y de los programas de piratas que traten de obtener acceso a las redes", agregó.

Antivirus para Windows gratis por un año

El vendedor de software de seguridad Computer Associates Internacional anunció que ofrecerá, de manera gratuita durante un año, un software de antivirus para los usuarios de Windows, en un intento por expandir su presencia en el mercado de consumidores.





La empresa dijo, en un comunicado, que otorgará una suscripción a su software eTrust EZ Armor, una versión para consumidores de su anti-virus para empresas y

software firewall (sistema que se coloca entre una red local e Internet), durante un año.

Los usuarios de Windows pueden descargar el software ETrust EZ Armor en <http://www.microsoft.com/security/protect/>.

Alemania declara 2005 el "Año de Einstein"

Alemania declarará 2005 el "Año de Einstein" y destinará un fondo especial para estimular las investigaciones científicas, con el objeto de consolidar una asociación entre la ciencia y la industria.

El gobierno alemán quiere fomentar en la juventud el interés por la ciencia y la investigación y para 2005 ha planificado una importante exposición científica y un programa tendiente a estimular a los estudiantes desde los primeros años de educación.

Un portavoz gubernamental informó que el ministro de Economía, Wolfgang Clement, establecería un fondo de 635 millones de dólares para estimular al sector privado a destinar unos 2.200 millones de dólares a las firmas de innovación.

Yahoo apuesta por "el periodismo ciudadano"

La empresa del web Yahoo incursionó en el llamado periodismo ciudadano, que son contenidos creados por la propia audiencia y, por tanto, muy vinculados a su vida e intereses. La iniciativa se llama Eurekster, y construye en la red un directorio muy detallado para el usuario a partir de las acciones de los colegas que forman su comunidad.

Cuando un internauta hace una búsqueda que coincide con alguna realizada por sus amigos, los resultados más populares se muestran primero. Ese

listado forma parte del directorio personal, lo que hace que sea único y solo resulte accesible para los medios de la comunidad.

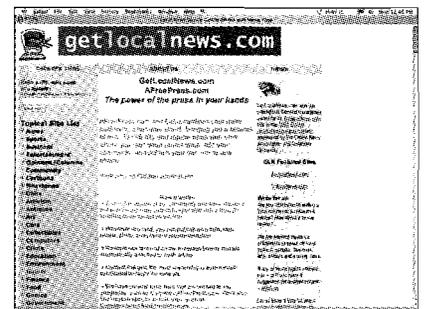
Según Eurekster, este servicio no es sino una extensión tecnológica del fenómeno boca-oreja: refleja nuestro comportamiento habitual, ya que todos confiamos en lo que nos cuentan para filtrar información y para compartirla.

Según la misma fuente, los consumidores actuales están extremadamente especializados, hasta el punto de que ya no admiten resultados de búsqueda generados por entes lejanos. Quieren un sistema que les proporcione resultados relevantes para ellos y sus amigos.

El periodismo ciudadano representa un "nuevo nicho" de mercado en el periodismo online, al presentar una mezcla de "reporteros locales" que quieren compartir opiniones e informaciones junto con periodistas profesionales que pretenden desarrollar un verdadero medio local en Internet.

Uno de los máximos exponentes de esta tendencia es OhMyNews, el sitio de noticias más influyente de Corea del Sur, que ha logrado en tres años una media de 14 millones de visitas diarias. La mayor parte de sus contenidos están elaborados y son remitidos por sus lectores habituales, una estrategia pensada desde la fundación de este medio por su creador, Oh Yeon Ho, quien ha tratado de demostrar que "cada lector, cada ciudadano, es un reportero."

Otro ejemplo paradigmático es el de GetLocalNews.com, una compañía que ha creado una red de sitios web de información para diferentes tipos de comunidades estadounidenses, y ha desarrollado una infraestructura de edición en Internet que puede ser utilizada por cualquier emprendedor local.



Bibliografía sobre Comunicación

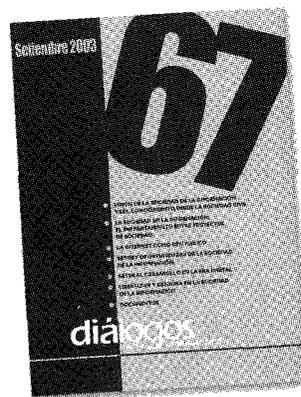
Información de libros, revistas y otras publicaciones sobre temas de comunicación y asuntos sociales, que han sido enviados al CIESPAL.



Abreu, Carlos. (2003). **Medios digitales y cambios en el periodismo: la óptica de nuestros comunicadores online**. IN: *Comunicación*, (124), pp. 40-49.

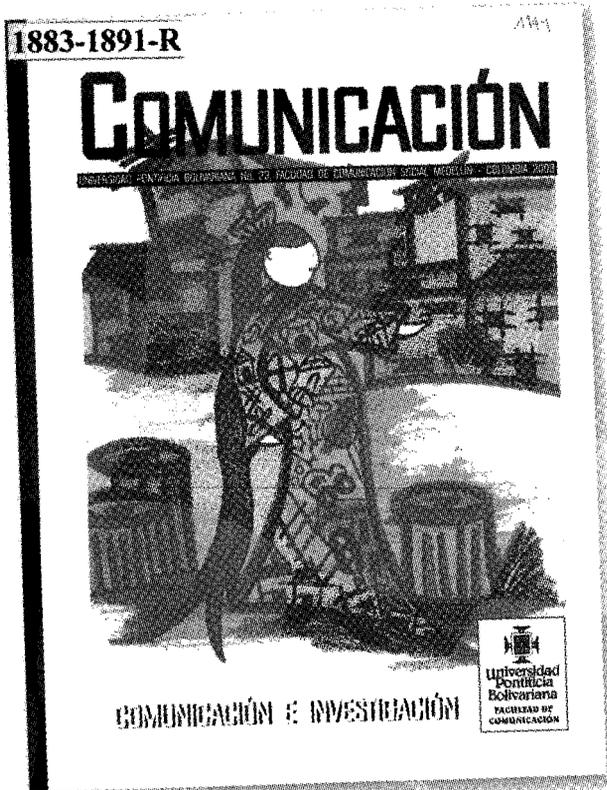
Este trabajo recoge el análisis y criterios de un grupo de comunicadores on line, de los principales diarios digitales venezolanos, sobre las diferencias existentes entre un medio impreso y uno digital. Estos últimos tienen características similares a las de los medios clásicos o tradicionales, sin embargo también tienen rasgos distintivos, a saber: 1) mensajes

elaborados con hipertexto o hipermedia; 2) actualización continua de la información; 3) acceso a un mayor volumen de información; 4) peculiar interactividad; 5) posibilidad de ofrecer un producto personalizado.



Burch, Sally. (2003). **Libertades y censura en la Sociedad de la Información**. IN: *Diálogos de la Comunicación*, (67), pp.58-59.

Un principio básico de toda democracia es la posibilidad de la ciudadanía de incidir en las decisiones y políticas que rigen el convivir de las comunidades humanas, por tanto, la libertad de opinión y expresión ha sido reconocida internacionalmente como un derecho humano fundamental. Ahora, en la llamada sociedad info, estos derechos adquieren un nuevo significado, a la vez que plantea nuevos retos.



Ceballos, Juan Carlos. (2003). **Imaginarse un periodismo diferente y posible: ¿cómo investigar en periodismo público?** IN: Comunicación, (23), pp. 25-36.

Una de las críticas que se hace al periodismo en la actualidad tiene que ver con su lejanía de las realidades y necesidades informativas de sus públicos. Los contenidos, la forma de organizar los productos periodísticos, el enfoque y el establecimiento de las mismas agendas noticiosas, obedecen más a factores mercantilistas que a criterios de orientación y formación de la ciudadanía. Bajo este panorama, Ceballos lanza la propuesta de periodismo público, como una tendencia que contribuya a la construcción de la esfera pública.

Esteinou, Javier. (2003). **Comunicación, investigación y modernidad: el caso de México.** IN: Trampas de la Comunicación y la cultura, (16), pp. 8-16.

La tendencia mercantilista y pragmática, que ha caracterizado el desarrollo de la estructura cultural del modelo neoliberal en México, ha acentuado la dinámica de desproteger e incluso de desaparecer la investigación de la comunicación de carácter humanista y social; y se han impulsado desmedidamente, desde las políticas oficiales científicas y educativas de los Estados nacionales, los estudios marcadamente tecnológicos y eficientistas de la información. De aquí, la enorme importancia estratégica de efectuar un alto cultural y repensar cuáles son las prioridades en el campo de la comunicación.





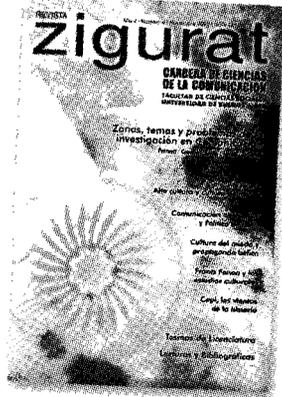
Fernández Beltrán Francisco, López Lita Rafael y Vilar Moreno Fernando-editores (2003). **Radio y televisión en el ámbito local**. Castelló de la Plana, España, Publicaciones de la Universitat Jaume I. 607 p.

El Segundo Congreso de Comunicación Local (ComLoc 2002), que se cumplió en diciembre del 2002 en la universidad española Jaume I, está resumido en este interesante tomo que presenta la totalidad de ponencias y conferencias magistrales desarrolladas durante el evento. La cita versó sobre el tema "Los medios audiovisuales en el ámbito local" y el éxito conseguido llevó a los organizadores -el Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Jaume I y el periódico Mediterráneo- a considerar seriamente la posibilidad de convertir a la ComLoc en una cita anual, para el análisis de todas las cuestiones relacionadas con la comunicación desde el ámbito local

Hillar, Gastón. (2001). **@-Sociedad: ¿Internet y la tecnología vs. la sociedad humana?** Buenos Aires: Editorial Hispano Americana. 272 p.

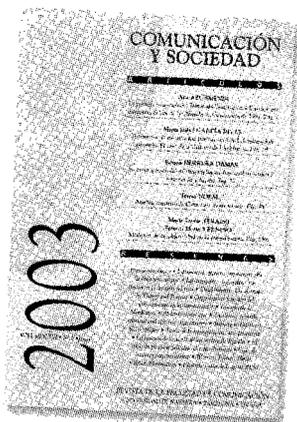
Esta obra desnuda cada una de las relaciones, escenarios y efectos secundarios que se esconden detrás de las evoluciones tecnológicas, la era de la información, las nuevas economías, Internet y sus tendencias. Analiza la vida social y el fuerte impacto para los que tienen acceso a la tecnología, desde un punto de vista muy latinoamericano y no del idealismo norteamericano o europeo. Profundiza, plantea incógnitas y posibles proyecciones en cuanto a la tecnología, la educación, la inteligencia, el comercio, el trabajo y el futuro.





Giordano, Eduardo. (2003). **La transmisión cultural del miedo y la propaganda bélica.** IN: *Zigurat*, (4), pp. 83-91.

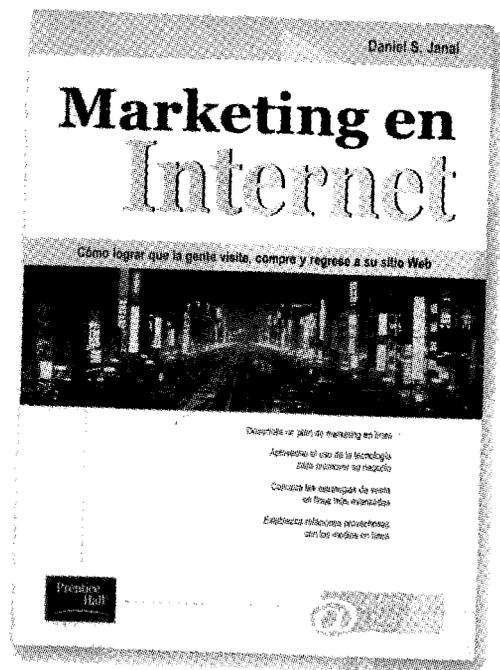
El miedo ha devenido como un componente esencial de la gestión política de las economías belicistas, que condiciona las actitudes de los ciudadanos de la forma más útil a los intereses de las élites dirigentes. Este artículo propone una reflexión parcial sobre el sustrato cultural en el que se inscribe la propaganda bélica del gobierno de los Estados Unidos y de sus aliados europeos para justificar la invasión de Afganistán, la conquista de Irak y otras posibles guerras preventivas. Este es un concepto crucial en la propaganda de guerra.



Herrera, Susana. (2003). **La participación del público en los medios: análisis crítico e intentos de solución.** IN: *Comunicación y Sociedad*, v. XVI, (1), pp. 57-94.

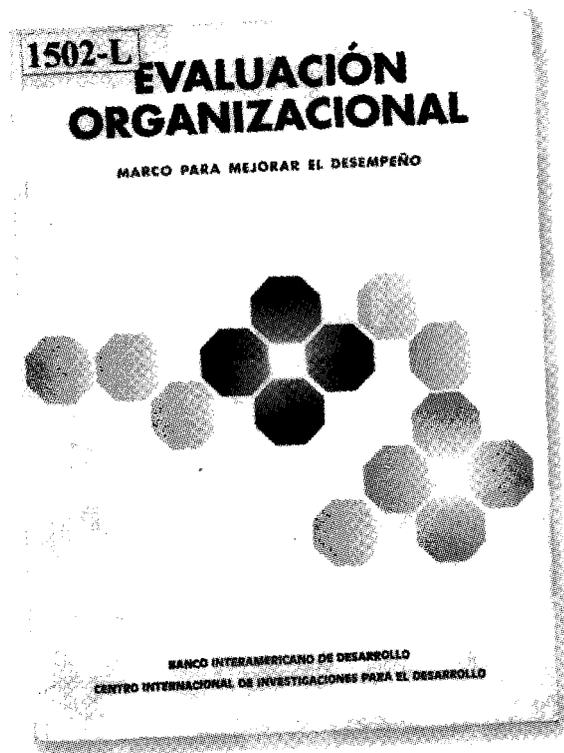
La exclusión de los públicos en los procesos comunicativos que llevan a cabo los medios demanda

una nueva comprensión del papel de estos últimos en las actuales sociedades. El entendimiento de un modelo conversacional de pensar la práctica periodística ofrece una solución al déficit social de los medios, sitúa la participación del público en un nuevo contexto teórico y permite ampliar el repertorio de las diferentes fórmulas de participación existentes. Un repertorio que ha sido recientemente incrementado, gracias a la interactividad que permiten las nuevas tecnologías, se encuentra estrechamente ligada a la relación que éstos establecen con la sociedad.



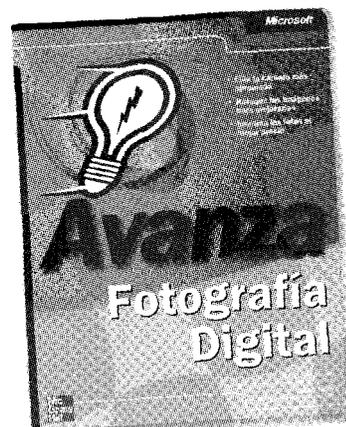
Janal, Daniel. (2000). **Marketing en Internet** México: Pearson Educación. 400 p.

Con palabras claras, sin tecnicismos, el autor presenta estrategias y técnicas para el marketing en línea, que garantizan aumento en las utilidades, reducción en los costos y valor agregado para los clientes, sin importar el tamaño de su empresa o del presupuesto para marketing. Con ejemplos probados, describe cómo obtienen las compañías beneficios del marketing en línea.



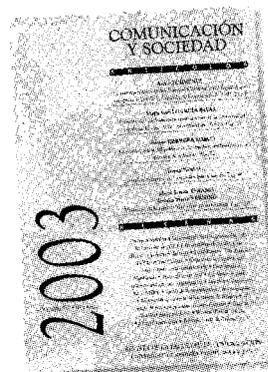
Lusthaus, Charles./et.al./ (2002). **Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño**. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo. 217 p.

La obra está dirigida a los interesados en el diagnóstico organizacional y el cambio social, incluye una guía rápida para evaluar organizaciones, un esquema de informe, glosario de términos referentes a las evaluaciones. Ofrece una metodología clara y definida para determinar las fortalezas y debilidades de las instituciones en el inicio de una actividad a favor del desarrollo. Examina todos los aspectos del desempeño, incluyendo el entorno en el que operan, su capacidad, la gestión interna, la viabilidad financiera y la motivación del personal. Se repasan los procedimientos de evaluación, desde la selección y la redacción de las preguntas hasta la recolección y el análisis de los datos, la propiedad de la evaluación y la presentación de resultados.



Stone, David; Ron, Gladis. Rodríguez, Luis, traductor. (2003). **Avanza fotografía digital**. Madrid: McGrawHill. 315 p.

Guía general que muestra lo que puede hacerse con las cámaras digitales, cómo elegir la adecuada, facilita el aprendizaje y manejo, proporciona, además, consejos básicos para la edición de fotografías, técnicas para solucionar los defectos más corrientes, cómo colocarlas en una página Web y enviarlas por correo electrónico. Trata sobre la fotografía, sus fundamentos y aplicación en el terreno de lo digital y qué hacer con las fotografías que tomó.



Teramo, María Teresa; Vernino, Teresa. (2003). **Medición de la subjetividad en la prensa escrita**. IN: Comunicación y Sociedad, v. XVI, (1), pp. 139-155

Las autoras consideran que los medios de comunicación social se han convertido en una institución privilegiada en la formación de la opinión. No obstante, la subjetividad de los periodistas invade las

noticias. El presente artículo propone una reflexión del discurso periodístico, en el contexto de la teoría de la enunciación que prioriza el estudio de las modalidades de enunciación, enunciado y mensaje.

REVISTAS RECIBIDAS

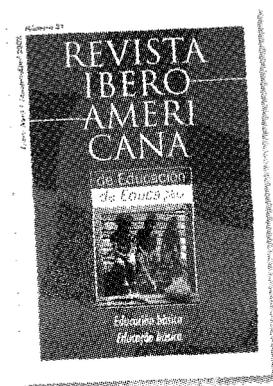


COMUNICACIÓN

Revista del Instituto Tecnológico de Costa Rica, publicada por la Escuela de Ciencias del Lenguaje, vol. XII, (2), 2002.

Proporciona al estudioso un lugar para divulgar conocimientos en los campos de las Humanidades y la Educación. Contiene 14 artículos sobre filosofía, educación, literatura, política internacional y cine.

Apartado 159-7050, Cartago, Costa Rica
legolas@racsa.co.cr



IBEROAMERICANA DE EDUCACIÓN

Revista cuatrimestral editada por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, OEI, (31), 2003.

La redefinición del papel social de la escuela, en particular de la educación básica, y los propios fundamentos del modelo educativo vigente, pasan a ser cuestiones que deberían ocupar la atención de los actores educativos y de toda sociedad que considere a la educación como elemento de cohesión, de desarrollo y de justicia social. Iberoamericana de Educación plantea cuestiones que pueden resultar significativas para animar el debate sobre la definición de políticas públicas de la educación básica.

Bravo Murillo, 38. 28015, Madrid, España
rie@oei.es

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

CIESPAL 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.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

Durante el 2003, CIESPAL inscribió la autogestión como norma de trabajo y como mecanismo que permitió la sostenibilidad institucional. La crisis económica y política que vive el país, en los últimos años, también afectó a la Institución, a tal punto que durante los cuatro primeros meses, el funcionamiento del CIESPAL dependió exclusivamente de sus propios ingresos.

Las restricciones económicas no detuvieron la dinámica institucional. A través de convenios de cooperación interinstitucional, pudieron plasmarse nuevos proyectos y propuestas que acogen los múltiples y permanentes requerimientos académicos, educativos, culturales y sociales de sectores vinculados a la comunicación social.

La actividad académica fue exitosa y en diferentes eventos se logró la participación de un importante número de profesionales de la comunicación de las diferentes provincias del país y, en general, de América Latina y el Caribe.

El trabajo de investigación experimentó un salto cualitativo y cuantitativo notable, al tiempo que se inició la producción del noticiero Informe Semanal para una red de 23 canales de televisión provinciales, experiencia que ha sido replicada en radio para una red de 40 emisoras de todo el país con producciones propias de la Institución.

Se efectuó la publicación de siete nuevos títulos de libros especializados y la reimpresión de dos más, en tanto que se concretó la modernización del Centro de Documentación con la incorporación de personal mínimo requerido, levantamiento de dos bases de datos adicionales y el alojamiento de la principal en el web.

Avance tecnológico e informático

En el último período, el CIESPAL obtuvo la licencia de proveedor de Internet ISP, lo que, sumado a la infraestructura tecnológica instalada, permite a la institución tener acceso, por medio de su Intranet, a beneficios de ancho de banda de 64Kbps, ofreciendo los servicios de navegación WWW, e-mail y transferencia de archivos FTP.

El backbone de Internet, de alta velocidad, puede ser ampliado de acuerdo con las necesidades hasta los 2Mbps, lo que permite la transferencia de audio y video, así como mantener videoconferencias, con motivo de los diferentes eventos, seminarios y talleres.

El servidor de Internet aloja (hosting) páginas web, el servicio de cuentas de e-mail, así como las bases de datos de documentación, becarios, eventos, noticias, seminarios y talleres. A su vez, las estaciones de edición digital en televisión y en radio instaladas en el aula virtual sirven para ofrecer talleres y seminarios en materia digital e Internet.

Estrategia nacional de prevención de riesgos.

En febrero y convocadas por la Dirección de Defensa Civil, en un esfuerzo conjunto, varias instituciones públicas y privadas –entre las que estuvo CIESPAL– trabajaron en la formulación de la “Estrategia nacional de prevención y atención de desastres”, a fin de institucionalizar la gestión que contribuya a la reducción de riesgos de desastres.

Los daños por esta causa son incalculables. Todos los días mueren 184 personas a causa de algún evento adverso. Adicionalmente, el impacto de los desastres naturales en la economía y en la sociedad es de tal magnitud que causa retroceso o frena el desarrollo de los países. En el Ecuador, concretamente, las pérdidas económicas causados por el Fenómeno del

Niño en el bienio 1997-1998 fueron de 2.800 millones de dólares, cantidad tres veces superior a la que se registró entre los años 1982 y 1983.

El documento recoge las medidas técnicas, prácticas tradicionales y experiencia pública que, según los especialistas, puede ayudar a reducir la gravedad o la severidad de los daños. La propuesta nacional pasará a formar parte de la *Estrategia andina de prevención de desastres*, que está en preparación.

Periodismo, ¿oficio imposible?

El CIESPAL editó y puso en circulación el libro *Periodismo, ¿oficio imposible?*, del periodista colombiano José Hernández, con amplia experiencia en medios impresos y televisión de su país, Ecuador y Bolivia

La obra presenta varios escenarios en los que se desenvuelve el periodismo en América Latina y propone cuestionamientos a las formas en la que los periodistas y los medios realizan su trabajo, a la vez que sugiere alternativas de cambio para que cumplan su compromiso social a cabalidad.

Bases de datos en comunicación

En el primer trimestre del año 2004 el Centro de Documentación puso a disposición de los usuarios internos y externos las bases de datos sobre comunicación y migración a través de la página Web y la Intranet, con alrededor de 18.000 documentos en ambas disciplinas.

La acción fue posible mediante la instalación del iAH, herramienta creada por el Bireme, Centro Latinoamericano de Información en Ciencias de la Salud, adscrito al Sistema de Información de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

La herramienta en uso es una aplicación desarrollada en WWWis para sistemas Microsis, y está disponible para quienes utilizan los servicios del Departamento de Documentación de la institución.

Los cibernautas también tendrán acceso al material al visitar la página www.CIESPAL.net. La recuperación en la base de datos puede realizarse a través de expresiones como autor, título y palabras claves.

La actualización de la información se realiza semanalmente, insertando en un archivo denominado ISO los últimos cambios y los nuevos ingresos documentales. Posteriormente, y a través del D.O.S., la información se inserta en la autopista de la información.

Formación profesional

Una intensa actividad de formación profesional llevó adelante el CIESPAL durante el primer trimestre del año 2004, ofertando una variada gama de temas que responden a las necesidades y a los objetivos de aprendizaje de los comunicadores sociales, de las facultades de Comunicación del país y de las organizaciones sociales que hacen de esta disciplina una herramienta de propuestas para el desarrollo social.

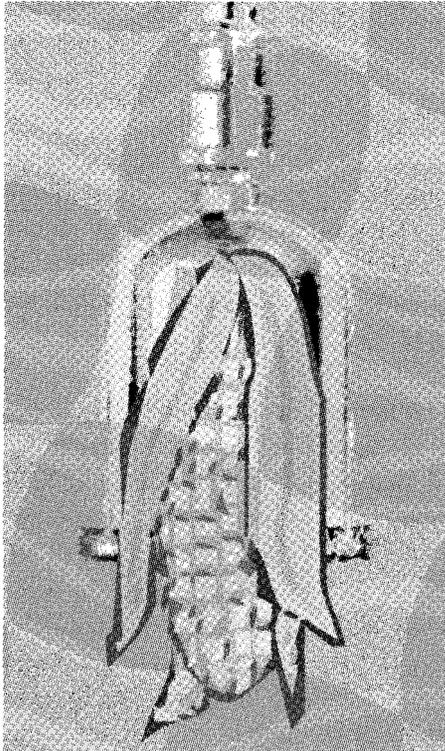
Se desarrollaron un total de 17 grandes temas en sendos seminarios-talleres sobre tecnología digital, radio, televisión e impresos, con una asistencia de 500 participantes, en distintas provincias del Ecuador.

En marzo, conjuntamente con el International Center for Journalists con sede en Washington, se realizó un importante evento sobre *Medio ambiente y calidad de aire en Quito* al que asistieron prestigiosos expositores internacionales y nacionales.

Postgrados: un nuevo reto

El CIESPAL ha decidido asumir un nuevo reto: ofertar a nivel nacional una Maestría en Comunicación y Tecnologías Educativas, en un esfuerzo académico de modalidad abierta a distancia, con la asesoría y apoyo del Centro de Estudios en Comunicación y Tecnologías Educativas del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), con sede en México.

ILCE y CIESPAL -en una suerte de alianza estratégica- ofrecerán este postgrado en su amplia experiencia en procesos de formación profesional, con equipos profesionales, docentes de amplia experiencia académica, que permite planear, instrumentar, impartir y evaluar ofertas educativas de calidad académica.



La Ond@ Rural

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

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



infoDev

Organización de las Naciones Unidas para la
Agricultura y la Alimentación

comunica

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

187
Sep-Oct 2003

Director: Dietmar Dirmoser
Jefe de Redacción: S. Chejfec

Brasil, el Desafío del Cambio

COYUNTURA: **Luis Serra**. Nicaragua. Entre la corrupción y la exclusión. **Jaime Ordóñez**. Costa Rica. Tiempos de transición.

APORTES: **Giovanni E. Reyes**. Negociaciones comerciales internacionales de pequeñas economías. Elementos para una estrategia operativa con ilustración de países centroamericanos. **Roberto A. Follari**. Sobre la existencia de paradigmas en las ciencias sociales.

TEMA CENTRAL: **Joachim Knoop**. El Brasil con Lula ¿Más de lo mismo? **Carlos Eduardo Carvalho**. El gobierno de Lula y el neoliberalismo relanzado. **Luiz Gonzaga Belluzzo**. Brasil, una funesta apertura financiera. **Ana Rosa Ribeiro de Mendonça / Carla Cristiane Lopes Cortes**. Reformas del mercado de crédito en Brasil. ¿Ruptura o continuismo? **Maria Hermínia Tavares de Almeida**. Los desafíos de la reforma social en Brasil. Continuando con el cambio. **Ladislaw Dowbor**. Brasil: tendencias de la gestión social. **Raimundo Santos**. Lula y el Movimiento de los Sin Tierra en la hora de la política. **Alcides Costa Vaz**. El gobierno de Lula. ¿Una nueva política exterior? **Ciro Campos Christo Fernandes / Soion Lemos Pinto**. Sociedad de la información en Brasil. Balance y perspectivas.

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.