

## Carta a nuestros lectores

**C**hasqui está de aniversario. Hace 30 años, en diciembre de 1972 apareció el primer número con un formato pequeño de 21,5 x 15,5 centímetros. Sin periodicidad fija, tenía como objetivo reseñar las conferencias de expertos internacionales que se daban cita en CIESPAL para congresos, seminarios y cursos.

Con estos contenidos, la "pequeña" **Chasqui** fue una esforzada realidad hasta junio de 1978, a lo largo de 21 números.

La segunda época comenzó al finalizar el año de 1981, cuando se publicó en el formato que hoy exhibe, trimestralmente y con temas más bien monográficos, acerca de los tópicos de mayor controversia en la teoría y práctica de la comunicación social.

Al finalizar el siglo XX, la nueva dirección de CIESPAL percibió la necesidad de hacer de **Chasqui** una revista que analizara la actuación de los medios de comunicación, en el contexto de los problemas más importantes que se suscitaban en los campos político, económico, social, tecnológico y religioso, especialmente de América Latina, pero sin olvidar a los demás países.

Esto, sin embargo, no significa que **Chasqui** haya dejado de preocuparse de los nuevos planteamientos y problemas de la ciencia de la comunicación, que siguen siendo discutidos con la amplitud y seriedad que exigen.

El nuevo diseño y contenido de la revista ha ampliado notablemente el número de sus lectores, como lo demuestran las estadísticas de lectoría por Internet que se publican en la contraportada. No está por demás decir que la amplia aceptación de la nueva **Chasqui** nos llena de satisfacción y nos obliga a continuar exigiéndonos más, para retribuir la generosidad de nuestros lectores.

En este número, entre otros temas, hacemos un análisis crítico de un rasgo que universalmente ha sido atribuido a Juan Pablo II, como el Pontífice que mejor ha manejado las relaciones públicas de la Iglesia Católica y se ha convertido en un superstar de la comunicación de masas.

Con cierta frecuencia se ha acusado a los medios de comunicación de favorecer la corrupción en América Latina, mediante la práctica del silencio cómplice. **Chasqui** presenta una serie de datos que pueden servir para aquilatar mejor el alcance de esta acusación.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 79 Septiembre 2002

### Director

Edgar P. Jaramillo S.

### Editor

Luis Eladio Proaño

### Consejo Editorial

Nelson Dávila      Lolo Echeverría  
Hector Espín      Luis Espinosa  
Violeta Bazante      Florha Proaño  
Francisco Vivanco

### Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Roberto Betancourt,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Simón Espinosa C.,  
Ministerio de Educación y Cultura  
Juan Centurión,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos,  
Organización de Estados Americanos  
Rubén Astudillo,  
Comisión Nacional de la UNESCO  
Luis Espinosa, FENAPE  
Florha Proaño, UNP  
Rodrigo Pineda, AER

### Asistente de Edición

Jorge Aguirre

### Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

### Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

### Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

chasqui@ciespal.org.ec

e-mail: chasqui@ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

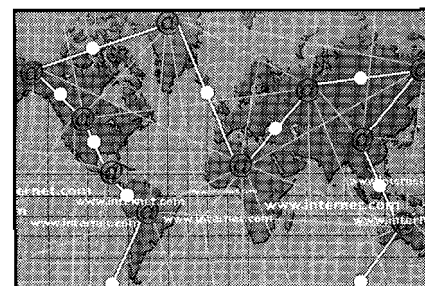
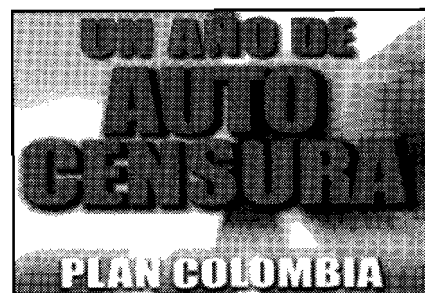
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

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

**Todos los derechos reservados.**

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



## PORTADA

- 4 **Juan Pablo II, Superstar**  
Juliana Fregoso - Felipe Gaytán

## OPINIÓN

- 12 **Ni derechos ni humanos**  
Eduardo Galeano

## ENSAYOS

- 16 **Europa: Discapacitados y tercera edad en la sociedad de la información**  
María Teresa Soto Sansfiel y Xavier Ribes i Guàrdia

- 22 **Periodismo, terrorismo y otros miedos**  
José Zepeda

- 30 **COMUNICACIÓN POLÍTICA**  
**Debate presidencial en la TV: ¿ayuda a ganar una elección?**  
Luis E. Proaño

- 38 **PRENSA**  
**Periodismo polivalente y convergente: riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual**  
Alberto García Avilés

- 44 **La prensa centroeuropea tras la caída del Muro de Berlín**  
Ramón Salgueiro Pérez

- 50 **CINE**  
**Cine en Chile: de la noche de la dictadura a la luz de la democracia**  
Artemio Espinosa

- 54 **ETICA**  
**Plan Colombia: Un año de autocensura**  
Germán Ayala Osorio

- 60 **América Latina: ¿Qué hacen los periodistas frente a los políticos corruptos?**  
Jaime López

- 66 **INFORMÁTICA**  
**La nueva geografía de Internet**  
Francis Pisani

- 72 **Antivirus y seguridad informática: el nuevo desafío cibernético del siglo XXI**  
Francisco Ficarra

- 78 **LENGUAJE**  
**Errores comunes en el lenguaje periodístico**  
Simón Espinosa

- 80 **Periscopio Tecnológico**

- 90 **Bibliografía sobre Comunicación**

- 96 **Actividades de Ciespal**

## Nunca he escrito buscando polémica

Mario Vargas Llosa

Las columnas son para mí una especie de vacaciones que me sacan de las novelas, proyectos larguísima en los que empleo años. Las escribo con gusto y cariño.

Yo creo que cuando uno escribe artículos o ensayos debe tratar de mantenerse en el mundo de la racionalidad, de las ideas, y no suprimir del todo los sentimientos, pero sí sujetarlos. En cambio, cuando uno escribe ficción no tiene ninguna obligación de sujetar las pasiones. La sinrazón puede ser enormemente útil en una novela. Pero en el periodismo hay que esforzarse por ser racional. Si no hay sensatez, hay sinrazón y ésta siempre trae consigo violencia.

En mi caso, el periodismo ha sido una fuente riquísima para el escritor, porque me ha dado muchas experiencias, con las que he escrito mis novelas. Por otra parte, el periodismo me hace estar involucrado en la historia que está haciéndose. La idea del escritor que se aísla en un mundo de imaginación a mí no me seduce, por más que la literatura sea mi vocación.

No creo ser un provocador, yo no busco las polémicas, aunque a veces me vea envuelto en ellas. El polemista profesional no es un personaje que me seduzca. Lo que pasa es que cuando una persona da unas opiniones de una forma clara y explícita, y si esas opiniones no son muy populares, irremediamente se ve envuelto en polémicas, y eso me ha ocurrido muchas veces. Pero nunca he escrito un artículo buscando polémicas, no.

Es una ingenuidad creer que los libros pueden estar exonerados del mercado. Si no hubiera un mercado que los moviera, ¿qué pasaría? ¿Deberíamos volver a la Edad Media y que los libros fueran pagados por los poderosos? ¿Daría mayor pureza al libro que cada escritor tuviera, como en la época de Cervantes, que buscar un rico que patrocinara su obra? Yo creo que no. El mercado representa un progreso respecto a eso. Es un mecanismo impersonal que hace que malos libros sean muy populares y que buenos libros queden relegados ante unas minorías. Pero eso por lo menos garantiza una cierta libertad. Es



verdad que el mercado produce cosas muy negativas, pero yo no sé cuál sería la alternativa. Muchas veces las críticas al mercado son muy poco racionales. No parten de un análisis riguroso.

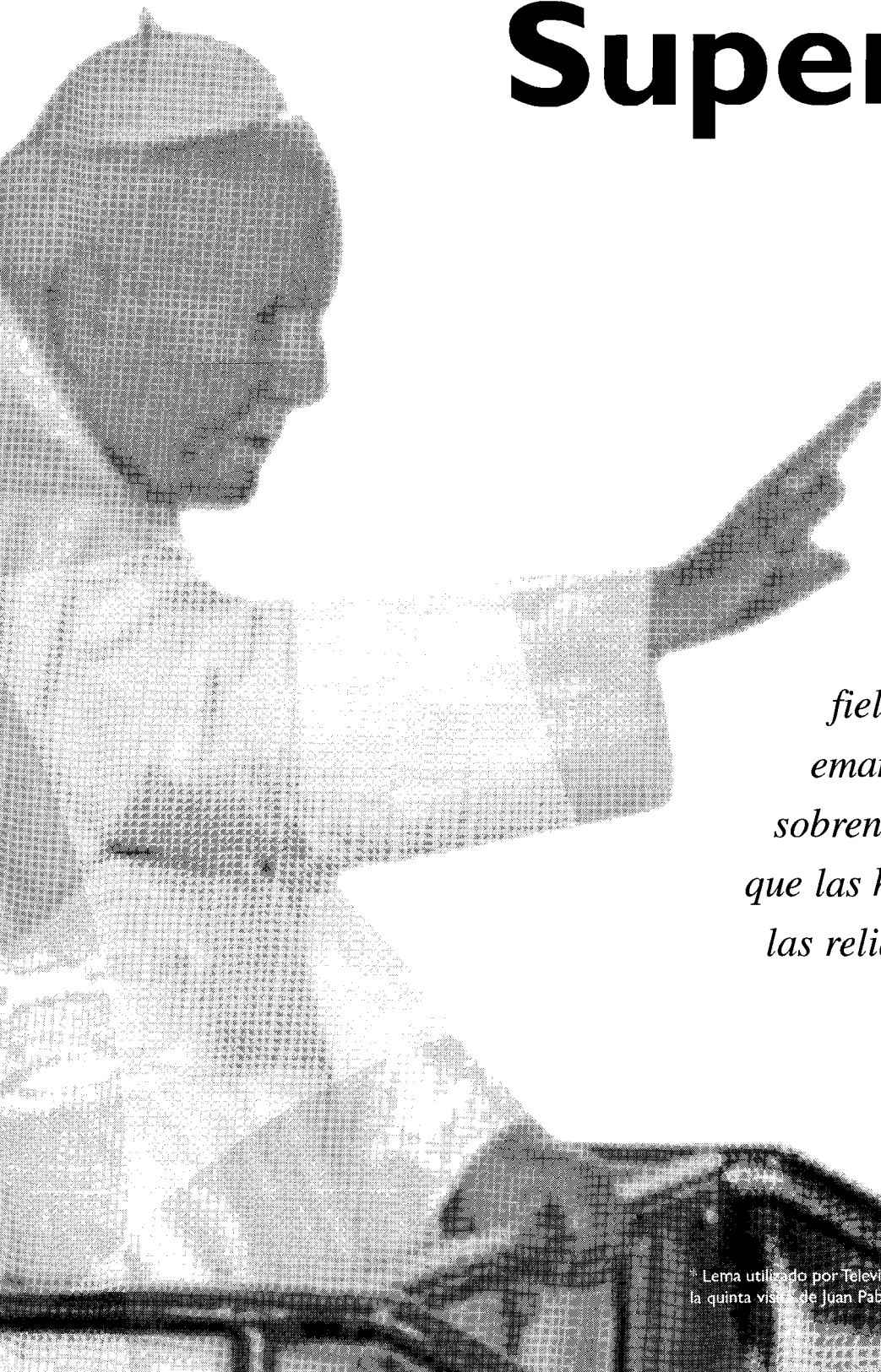
Me gustaría poder escribir un artículo titulado "Un mundo sin dictaduras", que explicara que tenemos una democracia planetaria. Ésa es mi utopía personal.

Me gustaría también que hubiera desaparecido el analfabetismo. Esto hoy día está al alcance de la humanidad, porque existen los recursos técnicos y pedagógicos necesarios. Bastaría el empeño y la movilización al respecto. Este ideal no es utópico, sino perfectamente alcanzable.

La experiencia le da a uno una perspectiva mayor y los juicios tienden a ser menos apasionados que en la juventud. Pero la curiosidad se puede mantener. Mi curiosidad sigue tan viva y tan alerta como cuando era un jovencito. ●

“La fe se puede ver”\*

# Juan Pablo II Superstar



*Muchas reliquias que se conservan aquí en Constantinopla son de origen dudosísimo, pero el fiel que las besa siente emanar de ellas aromas sobrenaturales. Es la fe la que las hace verdaderas, no las reliquias las que hacen verdadera a la fe.  
(de Baudolino, de Umberto Eco)*

\* Lema utilizado por Televisa para promocionar la transmisión de la quinta visita de Juan Pablo II



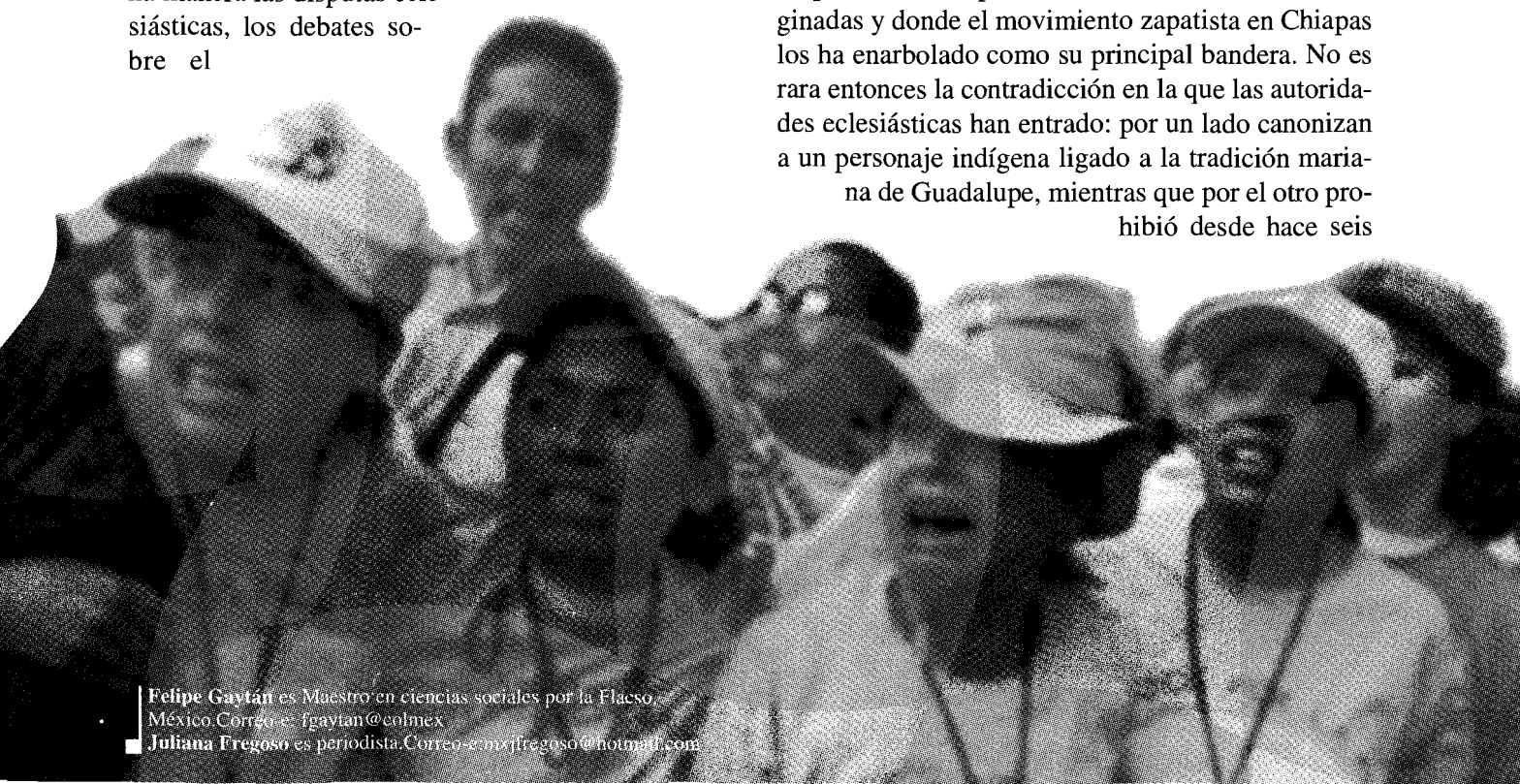
**Felipe Gaytán y Juliana Fregoso** ■

La reciente visita del Papa Juan Pablo II a México, la quinta en 23 años de pontificado, estuvo marcada por ser más un espectáculo mediático que una visita cuyo carácter predominante se suponía era pastoral. Desde unos meses antes la mayoría de los medios de comunicación daban cuenta de los preparativos de la visita, pero también de las pugnas y divisiones al interior de la Iglesia Católica por la canonización del beato Juan Diego. De alguna manera las disputas eclesiológicas, los debates sobre el

carácter laico del Estado mexicano y las frivolidades en torno a la visita del pontífice se dirimieron a través de los medios de comunicación. No es raro, entonces, señalar que la fe mediatizada se podía ver, leer y escuchar.

Sin embargo, a pesar de ser la prensa la arena donde se dirimieron estos conflictos, ella misma no fue crítica con respecto a la visita papal. Por el contrario, su cobertura fue, en mucho, más apologética y cuasi-confesional, resaltando las virtudes y los pormenores morales y éticos de la visita. Esto obedeció a una pugna entre los medios por lograr los más altos ratings en las transmisiones en vivo de las ceremonias litúrgicas, con el objetivo no sólo de lograr una mayor cobertura, sino una credibilidad moral entre la población católica, que en el caso de México representa el 88% de la población total del país, según el censo del año 2000 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

En este contexto la canonización de Juan Diego adquiere una relevancia más allá de la meramente religiosa. Sobre la canonización se discutió la relevancia de un santo para los indígenas, las características faciales y raciales que la Iglesia impuso a la imagen del nuevo santo y que generaron no pocas suspicacias en un país donde las etnias han sido marginadas y donde el movimiento zapatista en Chiapas los ha enarbolado como su principal bandera. No es rara entonces la contradicción en la que las autoridades eclesiológicas han entrado: por un lado canonizan a un personaje indígena ligado a la tradición mariana de Guadalupe, mientras que por el otro prohibió desde hace seis





años  
la orde-  
nación de diá-

conos indígenas en las diócesis de Chiapas, territorio dominado por el conflicto del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) desde 1994. Pero hay algo más de fondo en esta canonización, hay un doble juego que más adelante explicaremos. Por lo pronto queda por analizar cada uno de los apartados enunciados.

### **Mi rating os dejo, mi rating os doy**

La personalidad y carisma de Juan Pablo II se impuso en la feligresía católica en México desde su primera visita en 1979. En ese entonces no existían relaciones formales ni diplomáticas de México con el Estado Vaticano. De hecho, el Estado Mexicano alardeaba su jacobinismo y su laicidad frente a una población mayoritariamente católica. La historia de México ha estado marcada permanentemente por conflictos con la Iglesia, desde la guerra de la reforma del siglo XIX, en el que el Estado Mexicano expropió los bienes eclesiásticos, hasta la Guerra Cristera en el siglo XX en el que se prohibió el culto religioso con el consecuente levantamiento en armas de los católicos en el occidente del país. La legisla-

***La reciente visita del  
Papa Juan Pablo II  
estuvo marcada  
por ser más  
un espectáculo  
mediático  
que una visita  
cuyo carácter  
predominante se  
suponía era pastoral***

ción, hasta antes de 1992, prohibía expresamente el culto público para cualquier Iglesia o denominación religiosa, la participación política del clero, además de limitar el uso de sus derechos cívicos a votar y ser votados.

La primera visita de Juan Pablo II sirvió como marco para que la Iglesia Católica nacional, junto con el Vaticano, se establecieran como meta modificar este marco jurídico y político. Quizá buscando un paralelismo con la misión de derribar el Muro de Berlín en Europa del Este, la Iglesia Nacional buscó modificar su status y abrir las fronteras políticas vedadas al clero. Esta primera visita consiguió un hecho insólito: transmitir en vivo las ceremonias litúrgicas en cadena nacional, alcanzando con ello los ratings más altos en toda la historia de la televisión y la radio en México - duplicó con mucho los ratings de las tradicionales telenovelas mexicanas-. Este fenómeno se repitió en cada una de las subsecuentes visitas.

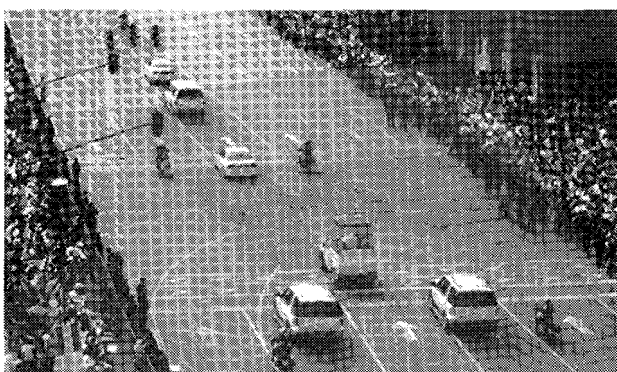
Los medios supieron percatarse de la influencia de la imagen papal, como medio para incrementar la audiencia y obtener enormes ganancias por la comercialización de los espacios en las transmisiones especiales. No es raro hacer notar que, en esta quinta visita, las televisoras y radiodifusoras hayan desplazado 89 horas y media de su programación habitual para cubrir las actividades religiosas.

Posterior a la visita papal las televisoras se enfrascaron en una guerra de cifras por la audiencia alcanzada en las transmisiones en vivo. Televisa y Tv Azteca fueron las cadenas beneficiadas en esta cobertura especial. Según una encuesta realizada por el periódico Reforma el 8 de agosto del 2002, el 45 por ciento sintonizó Televisa, mientras que el 31 por ciento lo hizo en Tv Azteca. Un 13 por ciento de los encuestados respondió que sintonizó ambas estaciones de televisión.

Un aspecto mediático relevante -aunque para algunos pueda parecer banal- impulsado por la Arquidiócesis para convocar a los católicos a presenciar las liturgias en vivo y/o seguir las transmisiones por televisión desde la visita anterior de 1999, se remite a las condiciones y validez de las bendiciones papales. Según algunos comentarios de los sacerdotes encargados de la visita papal, en aquel 1999, establecían la validez de la bendición papal en su recorrido por las calles a no más de 5 kilómetros a la redonda, y la validez de aquellas bendiciones papales por televisión siempre y cuando esta fuera transmitida en vivo.

Pero la explotación de los medios para difundir la visita papal no se limitó a la radio, televisión o prensa. También se extendió a la transmisión por Internet, a través del portal <http://www.mexicosiemprefiel.com> donde 15.000 personas en promedio diario observaron y escucharon los pormenores del recorrido pontificio.

Podemos decir que los medios de comunicación tuvieron como mérito el despliegue técnico para cubrir el recorrido y las celebraciones religiosas en la Ciudad de México. Pero tienen en contra haber mostrado una actitud acrítica, donde la nota de color y el sentimentalismo religioso predominó en todas las



El recorrido papal por las calles de la capital mexicana



transmisiones. De este tratamiento derivó la exacerbación de la imagen del México católico, sin respeto por otras expresiones religiosas. Fueron varios los columnistas y las llamadas a los medios para aclarar que no todo México era católico y pedían se modificara la programación saturada de mensajes papales. Pero

ello no modificó en nada la estrategia signada con anticipación. Para los medios, México era aquello que Juan Pablo II inmortalizó en 1979: ¡México, siempre fiel!

***Los medios pugnaron por lograr los más altos ratings en las transmisiones en vivo de las ceremonias litúrgicas, con el objetivo no solo de lograr una mayor cobertura, sino una credibilidad moral entre la población católica de México***

#### **Los camellos, la aguja y el reino de dios**

Paradójicamente, el abuso mediático de la figura papal, por parte de los medios, no se tradujo necesariamente en patrocinios ni estrategias mercadológicas de las grandes empresas a favor de la Iglesia Católica. Esto a diferencia de la anterior visita a México, donde empresas como Sabritas, Sony, Coca-Cola, General Motors y Banco Bilbao Vizcaya- Bancomer promocionaron la imagen de Juan Pablo II en cada uno de sus productos, y entregaron a su vez recursos financieros, en especie, al clero. Ejemplo de esto fue la empresa de papas fritas Sabritas, que ofreció estampas y fotografías incluidas en cada uno de sus productos. En 1999 Coca-Cola estampó la imagen de Juan Pablo II al reverso de cada una de las tapas de sus productos. O el caso de la General Motors, que proporcionó vehículos para la comitiva papal.

Para esta quinta visita todas estas empresas se abstuvieron del patrocinio directo, limitándose a comprar los espacios publicitarios que las empresas



## *La dimensión política fue otra de las variables que hicieron de los medios un espacio mediático privilegiado, por los diversos actores políticos en pugna*

televisivas y radiodifusoras les ofrecieron durante las transmisiones en vivo. La abstención puede explicarse por diversos motivos, entre las que destacan:

i) las ganancias exiguas obtenidas por sus patrocinios. En 1999 los patrocinadores tuvieron pérdidas por 29 millones de pesos (2.9 millones de dólares).

ii) La crítica de amplios sectores de la población por el uso mercantil "descarado" de la imagen en cada uno de los productos de las empresas participantes.

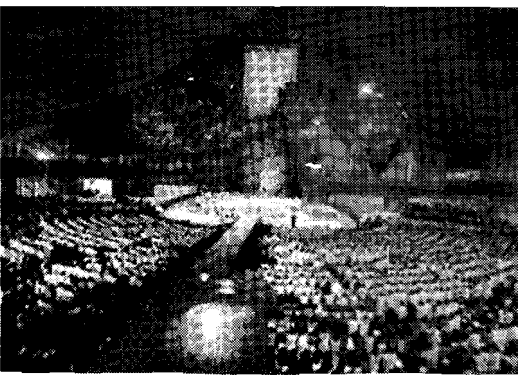
iii) El temor de las compañías por perder una inversión anticipada en un viaje que se especulaba no se realizaría por la precaria salud de Juan Pablo II. Muchos de ellos temían que el Pontífice no llegara a visitar México por los problemas de salud que lo aquejaban.

Tres razones fueron suficientes para que se optara por comprar tiempo-aire en los medios antes que involucrarse directamente en la promoción de un viaje que se especulaba no se realizaría. Cuando mucho, la Arquidiócesis de la Ciudad de México consiguió donaciones y préstamos de empresarios que, a título personal, aportaron recursos para cubrir parte de los gastos de operación de la visita.

### **La cobertura de los medios a la visita**

La dimensión política fue otra de las variables que hicieron de los medios un espacio mediático privilegiado, por los diversos actores políticos en pugna. Gobernadores, diputados, movimientos sociales, protestas callejeras, demandas ciudadanas, y hasta el manejo de la imagen presidencial, se cifró en la cobertura nacional e internacional que los medios desplegaron en torno a la visita papal. Cada uno de los actores sopesó costes y beneficios de aparecer ante la opinión pública, a través del uso y abuso de la imagen papal. Sabían que sus demandas, en el mar-

co de la visita pontificia, tendría una caja de resonancia mayor que en tiempos políticos normales. Deudores de la banca intentaban entregar pliegos petitorios para que Juan Pablo II se pronunciara, amenazando con realizar huelgas de hambre en la sede de la nunciatura. Zafarranchos en la Catedral Metropolitana por entregar demandas al Papa y hasta amenazas de marchas y plantones de campesinos opuestos a la expropiación de sus tierras para construir un nuevo aeropuerto para la Ciudad de México, condujo a que los medios de comunicación se convirtieran en una caja de resonancia peculiar, durante una visita eclesial eminentemente pastoral. Pero los actores hicieron cálculos políticos, cada uno de ellos se manifestó antes de la llegada del Papa y no durante su estancia. Sabían que el costo sería muy alto en el ámbito de la opinión pública, si intentaban irrumpir en la escena pública dominada por el carisma de Juan Pablo II.



La ceremonia de elevación de Juan Diego a los altares



Un aspecto destacado por la prensa fue el papel de la pareja presidencial. Por un lado, un gobernante como Vicente Fox al frente de un Estado que se reclama a sí mismo laico, mientras que por el otro, ese mismo gobernante que se dice católico ejemplar, pero que en la percepción de la Iglesia Católica vive como pecador, por haberse casado en segundas nupcias sin que él y su esposa hayan esperado la nulidad religiosa de su primer matrimonio, respectivamente. Los medios estaban atentos a los pormenores de la recepción oficial, pues en ocasiones anteriores, cuando el mandatario visitó Roma con su esposa, no fueron recibidos como pareja por el Vaticano.

Los pormenores, que más bien parecía notas de revistas del corazón, dieron rienda suelta a cualquier detalle de la pareja presidencial, empezando por el beso del Presidente al anillo papal en un gesto que para los círculos políticos representaba sumisión de un Estado Laico a un poder religioso. Curiosamente, este dato magnificado por los medios de comunicación y que hizo correr mucha tinta, no fue percibido como falta en la opinión pública. Por el contrario, las encuestas demostraban que hasta un 69% de los encuestados aprobaban el acto de Vicente Fox.



El beso de Fox desató la polémica

## Besos por indulgencias

Quizá lo que levanto más notas fue el protagonismo excesivo de la esposa del Presidente, Martha Sahagún, quien durante la recepción oficial se dedicó a besar cuanto anillo eclesiástico encontraba. Fueron en total cuatro cardenales, seis obispos y el anillo papal lo que besó la primera dama para conseguir, al menos, unos 1.000 días de indulgencias, según calculó la columna Templo Mayor del periódico Reforma, el 31 de julio.

Otro aspecto fue el relativo a las discusiones en torno a la imagen de Juan Diego que la Iglesia vendió como propia. Muchas comunidades indígenas protestaron por haber cambiado la imagen del beato indígena, por otra con rasgos europeos. Historiadores, artistas, líderes indígenas, entre otros, aparecían a diario en los medios para desmentir o reafirmar lo que ofrecía la Iglesia.

Pero las discusiones en torno a Juan Diego no fueron tan frívolas en los medios. El propio beato Juan Diego fue objeto de disputas en el seno de la Iglesia. Desde hace algunos años el ex abad de la Basílica, Guillermo Schulemburg, pregonó en la prensa que la canonización de Juan Diego no era posible pues su existencia histórica no estaba probada.



Representantes indígenas y el Papa

Por supuesto que la duda sobre el personaje colocaba en tela de juicio toda la tradición mariana de Guadalupe avalada por la Iglesia. Era decir tanto como que la imagen de Guadalupe era una bonita invención. Esto condujo a que desde tres años antes la canonización de Juan Diego y la posición vaticana se ventilarán desde entonces en los medios de comunicación.

### Conclusiones

La Quinta visita papal nos permitió analizar la importancia mediática que un personaje con carisma puede tener en la opinión pública y su influencia en la movilización de recursos de todo tipo (sociales, económicos, políticos). Pero también es cierto que los medios tienen un doble sentido en el manejo de eventos de este tipo: pueden convertirse en espacios mediáticos incluyentes, donde las voces de toda índole puedan estar presentes, y más en un tema que por su complejidad y tabú resulta difícil su manejo. Por otro lado, pueden esos mismos medios ser sólo espacios acrílicos, cuyo juego del sentimentalismo sea más un ardid en busca del rating que de una información abierta a todos los sentidos. La información de este tipo de eventos es mucho más que notas de color y seguimiento de frivolidades.

Además, la visita demostró que los medios no son sólo vehículos, sino actores mismos en busca de posicionarse en el juego de los intereses económicos y políticos. Tal parece que la moraleja de esta visita dejó a los medios y demás intereses en juego que "su reino, sí es de este mundo". ●

*Posterior a la visita papal las televisoras se enfrascaron en una guerra de cifras por la audiencia alcanzada en las transmisiones en vivo*



La fe popular, característica de la visita



# "Ni derechos ni humanos"

Eduardo Galeano <sup>■</sup>

**La economía de guerra multiplica la prosperidad de los prósperos y cumple funciones de intimidación y castigo**

■ Palabras pronunciadas por el escritor uruguayo al recibir el Doctorado Honoris Causa de la Universidad del Comahue, por su contribución a los derechos humanos y a la identidad cultural.

**S**i la maquinaria militar no mata, se oxida. El presidente del planeta anda paseando el dedo por los mapas, a ver sobre qué país caerán las próximas bombas. Ha sido un éxito la guerra de Afganistán, que castigó a los castigados y mató a los muertos; y ya se necesitan enemigos nuevos.

Pero nada tienen de nuevo las banderas: la voluntad de Dios, la amenaza terrorista y los derechos humanos. Tengo la impresión de que George W. Bush no es exactamente el tipo de traductor que Dios elegiría, si tuviera algo que decirnos; y el peligro terrorista resulta cada vez menos convincente como coartada del terrorismo militar. ¿Y los derechos humanos? ¿Seguirán siendo pretextos útiles para quienes los hacen puré?

Hace más de medio siglo que las Naciones Unidas aprobaron la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y no hay documento internacional más citado y elogiado.

No es por criticar, pero a esta altura me parece evidente que a la Declaración le falta mucho más que lo que tiene. Por ejemplo, allí no figura el más elemental de los derechos, el derecho a respirar, que se ha hecho impracticable en este mundo donde los pájaros tosen. Ni figura el derecho a caminar, que ya ha pasado a la categoría de hazaña, ahora que solo quedan dos clases de peatones, los rápidos y los muertos. Y tampoco figura el derecho a la indignación, que es lo menos que la dignidad humana puede exigir cuando se la condena a ser indigna, ni el derecho a luchar por otro mundo posible, cuando se ha hecho imposible el mundo tal cual es.

En los 30 artículos de la Declaración, la palabra libertad es la que más se repite. La libertad de trabajar, ganar un salario justo y fundar sindicatos, pongamos por caso, está garantizada en el artículo 23. Pero son cada vez más los trabajadores que no tienen, hoy por hoy, ni siquiera la libertad de

elegir la salsa con la que serán comidos. Los empleos duran menos que un suspiro, y el miedo obliga a callar y obedecer: salarios más bajos, horarios más largos, y a olvidarse de las vacaciones

pagadas, la jubilación y la asistencia social y demás derechos que todos tenemos, según aseguran los artículos 22, 24 y 25. Las instituciones financieras internacionales, las Chicas Superpoderosas del mundo contemporáneo, imponen la "flexibilidad laboral", eufemismo que designa el entierro de dos siglos de conquistas obreras. Y las grandes empresas multinacionales exigen acuerdos "union free", libres de sindicatos, en los países que entre sí compiten ofreciendo mano de obra más sumisa y barata. "Nadie será sometido a esclavitud ni a servidumbre en cualquier forma", advierte el artículo 4. Menos mal.

No figura en la lista el derecho humano a disfrutar de los bienes natura-

les, tierra, agua, aire, y a defenderlos ante cualquier amenaza. Tampoco figura el suicida derecho al exterminio de la naturaleza, que por cierto ejer-

**Según el  
Presidente  
Bush, los  
enemigos  
de la humanidad  
son Iraq, Irán y  
Corea del  
Norte,  
principales  
candidatos para  
sus próximos  
ejercicios de  
tiro al blanco**

citan, y con entusiasmo, los países que se han comprado el planeta y lo están devorando.

Los demás países pagan la cuenta. Los años noventa fueron bautizados por las Naciones Unidas con un nombre dictado por el humor negro: Década Internacional para la Reducción de los Desastres Naturales.

Nunca el mundo ha sufrido tantas calamidades, inundaciones, sequías, huracanes, clima enloquecido, en tan poco tiempo. ¿Desastres "naturales"? En un mundo que tiene la costumbre de condenar a las víctimas, la naturaleza tiene la culpa de los crímenes que contra ella se cometen.

"Todos tenemos derecho a transitar libremente", afirma el artículo 13. Entrar, es otra cosa. Las puertas de los países ricos se cierran en las narices de los millones de fugitivos que peregrinan del

Sur al Norte, y del Este al Oeste, huyendo de los cultivos aniquilados, de los ríos envenenados, de los bosques arrasados, de los precios arruinados, de los salarios enanizados. Unos cuantos mueren en el intento, pero otros consiguen colarse por de-

bajo de la puerta. Una vez adentro, en el paraíso prometido, ellos son los menos libres y los menos iguales.

"Todos los hombres nacen libres e iguales en dignidad y derechos", dice el artículo 1. Que nacen, puede ser; pero a los pocos minutos se hace

el aparte. El artículo 28 establece que "todos tenemos derecho a un justo orden social e internacional". Las mismas Naciones Unidas nos informan, en sus estadísticas, que cuanto más progresa el progreso, menos justo resulta. El reparto de los panes y los peces es mucho más injusto en Estados Unidos o en Gran Bretaña que en Bangla Desh o Ruanda. Y en el orden internacional, también los numeritos de las Naciones Unidas revelan que diez personas poseen más riqueza que toda la riqueza que producen 54 países suma-

dos. Las dos terceras partes de la humanidad sobreviven con menos de dos dólares diarios, y la brecha entre los que tienen y los que necesitan se ha triplicado desde que se firmó la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

**Las puertas de los países ricos se cierran en las narices de los millones de fugitivos que peregrinan del Sur al Norte y del Este al Oeste**

Crece la desigualdad, y para salvaguardarla crecen los gastos militares. Obscenas fortunas alimentan la fiebre guerrera y promueven la invención de demonios destinados a justificarla. El artículo 11 nos cuenta que "toda persona es inocente mientras no se pruebe lo contrario". Tal como marchan las cosas, de aquí a poco será culpable de terrorismo toda persona que no camine de rodillas, aunque se pruebe lo contrario.

La economía de guerra multiplica la prosperidad de los prósperos y cumple funciones de intimidación y castigo. Y a la vez irradia sobre el mundo una cultura militar que sacraliza la violencia ejercida contra la gente "diferente", que el racismo reduce a la categoría de subgente. "Nadie podrá ser discriminado por su sexo, raza, religión o cualquier otra condición", advierte el artículo 2, pero las nuevas superproducciones de Hollywood, dictadas por el Pentágono para glorificar las aventuras imperiales, predicán un racismo clamoroso que hereda las peores tradiciones del cine. Y no solo del cine. En estos días, por pu-

ra casualidad, cayó en mis manos una revista de las Naciones Unidas de noviembre del 86, edición en inglés del Correo de la UNESCO. Allí me enteré que un antiguo cosmógrafo había escrito que los indígenas de las Américas tenían la piel azul y

la cabeza cuadrada. Se llamaba, créase o no, John of Hollywood.

La Declaración proclama, la realidad traiciona. "Nadie podrá suprimir ninguno de estos derechos", asegura el artículo 30, pero hay alguien que bien podría comentar: "¿No ve que puedo?" Alguien, o sea: el sistema universal de poder, siempre acompañado por el miedo que difunde y la resignación que impone.

Según el presidente Bush, los enemigos de la humanidad son Iraq, Irán y Corea del Norte, principales candidatos para sus próximos ejercicios de tiro al blanco. Supongo que él ha llegado a esa conclusión al cabo de profundas meditaciones, pero su

certeza absoluta me parece, por lo menos, digna de duda. Y el derecho a la duda es también un derecho humano, al fin y al cabo, aunque no lo mencione la Declaración de las Naciones Unidas. ●

**Tengo la  
impresión de  
que George W.  
Bush no es  
exactamente  
el tipo de  
traductor que  
Dios elegiría  
si tuviera algo  
que decirnos**

Europa:

# Discapacitados y tercera edad



## en la sociedad de la información

**Dra. Maria Teresa Soto Sanfiel** ■  
**Dr. Xavier Ribes i Guàrdia**

La Unión Europea cree que los ciudadanos discapacitados deben enfrentarse a múltiples obstáculos para acceder a la vida social, y conforman una de las categorías sociales más desfavorecidas. Sus estrategias se fundamentan en que la participación social de los ciudadanos discapacitados se dificulta, en mayor medida, por las barreras del entorno que por las limitaciones funcionales. En la U.E., el número de personas afectadas por alguna forma de discapacidad gira alrededor del 10% de su población, es decir, cerca de 37 millones de personas.

**Dra. Maria Teresa Soto Sanfiel** Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona. E-mail: Maria.Teresa.Soto@uab.es

**Dr. Xavier Ribes i Guàrdia** Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona. E-mail: Xavier.Ribes@uab.es

Sin embargo, las políticas europeas sobre este tema no son de factura ideológica propia. De hecho, siguen las directrices de la Declaración de Derechos Humanos que establece, en su primer artículo, el derecho a la igualdad para todos los humanos; el de protección contra la discriminación, en su séptimo artículo y el de participación en la vida de la comunidad de todos los ciudadanos, en su vigésimoprimero artículo. Así, el 20 de diciembre de 1993, mediante Resolución, la Asamblea General de la ONU promulgó el marco consagrado bajo el título: "Normas estándar sobre la igualdad de oportunidades de las personas con minusvalía". El objetivo global de estas normas es garantizar que los individuos con discapacidades puedan ejercitar los mismos derechos y obligaciones que el resto de los ciudadanos. Descansan sobre la convicción de que las capacidades de las personas, para participar de su ambiente social, dependen tanto de la disposición con que la sociedad acoge y acepta sus diferencias, como del reconocimiento de las limitaciones específicas de los individuos.

### Las regulaciones

Concretamente en Europa, el Libro Blanco "Política Social Europea. Un paso adelante para la Unión", de la Comisión Europea, del 27 de julio de 1994, secunda estas ideas. Y, en la misma lógica de dichas Normas, promueve el documento "Igualdad de oportunidades de las personas con minusvalías. Una nueva estrategia comunitaria en materia de minusvalía", resolución adoptada por el Consejo y de los Estados miembros de la U.E., el 20 de diciembre de 1996.

La Resolución considera que el principio de igualdad de oportunidades representa un valor inalienable y es indispensable eliminar la discriminación negativa, para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos con discapacidades. El texto previene que la responsabilidad en el alcance de estos objetivos corresponde principalmente a cada Estado, pero la C.E. adquiere el firme compromiso de promover la cooperación y fomentar el desarrollo de modelos, políticas

y actividades dentro de las instituciones comunitarias. Propone, entonces, que todos sus programas diseñen acciones específicas que aseguren el acceso de los individuos con discapacidades. Sobre la base de este marco político, la Comisión también ha trabajado con organizaciones no gubernamentales.

### La iniciativa e-Europa

El 4 de febrero de 2000, la C.E. aprobó el documento "Estrategias para la creación de empleo en la sociedad de la información" que da soporte tanto a la Estrategia Europea para el empleo, como a la iniciativa e Europa. Dicha proclama aborda específicamente la promoción de oportunidades de empleo pa-

*La información  
se ha convertido en  
un requisito social,  
además de un  
derecho humano,  
y ningún ciudadano  
puede permanecer  
al margen*



ra las personas con discapacidades y recomienda a las industrias de la Sociedad de la Información que procuren trabajar en el diseño de equipos de fácil utilización.

El Fondo Social Europeo es la institución que canaliza las ayudas monetarias de la U.E. a las personas discapacitadas. Sus acciones abarcan, desde subsidios salariales para favorecer la adquisición de experiencia laboral, programas de iniciación profesional, iniciativas de empleo protegido temporal o por cuenta propia, hasta el fomento de cooperativas de personas con discapacidades mentales o físicas graves. Y, todo esto, porque el tratado constitutivo de la C.E. (de Amsterdam), firmado el 10 de noviembre de 1997, expresa en su artículo decimotercero que el Consejo europeo puede adoptar medidas que garanticen la lucha contra la discriminación por motivos de discapacidad.

Uno de los aspectos más cuidados por las políticas europeas es la movilidad de los ciudadanos con discapacidades. La U.E. reconoce que los impedimentos motrices dificultan la integración en la vida social y económica y que se deben aportar soluciones financieras y técnicas razonables. Es decir, los problemas de movilidad tienen que ser resueltos, para favorecer a quienes los padecen, sin perjuicio de los derechos del resto de ciudadanos. Así, la C.E. creó programas relacionados con la definición de normas técnicas para medios e infraestructuras

de transporte urbano (vehículos de motor, ferroviarios, aéreos y marítimos), vivienda y seguridad.

## *Los aspectos relacionados con la accesibilidad son fundamentales en el ámbito de la Sociedad de la Información*

### **La accesibilidad**

Precisamente, estos aspectos relacionados con la accesibilidad son fundamentales en el ámbito de la Sociedad de la Información. Iniciativas como la Directiva 98/10/CE de 1 de abril de 1998 que insta a los Estados miembros a adoptar medidas de acceso a los servicios públicos de telefonía, la Directiva 99/5/CE de 7 de abril de 1999 que advierte sobre la construcción de aparatos radioeléctricos compatibles con las disfuncionalidades de los usuarios, o los encargos de la C.E. a organismos de normalización para definir las necesidades específicas de personas de edad avanzada y con discapacidades, pretenden firmemente lograr una integración de estos colectivos en la Sociedad de la Información. De hecho, en el V Programa Marco de investigación, vigente hoy, se desarrollan proyectos sobre diseño de interfaces persona/sistema que usan la voz como soporte e interfaces antropomecánicas.







La existencia de oportunidades, pero también de riesgos y desafíos, llevan al Foro Europeo de Discapacidad a emitir el "Manifiesto europeo sobre la Sociedad de la Información y las personas con discapacidad" (DOC EDF 99/3). La proclama dice que las nuevas tecnologías pueden ofrecer servicios de valor añadido para lograr una integración total. Sin embargo, advierte, deben tomarse precauciones porque de ellas pudieran derivarse barreras difíciles de superar. La información se ha convertido en un requisito social, además de un derecho humano, y ningún ciudadano puede permanecer al margen. Así, el manifiesto es tajante cuando afirma que son los aspectos de la vida social de las personas con discapacidades y no los técnicos o médicos los que deben guiar la concepción de programas. En consecuencia, debe entenderse por Sociedad de la Información a las interrelaciones humanas, no a las de las máquinas. En tal sentido, aboga porque una de las primeras tareas por emprender sea contrarrestar esa imagen de receptores pasivos de las personas con discapacidades que dependen de la buena voluntad de otros ciuda-

danos. Al igual que todos los seres humanos, quienes sufren de discapacidades, tienen necesidades particulares y es discriminatorio considerarles un grupo homogéneo.

### Participación total

En este escenario, el concepto de "participación total" gana fuerza. Las nuevas tecnologías pueden contribuir a aumentar la integración e independencia de los ciudadanos. La participación abarcaría varios niveles:

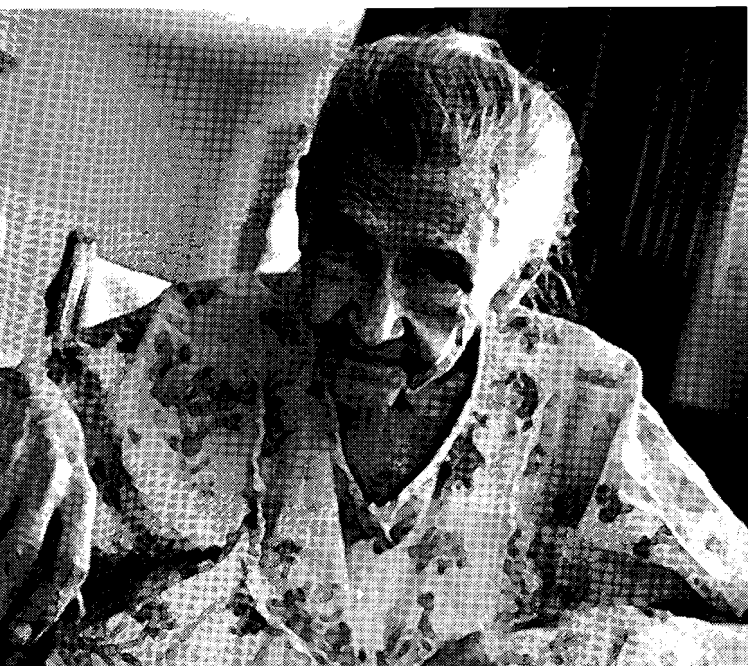
- 1.- el individual (el usuario influye configurando servicios en diálogo con los responsables de ofrecerlos);
- 2.- el de servicios (el usuario también participa en su organización);
- 3.- el político (el usuario coopera en el marco legal de desarrollo); y,
- 4.- el social, (el usuario determina sus necesidades y posibilidades).

Las ideas de universalidad y competencia son indispensables para garantizar esta participación. Por universalidad entendemos las capacidades de los usuarios especialistas en la representación de personas con discapacidad que no son como ellos. La competencia comprende las destrezas técnicas de las personas con discapacidades, para aportar sus propias experiencias a los desarrolladores de productos. Es básico, pues, que los Gobiernos aseguren que los usuarios, con alguna discapacidad, adquieran la competencia necesaria para participar y les reconozcan su valía como especialistas.

A pesar de todas las iniciativas europeas descritas, surge una que merece especial atención. El 8 de diciembre de 1999, la C.E. puso en marcha la iniciativa e-Europa bajo el lema: "Una Sociedad de la Información para todos". Su objetivo global es ambicioso: poner sus posibilidades al alcance de todos los europeos.

e-Europa centra una de sus diez áreas de trabajo específicamente en las necesidades de las personas con discapacidad. Según la iniciativa, las instituciones y los Estados tienen el deber de suscribir progra-

# *Debe entenderse por Sociedad de la Información a las interrelaciones humanas, no a las de las máquinas*



mas a favor de la accesibilidad a la Red, por lo que, tanto el diseño, como el contenido de todos los sitios públicos de Internet deben ser creados considerando a las personas con discapacidad. Asimismo, las instituciones deben también fomentar sus vínculos con entes privados en busca de ese acceso generalizado.

## **Diseño para todos**

El principio fundamental de la iniciativa eEuropa es el llamado "diseño para todos", basado en que de la concienciación de las administraciones públicas surgirán bienes, servicios y tecnologías acomodables a una gama más amplia de usuarios, incluidas personas con discapacidad. Es cierto que el diseño para la mayoría no siempre cubrirá las necesidades de las personas que sufren discapacidades severas. No obstante, con la sensibilización de los diseñadores de contenidos se podría llegar, sin grandes inversiones económicas, a parte de las personas con deficiencias funcionales leves o moderadas. Evidentemente, la proclama advierte que el "diseño para todos" no invalida el compromiso de las administraciones con aquellos que padecen deficiencias severas.

Queda claro que la presencia de información en la Red no garantiza su accesibilidad. Para que la comunicación favorezca la integración y sea efectiva, se deberán tener en cuenta las necesidades de las diferentes personas con discapacidad creando formatos alternativos. Fijémonos, por ejemplo, en algunos de los problemas con los que se pueden encontrar algunos ciudadanos en el acceso a Internet, solucionables mediante la aplicación del "diseño para todos":

1.- las personas con limitaciones visuales tienen problemas para acceder a las webs con gráficos, animaciones y despliegues visuales dinámicos, y que no ofrecen información textual alternativa. Luego, son recomendables versiones susceptibles de ser interpretadas por programas lectores de texto, muchos de ellos gratuitos;

2.- algunas personas con limitaciones físicas tienen problemas para acceder a las pantallas utilizando el ratón. Es necesario, entonces, que se incluyan comandos de desplazamiento con las teclas; y,

3.- las personas con limitaciones de aprendizaje se pierden ante la complejidad de ciertas interfaces. Esto se paliaría con mapas textuales que lleven directamente a los enlaces requeridos.

### **Firmes apuestas**

De todo lo anterior se desprende que la U.E. ha realizado firmes apuestas, no siempre interconectadas, para que todos los ciudadanos disfruten de las nuevas tecnologías, por encima de intereses comerciales. Aun así, es paradójico que en un momento en que se proclama que Internet llegue a todos, y cuando se invierte en acciones que agilizan procedimientos administrativos en sitios gubernamentales, todavía existen páginas oficiales, incluso de dependencias de la Unión, que ofrecen varios idiomas pero ninguna versión para personas con discapacidades. El principio del llamado "diseño para todos" fue formulado en 1999 y es hora de que se predique con el ejemplo. Porque la disponibilidad de versiones para individuos con discapacidades o el diseño para la mayoría, aumentaría incluso la sensibilidad del resto de la población que se acercaría a los modos de percibir y vivir de los menos favorecidos. Las administraciones comprometidas con sus ciudadanos deben no solo reconocer, sino impulsar efectivamente el uso de servicios para personas con discapacidades y disponer la información en nuevos formatos tecnológicos (soportes digitales, correo electrónico, comunicaciones por red), que permitan el acceso más rápido, no entrañen necesariamente movilidad, incrementen la autonomía personal y sean más eficaces.

Sin embargo, para garantizar la integración de las personas con disminuciones funcionales a futuro, urge comprender que el manejo de las tecnologías debe ser un objetivo básico en la formación instrumental de niños con discapacidades desde las primeras etapas educativas. Y, convencidos del gran papel que tienen las tecnologías en el área del ocio, creemos que también se deben impulsar, no sólo servicios burocráticos y asistenciales, sino proyectos lúdicos. Todo lo dicho cobra importancia si mantenemos presente que, con la edad, todos adquirimos limitacio-

nes visuales, físicas, de aprendizaje y auditivas. En la misma línea, también creemos que ya es hora de que los informantes, los comunicadores y los estudiosos del área asumamos el compromiso de impulsar una verdadera socialización de los contenidos de los medios, lo cual incluye estudiar y comprender los modos de percepción y comunicación de los funcionalmente menos favorecidos. ●

## *Las nuevas tecnologías pueden ofrecer servicios de valor añadido para lograr una integración total*





# Periodismo, terrorismo y otros miedos

José Zepeda ■

No recuerdo por qué, pero lo cierto es que cuando comencé a escribir estas líneas me vino a la memoria un refrán africano que dice algo así como: **Mientras no sepamos lo que piensa el León de la cacería, debemos conformarnos con la opinión del cazador.**

Para comenzar una convicción absoluta: nada, ni una idea política, ni ideológica, ni un rencor, ni una fe; nada, ninguna circunstancia económica o social puede justificar los atentados del 11 de septiembre del 2001 en Nueva York y Washington.

Los autores de estos atentados no representan, como quisieran algunos, a nuevos adalides de la libertad, o representantes armados de las mejores causas del hombre. Son, hay que repetirlo siempre, xenófobos de especie asesina, arropados de hábito religioso. Sabedores de la importancia de los medios de comunicación y por ello los ataques iban dirigidos a la multitud atenta de la era mediática. El terrorismo necesita de los medios para propagar su

terror. Paradójicamente, en sus países de origen pregonan el término del trato con los infieles y propician el desmonte de las "abominables antenas satelitales, transmisoras de la contaminación cultural de occidente".

No es casual que no exista consenso sobre la definición de terrorismo: el término es tan subjetivo que está privado de cualquier significado intrínseco, y aunque todos lo sabemos es bueno reiterarlo: el lenguaje no goza de la presunción de inocencia. La palabra terrorismo es extremadamente peligrosa porque mucha gente tiende a creer que sí tiene un significado preciso; muchos otros usan y abusan del término para aplicarlo a cualquier cosa que odian; como un medio para evitar el pensamiento racional y la discusión y, con frecuencia, para justificar su propia conducta ilegal e inmoral.

Cualquier análisis desapasionado sobre el uso de la palabra terrorismo también revela que la elección –o no– del término se basa, lamentablemente, no en el hecho mismo sino en quién está haciendo qué a quién.

Hay quienes quieren hacernos creer que la única definición intelectual, honesta y totalmente factible de terrorismo sea una subjetiva: "terrorismo es la violencia que yo no apoyo".

El filósofo español Fernando Savater ha debido reconocer que, en el caso del conflicto entre israelíes y palestinos, "es casi imposible discernir, en muchas ocasiones, cuándo un mismo ejecutante tiene carácter de combatiente o de terrorista".

Sin embargo, la palabra ha sido tan devaluada que incluso la violencia ya no es requisito esencial para su uso. Robert Mugabe acusa a muchos periodistas de terrorismo.

### La llama sagrada del periodismo es la duda

De las vocaciones del hombre, el periodismo es aquella en la que hay menos lugar para las verdades absolutas. La raíz del periodismo debería ser la duda, aunque cada vez más gente en esta profesión cree tener sólo certezas.

■ José Zepeda, chileno, periodista, productor radial, profesor universitario, actual vicepresidente de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz) y Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland, Holanda  
 ■ Correo-e: jose.zepeda@rnw.nl



## *La raíz del periodismo debería ser la duda, aunque cada vez más gente en esta profesión cree tener solo certezas*

La llama sagrada del periodismo es la duda. Una llama que no debería ensimismarse en el escándalo sino en la investigación honesta, no creada a golpes de efectos sino a través de la narración de cada hecho dentro de su contexto y de sus antecedentes. Dice Kapuzcinsky que esta no es una profesión para cínicos, aunque a veces parece lo contrario. No es circo para exhibirse, ni un tribunal para juzgar, ni la asesoría para gobernantes ineptos ni vacilantes, sino un instrumento de información, una herramienta para pensar, para crear, para ayudar a la humanidad en su eterno combate por una vida más digna y menos injusta. (Eloy Martínez)

El periodismo no es la ropa que uno se pone cuando llega la hora del trabajo, y que se saca cuando duerme. El periodismo es una segunda piel, inseparable del cuerpo y que lo determina en todo tiempo y en toda circunstancia. Por eso el periodista debe escribir su propia verdad, pero no defendiéndola como un concepto único, porque no existe la voz, sino las voces.

La libertad de expresión es un derecho sagrado y

sin ella no hay democracia, pero es insuficiente. Sin voluntad de verdad el periodismo se vuelve una parodia o solamente producto banal de mercado. La voluntad de verdad es barata porque sólo requiere honradez, lucidez y fortaleza. Por ello es desalentador comprobar que la mayoría que no posee casi nada, no tiene voz para decir su verdad, y los que tienen mucha voz, frecuentemente no están interesados en la verdad (Jon Sobrino)

### **El método es precisamente la elección de los hechos (H. Poincaré)**

Cuando el periodista opta por contar la verdad y no solo una parte, en una situación extrema como la creada por los atentados del 11 de septiembre del 2001, corre el riesgo de ser tildado de traidor, o cómplice del terrorismo. La ola nacionalista en los Estados Unidos se ensañó, por ejemplo con Peter Jennings, uno de los periodistas televisivos con más fama y prestigio en el país. Por primera vez en sus 61 años de vida recibió más de 10.000 llamadas de pro-



testa, amenazas e insultos, por haberse atrevido a preguntar, tras las primeras horas de los atentados, dónde estaba el presidente George Bush. Era sólo el comienzo de lo que hemos vivido después. La campaña militar y política en contra del terrorismo a escala planetaria está acompañada de "una guerra informativa de gran intensidad", es decir, de grandes mentiras y desinformaciones, tan grandes que el gobierno en Washington anunció que iba a crear la Oficina de Información Estratégica, con la que el Pentágono aspiraba a intoxicar a la prensa internacional o, según el propio Secretario de Defensa Donald Rums-

nocidio. Sin grandes aspavientos, en Arusha, una ciudad de Tanzania, lejos de la atención del mundo, los fiscales de las Naciones Unidas en el Tribunal sobre Crímenes contra la Humanidad en Ruanda, han acusado a tres hombres, antiguos ejecutivos de medios de comunicación, de genocidio e incitación al genocidio, por su uso de la radio y de la prensa durante la matanza de más de 800 mil personas en 1994 en Ruanda. Es la primera vez desde Nuremberg que varios periodistas tienen que responder por estos cargos. Una cuestión clave será la de los límites, qué discursos estarán protegidos por la libertad



feld, a "utilizar, ocasionalmente, el engaño táctico contra el enemigo". Debido a las protestas internas e internacionales, el gobierno desmintió que desinformaría, dejándonos a todos con la duda existencial de saber dónde empezaba la verdad o la mentira.

### Responsabilidad de los medios

Si bien es cierto que los terroristas se ensañan no pocas veces con los periodistas, he ahí los trágicos ejemplos de colegas perseguidos, secuestrados, y asesinados, también no es menos cierto, y hay que decirlo por lo alto, que la prensa puede cometer ge-

de expresión y cuáles no. La emisora conocida como Radio Odio, fue una pieza clave del extremismo hutu. Cuando comenzaron las matanzas, sus mensajes no podían ser más explícitos: "las tumbas no están todavía llenas", fue uno de los más repetidos.

### No todo es terrorismo

El ministro de Relaciones Exteriores de Francia, Hubert Védrine ha expresado con razón su preocupación ante "un planteamiento simplista que reduce todos los problemas del mundo a la lucha contra el terrorismo".



La pretensión es desde el centro determinar qué es realidad, qué es lo que realmente importa. Se quiere, fundamentalmente a través de los medios de comunicación, señalar de manera inequívoca de qué debemos preocuparnos. Esta pretensión amenaza con opacar, muchas veces de forma interesada, problemas acuciantes que viven las naciones. En el caso concreto de América Latina, África y Asia, el tema de la pobreza es uno de ellos. Más bien tarde, los

1.000 millones de dólares para proteger los productos agrícolas de sus países. La cantidad es seis veces superior a la que entregan en ayuda al desarrollo, a los países en desarrollo.

Otro tema crucial es el de la impunidad. Mucho terrorismo de Estado ha marcado y marca la historia y la vida de demasiada gente en América Latina. La connivencia de sectores del ejército con los grupos paramilitares es reconocida hasta por el departamento de Estado en Washing-

ton. Con ironía, pero con verdad, alguien decía que por matar a una persona uno se arriesgaba a una condena de cárcel de 20 años; por matar a cinco o a diez, a ser enviado a un hospital psiquiátrico; por matar a muchos más, a ser objeto de una amnistía o una ley de punto final.

Todo ello no puede hacernos olvidar el terrorismo de organizaciones de guerrilla que hace tiempo perdieron, por el camino, la nobleza de sus propósitos originales y han devenido en gente que secuestra, asesina, trafica con la droga, y hace volar por los aires parte de la infraestructura nacional.

Estas formas de violencia obligan a que los periodistas seamos especialmente agudos a la hora del análisis, o durante la constante formación, dejando de lado toda arrogancia. Nunca debemos creer que hemos visto todo: las

violencias nos dejan, siempre, mucho que aprender.



organismos internacionales han tenido que reconocer que es peligroso imaginar el progreso económico sin justicia social. El caso acuciante de Argentina, por citar el más próximo, es una prueba palpable de otros escenarios imaginables para el futuro. El neoliberalismo es utópico, porque cree que el modelo económico por sí mismo y sin control alguno permitirá combatir la pobreza. Nada ha demostrado ser más falaz.

Infortunadamente las cosas van a peor. La OCDE, Organización de Cooperación al Desarrollo, ha dicho que las naciones más ricas invierten, cada día,

### **Y qué hacer ante el miedo**

Uno de los adversarios indeseados del periodismo es, por desgracia, muchas veces la llamada opinión pública. Hasta que se decida abandonar ese concepto poco claro para empezar a ver que las sociedades tienen grupos de intereses, diferentes actores que demuestran que no existe la opinión pública, tendremos que seguir soportando sus humores y sus veleidades que intentan condicionar el mensaje.

Aquí otra vez, el periodista tendrá que ser un agudo detective para no confundir el todo por las partes. El ascenso de Le Pen no significa que todos los franceses, ni siquiera que una mayoría de ellos, se hayan vuelto ultraderechistas y racistas. El apresuramiento sensacionalista o comprometido puede llevarnos a ignorar los matices.

Por lo tanto, tenemos que enfrentarnos a los factores de influencia, a los grupos que crean opinión, al carácter absoluto de sus juicios, a la rapidez de los contagios, al debilitamiento o la pérdida del espíritu crítico. Como así también a la disminución o la desa-

*El periodismo  
es una segunda piel,  
inseparable del  
cuerpo y que lo  
determina en todo  
tiempo y en toda  
circunstancia*

parición del sentido de la responsabilidad personal, la subestimación de la fuerza del adversario, la aptitud para pasar repetidamente del horror al entusiasmo y de las aclamaciones a las amenazas de muerte.

Europa hoy exhibe en este sentido un panorama poco alentador. Neo fascistas, neo populistas logran el apoyo de electores cansados de una forma de hacer política, pero sobre todo se inclinan a favor de lo peor, porque tienen miedo. Miedo al otro, al extranjero, al inmigrante, miedo a la inseguridad surgida en el Primer Mundo que habían construido desde finales de la Segunda Guerra Mundial y que hoy se ve invadido por el Tercer Mundo que busca fuera lo que se le ha negado en casa. El miedo ha despertado los sentimientos más lóbregos en quienes por ahora son

chovinistas, xenófobos y racistas vergonzantes, que votan por racistas pero que se ocultan en el anonimato y pregonan su segregación en voz baja. Pero si estos Le Pen, estos Schill, estos Pim Fortuyn, estos Haider logran llegar al poder, nada les impedirá a sus votantes exhibir desenfadadamente sus preferencias segregacionistas. Entonces estaremos otra vez de regreso ante una realidad que es tan preocupante como el peor de los terrorismos.

Frente a ellos sólo cabe el rechazo más contundente. La emergencia democrática, esta democracia con síntomas patológicos debe defenderse a través de la palabra, pero sin concesiones de ninguna especie. Me refiero, por ejemplo, a que la condena y el



repudio a la xenofobia, al racismo y a la discriminación no están en discusión. Ser demócrata es oponerse a poner en debate estos asuntos, como lo desean los neo fascistas. No se puede hablar de alta cocina con antropófagos (Le Monde, editorial del 25-4-2002).

**¿Cómo, desde los medios, oponerse al terrorismo?**

- Reivindicando la seguridad humana, que concibe el respeto de los derechos humanos como un elemento clave de la definición de la seguridad y que ubica al individuo, y no al Estado, en el centro del debate de la política pública.

- Negándonos a ser parte de aquellos que precocinizan la discriminación por razones étnicas, chovinistas, de género, o de cualquier otra naturaleza. Qué triste papel el de aquellos medios que fomentan el miedo y el odio al extranjero.

- Alentando una propuesta ciudadana para establecer políticas de defensa. No hacerlo, como hasta ahora ocurre en la mayoría de los países, es mantener uno de los mayores obstáculos para el establecimiento legítimo del control civil sobre los militares, lo que constituye uno de los retos de la consolidación democrática.

- Dando voz y tribuna a aquellos que deben vencer a las fuerzas armadas que es un error que hagan patente su satisfacción ante la idea de volver a tener un papel protagónico en la sociedad política, porque la amenaza del terrorismo no puede ser una excusa para otorgar legitimidad al empleo de la fuerza en la supuesta defensa de la patria.

- Convenciendo a la gente de que las actividades secretas del Estado, la recolección de información sobre actores privados y el uso de esa información no son actividades militares. Son actividades policiales y deben incluir formas de control responsable por parte del Parlamento o de instancias especiales, a fin de evitar el uso político de los datos o la ilegalidad de los procedimientos.

- Desde los medios hay que oponer la democracia a los intentos siempre latentes de la remilitarización. (Cristina Eguizábal y Rut Diamint. La guerra contra el terrorismo y el futuro de las democracias. Foreign Affairs en español. Primavera del 2002)

- Entendiendo que nuestra labor no consiste en resolver toda la reproducción estable de la democracia, porque ella no puede ocurrir, sin graves consecuencias sólo en el mundo mediático. Es la competencia cívica la encargada de la tarea, con ciudadanos convencidos de que la democracia importa porque importan sus principios. En consecuencia, de-

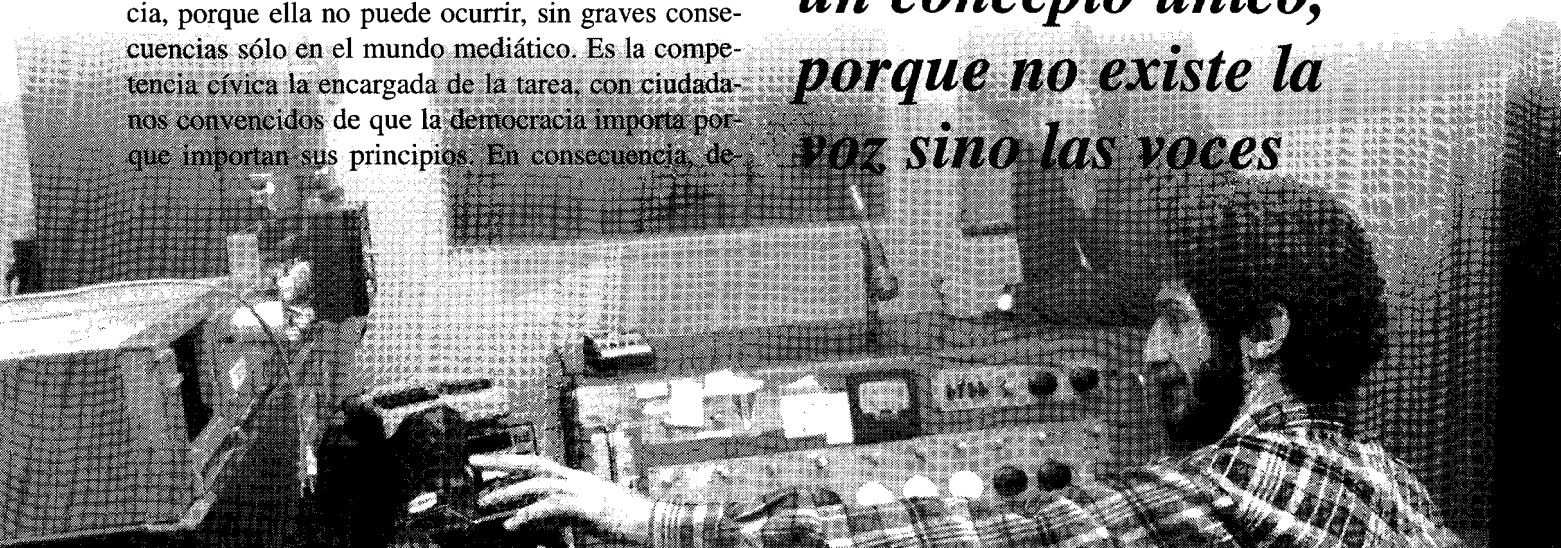
ben ser ciudadanos con un mayor sentido social, con cierto compromiso con lo público. En fin, con una vida civil más activa es como se defiende de mejor modo la institucionalidad política (Ramón Vargas Machuca Ortega, catedrático de Filosofía política)

En resumen, tiene razón el Consejo Europeo cuando afirma, tempranamente, el 21 de septiembre del 2001, que: "La eficacia de la lucha contra la la-cra del terrorismo será mayor al apoyarse en un profundo diálogo político con los países y las zonas del mundo donde se desarrolla el terrorismo. La integración de todos los países en un sistema mundial equitativo de seguridad, de prosperidad y de mejor desarrollo, constituye la condición de una comunidad fuerte y duradera para luchar contra el terrorismo".

Para alcanzar ese objetivo, que no será cuestión de un día, lo mejor que puede hacer el periodismo es ser serio, formado, riguroso, creativo, crítico, incluso con el mismo periodismo sensacionalista y perverso que se extiende con rapidez.

Ahora ya recuerdo, mientras no demos voz a la víctima, tendremos que conformarnos con la opinión del victimario. ☉

***El periodistas debe  
escribir su propia  
verdad, pero no  
defendiéndola como  
un concepto único,  
porque no existe la  
voz sino las voces***



## Violencia en los medios

# Doce maneras de distorsionar la violencia

¿En qué se equivocan los medios al ocuparse de la violencia? Este resumen nos da un punto de partida para entender la cuestión.

El profesor de estudios de paz noruego Johann Galtung ha formulado 12 puntos de preocupación donde el periodismo suele equivocarse al abordar la violencia.

Cada uno sugiere implícitamente remedios explícitos.

1. Descontextualización de la violencia: enfocarse en lo irracional sin mirar las razones de conflictos y polarización irresueltos.
2. Dualismo: reducir el número de bandos en un conflicto a dos, cuando suele haber más involucrados. Artículos que se enfocan sólo en acontecimientos internos suelen ignorar fuerzas de fuera o externas tales como gobiernos extranjeros y empresas transnacionales.
3. Maniqueísmo: retratar un lado como bueno y demonizar al otro como el mal.
4. Armageddon: presentar la violencia como inevitable, omitiendo alternativas.
5. Enfocarse en actos individuales de violencia rehuendo a la vez causas estructurales, como pobreza,

desidia gubernamental y represión militar o policial.

6. Confusión: enfocarse sólo en el escenario del conflicto (ej., el campo de batalla o el lugar de incidentes violentos) pero no en las fuerzas y factores que influyen en la violencia.

7. Excluir y omitir a los deudos, y así no explicar nunca por qué hay actos de venganza y espirales de violencia.

8. No explorar las causas de la escalada de la violencia y el impacto de la cobertura misma de los medios.

9. No explorar las metas de los intervencionistas de fuera, especialmente las grandes potencias.

10. No explorar propuestas de paz y ofrecer imágenes de resultados pacíficos.

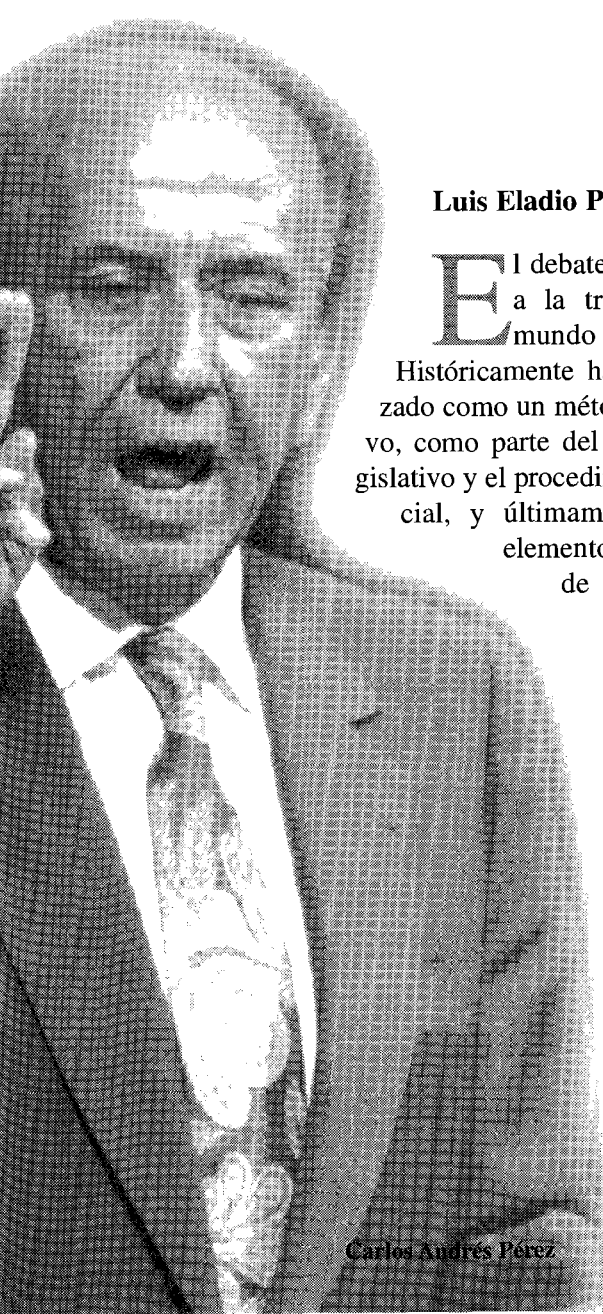
11. Confundir ceses del fuego y negociaciones con paz verdadera.

12. Omitir la reconciliación: los conflictos tienden a resurgir si no se presta atención a curar sociedades fracturadas.

Cuando las noticias sobre intentos de resolver conflictos están ausentes, se refuerza el fatalismo. Eso puede ayudar a engendrar aún más violencia, cuando la gente no tiene imágenes o información sobre posibles resultados pacíficos y la promesa de curación.

▣ Fuente: [http://www.wacc.org.uk/publications/accion/239/violencia\\_en\\_medios.html](http://www.wacc.org.uk/publications/accion/239/violencia_en_medios.html)

# Debate presidencial en la TV: ¿ayuda a ganar una elección?



Luis Eladio Proaño ■

**E**l debate es esencial a la tradición del mundo occidental. Históricamente ha sido utilizado como un método educativo, como parte del proceso legislativo y el procedimiento judicial, y últimamente, como elemento dramático de las campañas electorales.

Se ha llegado a decir que después de un solo debate ante la televisión, visto en millones y millones de hogares, se puede determinar el ganador de una elección presidencial inminente. Y si hoy en día, en colores, el tema es motivo de controversia, no lo fue menos en sus comienzos, en blanco y negro.

En 1960, el candidato demócrata a la presidencia de Estados Unidos, John F. Kennedy, y su contendor republicano, Richard Nixon, aceptaron la invitación a debatir, hecha por las tres grandes cadenas de televisión CBS, ABC y NBC. La importancia real o gratuita que se dio a estos debates, en función del resultado electoral, indujo aceleradamente a la adopción de eventos similares en otras campañas presidenciales de Europa y América Latina.

## Debate, reto al anacronismo político

Escuetamente, las razones más importantes que se han esgrimido a favor de los debates televisivos presidenciales son las siguientes:

La elección de un jefe de Estado es demasiado importante para la consolidación de la democracia y

■ Luis Eladio Proaño, ExDirector General de CIESPAL, consultor de opinión pública y mercadeo social  
Correo-e-> luiselap@pi.pro.ec

demasiado arriesgada, si se la efectúa sin suficientes elementos de juicio sobre la capacidad de los candidatos y su eventual desempeño en el ejercicio del poder, sobre todo en tiempo de crisis. El debate es un magnífico instrumento para evaluar alternativas y votar más acertadamente.

Los votantes tienden a decidir a base de actitudes emocionalmente enraizadas, a ciegas, lealtades partidistas, que les impiden abandonar posiciones tomadas y los fuerzan a la conformidad, sin aceptar nuevos cuestionamientos y alternativas que no sean las tradicionales.

Por naturaleza preferimos escuchar a aquellos con los que estamos de acuerdo, buscamos argumentos y evidencias que fortalezcan nuestras creencias y en consecuencia leemos, escuchamos programas de radio y vemos programas de televisión que están de acuerdo con nuestras opiniones e intereses, evitando consciente e inconscientemente todo tipo de mensaje que nos pueda precipitar a la duda.

El debate nos expone a criterios contrapuestos y opciones diferentes y nos brinda la oportunidad de ejercer nuestro juicio crítico para escoger la mejor alternativa.

La campaña tradicional, con sus concentraciones multitudinarias y sus desfiles motorizados, se empeña en afianzar lealtades logradas, en desanimar antes que estimular una nueva conciencia de las cosas, y trata de rebatir, echando mano a la emoción, los argumentos y alternativas de la oposición. Las concentraciones políticas se convierten en ocasión de una demostración masiva de aprobación de la visión partidista conocida y suscrita por los fieles del partido. Su propósito no es el de informar desinteresadamente, sino el de reafirmar las actitudes de la población para que no caigan en la tentación del cambio. De acuerdo con este planteamiento, el debate por TV constituye una nueva forma de hacer política. Es un reto al anacronismo de la audiencia cautiva. Despierta el sentido crítico del votante y le permite

## *El debate por TV constituye una nueva forma de hacer política*

enfrentar el alud emocional de las campañas políticas, afianzando la primacía de la razón sobre el ciego determinismo del estereotipo y del prejuicio en el grave acto del escogitamiento de sus líderes.

Se arguye, además, que la oratoria de la campaña tradicional está cuidadosamente elaborada y calculada, y es con frecuencia





## *Para lograr los objetivos de los debates televisivos, el formato juega un papel trascendente*

conflicto y el dramatismo y atrae por eso a un número considerablemente mayor de ciudadanos. El primer debate entre Kennedy y Nixon fue visto por el 60 al 65 por ciento de la población adulta total, es decir, por 70 a 101 millones de americanos. Solo un 7.25 por ciento de la población indicó que no vio el debate, o no lo escuchó por radio o no leyó acerca de él. El 55 por ciento, según encuesta de la Gallup, manifestó que había tenido un gran interés por el debate. En comparación con las campañas presidenciales de los años 1952 y 1956, el 9.5 por ciento de la población declaró estar más interesado en la campaña política y más abierto al cambio de opinión como resultado de los debates.

Como un dato importante para el debate televisivo, hace falta añadir que en 1952 solo el 30 por ciento de la población consideraba a la televisión el medio más importante de información; en 1956 el porcentaje había subido al 49 por ciento y para 1960 alcanzaba un significativo 60 por ciento.

El interés que despiertan los debates presidenciales gravita enormemente en la cobertura. Se logra llegar en proporciones iguales a los miembros de los partidos políticos, a los independientes y a un cruce de todos los segmentos de la población nacional. Los subgrupos por edad, sexo, nivel económico y educación, tamaño de la familia y ubicación geográfica están representados significativamente. Algo que no se logra en las



El debate del siglo: Kennedy vs. Nixon

el fruto del esfuerzo colectivo de los asesores y del talento literario de escritores profesionales. El debate destruye esta estratagema y sorprende al candidato en su íntimo pensamiento en forma independiente, personal y espontánea.

El público, en general, se interesa poco en escuchar la propaganda política y las exposiciones que hacen los candidatos a través de los medios de comunicación. El debate añade los ingredientes del

concentraciones partidistas

En la concepción democrática occidental se atribuye un gran valor al carácter y personalidad del hombre que debe ocupar la presidencia. Fue la personalidad de De Gaulle la que sentó la pauta del poder ejecutivo francés, la personalidad de Adenauer la que afianzó la democracia y reconstrucción alemana, la personalidad de Roosevelt la que sacó a Estados Unidos de la recesión.



Medir el carácter de un hombre es difícil. Medirlo en la algarabía de la tradicional campaña política es casi imposible. Tampoco se lo puede medir por el rumor. E infortunadamente, en el momento de elegir no se tiene todavía el veredicto de la historia. Para poder en alguna forma apreciar el carácter de un hombre, hay que sorprenderlo en un acto vital, en el que se vea obligado a echar mano de todos los recursos de su personalidad y carácter. Los debates televisivos facilitan un mejor conocimiento de los candidatos y revelan las cualidades humanas fundamentales que poseen.

### **El formato debe asegurar la imparcialidad**

Para lograr los objetivos que se pretende alcanzar a través de los debates televisivos, el formato juega un papel trascendente, respecto a dos cualidades que ellos necesariamente deben tener: objetividad e imparcialidad.

Siempre se hace referencia, al respecto, a los inmortalmente célebres debates de Lincoln y Douglas, en 1858. Lincoln y Douglas no tenían el privilegio de la televisión y de la radio. Sus debates se llevaron a cabo frente a audiencias que se reunían en los diferentes distritos electorales y que variaron de 1.500

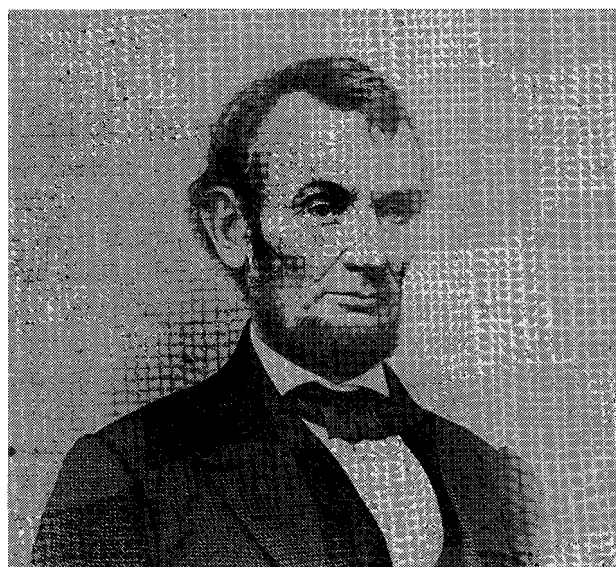
a varios miles de espectadores. El número de debates fue de siete, el formato respetó la costumbre de las largas intervenciones de los mítines políticos, no sujetos a la premura de la televisión. A cada debate se le asignó la duración de tres horas, que fueron divididas en la siguiente forma: el primer orador hacía uso de la palabra por una hora y luego su oponente hablaba por una hora y media. Volvía a tomar la palabra el primer orador, con una intervención de media hora.

A excepción de los reporteros y de los activistas de la campaña que seguían a los candidatos, nadie pudo oír más de un debate. El hecho no tenía importancia. Todos los debates se concentraron en el que-  
mante problema de la esclavitud y los argumentos se repetían en todas partes.

Tanto Kennedy como Nixon aceptaron la invitación a debatir que les hicieran las grandes cadenas de televisión de Estados Unidos: CBD, ABC y NBC.

Ejecutivos de las cadenas de televisión y los representantes nombrados por cada uno de los candidatos, discutieron durante 6 semanas en 12 reuniones, el formato y más detalles pertinentes. En la reunión del 31 de agosto, los canales de televisión propusieron lo que se dio en llamar el formato de Oregon, que había servido durante las elecciones prima-

*El interés que  
despiertan  
los debates  
presidenciales  
gravita enormemente  
en la cobertura*



En 1858 Lincoln debatió con Douglas



La masa, los medios, Carlos Menem y Diego Maradona

rias de los demócratas para enfrentar a los precandidatos presidenciales Kennedy y Humphrey. En síntesis, este formato consistía en lo siguiente: cada uno de los candidatos hacía una breve declaración introductoria. Y luego, por el tiempo de duración del debate, se interrogaban entre ellos mismos. Ningún periodista planteaba las preguntas. Este formato no fue aceptado por los representantes de los candidatos, entre otras razones, porque había dado como resultado el que tanto Humphrey como Kennedy se portaran extraordinariamente comedidos el uno con el otro, despojando al debate de su interés polémico y dramático.

El formato finalmente aprobado para el primer debate fue el siguiente: el conductor del programa hacía una brevísima introducción, presentando a los dos debatientes. Uno de los dos candidatos escogido por sorteo hacía una exposición libre por 8 minutos seguido, a su vez, por la exposición libre del otro candidato, que duraba igual tiempo.

### **Preguntas, no comentarios**

Terminadas las exposiciones de los dos candidatos, cuatro periodistas, en estricto turno, planteaban las preguntas sobre el tema pertinente a cada uno de los candidatos. Los periodistas se limitaban a plantear la pregunta en forma escueta y nunca podían hacer un comentario sobre la respuesta que daban los candidatos. Los debatientes eran los únicos que luego de escuchar la respuesta, podían comentarla para establecer así las divergencias y posiciones opuestas. El debate terminaba con una intervención final para cada candidato, en la que sintetizaban su pensamiento. El conductor del programa lo cerraba con breves palabras de despedida.

## ***Los debates televisivos facilitan un mejor conocimiento de los candidatos y revelan las cualidades humanas fundamentales que poseen***

Con ese formato se trataba de evitar cualquier tipo de favoritismo que pudiera dar ventaja a uno de los candidatos. Efectivamente, un entrevistador puede sutilmente favorecer al candidato de su preferencia haciéndole preguntas más fáciles y comentando favorablemente la respuesta. Igualmente puede influir en la opinión pública, reaccionando negativamente a las respuestas, y concediendo más tiempo de exposición a uno que a otro.

Este formato en lo medular se siguió en los debates posteriores.

Fuera de la estructura fundamental del formato, se discutieron y negociaron otros aspectos de menor importancia, como el número de debates, su duración, la fecha de realización, el lugar, la presencia de los candidatos, simultánea y en el mismo estudio de televisión, o simultánea en diferentes estudios y ciudades; la selección de los entrevistadores, el modo de hacer las preguntas: verbalmente, o por escrito; el contenido de ellas: sujetas a un determinado tema, pero por libre selección del entrevistador o por consulta con el medio pertinente, la atribución de los ejecutivos de los canales para aceptar o rechazar el contenido de las preguntas y la conveniencia de conocerlas o no de antemano. Igualmente, se pusieron de acuerdo sobre la iluminación del estudio, maquillaje y atuendo de los debatientes, su ubicación dentro del set, el número de tomas de reacción y la posibilidad de llevar y consultar notas escritas.

En otros debates, la decisión sobre cuáles eran las preguntas que deberían plantearse, ha quedado a veces en manos de expertos sobre los temas prioritarios de la campaña u otras veces esa decisión fue de responsabilidad de los directores de las grandes cadenas de televisión. La selección de los entrevistadores ha sido a veces tomada por los ejecutivos de los canales de televisión y otras por un sistema complejo de lotería, cuando el número de potenciales entrevistadores ha crecido en volumen, al incluir no solo a los profesionales de la televisión, sino también de la radio, la prensa y las agencias de noticias.

### Resultados

Luego de los debates, innumerables investigadores e instituciones particulares y universitarias realizaron un número considerable de investigaciones que, en parte, nos sirven para matizar su impacto en la opinión pública.

Algunas de las investigaciones estuvieron basadas en una muestra pequeña de estudiantes y no representativa; otras emplearon muestras nacionalmente significativas. Algunas se condujeron mediante entrevistas personales. Otras por teléfono, por cuestionarios respondidos por cada destinatario o

mediante varias combinaciones de estos diferentes métodos. Entresaquemos algunos de los datos más importantes.

La firma Nielsen, especializada en análisis de sintonía, calcula que 77 millones vieron el primer debate y 70 millones el último. La mayor audiencia se registró para el segundo y tercer debate, 80 y 82 millones respectivamente. Se puede afirmar casi con certeza que la mayor o menor audiencia se debió al horario. El segundo y tercer debate fueron presentados a las 19:30. El primero en cambio fue presentado a las 21:30 y el tercero a las 22:00.

Una hora más temprana permite la asistencia de los niños y de los adultos que acostumbran retirarse anticipadamente al lecho.

Cuando se preguntó directamente cuál de los dos candidatos ganó en los debates, el resultado, de acuerdo con diferentes investigaciones, fue el siguiente: la mayoría pensó que el primer debate lo ganó Kennedy; que en el segundo y cuarto debate estuvieron iguales y que el tercer debate lo ganó Nixon.

Se notó además que los individuos con fuerte afiliación partidista, o con una intención específica y decidida de votar por un candidato antes del debate, declararon en la inmensa mayoría de los casos que su candidato había sido el vencedor. Una mayoría de los indecisos prefirieron a Kennedy luego de los debates.

***El debate sorprende  
al candidato en su  
íntimo pensamiento  
en forma  
independiente,  
personal y  
espontánea***

Nixon parece que impresionó mejor a las mujeres que a los hombres.

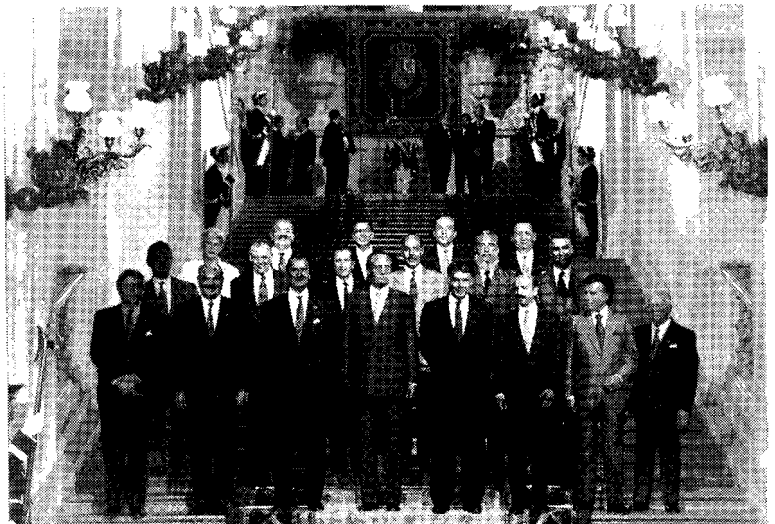
Los partidarios leales de Nixon que no cambiaron de opinión luego de los debates, dijeron preferirlo porque Nixon estaba de acuerdo con lo que ellos pensaban, porque era mejor informado, y porque en el debate fue sincero, honesto y no mintió.

Los partidarios leales de Kennedy, que tampoco cambiaron de opinión, indicaron que lo preferían porque fue específico, dio datos concretos y no fue evasivo.

Aquellos que se inclinaban a Nixon antes de los debates y se viraron a Kennedy luego de ellos, dieron como razones que les gustó su personalidad y fue específico y factual en sus respuestas.

Aquellos que, en cambio, se inclinaban a Kennedy y luego de los debates prefirieron a Nixon, manifestaron como razones que Nixon puso a la defensiva a Kennedy y presentó siempre su posición con confianza.

A la mayoría de la teleaudiencia, lo que más gustó fue el enfrentamiento de las dos personalidades y prefirieron por eso los dos últimos debates por ser más directos, más emocionantes, más ágiles y de garras. El drama y la retórica fueron más importantes que el planteamiento de un problema y la solución dada. La teleaudiencia se preocupó más de analizar el carácter de los debatientes y se formó una imagen de ellos a base, más bien, de su estilo de presentación. Así, por ejemplo, del estudio de Kraft se desprende que solo un 27 por ciento dice haber aprendido más sobre los problemas y sus soluciones, mientras el 35 por ciento afirma que los debates le sirvieron para conocer mejor a los candidatos y el 17 por ciento para incrementar el interés en la campaña. Al igual que otros investigadores, Kraft reitera que muy pocos de los televidentes cambiaron de opinión respecto de los problemas debatidos, y que su interés se centró más bien en la personalidad de los candidatos, en el estilo y la forma y no en la sustancia. Por esto, no sin razón se ha argüido que los debates encierran un riesgo de percepción errada, equivalente a juzgar la cali-



XVII Cumbre De Presidentes de Latinoamérica en Madrid

dad de un automóvil por la belleza de la línea o preferir un libro por su encuadernación y pasta.

El resultado de los debates, en definitiva, fue más favorable a Kennedy. Mejoró su imagen en experiencia y capacidad. Efectivamente, mayor número de demócratas pensaron mejor de Kennedy luego de los debates que republicanos de Nixon. Más republicanos se volvieron favorables a Kennedy que demócratas a Nixon. Más independientes se decidieron por Kennedy que por Nixon.

Pero, ¿cuál fue el impacto real, en la votación actual? El 25 de septiembre, en los sondeos de opinión, Kennedy tenía 46 por ciento y Nixon 47 por ciento. Luego del primer debate que se llevó a cabo el 26 de septiembre, Kennedy lograba 49 por ciento y Nixon 46 por ciento. El 21 de octubre se llevó a cabo el último debate.

Cinco días más tarde, tanto Kennedy como Nixon aparecían empatados en un 48 por ciento.

En la votación final Kennedy obtuvo 50.1 por ciento y Nixon 49.9 por ciento. Si los debates tuvieron algún impacto en la decisión del electorado, de los datos arriba mencionados solo se puede desprender que su impacto fue sumamente pequeño. En ninguna forma cabe afirmar, por lo tanto, que la elección de Kennedy se pueda deber exclusivamente al éxito de los debates ante las cámaras de TV. Cuan-

to más, si se toma en cuenta que en dos de los debates, la población pensó que Kennedy y Nixon estuvieron iguales y, de los otros dos, uno fue concedido a Kennedy y el otro a Nixon.

### Conclusiones

El debate no sirve para convertir adeptos de un candidato en seguidores de otro. Puede, en cambio, influir en los indecisos y abstencionistas. Consecuentemente, si en una elección se detectara un número considerable de indecisos y abstencionistas, el debate televisivo podría cobrar trascendental importancia.

Tampoco el debate ha logrado establecer su rango como el mejor instrumento de juicio y aquilatamiento de los candidatos. Cuando se trata de candidatos de larga trayectoria política, poco o nada puede añadir el debate. Mayor importancia la tiene para el caso de un candidato poco conocido como Kennedy.

Si los candidatos han logrado amplia cobertura por los diferentes medios de comunicación y se han expuesto a un suficiente número de entrevistas radiales y televisivas, será difícil que el debate enriquezca a la opinión pública con algo novedoso e importante.

De hecho, en las campañas se da una especie de debate "diferido" ya que los candidatos hacen refe-

rencia a las ofertas, soluciones propuestas y alusiones personales, luego de escuchar a sus adversarios.

El debate, más que un elemento de mejor apreciación de los candidatos, es un factor de estrategia y táctica política. Por eso, de ordinario, buscan debatir los candidatos que por diferentes razones se encuentran en desventaja respecto a la preferencia electoral.

Por consiguiente, se puede establecer la siguiente regla de oro: **No se debe prestar al debate el candidato que goza de claro margen de apoyo popular y cuyo triunfo está prácticamente asegurado.**

En la práctica, esta regla ha sido respetada por todos los candidatos. Se debate o no de acuerdo con la ventaja que se creía obtener.

Kennedy sabía que el resultado electoral era dudoso y la campaña reñida. Aceptó el debate como medio de probar que no era un joven sin experiencia ni capacidad. Nixon ni lo rehuyó, porque para ganar necesitaba ampliar la base de sustentación de su candidatura. El número de republicanos es inferior al número de demócratas. Se consideraba a sí mismo un buen debatiente. Ambos candidatos pensaban que el debate les sería ventajoso. López Michelsen en Colombia debatió con Belisario Betancur, porque temía perder la elección, si no recuperaba la votación liberal que le restaba su coideario Galán. Betancur, por su parte, debía mantener la fidelidad de los conservadores y lograr votos independientes y liberales, porque su partido es muy inferior en fuerza electoral frente al liberalismo. Ambos candidatos, de nuevo, aceptaron el debate en función de ventajas concretas que creían poder obtener.

En América Latina, para comprender mejor el impacto de los debates presidenciales, es necesario un trabajo de investigación más serio. Para llevarlo a cabo será necesario medir la intención del votante antes y después de los debates; comparar las apreciaciones de los televidentes y no televidentes; establecer si el cambio en la intención de votar obedece o no a los debates y, finalmente, cuantificar los encuestados cuya decisión no sufrió variación a pesar de los debates. No está por demás añadir que la muestra, para este tipo de estudio, tiene que ser idéntica a lo largo de los debates, si hay varios. ●

*El debate añade los ingredientes del conflicto y el dramatismo y atrae por eso a un número considerablemente mayor de ciudadanos*



Periodismo polivalente y convergente:

# Riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual



■  
**José Alberto García Avilés**

**E**n la actualidad, más de cincuenta empresas informativas en Europa, Asia y Norteamérica han puesto en marcha diversas fórmulas para que las redacciones de distintos medios (prensa, televisión e Internet) compartan recursos, trabajen conjuntamente en las coberturas y produzcan noticias para diversos soportes.

Esto es lo que se conoce como la "convergencia de redacciones", que constituye un nuevo pa-

so en la carrera de la comunicación, impulsada por la digitalización en los modos de procesar información.

Desde el punto de vista del concepto se distinguen, al menos, tres niveles en la convergencia de redacciones:

- **Tecnológica:** las innovaciones tecnológicas favorecen la compatibilidad entre diferentes sistemas y aplicaciones. Permite centralizar, automatizar y diversificar la producción y edición de contenidos, al tiempo que aumenta la inter-operatividad de los sistemas digitales.

■ José Alberto García Avilés, español, periodista y profesor universitario. Codirector del Centro de Estudios Audiovisuales ([www.unav.es/fcom/cea](http://www.unav.es/fcom/cea)), Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

■ Correo-e: [jagaravi@unav.es](mailto:jagaravi@unav.es)



- **Empresarial:** aumenta la cooperación entre empresas de sectores distintos, la diversificación de canales de distribución y las sinergias entre medios que integran los grupos de comunicación.

- **Hábitos de consumo:** los usuarios exigen información sobre los temas que les interesan, dónde y cuando quieren, y no sólo en papel, sino también en Internet, en su móvil, en televisión y radio digital.

Las redacciones digitales permiten elaborar información a la medida de una pluralidad de audiencias, de anunciantes y de medios, con la reingeniería de los sistemas redaccionales convertidos en plataformas multimedia, capaces de integrar imágenes, texto y sonido.

Diversas empresas de comunicación han comenzado a plantearse los efectos de la convergencia tecnológica en la producción de contenidos, en los sistemas de trabajo y en la organización de las redacciones.

### El caso de Media General (EE.UU)

Desde febrero de 2000, las redacciones del diario (Tampa Tribune), la emisora de televisión (WFLA) y el servicio en Internet (TBO.com) comparten un mismo edificio. Los tres medios pertenecientes al grupo Media General, trabajan conjuntamente, aunque cada uno mantiene su personalidad. El área metropolitana de Tampa comprende casi tres millones de personas. El Tampa Tribune tiene una difusión diaria de 230.000 y de 320.000 los domingos. En términos de audiencia televisiva, Tampa es el decimocuarto mercado del país. El informativo de máxima audiencia de WFLA tiene una cuota de pantalla del 23%. Y TBO.com recibe unas 850.000 visitas al mes.

Según el director de informativos de WFLA, Forrest Carr, la convergencia entre los tres medios se traduce en siete niveles de cooperación.

- Comparten fuentes, temas e ideas para posibles informaciones.

- En las coberturas de acontecimientos imprevistos aprovechan mejor los recursos.

- Imágenes: la mayoría de los operadores de cámara de la emisora llevan cámaras fotográficas digi-

tales y los fotógrafos del Tribune usan videocámaras digitales. Parte de este material se emite en los tres soportes.

- Elaboración de temas: periodistas de las tres redacciones en ocasiones trabajan en equipo para elaborar piezas conjuntas.

- Contribuciones: Varios reporteros del Tribune aparecen regularmente en televisión y algunos corresponsales de WFLA escriben crónicas semanales en el diario.

- Cobertura de grandes eventos: En acontecimientos como elecciones, Olimpiadas o la Super Bowl, el trabajo entre los periodistas y productores de las tres plataformas genera una cobertura más completa y profunda.

- Servicio público: Potencian la reacción de espectadores y lectores, y crece la participación ciudadana en los asuntos que más les afectan.

Para facilitar el flujo de información se creó una "mesa multimedia", que cuenta con un editor por cada medio, supervisados por un editor multimedia. La redacción de cada medio tiene su reunión diaria en

*Ni todos los temas  
informativos sirven  
para todos los  
medios, ni todos los  
profesionales están  
capacitados para  
trabajar, a la vez en  
prensa, televisión e  
Internet*



tecnologías que utilizan, sino por su "octanaje informativo", por su capacidad de "destilar la información disponible". Y en este escenario, los periodistas vuelven a erigirse en la auténtica columna vertebral de las empresas de comunicación.

### El periodista polivalente

la que se deciden los temas que se cubrirán. A ella acude al menos un representante de las otras dos redacciones, que coordinan su trabajo con los editores de la mesa multimedia. Existe un alto grado de planificación y colaboración entre los redactores que trabajan en un mismo asunto para el periódico impreso, el medio digital y la televisión. Varias veces a lo largo del día ponen en común el listado de contenidos que aparecerán en la edición del periódico, en los informativos de televisión y en las actualizaciones de TBO.com.

Ni todos los temas informativos sirven para todos los medios, ni todos los profesionales están capacitados para trabajar en prensa, televisión e Internet a la vez. De los 275 periodistas del Tribune, unos quince aparecen regularmente en televisión y otros treinta lo hacen esporádicamente. TBO.com cuenta con 12 productores y 6 redactores, y en el canal de televisión trabajan 90 periodistas, diez de los cuales escriben regularmente en el Tribune. En enero de 2002, el grupo Media General y la empresa del The New York Times anunciaron un acuerdo para desarrollar conjuntamente contenidos, promociones y patrocinios a través de todos sus medios en Tampa.

Tanto el caso de Tampa, como otras estrategias de convergencia, indican que el futuro no reside ni en los medios, ni en las tecnologías de distribución, sino en la capacidad de buscar, analizar, crear y elaborar contenidos que agreguen valor añadido a la información bruta. Las empresas informativas están pasando a convertirse cada vez más en auténticas refinerías de información, y cuando esto ocurre, los medios de comunicación ya no se diferencian por las

El periodista polivalente no es nada nuevo. Lo nuevo es que numerosas empresas de televisión ahora se están planteando adoptar la polivalencia como estrategia en la cobertura y producción de noticias. Varios factores son determinantes en la toma de decisiones al respecto: la continuada recesión económica, de la que aún no se vislumbra salida inmediata; el descenso de la inversión publicitaria en televisión y en la red; las políticas de reducción de costes; la convergencia entre soportes que propicia la tecnología digital; y las "crecientes exigencias sobre los profesionales de la información" (un rótulo lo suficientemente vago, que puede justificar prácticamente cualquier cosa). En cualquier caso, la polivalencia es un arma de doble filo, porque corre el riesgo de convertirse en una "excusa" para intentar reducir costes, "hacer más con menos" y en definitiva, disminuir la calidad del producto informativo.

La lista de estaciones de televisión que han implantado periodistas polivalentes es amplia. A mediados de los noventa, televisiones locales como Bergen TV (Noruega), TeleZüri (Suiza) y Barcelona TV fueron pioneras en el uso de videoperiodistas: un solo profesional se encarga de todo el proceso: planificar la noticia, grabar las imágenes y entrevistas, locutar y montar la pieza. También CNN+ (España), a comienzos de 1999, contaba con una veintena de videoperiodistas, pero después descartó esta fórmula, porque la polivalencia no era válida para profesionales con distintos perfiles (redactor, operador, reportero...) y el videoperiodismo no garantizaba la calidad suficiente en determinadas informaciones.

En 1998, la BBC experimentó con los periodistas bi-media. Los departamentos de radio y televisión de la redacción principal trabajaron conjuntamente,

de modo que los periodistas realizaban piezas para los informativos de ambos medios. "Buscábamos combinar la fuerza de los recursos de cobertura, para planificar las piezas, compartir información y no duplicar los recursos innecesariamente. Pero después de seis meses de experimentación, vimos que aquello no funcionaba", explica la directora de tecnología de la BBC News, Tiffany Hall.

En televisión, el periodista polivalente redacta y edita su noticia para el informativo, y con las imágenes y la información reelabora el producto para otros soportes y formatos. En el caso español, los periodistas de Antena 3TV, Atlas-Informativos Telecinco y CNN+ elaboran informaciones para sus sitios web. Sistemas como el recientemente lanzado por ENPS (agencia AP) y WorldNow, permiten que las redacciones puedan emitir simultáneamente contenidos para televisión y web.

Ahora, el periodismo polivalente se vende como una estrategia para aprovechar el material informativo, de forma que aparezca en distintos medios: telefonía móvil, agendas electrónicas (PDAs) y otras plataformas. Este es el caso del Guardian Media Group, propietaria del rotativo Manchester Evening News, que puso en marcha una televisión local a comienzos de 2001. Varios periodistas del Evening News emiten sus crónicas en los informativos y ambas redacciones comparten recursos. Otro ejemplo de polivalencia es la sinergia entre las redacciones de los medios de Expansión (Grupo Recoletos, España): periodistas del diario colaboran con Expansión TV; varios profesionales del canal todonoticias han puesto en marcha la redacción de Expansión Radio, y también el periódico digital, Expansión Directo, se beneficia del trabajo de las redacciones de los otros soportes, mediante textos, imágenes y archivos de audio.

***Más de 50 empresas  
informativas en  
Europa, Asia y  
Norteamérica han  
puesto en marcha  
diversas fórmulas  
para que las  
redacciones de  
distintos medios  
compartan recursos***





Tanto EFE como Atlas se han convertido en agencias multi-soporte (televisión convencional, Internet, WAP). En el caso de Atlas, sus directivos se plantearon aprovechar la infraestructura y la producción destinada hasta entonces a un solo cliente, Informativos Telecinco con el fin de "optimizar" sus recursos. Para ello, crearon una redacción paralela, que suma toda su producción anterior a la de

Telecinco y se ocupa de despersonalizar los contenidos para que puedan ser utilizados por cualquier cliente.

El periodismo polivalente pretende aprovechar la convergencia tecnológica para renovar la mentalidad, la organización y los flujos de trabajo. Según algunos profesionales, se trata de "reinventar la producción y gestión de la información". En el proceso de adopción de la polivalencia, las empresas de televisión parecen afrontar cuatro escenarios:

***Para facilitar el flujo de información se creó una "mesa multimedia" que cuenta con un editor por cada medio, supervisados por un editor multimedia***

1. Inmovilidad: Se mantienen las tareas tradicionales en la redacción, con una nítida división de funciones (por ejemplo, subsisten la separación entre montadores y redactores). Continúan los equipos de grabación ENG de al menos dos personas, sin solapamiento de funciones. Los redactores de televisión tampoco contribuyen a la elaboración de contenidos para los medios en línea u otros soportes.

2. Polivalencia total: Se apuesta por una redacción con profesionales capaces de producir contenidos para cualquier soporte (prensa, radio, televisión, Internet). El periodista se considera un "proveedor de contenidos", un comunicador de noticias, haciendo hincapié en la diversidad de soportes en los que puede distribuir sus informaciones. Algunos llegan hasta el extremo de proponer la fusión de las redacciones de diversos medios (radio, televisión, Internet) en una "única redacción multimedia".

3. Polivalencia integrada: La polivalencia afecta la calidad del periodismo, las normativas sindicales,

las destrezas individuales de redacción, grabación y edición. No sirve para cualquier información, ni para cualquier periodista. Distintas informaciones exigen un tratamiento diferente. Los directivos no deben forzar la polivalencia en una redacción, sino dar la oportunidad de que algunos periodistas sean polivalentes. La polivalencia se perfila como complemento, no como sustituto de la especialización necesaria en cualquier redacción.

4. Ambivalencia: Las estaciones de televisión que invirtieron recursos financieros, técnicos y humanos, para hacer frente a las nuevas necesidades que planteaba Internet, adoptan ahora una actitud de "esperar y ver", sin arriesgar a corto plazo. Prefieren limitar la polivalencia.

#### **Formación de profesionales polivalentes: proyecto Newsplex**

Las facultades de comunicación, los centros de formación de periodistas y los propios medios han de adaptarse progresivamente a las exigencias derivadas de la convergencia. Con este propósito, el IFRA Centre for Advanced News Operations está construyendo el Newsplex [www.newsplex.org](http://www.newsplex.org) una micro-redacción multimedia integrada en el campus de la Universidad de South Carolina, en Columbia (Estados Unidos).

En la financiación del Newsplex participan una decena de empresas líderes de comunicación (Digital Technology International, Edipresse, Guardian Media Group, Impresa, CCI Europe, entre otras). El desarrollo del curriculum y los planes de formación del Newsplex corre a cargo de instituciones como el World Editors Forum, el European Journalism Centre, la Universidad de Minnessota, la Universidad de Hong Kong, la Universidad de Tampere y la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

La micro-redacción se inaugurará en noviembre próximo y ofrecerá cursos de formación para profesionales. Los periodistas que trabajen en Newsplex elaborarán información en todos los soportes: prensa, radio, televisión, Internet, WAP y televisión inte-

ractiva. La polivalencia tiene profundas implicaciones sobre el modo de practicar el periodismo, ya que afecta la calidad del trabajo y de los contenidos informativos.

#### **Conclusión**

Los defensores de la convergencia de las redacciones y la polivalencia de los periodistas, argumentan que el trabajo conjunto de los comunicadores redundará en informaciones de mayor calidad en los distintos medios. Sin embargo, no faltan quienes se muestran escépticos ante ambas estrategias y consideran que pueden conducir a un periodismo más barato y menos elaborado. Habrá que seguir observando esta interesante evolución para evaluar el alcance de estos cambios y su viabilidad. ☉



# La Prensa Centroeuropa



## tras la caída del Muro de Berlín

Ramón Salgueiro Pérez

Antes de la caída de la famosa cortina de hierro, la prensa en los países Centro Europeos miembros del bloque socialista, no cumplía una función social, esto es importante decirlo ya que su único objetivo era, durante el comunismo, el de presentar a los ciudadanos de estos países la visión política del estado. Es decir, era una prensa ideologizada, esto no significa que no existiera un periodismo de opinión.

En primer lugar, debemos entender que la prensa también está siempre al servicio de un sistema o estado determinado, dicho de otra forma, es innegable su carácter ideológico.

Durante el comunismo, este objetivo estaba bien definido y la prensa de estos países mantenía una visión crítica desde la óptica estatal, aunque carecía de objetividad, ya que una opinión contraria a la del estado no era tolerada dentro de los medios de comunicación.

Inmediatamente después de las revoluciones democráticas vividas en el centro de Europa, hubo un "boom" en los medios de comunicación: empezaron a aparecer nuevos diarios, radioemisoras y televisiones privadas.

Ramón Salgueiro Pérez, venezolano. Estudios de periodismo, antropología y televisión en la República Checa. Realizador cinematográfico. E-mail: eduardo.perez@post.cz. Página web: <<http://www.orbita.starmedia.com/~salguero3>>



Concretamente, en la república Checa prácticamente desapareció la prensa oficialista y pro comunista. Después de más de 40 años apareció nuevamente la prensa amarillista y diarios como Spigl, Expres y Blesk, con un lenguaje exagerado e informaciones no siempre veraces o sin fuentes, alcanzaron altos niveles de circulación y esto ocurrió en uno de los países europeos, con uno de los niveles culturales más altos del viejo continente. Prueba de ello, la cantidad de libros que lee un individuo al mes (un promedio de 5 libros); pero allí la prensa amarillista encontró su paraíso.

### **Diarios gratuitos y de propietarios extranjeros**

En Chequia se estima que el ciudadano promedio lee más de 4 periódicos al día y algo similar ocurre en Eslovaquia. En Praga existen tres diarios de carácter masivo y completamente gratuitos, el primero de los cuales es "Metro" que se reparte en las estaciones del subterráneo de la capital de Bohemia, con una circulación de más de 300.000 ejemplares, en una ciudad con un millón de habitantes. Los otros diarios gratuitos de importancia de la capital checa son "Tunak" y "Kudy a Kam".

Respecto a los diarios de circulación nacional, los checos compran alrededor de 1,4 millones de ejemplares diarios. El 85 por ciento de la prensa checa está en manos de editoriales alemanas.

Los diarios en poder de editoriales Checas son "Pravo" (La Verdad, el único que se ha publicado ininterrumpidamente desde el siglo XIX) con una tirada de 211.000 ejemplares diarios y perteneciente a la sociedad anónima Borgis de Zdeňek Pokrybny; y, el diario comunista "Halo Noviny" (Hola Periódico) de la sociedad anónima Futura con una tirada de 30.000 ejemplares.

La editorial Rheinisch Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft de Dusseldorf, Alemania, es propietaria de "Lidove Noviny" (El Periódico Popular, fundado en 1833 y el más antiguo del país, que no circuló durante los 40 años del comunismo), con 96.000 ejemplares y "Mladá fronta Dnes" (Juventud Rebelde), con 344.000 ejemplares.

El grupo alemán Verlagegruppe Passau es propietario de los siguientes diarios "Slovo" (La Pala-

## *Después de las revoluciones democráticas vividas en el centro de Europa, hubo un "boom" en los medios de comunicación y empezaron a aparecer nuevos diarios, radioemisoras y televisoras privadas*

bra), con 42.000 ejemplares, "Zemske noviny" (El periódico territorial ) con 90.000, "Moravasky den" (El periódico de Moravia), con 30.000; los 31 diarios regionales "Deniky Bohemia" (Los periódicos de Bohemia), 251.000 ejemplares, "Moravske Rovnost" (La igualdad Morava ) 39.000, "Moravske Svoboda" (La libertad Morava) 40.000

La empresa suizo-alemana Ringier de Zúrich es propietaria de "Blesk" con una circulación de 327.000 ejemplares y el diario "Sport" (Deportivo), 63.000.

La casa editorial DOW Jones-Handlsblat, también de Dusseldorf, Alemania, es propietaria del "Hospodarske noviny" (El periódico de información económica), con 75.000 ejemplares.



## La prensa no sabe utilizar su poder

Según los últimos informes de la organización internacional de periodismo (IPI), mientras que en Rusia varios periodistas han sido amenazados por haber enfrentado públicamente la corrupción en su país, en Polonia y Hungría no se hacen críticas negativas, sino que se habla de un alto grado dentro de la libertad de prensa.

En realidad, no se ha hecho un balance real del periodismo en estos países. Un ejemplo concreto es la república Checa, en donde muchas de las leyes vigentes han sido heredadas del verano de 1968. Existía en esa época una ley que prohibía burlarse de las personalidades públicas, que ha sido modificada, pero de alguna forma tiene validez. Prueba de ello ocurrió el 2001, cuando uno de los ministros del gobierno demandó a una de las revistas políticas más prestigiosas del país por haberle hecho una historieta o comic con su figura.

La demanda fue perdida por la revista "Reflex" (Reflejo) y, lo que es peor, días antes el actual Gabinete en pleno de ministros de la república Checa interpuso una demanda judicial contra la misma publicación.

El tema es preocupante si se toma en cuenta que dos de las figuras más importantes de la República Checa, el primer ministro Milos Zeman y el ex-primero ministro Vaclav Klaus, en repetidas oportunidades, han emitido opiniones agresivas contra los medios de comunicación. La verdad es que todavía no existe un acuerdo real entre la prensa y los políticos.

Debido a que la prensa no ha aprendido a utilizar su poder para crear debates públicos, no tiene en la sociedad el peso necesario y suficiente. En la primera semana de febrero del 2002 aparecieron dos noticias preocupantes en el periódico "Mlada Fronta": la primera sostenía que el consumo de alcohol en los checos había aumentado a un promedio de 3 litros al día por habitante y, la segunda, afirmaba que el consumo de drogas en la República Checa había llegado a 15 millones de coronas (un dólar equivale aproximadamente a 36 coronas).

La prensa en general no fue capaz de abrir un debate sobre estos dos problemas sociales. En realidad lo que ha ocurrido con el periodismo es que el discurso pro-comunista ha cambiado y ahora es a favor de la derecha. El motivo es simple: la derecha tiene la mayoría parlamentaria y la prensa lo único que ha tratado de hacer, para ser del agrado del poder político, es copiar los esquemas del pasado dentro del marco democrático.

# *La prensa en general no fue capaz de abrir un debate sobre los problemas sociales: con el periodismo el discurso pro comunista ha cambiado y ahora es pro derecha*

## **El 11 de septiembre y la reacción de la prensa**

Fue interesante vivir el 11 de septiembre en la República Checa. Los medios de comunicación no se plantearon el interrogante de ¿por qué ocurrió el atentado? Todos coincidieron en la misma información, categórica: "se ha atentado contra los principios democráticos y tenemos que defendernos". Días después del atentado el expresidente Bill Clinton estuvo en Praga y en una rueda de prensa declaró: "nosotros también somos culpables de lo que ha pasado".

Desgraciadamente los únicos que tuvieron una opinión parecida a la del ex-presidente estadounidense fueron los grupos neo-fascistas. Es más, todos los artículos de la prensa Checa coincidieron en la necesidad de abrirle juicio al joven que públicamente expuso una versión personal sobre el atentado que coincidía con la de Bill Clinton.

El carácter neofascista de este joven no negaba su posición crítica sobre el hecho en concreto. Me inclino a pensar que si se instaura un juicio a una persona debe hacérselo por lo que represente o diga,

fuera del marco legal, dejando a un lado la opinión sobre la ideología que el individuo tenga.

La situación del periodismo empeoró en diciembre, cuando en los canales de televisión estatales "CT 1" (televisión Checa 1) y "CT 2" (televisión Checa 2) declararon una huelga dirigida por los departamentos de prensa de los canales, como resultado de la politización de los dos medios audiovisuales. Terminada la medida de fuerza, las consecuencias han sido notables en la programación de ambos canales: antes de la huelga se podían ver en Chequia documentales de todo tipo y ahora la mayoría de los que se exhiben se dedican a mostrar los logros de la primera república fundada por Masaryk, época en la cual la derecha jugó un rol muy importante dentro del marco político del país.

Eslovaquia es un caso distinto. Todos los informes sostienen que si bien es cierto que ha dado grandes pasos para ingresar en la Europa comunitaria, el presidente Rudolf Schuster parece "no tolerar el vivo criticismo de los medios" y por ello promueve demandas contra periodistas y rehusa reformar las leyes para que se elimine la difamación como crimen y pone en duda el futuro de la agencia estatal de prensa.

Así, no solo el presidente, sino todo el gobierno eslovaco reciben exhortaciones para ser más tolerantes y profundizar en la libertad de prensa, para armonizarse con la Unión Europea.

Debe destacarse el hecho de que la prensa escrita en Eslovaquia es la que ha tenido una mayor evolución, debido a que se ha reformado en casi todos los aspectos, porque al separarse de la República Checa, tuvo que crear sus propias instituciones, aparecieron dos nuevas agencias de prensa, sin los vicios de la "CTK" (agencia de prensa checoslovaca durante la era socialista y, actualmente, la agencia de información de la República Checa ).

También el periodismo impreso ha jugado un mejor papel dentro de



# *Durante el comunismo la óptica estatal carecía de objetividad*

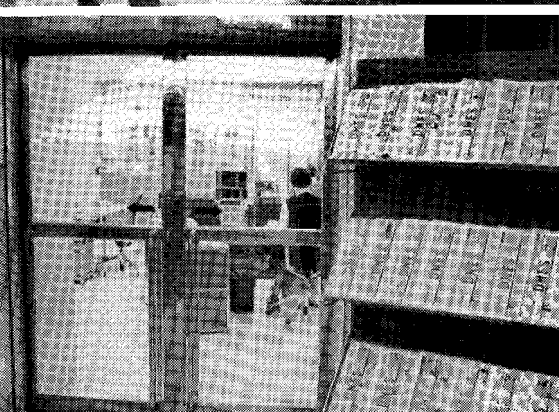
la sociedad, por ejemplo el periódico "Pravda" (La Verdad, el periódico más antiguo de la república Eslovaca), al igual que "SME" (Somos), abordaron importantes cuestiones sobre la defensa del estado. Hace 4 años era imposible pensar que los Eslovacos quisieran entrar en la OTAN, hasta que "Pravda" y "SME" decidieron aceptar el reto con la opinión pública.

El resultado fue que en febrero los dos diarios, junto con la agencia de prensa "Focus" (Foco) publicaron la siguiente encuesta: a la fecha, el 56% de la población estaba a favor del ingreso a la Alianza Atlántica, cuando hace un año sólo lo apoyaba el 43%. Según la misma fuente, un 24 por ciento estaba en contra del ingreso a la OTAN, mientras que el año pasado un 44 por ciento se oponía.

Esta no es solo una de las grandes diferencias entre Eslovaquia y la república Checa. También allí la prensa escrita tiene mayor distribución y tiraje: "SME", es el periódico más vendido, con 240.000 ejemplares por día. Si la población eslovaca es la mitad de la checa, es decir 5 millones de habitantes, se puede concluir que "SME" tiene mayor influencia que "Mlada Fronta" en Chequia. El segundo diario es "Pravda" con un tiraje más o menos parecido al de "SME" y el tercero es "Praca" (Trabajo). Los tres diarios son leídos por aproximadamente 105.000 habitantes, es decir, uno de cada cinco eslovacos.

## **La ley y su aplicación**

Según el informe del IPI, los periodistas que ejercen su profesión en Europa sufren frecuentemente el desfase "entre la ley y su aplicación, lo que ensombrece los logros de la región en los derechos, libertad de expresión y de prensa". En Europa, donde once periodistas fueron asesinados en 2001, se echa de menos la necesidad de superar la diferencia



que hay entre la ley y su aplicación, y de hacer un esfuerzo serio para cambiar la actitud de los que violan la libertad de prensa.

A pesar de esto, la prensa en los países excomunistas europeos ha logrado un considerable nivel de profesionalidad e independencia. Los hechos registrados en el 2001 demuestran que los problemas persisten, como se puso de manifiesto en los intentos políticos de alterar la composición de los órganos de regulación del servicio público que ofrecen la prensa de Bulgaria, Hungría, Polonia y República Checa.

Así como Chequia y Eslovaquia, Polonia posee tres diarios de gran importancia, "Gazeta" (La gaceta, polaca), "Nas Zdiennik" (Nuestro diario) y "Rzeczpospolita" (Cosmopolita).

A diferencia de cualquier otro país ex-socialista centroeuropeo, estos periódicos fueron los únicos que mantuvieron una crítica abierta al sistema socialista y por eso no se vieron obligados a cambiar sus estilos periodísticos.

Aparte de los rotativos de publicación diaria, también existen en estos países varios periódicos importantes publicados en idiomas extranjeros. En Chequia existen cuatro publicaciones en inglés, la más importante de las cuales es "Praga Post" con un promedio de 150.00 ejemplares al día. En alemán existen también cuatro publicaciones, siendo "Praga Zeitung" el que destaca; en francés existe "La Tribuna de Praga" que tiene un siglo de existencia pero cuya importancia ha decaído, convirtiéndose en semanario. Existen también publicaciones en español e italiano: en español se publica "El Correo Publicitario" que se distribuye solo en las embajadas y empresas comerciales, mientras que en italiano aparece una revista mensual que se puede conseguir gratuitamente en todos los hoteles del país, así como en las empresas italianas. "Progetto Republica Ceca" tiene un tiraje alto porque está dedicada a los ciudadanos italianos que visitan el país y aparece también en el resto de países del centro de Europa, con un nombre que cambia en cada uno de ellos.



El caso más destacable de publicaciones periódicas, no escritas en checo, aparece en idioma ruso. Actualmente se pueden comprar un total de 12 diarios dedicados a informar a los ciudadanos rusos que viven en la república Checa, que se concentran en las ciudades de Praga y Karlsbad,

Ciertamente la prensa en este lado del mundo ha tenido grandes problemas pero, poco a poco, se está adaptando a las necesidades de la sociedad. Quizás les tome algún tiempo a los centroeuropeos alcanzar los niveles de objetividad de la prensa a la que estamos acostumbrados a leer en otros países, pero es innegable que han alcanzado, en tan poco tiempo, grandes logros. ●

**Direcciones para obtener mayor información:**

**En la República Checa**

Periódicos	Página Web
Halo Noviny	<a href="http://www.halonoviny.cz">www.halonoviny.cz</a>
Pravo	<a href="http://www.pravo.cz">www.pravo.cz</a>
Mlada Fronta	<a href="http://www.idnes.cz">www.idnes.cz</a>
Repubblica checa	<a href="http://www.ebs.cz">www.ebs.cz</a>
Prager zeitung	<a href="http://www.pragerzeitung.cz">www.pragerzeitung.cz</a>
Correo Publicitario	<a href="http://www.latinbridge.net/correo">www.latinbridge.net/correo</a>

**En Polonia**

Gazeta	<a href="http://www.gazeta.pl">www.gazeta.pl</a>
Rzeczpospolita	<a href="http://www.rzeczpospolita.cz">www.rzeczpospolita.cz</a>
Nasz Diennik	<a href="http://www.naszdiennik.pl">www.naszdiennik.pl</a>

**En la República Eslovaca**

Pravda	<a href="http://www.pravda.sk">www.pravda.sk</a>
SME	<a href="http://www.sme.sk">www.sme.sk</a>
Praca	<a href="http://www.praca.sk">www.praca.sk</a>

**En Hungría**

Eco	<a href="http://www.eco.hu">www.eco.hu</a>
Nepszabadsag	<a href="http://www.nepszabadsag.hu">www.nepszabadsag.hu</a>



Cine en Chile:

# De la **Noche** de la **Dictadura**



a la **Luz**  
de la **Democracia**



## Artemio Espinosa ■

**E**s bien sabido por todos que en Chile reinó el autoritarismo durante un período de 17 largos años. Desde 1973, cuando fuera derrocado el democrático presidente Salvador Allende, con ayuda de la CIA, hasta 1990, año en que asumió Patricio Aylwin como presidente, luego de un complejo y no resuelto aún ambiente de transición.

El régimen militar de Augusto Pinochet acabó con la vida de miles de personas que no tuvieron oportunidad de defensa ni de justicia. De igual forma acabó con la cultura del país, exiliando a sus principales gestores o, simplemente, haciéndolos desaparecer por ser "enemigos de la patria". Así acabó el cine en Chile, sumergiéndose el país en una época de oscurantismo similar a la Edad Media.

Con el retorno de la democracia, retornaron miles de chilenos del exilio, y junto a ellos el cine. Las primeras películas fueron fruto de una represión mantenida durante esa época. Los directores volcaron toda su rabia en "vengarse" por lo sucedido con sus familiares y amigos. Aparecieron, entonces, muchas películas que tocaban el tema de la dictadura, tema de moda en Chile a principio de los 90, que hicieron regresar a muchos a las salas de cine del país. Para muchos esas películas, como "La Frontera" o "Amnesia", simbolizaban el resurgimiento de las artes y la cultura, pero para la mayoría era cine de mala calidad, poco entendible, con guiones débiles, que comenzaron a cansar al público. El tema se mantuvo durante casi toda la década, produciendo un desgaste lógico en el espectador.

Sin embargo, el karma que arrastraba el cine chileno de "rasca" o "de mala calidad" comenzó a quedar de lado, para darle paso a películas que cautivaron al espectador: la clave, acercarse a Hollywood, haciendo películas cada vez más parecidas al estilo del norte, con la consecuente comparación por parte del espectador que sentía una equiparidad con los renombrados directores yankees, un orgullo de ser cada vez más parecidos a ellos. Así llegó el McDonalds con toda su mierda y nos inundamos de casas

*Con la democracia las primeras películas fueron fruto de una represión mantenida durante la dictadura y los directores volcaron toda su rabia en "vengarse" por lo sucedido con sus familiares y amigos*

Artemio Espinosa, cineasta chileno, Director de "Residencia" Dogma95

Correo-e: artemiomc@nuevo-extremo.cl

estilo Georgian. El barrio "La Dehesa" se transformó en el Beverly Hills chilensis. Aparecieron los Malls que llegaron a reemplazar a nuestras plazas con los viejos columpios y balancines, transformándose en el lugar apto para pasar un domingo en familia, sumergidos en los video juegos. Así, con la llegada de la democracia, nos transformamos en el país más endeudado del planeta: tener tarjeta de crédito ya no era un privilegio de ricos y en los cines se comenzó a comer "Pop Corn" en unos baldes con capacidad para 10 litros.

Somos más norteamericanos que los norteamericanos. Todo lo que nos han vendido los yankees con sus películas, nosotros lo fuimos comprando y llevamos a nuestro resucitado cine nacional por la misma senda. "Es la forma de vender" se excusaban los directores.

### Triunfos y dudas

Sin lugar a dudas la democracia es mejor, sobre eso no tengo dudas. Lo que me merece dudas es nuestro cine. Hoy por hoy se está exportando con creciente auge y muchos triunfos. Así "Taxi para Tres" ganó la "Concha de Oro" en San Sebastián, el mayor triunfo de un Chileno en festivales de gran magnitud. Así hoy se está terminando de producir "Sangre Eterna", una película de vampiros en Chile.

### ¿Qué está pasando?

Me parece que los vampiros están muy lejos de nuestra realidad cultural. Me parece que el aporte de los vampiros a la cultura chilena es nulo ("Sangre Eterna" acaba de ganar el FONDART -Fondo de de-

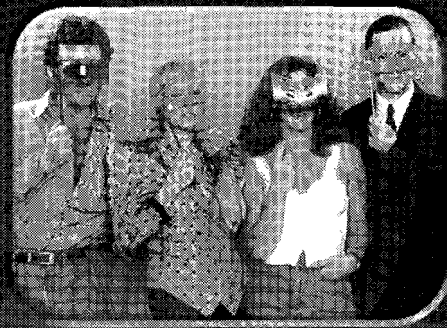
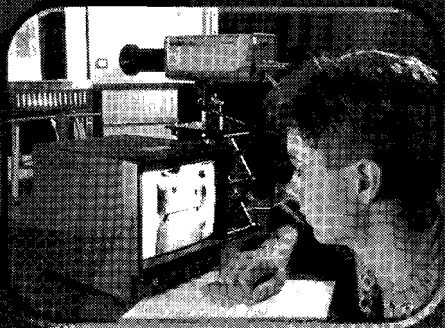
sarrollo de las artes y la cultura- en Chile, con muchísimo dinero para la post-producción del filme). ¿Qué está pasando? Creo que la invasión norteamericana ha sido violenta, nos han trastocado, han hecho que nuestra gente mire hacia el norte y desplazemos todo lo nuestro, incluida nuestra gente y nuestros indígenas, que son terriblemente discriminados.

Frente a esto hay un grupo de realizadores nacionales que se encuentran luchando por salvar nuestro cine y nuestra cultura. Hoy se estrenó "Obú y Mampato en Rapa Nui", la primera película animada chilena, que trata sobre un antiguo comix nacional, muy popular, situándose en Rapa Nui, más conocida como Isla de Pascua. Un intento serio de rescate de lo nuestro y nuestros antepasados.

Por mi parte me he sumado a este pequeño grupo de rescate, sumergiéndome en los diez artículos heredados por Lars Von Trier y su creación: Dogma95 (ver Chasqui 75 de septiembre de 2001). Actualmente estoy realizando la primera película en ese estilo, en Chile y segunda en latinoamérica.

La temática de "Residencia" (Dogma # 1 Chile) es muy común acá (no sé como será por allá, pero me huele que pasa lo mismo en toda sudamérica). Se trata de un grupo de estudiantes de escasos recursos que llegan a la capital, Santiago, a estudiar carreras universitarias, gracias a un tremendo esfuerzo familiar. El conflicto principal está dado en conseguir triunfar y no encandilarse con la gran ciudad: deben volver a sus pueblos triunfantes y cumplir con sus familiares que tienen puestos los ojos en ellos... son "la esperanza de la familia".

El Dogma permite liberar al cine de las ataduras yankees, nos permite mirar más allá: debemos rescatar el realismo y la fuerza de los escenarios, persona-



# *Hollywood necesita que sigamos durmiendo y no despertemos*

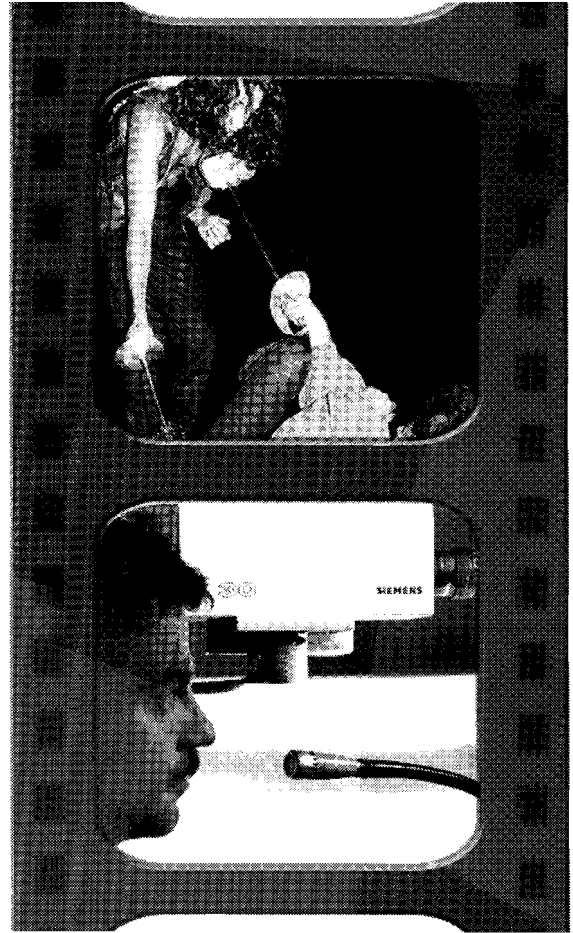
jes y guiones. Ya no nos podemos contentar con lo fácil: las pistolas y las acciones superficiales no se permiten, como tampoco iluminar falsamente un lugar para hacerlo pasar por otro. Tampoco podemos usar efectos especiales... ¡SI HASTA LA ROPA DEBE SER DE LOS ACTORES!

¿Cómo se puede lograr hacer cine de esta forma?... es la pregunta que se hacen muchos. Lo que pasa es que hoy por hoy estamos amarrados a ver basura, para colmo todos creemos que los premios Oscar son lo más importante del mundo... pero ¿se han dado cuenta que esos premios se los entregan los norteamericanos a ellos mismos?

Los invito a visitar la página de "Residencia" en [www.dogme95.cl](http://www.dogme95.cl) y a remitir comentarios al respecto. Necesitamos sacarnos el yugo del norte, debemos liberar nuestra cultura transculturizada, debemos unir esfuerzos los latinoamericanos para salir de esta pobreza material y cultural en que Estamos Sumidos (¿o Estados Unidos?). Hollywood necesita que sigamos durmiendo y no despertemos. Por lo mismo hacen lo imposible por opacar cualquier forma distinta a la establecida por ellos que les haga la más mínima herida, por eso han intentado destruir el Dogma.

Cambiamos una dictadura militar por una cultural... gran progreso...

La dictadura del cine debe llegar a ser la democratización del cine, debemos permitirnos contar nuestras historias, los gobiernos deben invertir en



nuestra cultura y no en la de afuera. Pongámonos de pie y vayamos a ver nuestro cine, aunque no sea del todo bueno. Si no vemos las películas del sur, jamás podremos ganarle al norte. Sin taquilla no progresa nuestro cine. Como dice Benedetti, poeta Uruguayo, "El Sur también existe"

## **No sé que más decir**

Amigos Ecuatorianos y latinos: A levantarse con las armas de la cultura, a cambiar nuestra realidad pobre y desamparada, a exigir que se valoren nuestras iniciativas... Bien por "Pantaleón y las visitadoras"... Bien por Eliseo Subiela... Bien por Lars Von Trier y Dogma95... Bien por los pequeños grandes creadores que luchan cada día contra la dictadura del dólar. ☺

# UN AÑO DE AUTO GASTOS

## PLAN COLOMBIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

GERMAN AYALA OSORIO  
PEDRO PABLO AGUIRERA GONZALEZ



## *La autocensura al Plan Colombia ha sido un factor de ocultamiento de los compromisos y direcciones que tenía y tiene el Plan para el país*

**Germán Ayala Osorio**, colombiano, Profesor de Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente en Cali.

E-mail: ayala@colombianet.co

**Pedro Pablo Aguilera**, colombiano, Profesor de las Universidades Autónoma de Occidente y Santiago de Cali. Es autor de los libros Verso y Machete y Análisis filosófico de Emerson en el pensamiento martiano.

E-mail: herejecu@yahoo.com

**H**emos concluido recientemente una investigación, publicada por la Universidad Autónoma de Occidente, Cali, que constituye el primer análisis crítico comparativo del tratamiento periodístico dado al Plan Colombia, por seis medios masivos escritos colombianos.

A lo largo de 724 páginas y con un CD anexo con la base de datos, se concluye que el análisis crítico de los medios masivos, casi siempre, ha quedado reducido a hechos puntuales y no a un trabajo sistemático de investigación crítica. La obra, en cambio, se adentra en el seguimiento día a día de un tema que, como el Plan Colombia, tiene (1496 registros) significación nacional e internacional para Colombia y la subregión de Venezuela, Panamá, Brasil, Ecuador y Perú.

El período escogido para el seguimiento fue del 1ro de agosto de 1999 al 31 de agosto del 2000. La investigación abarcó seis medios impresos colombianos: Revista CAMBIO, Revista SEMANA, y los diarios EL TIEMPO, EL ESPECTADOR, EL COLOMBIANO, EL PAIS; sin duda los más influyentes en la formación de la opinión pública nacional colombiana y de la percepción de los lectores extranjeros acerca de la realidad del país.

El libro es la conclusión de una investigación con fines académicos para perfeccionar la formación de los comunicadores sociales, pero sin duda, ha tocado aspectos en continuo debate dentro de la academia: la validación o necesidad de cambio de los criterios de noticiabilidad, la problemática de la llamada objetividad periodística, la responsabilidad ética y profesional del ejercicio periodístico desde el comunicador social y los medios de comunicación, el rigor en el manejo de las fuentes, el papel y lugar del periodismo investigativo, como respuesta a temas centrales de la ciudadanía y la sociedad, el uso de los géneros periodísticos, la importancia de los análisis de contextos y referentes sociopolíticos para una calidad periodística; y el manejo de los elementos formales (la macroestructura noticiosa), como factor estructurador de la opinión pública.



## PLAN COLOMBIA A WOLF IN SHEEP'S CLOTHING

### El ámbito del análisis

Así, el análisis abarcó las siguientes direcciones:

- Contexto colombiano y Plan Colombia.
- Análisis del discurso mass mediático y caracterización de los Medios analizados.
- Lo Periodístico - noticioso.
- El Padrón Informativo (base de datos en CD).

Para la investigación se determinaron diversos criterios de carácter **formal** y de **contenido** para el análisis crítico de cada información publicada en relación al tema de estudio, desde **lo explícito, lo implícito y lo presupuesto** en cada información recogida.

Estos criterios fueron estructurados en una base de datos, en un programa de ACCESS, que permitió, al final del proceso de búsqueda, tener un balance cuantitativo de cada medio en particular, comparado y en general.

Se trabajaron dos fichas. **La primera ficha, de carácter general**, aportó una información detallada de cada publicación que abarcaba entre otros ítems, la fecha, el medio que lo hizo, la fuente generadora de la información, el género periodístico, el titular, el encabezado (antetítulo, título y subtítulo), el lead, el área y cobertura de imagen o gráfica, todo esto, en primera y/o interior.

**La segunda ficha** se conformó con las **fuentes periodísticas** utilizadas. Así, en ella se identificaron la cantidad de fuentes utilizadas en cada información, el tipo de fuentes: oficiales, no oficiales, documentales o de otro tipo, en número y su identificación específica. Igualmente, ya hay una valoración de calidad de esas fuentes por los autores de este trabajo.

Posteriormente, se le aplicó a cada información registrada, un análisis particular, en cuanto al manejo del lenguaje: su estructura semántica y su funcionalidad pragmática, en el entorno del contexto sociopolítico del momento. Este nivel ya específico y de carácter cualitativo nos permitió hacer un balance del tratamiento informativo de cada medio, particular o incluso, de cada periodista o columnista que se adentró en el tema del Plan Colombia.

Para este tipo de análisis se consideraron los manuales de estilo que tienen los medios y en otros casos, se consideraron las normas generales vigentes en el ejercicio del periodismo, tomando en cuenta los manuales o normas de redacción más reconocidas en Latinoamérica (tres medios no contaban con manual de redacción propio).

Igualmente, el proceso de investigación exigió tener en cuenta una tipificación de cada medio, en cuanto a sus principios fundacionales, sus fines y compromisos socioeconómicos desde su fundación, hasta la actualidad.

Por otra parte, se analizaron los diversos documentos conocidos del PLAN COLOMBIA, en las versiones norteamericana, europea, colombiana (la del Plan de Desarrollo y la de la web de la Presidencia de la República). Este análisis comparado fue la base para ver las similitudes y diferencias de fines y



tratamiento temático del PLAN COLOMBIA. Obligatoriamente, los autores nos enfrentamos a una investigación del contexto colombiano desde la primera mención de este Plan en diciembre de 1998, durante la campaña presidencial de quien fuera electo presidente del país, Andrés Pastrana Arango, viendo los propósitos de cada versión.

Igualmente, aunque no es el centro de interés específico de este libro, se hicieron unas reseñas de las diferentes políticas de paz de los últimos gobiernos colombianos, tomando en cuenta, estudios ya concluidos por otros investigadores y de las políticas de seguridad nacional de las administraciones norteamericanas, desde los años 60, hacia América Latina y su posible nexos con el PLAN COLOMBIA, como elemento para entender los criterios de globalización de la política norteamericana hacia la región.

### Resultados obtenidos

La investigación y el libro aportaron los siguientes resultados:

- Los Medios impresos analizados nunca publicaron el PLAN en alguna de las versiones del PLAN

*Los análisis sobre el Plan Colombia, estuvieran centrados en trabajos periodísticos originados en la prensa norteamericana y reproducidos por la colombiana*

**NO AL PLAN COLOMBIA**  
**CONTRA LA INTERVENCION MILITAR**  
**POR LA PAZ CON JUSTICIA SOCIAL**

**CONCENTRACION**  
**DOMINGO 2 DE JULIO 12h**  
**EMBAJADA EEUU**  
**C/ Serrano 75, <M> Rubén Darío**

**7 DE JULIO ATENEO DE MADRID (C/ Prado 19)**  
**CONTRACUMBRE POR LA PAZ CON JUSTICIA SOCIAL**

186 N.º de "Conflicto y Proceso de paz en Colombia"  
 Evolución de los negociaciones entre los  
 Ejercito y FARC  
 Su Control "indiviso" según la  
 Constitución de la paz social  
 Contribución de la paz social  
 Nación de la paz (Perú, Chile, FARC)  
 Los Negocios de la paz  
 Los Negocios de la paz social  
 Los Negocios de la paz social

206 N.º de "El Plan Colombia: Intervención militar"  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar  
 Intervención militar: Intervención militar

COLOMBIA y el hecho de su propia existencia, aun siendo un tema de gran impacto a corto, mediano y largo plazo en la política nacional e internacional del país durante la administración de Andrés Pastrana y ahora del electo Álvaro Uribe Vélez. Tal postura la consideramos como de autocensura, en esos Medios de Comunicación, por intereses extraperiodísticos y de franco condicionamiento de los Medios "observados" a centros de poder económico comprometidos con la política gubernamental. Es decir, terminaron haciendo propaganda gris.

- La autocensura al PLAN COLOMBIA ha sido un factor de ocultamiento de los compromisos y direcciones que tenía y tiene para el país. Se puede de-



contexto y análisis cruzados fue una gran constante con raras excepciones. Aquí habría que señalar, que de todos los Medios analizados el periódico EL ESPECTADOR fue el más crítico, el más abierto y menos localista, durante la dirección de Rodrigo Pardo. El resto de los Medios prefirió una fidelidad y respaldo al Estado y al Gobierno, más interesados en la recuperación del prestigio y dignidad nacional ante la comunidad internacional, tan dañada en la presidencia Samper; los diarios EL TIEMPO y EL PAÍS y las revistas CAMBIO y SEMANA, especialmente, actuaron de este modo.



cir, siguiendo el pensamiento del estudioso de los Medios, Héctor Rincón (cronista de gran reconocimiento nacional), que estos insinuaron, pero no informaron. Por ejemplo:

» No hay explicación, desde los propios y actuales criterios de noticia de los medios, para que el Plan Colombia nunca fuera noticia, dado que no fue aprobado por el Congreso colombiano, además del hecho de existir varias versiones.

» Nunca se explicó con claridad de dónde saldrían los 4.000 millones que aportaría el país al Plan.

» Que no hubiera un solo titular negativo en primera plana de un Medio, aunque sí en interiores.

• La poca claridad de la información, sobre este tema tiene más de propósito que de insuficiencia profesional. Así, el bajo perfil de la calidad noticiosa ha sido un factor de oscurecimiento u ocultamiento que de comprensión para la opinión pública colombiana. La ausencia de

- El análisis de los discursos periodísticos mostró la precariedad del uso de los contrastes de fuentes y la dependencia de las fuentes oficiales que alcanzaron el 68 % de todas las fuentes utilizadas.

- Igualmente, un reflejo del bajo perfil en la calidad informativa está en la polaridad de los géneros periodísticos manejados en el transcurso de un año (1999–2000). Las estadísticas muestran que el 62% corresponde a noticias, mientras que sólo el 2% se refieren a lo analítico (informes especiales o reportajes). El diario EL ESPECTADOR fue quien realizó trabajos de fondo de mayor alcance.

- En esa misma dirección, es significativo que los análisis más profundos y críticos, sobre el PLAN COLOMBIA, estuvieran centrados en trabajos periodísticos originados en la prensa norteamericana y reproducidos por la colombiana. Los periodistas nacionales más críticos fueron los columnistas, aunque



## *Queda en cuestionamiento el concepto de noticiabilidad y el manejo de la libertad de prensa, cuando se ve la condicionalidad de los Medios a los centros de poder económico*

no reflejan la opinión de los Medios, siendo la columna de opinión el 15 % del total de todos los registros y los más analíticos Alejo Vargas y Gómez Buendía, mientras que los otros adolecieron de profundidad analítica, para quedar en la opinión pura y no en análisis de fondo.

- No obstante, es positivo señalar la apertura editorial en los espacios de opinión por los medios colombianos, algo que pocos años antes era impensable.

- La esperada diferencia en la calidad periodística, por la distinción de las lógicas de producción entre periódicos y revistas, por los tiempos de realización, no se pudo ver, reflejando las mismas insuficiencias y limitaciones las revistas que los periódicos.

- Los periódicos EL TIEMPO, EL PAIS y EL COLOMBIANO, no pocas veces violaron sus preceptos periodísticos al **no identificar con claridad las fuentes, opinar en las noticias, y no buscar contrapartes a las fuentes utilizadas.**

- El periodismo escrito, al menos sobre las bases de este tema, da pautas para calificarlo de estar muy lejos de ser un **periodismo interpretativo.**



- Un análisis de la información sobre el PLAN COLOMBIA permite ver cómo los Medios manejaron, y estructuraron **estereotipos o clichés** alrededor del país.

- Las encuestas y sondeos reflejaron la superficialidad y la manipulación al convertir sus resultados en verdades universales.

- Queda en cuestionamiento el concepto de noticiabilidad y el manejo de la libertad de prensa, cuando se ve la condicionalidad de los Medios a los centros de poder económico.

Este trabajo investigativo, como se ha dicho, estuvo dirigido en interés de la calidad académica, aportar un texto para la formación de los futuros periodistas y como base de un proyecto de observatorio de Medios en el suroccidente de Colombia, con criterios interinstitucionales que el Programa de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali asume bajo la dirección del docente Pedro Pablo Aguilera, actualmente profesor de dedicación exclusiva en esa institución.

El trabajo fue realizado con la colaboración de la alumna Silvia Carolina Torres y contó con la asesoría externa del periodista y diplomático colombiano Leopoldo Villar Borda, ex defensor del Lector de EL TIEMPO y hoy asesor editorial del mismo diario. ●

América Latina:

# ¿Qué hacen los periodistas frente a los políticos corruptos?

■  
**Jaime López**

**S**in duda, las prácticas de corrupción más peligrosas y desestabilizadoras para los países de la región han sido las alentadas desde los más altos centros del poder, especialmente cuando han sido los máximos gobernantes los principales promotores, gestores o encubridores de tales prácticas. La historia reciente de América Latina da testimonio de la anterior aseveración. Veamos solo algunos casos:

\* Arnoldo Alemán, ex-presidente de Nicaragua y actualmente presidente de la Asamblea Nacional de ese país. Son muchas las acusaciones de corrupción contra él. La más reciente, presentada en agosto de 2002 por la Procuraduría ante los tribunales de Managua, estima una defraudación en perjuicio del Estado por cerca de 100 millones de dólares. ( DPA ). Acusado de fraude por \$100 millones. Abren juicio contra Alemán. 09 de agosto de 2002

\* Alfonso Portillo, presidente de Guatemala. Entre otros casos, en marzo 2002, Portillo y su vice presidente, junto a otros dos altos funcionarios del

Ejecutivo, fueron implicados en la apertura de 13 cuentas bancarias y 4 empresas "de cartón", en Panamá, que según versiones periodísticas, utilizaron para transferir fondos de dudosa procedencia.

\* Luis González Macchi. Presidente de Paraguay. Fue acusado en abril de 2002 por la Fiscalía de haber sido quien incitó un desvío ilegal de 16 millones

■ **Jaime López**, salvadoreño, especialista en anticorrupción de la ONG Probidad.

■ Correo-e: [jlopez@probidad.org](mailto:jlopez@probidad.org)

## ***Medios como La Prensa, El Nuevo Diario y otros no han desistido de exponer la corrupción gubernamental a pesar de las campañas de desprestigio realizadas desde el gobierno, cortes de la publicidad oficial y agresiones físicas y verbales contra periodistas***

de dólares pertenecientes a la liquidación de los bancos Unión y Oriental.

\* Carlos Menem. Ex-presidente de Argentina. Implicado como presunto jefe de una "asociación ilícita" que vendió armas a Ecuador y Croacia.

\* Alberto Fujimori. Ex-presidente de Perú. En noviembre 2000 fue destituido por incapacidad moral por el Congreso peruano, después de huir del país y renunciar a la presidencia desde Japón, en medio de masivas protestas. Los sobornos que ejercía su Asesor de Seguridad, Vladimiro Montesinos, han superado cualquier otro antecedente de corrupción en la región.

Claro, hay una cantidad mayor de ejemplos, varios de los cuales han sido identificados en la "Galería de los corruptos latinoamericanos", lanzada por Probidad en abril de 2002. (<http://www.probidad.org/regional/recursos/galeria>). Estos presidentes o ex-presidentes comparten entre otras características que: la corrupción floreció en sus gobiernos por carecer de controles y por faltas en la aplicación del estado de derecho; se prevalieron del poder que les había sido atribuido y de su inmunidad para obstaculizar las investigaciones en su contra; y mantuvieron o mantienen relaciones muy tensas con los medios independientes con el afán de acallar las críticas o la exposición de la corrupción en que se vieron implicados.

Además de los perjuicios económicos y de impacto social, la corrupción practicada directamente por los gobernantes, desmorona los mecanismos institucionales de pesos y contrapesos del Estado. Entes fiscalizadores, tribunales de justicia, comisiones investigadoras parlamentarias y otros mecanismos de control son anulados o atenuados por el poder político concentrado en estos mandatarios o en los partidos a los que representan.

La desarticulación institucional no solo alcanza a las instituciones gubernamentales. También afecta a los movimientos de la sociedad civil (ONG, gremiales empresariales, iglesias, etc.) que por seducción de la propaganda o a fuerza de intimidación, ven destruidos los espacios para exigir rendiciones de cuentas y hacer denuncias. En condiciones así, las sociedades prácticamente quedan indefensas ante los abusos y arbitrariedades de las autoridades.

### **La responsabilidad de los periodistas**

Es difícil imaginar por ejemplo que el ex-presidente Alemán de Nicaragua se encuentre tan cerca de enfrentar los tribunales, si varios medios nicaragüenses no hubiesen sido tan persistentes en investigar y reportar sus casos de corrupción. Uno de los casos a que los medios dieron más atención es el conocido como "checazos", referente a un millonario desvío de fondos que fueron a parar una parte a una empresa donde eran accionistas Alemán y algunos



de sus familiares y funcionarios cercanos, y la otra a una cuenta en el extranjero del Director General de Ingresos, Byron Jerez, ahora en prisión. Medios como La Prensa, El Nuevo Diario y otros no han desistido en exponer la corrupción gubernamental a pesar de las campañas de desprestigio realizadas desde el gobierno, cortes de la publicidad oficial y agresiones físicas y verbales contra periodistas. Aun la Iglesia Católica ha lanzado acusaciones contra los medios, como un pronunciamiento de la Conferencia Episcopal, publicado en mayo de 2002, donde los obispos señalaron que "es preocupante cómo los nicaragüenses nos vemos avasallados diariamente por los títulos sensacionalistas en los diarios y radioperiódicos: las circunstancias actuales están siendo hábilmente dirigidas por los Medios de Comunicación, quienes realizan lo que se llama la "manipulación dominante" (<http://portalpfc.org/perseguidos/2002/027.html>).

En enero de 2002 el Cardenal Miguel Obando Bravo declaró que "ha habido corrupción, pero no en la forma que lo han exagerado algunos medios, porque si lo hacemos en retrospectiva, la cosa sería más seria en el pasado. Ha habido sus fallas, pero hay que reconocer que (el Presidente Arnoldo Alemán) ha hecho obras que no se veían". (<http://www.portalpfc.org/libexp/docs/2002/006.html>).

En el caso de Guatemala han habido muchos casos de corrupción durante el período del presidente Portillo, siendo uno de los más sonados el desvío de unos 12 millones de dólares del Ministerio de Gobernación, por el cual esta siendo procesado el ex-titular de esa cartera, Byron Barrientos y otros funcionarios. Sin embargo, el mandatario no fue implicado directamente hasta que el diario Siglo XXI publicó en marzo de 2002 una investigación, realizada conjuntamente con La Prensa de Panamá, que puso al descubierto la cuentas y empresas creadas en el ex-

tranjero para canalizar millonarias transferencias de fondos, como se mencionó al inicio de este artículo. En este caso, si bien es cierto es muy probable que el Congreso, ente controlado por el partido de Portillo (Frente Guatemalteco Republicano), lo dé por cerrado, la revelación periodística, y la permanente cobertura sobre los casos de corrupción que mantienen otros medios como, Prensa Libre y El Periódico, han alentado el movimiento anticorrupción en ese país que en los últimos meses ha visto la incorporación de nuevos actores, más alianzas y un intenso activismo. Por ejemplo el Movimiento Cívico por Guatemala (MCG) ha realizado numerosas protestas y llevó a cabo una campaña para recoger 500 mil firmas de respaldo a una petición para que Portillo y su vicepresidente renuncien a la inmunidad y se sometan a los tribunales de justicia (<http://www.probidad.org/regional/reconocimientos/cacerolazos.html>).

Hay más ejemplos y son numerosos en los países latinoamericanos. Por cada uno de los mandatarios de la región que han sido expuestos y demandados por los abusos que cometieron durante sus gestiones, al revisar el papel desempeñado por la prensa independiente, se puede afirmar que las investigaciones y reportajes periodísticos son un factor de mucha incidencia y en algunos momentos determinantes para frenar la corrupción.

### **La corrupción de la alta cúpula en la tarea periodística**

Entre otros impactos del trabajo periodístico con relación a los casos de corrupción, se pueden mencionar:

a) Mantiene el tema de la corrupción en la agenda pública. La percepción de los ciudadanos sobre el problema de la corrupción es influenciado y es proporcional a la relevancia que la prensa le dé al tema.

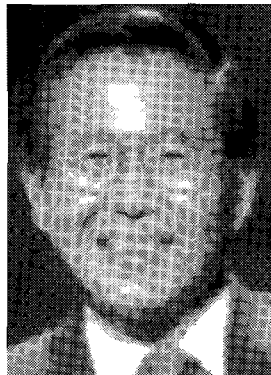
Carlos Menen



Abdalá Bucaram



Alberto Fujimori



Jamil Mahuad



Alfonso Portillo





Cuando los medios callan o no tienen interés en exponer el problema, entonces la propaganda oficial comienza a prevalecer y a imponerse, a tal grado que la gente llega a creer que en su país la corrupción no es un problema de importancia. Tal situación ocurrió en buena parte de los períodos de Fujimori en Perú y Menem en Argentina, cuando la popularidad de estos mandatarios era bastante elevada.

b) Descubre hechos de corrupción que en otra forma quizás nunca serían conocidos. En varios países de la región las principales fuentes de denuncias de casos de corrupción se originan en los medios de comunicación, para luego ser retomadas por las contralorías o fiscalías. Los denunciantes en la mayoría de los casos prefieren acercarse a un periodista que a una ventanilla gubernamental, porque saben que en esta última su caso no tendrá la misma atención y es más fácil que sean víctimas de represalias. De ahí la importancia y necesidad de que la legislación proteja eficazmente el secreto profesional de los periodistas y garantice el libre acceso a los documentos y archivos gubernamentales, otra causa que está tomando gran auge en la región y que afortunadamente está mostrando avances.

c) Presiona a las instituciones fiscalizadoras y de justicia para abrir expedientes, y a través de su seguimiento ejerce una función de vigilancia para que los casos sean procesados diligentemente. En esta etapa es donde queda en evidencia otra de las formas de corrupción, quizás mucho más perjudiciales que los mismos casos, como lo es el encubrimiento por parte de auditores, fiscales o jueces, cuando estos buscan favorecer ilegítimamente a los implicados.

d) La prensa aún no muestra mucho interés o creatividad para presentar las iniciativas anticorrupción (como legislación, creación de oficinas, organización de grupos cívicos, protestas populares, informes

## *En América Latina la mayor parte de las agresiones contra periodistas y medios son en represalia a sus reportajes sobre casos de corrupción, con la excepción de Colombia*

de veedurías ciudadanas, activistas perseguidos, etc.). O cuando tratan casos de corrupción, se hace poco para iluminar qué acciones o medidas pueden ser adoptadas para evitar que los abusos o arbitrariedades no vuelvan a repetirse en el futuro. Sin embargo, cuando lo hace es evidente que contribuye a elevar el valor de tales iniciativas y a promover su emulación, a nivel local o internacional. Por ejemplo, la publicación de una foto en La Prensa de Nicaragua donde mostraba a dos manifestantes con una pancarta "Fuera Alemán", dio un importante aliento a la campaña de recolección de firmas del movimiento cívico por la desaforación del ex-mandatario (<http://www-ni.laprensa.com.ni/archivo/2002/agosto/06>).

e) Y en otros, es de los mejores ejemplos de fiscalización social.

Alberto Dahik



Luis González Macchi



Arnoldo Alemán

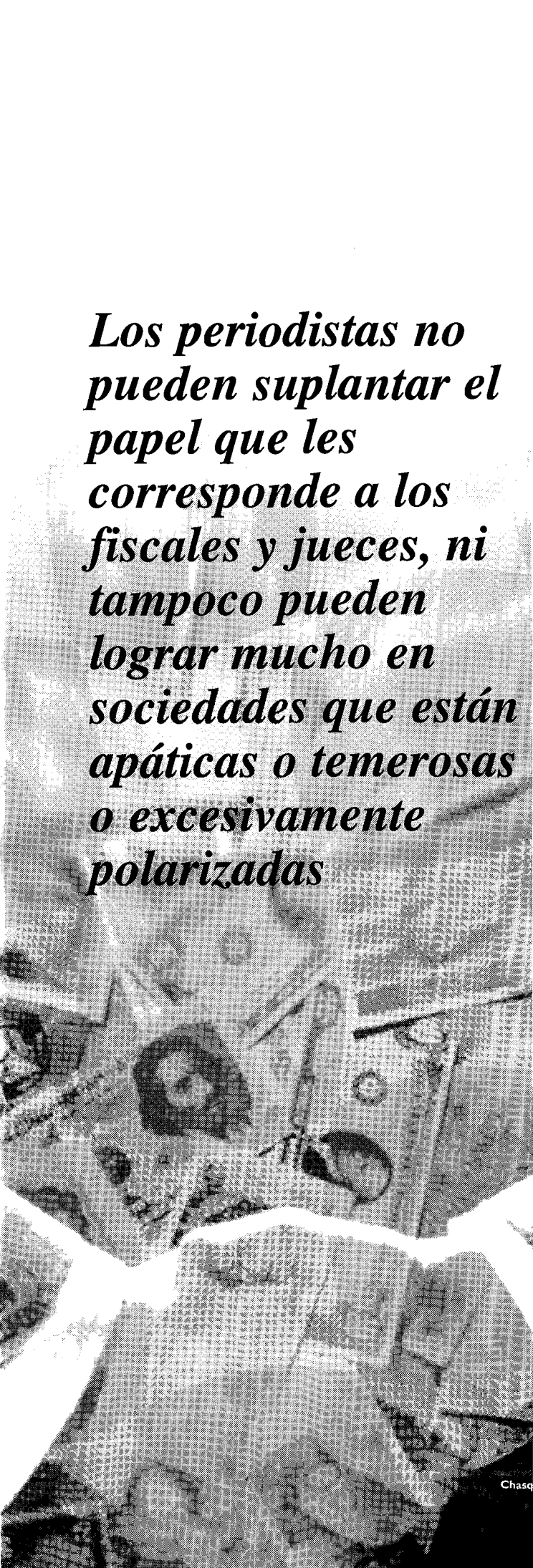


Ernesto Samper



Fabián Alarcón





***Los periodistas no pueden suplantar el papel que les corresponde a los fiscales y jueces, ni tampoco pueden lograr mucho en sociedades que están apáticas o temerosas o excesivamente polarizadas***

### **Hasta donde llegar**

Cabe destacar que al hablar del papel de la prensa frente a la corrupción, nos estamos refiriendo a la prensa independiente, es decir, a aquellos medios y periodistas que han adoptado, o intentan hacerlo, una posición distante del poder económico y político y que han asumido como parte íntegra y prioritaria de su agenda informativa la fiscalización de las instituciones y el papel de tribuna pública. Claro, también está la prensa al servicio o que evita ser un estorbo para los grupos de poder, y la prensa politizada, cuyos análisis quedan fuera de los objetivos de este artículo.

El problema de la corrupción en América Latina es sistémico y alentado desde los centros de poder, como en los casos de los mandatarios que hemos visto arriba. En los últimos quince años se han aprobado una cantidad importante de nuevas leyes y se han abierto o se han fortalecido oficinas gubernamentales, entre otras medidas; sin embargo, la corrupción sigue siendo rampante y se ha sofisticado. Ahora, cada vez es más frecuente observar que los casos de corrupción implican a personas y operaciones en diferentes países simultáneamente, y su vinculación con el lavado de dinero, y el tráfico de drogas, armas y seres humanos, hace que los controles nacionales resulten ineficaces o inoperantes.

Frente a ese escenario de corrupción, hoy por hoy los actores más consistentes y exitosos combatiéndola son los periodistas con sus investigaciones. Ellos han contribuido a la formación de un público informado y consciente de los costos e impacto de la corrupción, han catalizado la indignación ciudadana y la han conducido a adoptar actitudes y acciones para prevenir y controlar el flagelo.

Sin embargo, los periodistas no pueden suplantar el papel que le corresponde a los fiscales y jueces (ni deben hacerlo), ni tampoco pueden lograr mucho en sociedades que están apáticas o temerosas, como en El Salvador, o excesivamente polarizadas, como ocurre actualmente en Venezuela. Su trabajo tampoco sirve de mucho si la exposición de los casos de corrupción se limita al traslado de denuncias o a la reproducción de informes oficiales,

### La situación de la corrupción en América Latina

La organización Transparencia Internacional, cuya sede está en Berlín, publicó el 28 de agosto, su cuadro anual sobre el panorama de la corrupción en el mundo. La situación, por país, en América Latina, es la siguiente:

Rango del país	Nombre del país	Puntuación 2002	Puntuación 2001
17	Chile	7.5	7.5
32	Uruguay	5.1	5.1
40	Costa Rica	4.5	4.5
45	Brasil	4.0	4.0
45	Perú	4.0	4.1
57	Colombia	3.6	3.8
57	México	3.6	3.7
59	Rep. Dominicana	3.5	3.1
62	El Salvador	3.4	3.6
67	Panamá	3.0	3.7
70	Argentina	2.8	3.5
71	Honduras	2.7	2.7
81	Guatemala	2.5	2.9
81	Nicaragua	2.5	2.4
81	Venezuela	2.5	2.8
89	Bolivia	2.2	2.0
89	Ecuador	2.2	2.3
98	Paraguay	1.7	no evaluado

Más detalles pueden obtenerse en las siguientes páginas de Internet: <http://www.transparency.org> y <http://probidad.org/regional/ti>

es decir, si los periodistas no cuentan con recursos para sustentar su trabajo en un proceso investigativo y sin las condiciones para darle seguimiento. Además no debe perderse de vista que en América Latina, la mayor parte de agresiones a periodistas y medios son en represalia a sus reportajes sobre casos de corrupción, con la excepción de Colombia y su conflicto armado (<http://portal-pfc.org/libexp/informes/2001.html>), y esto produce un efecto de inhibición y temor.

Por eso es tan importante que funcionarios de gobierno honestos, grupos cívicos, organizaciones de derechos humanos y empresarios, entre otros, reconozcan la enorme relevancia que tienen los periodistas en los esfuerzos para frenar la corrupción, y les den su apoyo, en forma de asistencia, defensa o promoción. Y que los medios o periodistas que aún no definen su compromiso, por falta de conciencia, temor o conflictos de intereses, hagan lo necesario para resolverlos y sumarse a la causa de la anticorrupción. ☉

### PREMIO PARA PERIODISTAS

El Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) y Transparencia Internacional para Latinoamérica y el Caribe (TILAC), con el patrocinio del Open Society Institute, anunciaron el 12 de septiembre la convocatoria al "**Premio a la Mejor Investigación sobre Corrupción**" que otorgará anualmente 25.000 dólares al mejor trabajo publicado en un medio impreso, radial, televisivo o electrónico latinoamericano.

#### BASES:

Las bases del concurso pueden consultarse en la siguiente página del Web: [Http://www.ipyspe.org.pe/premio/bases.htm](http://www.ipyspe.org.pe/premio/bases.htm)  
 Participarán investigaciones publicadas entre el 1 de julio de 2001 y el 31 de diciembre de 2002.  
 La última fecha de entrega de trabajos será el 31 de enero de 2003.

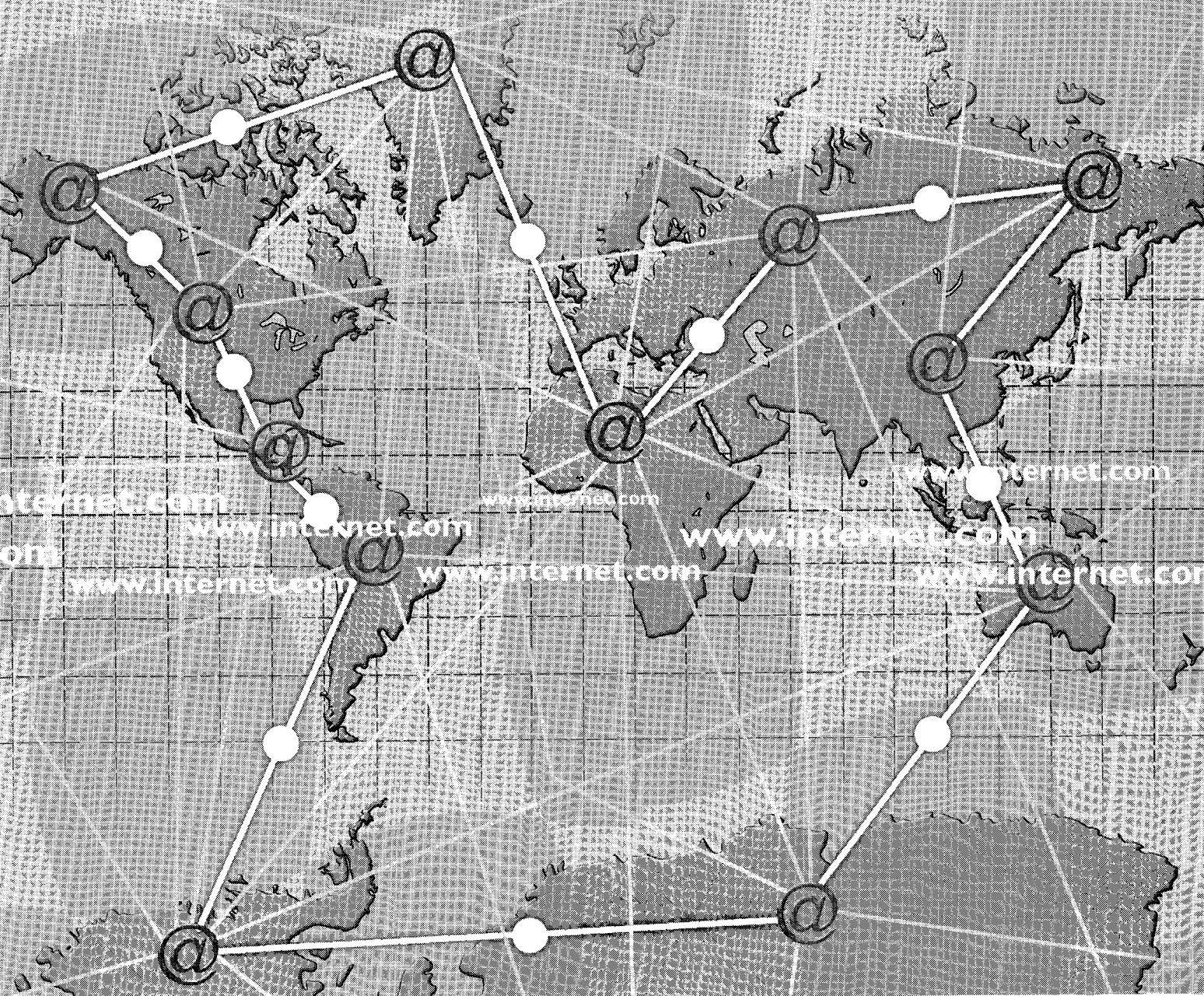
#### JURADO:

- Tina Rosenberg (The New York Times)
- Michael Reid (The Economist)
- Marcelo Beraba (Folha de S. Paulo)
- Gustavo Gorriti (IPYS)
- Juan Lozano (Citytv, Bogotá)

Los interesados pueden obtener mayor información en la página web del Instituto Prensa y Sociedad (<http://www.ipyspe.org.pe>) o remitir un correo a la dirección electrónica: [premio@ipyspe.org.pe](mailto:premio@ipyspe.org.pe)



# La nueva geografía de **INTERNET**



Francis Pisani ■

**S**e ha dicho que las tecnologías de la información y de la comunicación provocan la muerte de la distancia, de los Estados-Nación y, por consiguiente, de la geografía. La imagen en este caso, disseminada en numerosos medios, es la de una nube. Todo indica que no es en absoluto el caso, y los trabajos efectuados por varios estudiosos del caso llevan a preguntarse si no somos nosotros quienes estamos en las nubes al hacer afirmaciones de esta índole.

Parece que sí. Martin Dodge, profesor en el University College de Londres, considera que "la idea de que Internet nos libera de la geografía es un mito". Cómo podría ser de otra forma, si la geografía es la ciencia de la organización del espacio, de la repartición de los fenómenos físicos y humanos y la relación que estos guardan entre sí.

El funcionamiento de Internet se ve constreñido por la geografía. Así lo indica por ejemplo el hecho de que es mucho más conveniente bajar un programa de un servidor cercano que de otro más remoto. A los habitantes de Nueva York y Londres puede no importarles el punto, no así los de Oaxaca, México,

## *El uso de las tecnologías modifica el espacio del mundo real y la percepción que tenemos de él*

Francis Pisani es columnista para asuntos de tecnología de El País (España) y de Reforma (México). Coordina el Foro sobre el futuro de las relaciones Estados Unidos-México para la Universidad de California-Berkeley y el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Correo-e: francis@francispisani.net

o de Piura, en Perú, alejados como están de los cables que permiten un tráfico de banda ancha y de los servidores que albergan buena parte del contenido que les interesa.

La primera evidencia que no debe pasarse por alto es que la localización sí cuenta, tanto en el ciberespacio como en el mundo real, pero no de la misma forma y ahí está el origen del problema. Conforme las tecnologías de Internet se vuelven más complejas, las actividades más variadas y las personas conectadas más numerosas, tanto la geografía como el mundo real recuperan sus derechos.

China, Singapur, Arabia Saudita y Cuba son ejemplos de cómo ciertos Estados son capaces de controlar el fenómeno. Y no es cuestión sólo de prohibir. Les basta, como sucede en China, con erigir una suerte de gigantesca firewall (muy parecida a las que utilizan ciertas empresas) para controlar los sitios a los cuales sus ciudadanos tienen acceso.

### **Internet sirve para hacer negocios**

Una famosa máxima nos dice que la geografía sirve para hacer la guerra. En Internet, cuyos orígenes militares no debemos olvidar, todo indica que sirve para hacer negocios.

Ya proliferan las empresas que ofrecen servicios centrados alrededor de la capacidad de localizar al usuario. El cometido de algunas es saber dónde viven, el de otras, dónde se encuentran.

Dime dónde vives y te diré qué puedes comprarme: esa parece ser la fórmula clave en la materia. La localización geográfica del lugar de residencia del usuario es "una ventana hacia su identidad". Su identidad estadística, en todo caso. El barrio de residencia revela, la mayoría de las veces, la capacidad de compra.

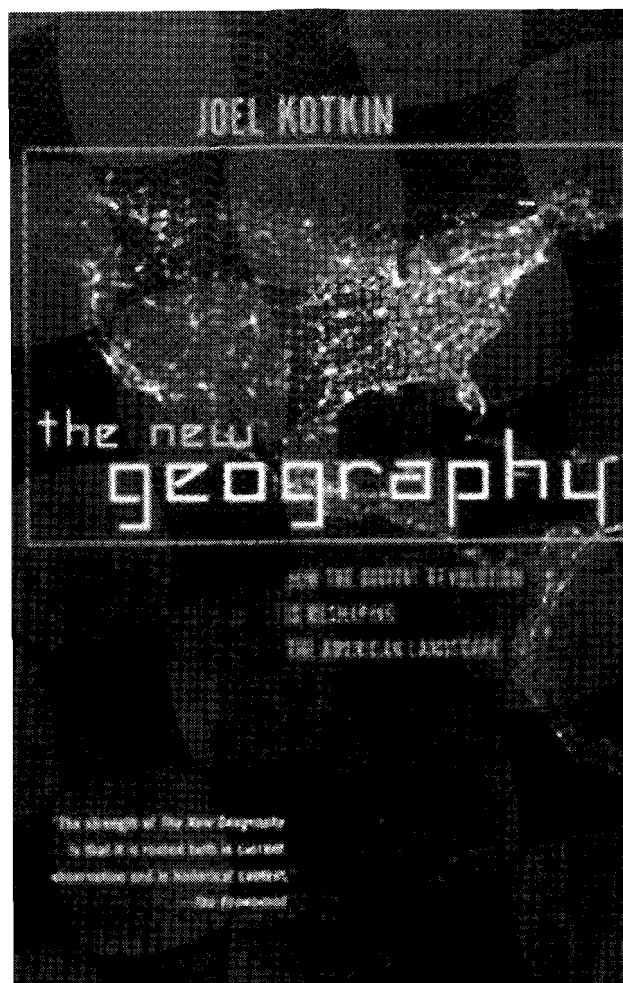
Saber dónde está un usuario mientras se desplaza permite enviarle mensajes sobre los comercios cercanos a su ubicación, con el fin de invitarlo a realizar compras. La precisión depende por ahora de los puntos de enlace por los que pasa su teléfono celular o PDA. Puede ser mejorada gracias al Global Positioning System, que determina la ubicación de un aparato receptor, con un margen de error cada vez más reducido.

## Nuevas concepciones del espacio

Afirmar que el mundo real influye en la organización del ciberespacio tiene más que ver con el sentido común que con un pensamiento revolucionario. Pero los problemas no terminan ahí. De hecho dos cosas por lo menos llaman la atención. La primera es que a su vez el uso de las tecnologías modifica el espacio del mundo real y la percepción que tenemos de él. La segunda, como lo veremos después, es que las redes tienen propiedades topológicas particulares.

Al igual que Martin Dodge, el escritor angeleño Joel Kotkin combate la idea según la cual las tecnologías de la información y la comunicación restarán importancia al concepto de lugar. En un libro dedicado a las modificaciones del paisaje estadounidense, *The New Geography – How the Digital Revolution is Reshaping the American Landscape* (La nueva geografía - Cómo la revolución digital está cambiando el paisaje estadounidense), cuestiona la convicción según la cual las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) nos "liberan de la tiranía de las asociaciones del pasado". Cierta pensamiento tradicional afirma que en la medida en que la economía post industrial se alimenta de flujos de información que circulan en una red siempre disponible, individuos y empresas se pueden ubicar "donde quieren y no donde deben" independientemente de la localización de las materias primas, de trabajadores y demás recursos. "Creo, escribe Kotkin, que la economía digital puede tener precisamente el efecto opuesto sobre el lugar." En efecto: "si la gente, las compañías o las industrias pueden verdaderamente vivir en cualquier parte, o por lo menos escoger entre una multiplicidad de lugares, la cuestión de donde instalarse depende de manera creciente de los atributos de cada lugar."

En sus estudios del paisaje urbano estadounidense distingue tres nuevos tipos de comunidades.



*Saber donde está  
el usuario mientras  
se desplaza permite  
enviarle mensajes  
sobre los comercios  
cercanos a su  
ubicación, con el fin  
de invitarlo a  
realizar compras*





El creciente sector de los trabajadores de la información tienden a agruparse en lo que se llama Nerdists, zonas autosuficientes tipo Silicon Valley al sur de San Francisco o Raleigh-Durham en Carolina del Norte o en Valhallas, comunidades rurales tipo Jackson Hole en las Montañas Rocosas que les permite gozar de las virtudes de la naturaleza, sin dejar de estar conectados con sus negocios.

Pero si algunos lugares prosperan, otros pierden su atractivo. Así es como ciertos 'suburbs' cotizados en los años cincuenta y sesenta pierden la clase media que más participa de la economía digital y se vuelven más pobres. Esos midopolis según la apelación de Kotkin son lugares de pobreza creciente y de dinamismo menor.



### Dos consecuencias imprevistas

Estos desplazamientos se han dado paulatinamente en el curso de los últimos 40 años, hasta llevar a dos consecuencias imprevistas y de mayor importancia sobre el paisaje urbano: en primer lugar la transformación de ciertos suburbios exitosos en verdaderas ciudades constituidas alrededor de actividades de alta tecnología como San José, Houston, Phoenix. A diferencia de las ciudades, de antes, no suelen concentrarse alrededor de empresas grandes, la actividad económica se reparte en un mayor número de empresas más chiquitas.

## *El funcionamiento de Internet se ve constreñido por la geografía*

Segunda consecuencia, menos previsible pero no menos interesante, ciertas actividades específicas de la nueva economía tienden a concentrarse en el centro de ciudades tradicionales. La producción del hardware, de las máquinas, se localiza fácilmente en los nerdists, pero todo el aspecto soft, el de la creación intelectual, de los medios de comunicación, de la moda, del design requiere jóvenes, parejas sin hijos, artistas, intelectuales y profesionales de áreas creativas que se sienten bien en las ciudades tradicionales, donde la actividad cultural es más intensa y la tolerancia mayor.

No hay lugar donde se vea mejor la repartición que en la bahía de San Francisco, donde las actividades del lado duro se encuentran alrededor de San José y las actividades creativas de la web en San Francisco.

Todo esto demuestra, para Kotkin, la importancia de la geografía hoy. "Lo que ha cambiado, y profundamente, son las reglas que rigen la geografía." La paradoja es que: "Mientras más la tecnología nos libera de la tiranía del lugar y de las afiliaciones del pasado, mayor se vuelve la necesidad para cada lugar de ser más atractivo."

La era de la información, después de la era del ferrocarril y de la era del automóvil, está modificando el paisaje urbano. El reto mayor según Kotkin es que las elites tienden a aislarse del resto de la población, buscan espacios protegidos que no quieren compartir con las masas. El imperio romano cayó cuando la elite perdió contacto con el resto de la sociedad, explica Kotkin. Venecia y Ámsterdam florecieron en la Edad Media, gracias a las estrechas relaciones entre ciudadanos de diferentes clases sociales, unidos por un objetivo común.

El estudio de Kotkin vale en la medida en la que corresponde a un serio trabajo sobre el terreno y propone algunas formulaciones atractivas. Pero la expresión más desarrollada es obra del catalán Manuel Castells y de su "teoría del espacio de los flujos" (La era de la información – Economía, sociedad y cultura – Vol. 1: La sociedad Red, Alianza Editorial, Madrid, 1996, p 457 y 461).

La geografía de nuestro mundo, el espacio en que se desarrollan las actividades económicas, culturales y sociales fundamentales, debe ser concebida como tejidos de flujos de personas, productos e información. Vivimos en lugares (la plaza del pueblo, el centro comercial, los sitios de trabajo o de culto), pero estos son puntos a los que los flujos circulantes dan vida. Hace tiempo que Nueva York no se definía por las dos torres del World Trade Center, sino por los flujos financieros que pasaban por Manhattan, por los flujos de personas que transitaban por sus estaciones y aeropuertos, por la comida que llegaba y se consumía, por los productos industriales, etc.

"La ciudad global no es un lugar", explica Manuel Castells, "sino un proceso mediante el cual los cen-

tros de producción y consumo de servicios avanzados, así como las sociedades locales que dependen de ellos, están conectados en el seno de una red global".

Cuesta entender el concepto de espacio de los flujos por la sencilla razón de que nuestra experiencia diaria, concreta, inmediata es de otro tipo de espacio que Castells califica de "espacio de lugares". Solemos percibir el mundo a partir de los lugares en los cuales nos movemos. "Un lugar es una localidad cuya forma, función y significado se contienen dentro de las fronteras de la contigüidad física" escribe Castells para aclarar su punto. "La gente sigue viviendo en lugares," reconoce Castells. "Pero como en nuestras sociedades la función y el poder se organizan en el espacio de los flujos, el dominio estructural de su lógica altera de forma esencial el significado y la dinámica de aquellos."

### **Topología de las redes**

De manera más o menos explícita, Dodge, Kotkin y Castells han estudiado el impacto de las redes sobre la geografía. Para profundizar todavía sus aportes, resulta indispensable traer a colación trabajos realizados durante los últimos tres o cuatro años sobre la topología de las redes. Permiten a la vez ilustrar y llevar a modificar la percepción que tenemos de la organización del espacio en el mundo de hoy.

Buena parte de estas investigaciones vienen presentadas de manera muy comprensible en un libro reciente de Albert-László Barabási, profesor de físi-

*Se ha dicho que las tecnologías de la información y de la comunicación provocan la muerte de la distancia, de los Estados-Nación y, por consiguiente, de la geografía*



ca en la Universidad de Notre Dame intitulado *Linked, The New Science of Networks* (Enlazados, la nueva ciencia de las redes).

El primer punto notable para nuestro enfoque es que la topología de las redes siempre es la misma. "Si apenas se mira a la topología, la estructura subyacente es prácticamente idéntica en la mayoría de las redes," sostiene el profesor Barabási. Además de los nodos y enlaces, Barabási constató y explicó la presencia de agrupamientos de nodos (cluster, racimos) y la existencia de un pequeño número de nodos con un enorme número de enlaces a otros nodos (los hubs, cubos).

La tendencia humana al agrupamiento parece corresponder a la búsqueda de seguridad. Pero se encuentra en todas las redes: "el descubrimiento que el apiñamiento (clustering) es ubicuo lo ha rápidamente transformado de una propiedad única de la sociedad a una propiedad genérica de las redes complejas," escribe Barabási.

"Los cubos (hubs), sin embargo, pueden resultar más importantes todavía, y esto es realmente el mensaje de *Linked*: mantienen la cohesión de la mayoría de las redes," explicó Barabási en una entrevista por e-mail después de haber afirmado que "todo sistema complejo tiene una estructura subyacente en red."

### Vivimos en mundos pequeños

El segundo punto que pica la curiosidad de todos es la demostración de por qué vivimos en 'mundos pequeños'. La impresión común según la cual, Internet contribuye al desplome de las distancia ahora tiene base matemática. De hecho, nos explicó "en las redes más complejas, la distancia entre nodos es más bien corta.

En este caso, 'distancia' se refiere por supuesto al número de brincos necesarios para ir de un nodo a cualquier otro siguiendo el camino de los enlaces." Los humanos constituyen una red de seis mil millones de nodos y la web tiene dos mil millones de nodos. "Sin embargo, esas redes son más bien 'pequeñas' en el sentido en el cual existe un camino corto entre cualquier par de nodos. La distancia es de 6 entre un par de humanos y de 19 entre un par de páginas de la web."

El tercer punto, es el que más parece haber sorprendido a Barabási: "la ausencia total de democracia, equidad y valores igualitarios. La topología de la web nos prohíbe ver casi todo, a no ser un puñado de los miles de millones de documentos que tiene."

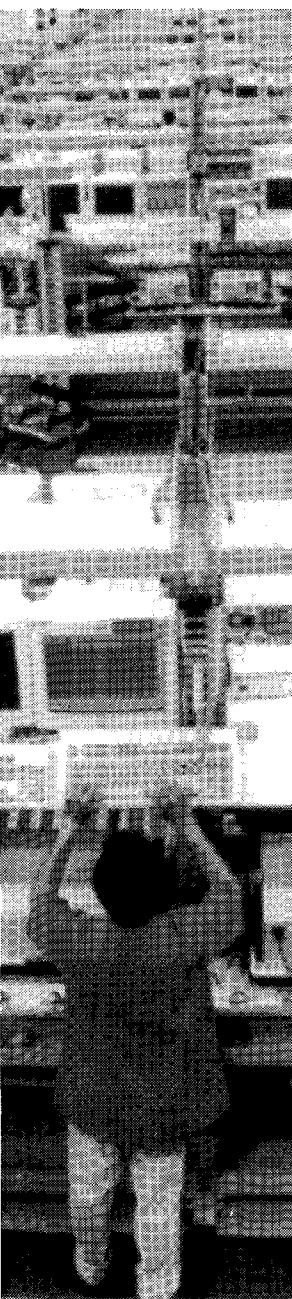
Comparado con los hubs, "el resto de la web es invisible," explica Barabási. En efecto, los nodos no se conectan entre sí al azar y, en un ambiente de constante competencia, buscan los nodos más atractivos – Barabási propone un indicio de fitness (aptitud física) – lo cual lleva a afirmar que la noción según la cual "los ricos se vuelven más ricos" es el mecanismo clave.

El libro es fascinante y de lectura fácil. Falta sin embargo una explicación de por qué las redes se multiplican hoy, por qué parecen ganar en fuerza, frente a las demás formas de organización, como lo hacen de manera convincente John Arquilla y David Ronfeldt (no citados en el libro de Barabási) en sus trabajos sobre la Netwar o guerra de redes.

La emergencia de una nueva ciencia propia de las redes invita a adoptar lo que podríamos llamar un tipo de "pensamiento red" y da instrumentos para hacerlo con propiedad. "Las redes son la nueva geometría del mundo moderno" nos escribió Barabási. "De alguna manera, entender las redes se ha vuelto la disciplina que la ciencia de la cartografía fue hace siglos." ●

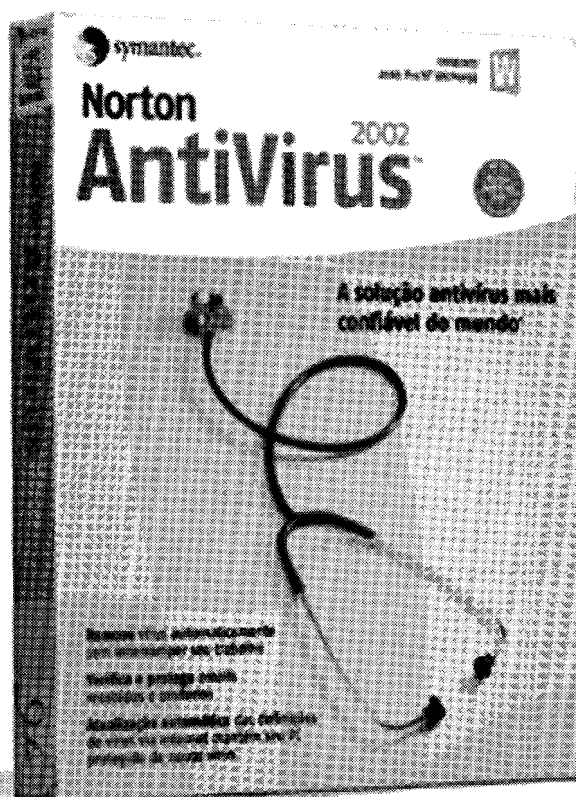
#### MAYOR INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA EN:

- Martin Dodge: <http://www.geog.ucl.ac.uk/casa/martin/martin.html>
- The New Geography: <http://www.newgeography.com/book.htm>
- Manuel Castells: <http://sociology.berkeley.edu/faculty/castells/>
- Virtual Library on the information City:  
[http://www.informationcity.org/resources/Geography\\_of\\_Communications/](http://www.informationcity.org/resources/Geography_of_Communications/)
- Albert-László Barabási: <http://www.nd.edu/~alb/>



Antivirus y seguridad informática:

# El nuevo desafío cibernético del SIGLO XXI



Francisco Ficarra ■

La realidad de los primeros años del nuevo milenio pone de relieve el crecimiento, sin precedentes, de un sector de la sociedad informática, como es la temática del virus, los antivirus y demás mecanismos de seguridad para la información, almacenada principalmente en soportes magnéticos.

Al igual que en la medicina, es mejor prevenir que curar los posible daños que puedan afectar el buen funcionamiento del sistema informático. Obviamente, el factor costos hace que se pueda decidir por una alternativa u otra, dado las opciones existentes. Empero, en la actualidad no existe empresa de informática en el mundo que pueda avalar el 100% de seguridad ante un eventual ataque de los virus, ya que estos evolucionan minuto a minuto.

Francisco V.C. Ficarra, italiano, profesor, periodista y escritor. Residente actualmente entre la costa mediterránea española y los Alpes italianos.

Corre-e: ficarra@ctv.es - f\_ficarra@libero.it

Ante tal realidad y siguiendo el camino trazado en la anterior entrega que apareció en Chasqui 78, se presentarán algunas de las alternativas comerciales existentes de distribución internacional, para frenar la expansión de dicha epidemia en los servidores de las grandes instituciones o en las computadoras de los usuarios.

(mediante un número y/o una serie de letras). Estos controles permiten definir los niveles de autorización para el acceso a la información que se encuentra dentro de la red. Una red que puede ser agrupada en intranet y extranet.

Intranet es una red que, desde la perspectiva técnica, se puede decir que es un componente de Inter-

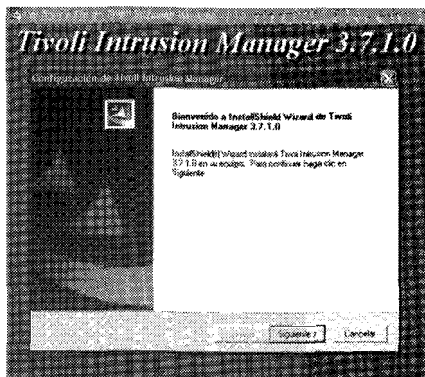


figura - 1

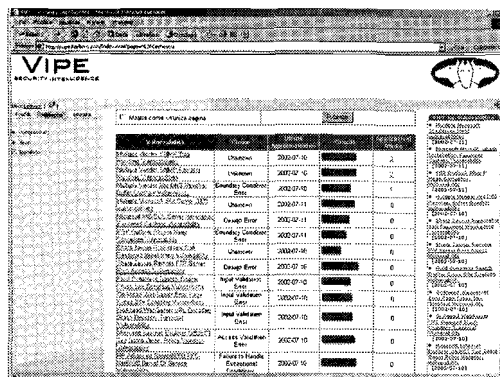


figura - 2

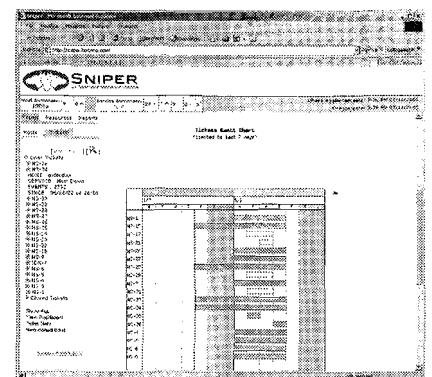


figura - 3

### La vulnerabilidad de las redes

Desde hace más de dos décadas, la información, generada por todos nosotros, comenzó un proceso de digitalización, es decir, de transformación al sistema binario. La finalidad era variopinta: agilizar el tiempo de acceso a los datos, disminuir los espacios de almacenamiento del soporte papel, duplicar los contenidos ante catástrofes irreversibles (inundaciones o incendios, por ejemplo), y un largo etcétera. En pocas palabras, poner a disposición de millones de usuarios del todo el planeta los conocimientos adquiridos durante la historia de la humanidad. No obstante, toda esta idea es cada día más frágil.

Ahora, en primer lugar, debemos hacer un breve comentario de cómo está constituida una red telemática. Como es sabido, el diálogo entre computadoras se realiza gracias a la red de telecomunicaciones, o sea, una red telefónica. En dicha red, la comunicación se efectúa por "paquetes" de información. La finalidad última es poner en contacto diversos sujetos, y los mecanismos de transmisión adoptados permiten controlar la identidad del emisor y del destinatario

net (la súper red mundial), es decir, que está incluida en la misma. El objetivo es el acceso de los usuarios o empleados "in situ" pertenecientes a una institución comercial, industrial, etc. Por ende, se sostiene que es la situación típica de las empresas con un determinado nivel de informatización interna. A través de ella circulan todos los documentos relativos a la actividad que desarrolla, desde la oficina de proyectos, hasta la fabricación y pasando por las áreas de administración y técnicas, en el caso de una industria, por ejemplo.

Extranet también está contenida en Internet, pero no es la red interna de la empresa. Está constituida por aquellos colaboradores, proveedores, diseñadores y demás personas que trabajan a distancia, pero que deben acceder a los datos de la empresa o industria para efectuar sus trabajos. La conexión se efectúa mediante un módem.

En todos estos casos hay una computadora que tiene el rol de servidor de los servicios. Dicho servidor es el corazón del sistema informático y consecuentemente el centro de ataque de los virus. Un fallo en el servidor paraliza el trabajo de intranet y de extranet. De allí la importancia de velar por su seguridad.

## Seguridad informática

Para solventar los problemas de seguridad, algunas casas comerciales de informática han ideado importantes sistemas denominados "security intelligence" (seguridad inteligente) para salvaguardar la información. Evidentemente, el tema de fondo son los costos. A continuación y al igual que en una pirámide, veremos soluciones de alto nivel, medio y común. Esta última, sería interesante instalarla en cada una de las computadoras personales.

### Pirámide de la seguridad informática

Hasta no hace mucho tiempo, el alto nivel o la cúspide de esta pirámide virtual de la seguridad informática estaba reservado a instituciones bancarias u otras análogas (estamos hablando de una media superior de 50.000 dólares estadounidenses para la licencia de un software que funciona en el servidor). No obstante, ante la actual coyuntura, se ha producido una nueva demanda de estos sistemas por parte de realidades con un poder adquisitivo inferior, pero que también tienen un servidor, al que hay que proteger. Por ende, hay un nuevo y gran mercado por satisfacer en muchos países del planeta.

Una manera de detectar posibles ataques es la instalación de sistemas que detectan la intrusión al sistema. Al respecto y a modo de ejemplo, la firma IBM, en el último trimestre, ha decidido adaptar un producto comercial para realidades con menor presupuesto llamado "Tivoli Intrusion Manager".

Dicho software es capaz, entre tantas cosas, de relevar si hay ataques de virus, apagar el servidor, controlar el volumen de información que circula, verificar cada una de las claves de acceso a los documentos, en función del grado de autorización de los usuarios, etc., todo ello en segundos. Cada una de estas acciones se denominan "eventos". La instalación del mismo no es una tarea muy compleja, porque incluye un sistema tutorial, tal como se puede apreciar en la figura 1.

Estos programas se instalan en el servidor y en un par de computadoras para realizar las tareas de control o monitoreo de la evolución de los eventos. Por ejemplo, en automático y dado el ataque del virus, se puede desconectar el firewall y la conexión externa de Internet. Obviamente, para alcanzar tal automatismo es necesario programar el software. He aquí un nuevo problema relacionado o como consecuencias de los virus: la confianza y responsabilidad depositada en el responsable de tal gestión.

Un trabajo de esta naturaleza requiere una preparación previa y una constante disponibilidad -sábados, domingos y feriados inclusive- para resolver los problemas que se puedan presentar. Sin embargo, muchos rechazan esta labor, porque los salarios percibidos como informático en muchos países "industrializados" equivalen al sueldo de un administrativo (todo ello, gracias a la penosa defensa de estos intereses, realizada desde los departamentos de lenguajes y sistemas informáticos). En otras palabras, una gran responsabilidad pero sin reconocimiento alguno en el momento de recibir la paga o nómina.

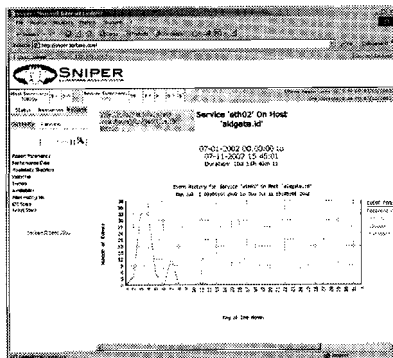


figura - 4

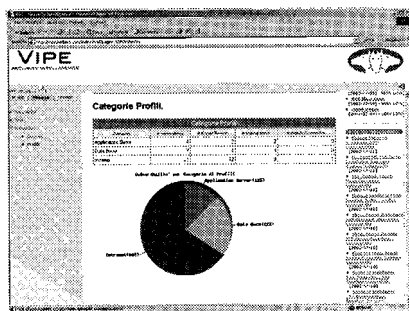


figura - 5

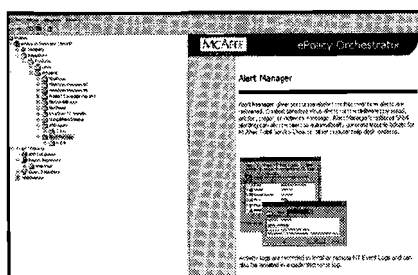


figura - 6

como informático en muchos países "industrializados" equivalen al sueldo de un administrativo (todo ello, gracias a la penosa defensa de estos intereses, realizada desde los departamentos de lenguajes y sistemas informáticos). En otras palabras, una gran responsabilidad pero sin reconocimiento alguno en el momento de recibir la paga o nómina.



También ha sonado la alarma en cuanto a los proveedores de servicios de mantenimiento de los sistemas informáticos, porque comúnmente se dice que la agresión es externa a la institución, pero las estadísticas en Europa señalan que muchas veces son debidos a situaciones de "dolo" del personal interno.

Lo cierto es que, por el coste de productos de esta naturaleza, todavía son muchos los que deben optar por otras alternativas. Los centros de cálculos de las universidades europeas tienen otro elemento más que ponderar, a la hora de presentar los presupuestos anuales (muchos recursos económicos de las instituciones educativas se licuan ante los servicios de mantenimiento existentes y no pueden afrontar nuevas inversiones). Quizás, con el pasar de los meses, estas soluciones magistrales puedan disminuir, aún más el precio.

En este nivel están todas las empresas, fabricas e instituciones que cuentan al menos con un servidor y con un presupuesto de unos 10.000 dólares estadounidenses aproximadamente. Para ellos existe la alternativa de saber en tiempo real cuál es la situación de la red. Al respecto, está el software "Vipe-Kerber" que pretende dar solución al 99,9% del problema de la seguridad inteligente, mediante el control de los recursos del sistema, haciendo hincapié particular en el firewall y actualizando velozmente las aplicaciones y sistemas operativos.

Para alcanzar todos estos objetivos dispone de las siguientes ventajas: seguimiento de las bases de datos, acepta cualquier tipo de plataforma, en cuanto a sistemas operativos se refiere, permite tener un inventario actualizado de todos los componentes del sistema y sus amenazas (figuras 2 y 3), dispone de un mecanismo de vigilancia y emite un informe con toda la información recogida (figura 4) y gráficas de estadísticas (figura 5).

Otros atributos de cualidad de la aplicación son:

- Policy manager, o sea, cubre el ciclo completo de todas las problemáticas de la vulnerabilidad de las aplicaciones dentro del sistema.

- Interfaz basada en la Web.
- Enciclopedia actualizada de cada uno de los problemas de seguridad.
- Actualización constante.
- Multiplataforma (soporta más de 850 productores de software).
- Alertas en función de los requerimientos del cliente.
- Posibilidad de búsqueda cruzada entre vulnerabilidad / fabricante del software.
- Búsqueda y consulta veloz de los datos críticos.
- Compatibilidad con todos los protocolos IP (son los de mayor difusión en la actualidad).

Desde el punto de vista operatividad/costo cabe señalar, entre otras, las siguientes ventajas:

- Es un producto que se puede administrar desde la Web del cliente, ya sea en modalidad local o remota (vía extranet).
- Control de la red (soporta cada plataforma y componente de la red).
- Monitoreaje en tiempo real.
- Señalización y activación de la alarma en cualquier momento de la intrusión.
- Informes detallados e integrados.
- Simplicidad de uso.

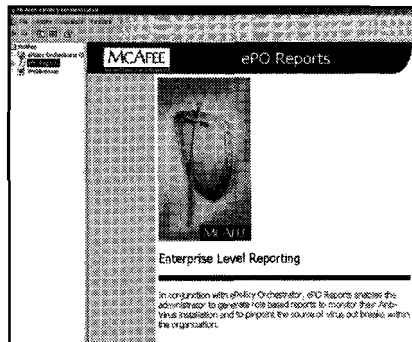


figura - 7

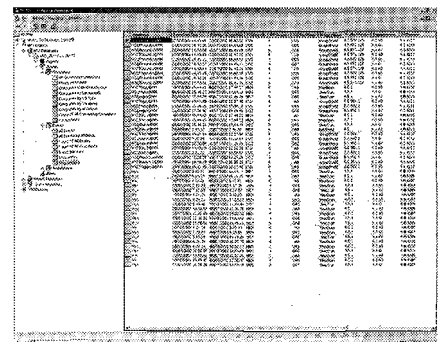


figura - 8

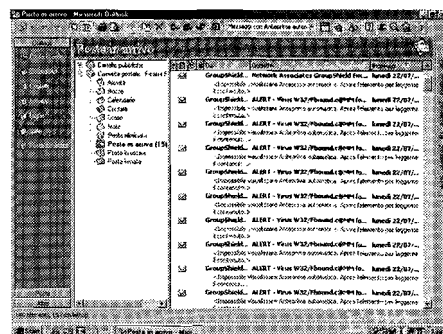


figura - 9

- No requieren licencias del software.
- No es necesario certificaciones o cursos de aprendizaje.

En este nivel están aquellas aplicaciones que acompañan a algunos productos de antivirus, como puede ser McAfee o Norton (en Europa son los dos principales software de antivirus que ocupan los primeros puestos en el listado de ventas). En nuestro caso seguiremos el ejemplo de "McAfee ePolicy Orchestrator". En las figuras 6, 7 y 8 están algunas de las ventanas del mismo, con sus correspondientes opciones (por ejemplo, en la ventana de la figura 8 se puede ver el ataque de un virus). Su uso es muy simple y permite tener bajo control el correcto funcionamiento de la computadora, ante situaciones anómalas, generadas por los virus.

Se trata pues de una aplicación capaz de brindar el estado actual de la red y cada una de las computadoras que están conectadas. El beneficio de contar con una herramienta de estas características radica en el factor información actualizada. Por ejemplo, se puede saber el total de memoria disponible, el tipo de procesador (Pentium III, IV, etc.), el nombre del usuario, el idioma del sistema operativo, entre tantas otras variables. Esta aplicación se encuentra dentro del software de la firma McAfee.

Por supuesto que existen otras marcas de software antivirus y no es el objetivo final de esta entrega hacer publicidad a determinadas marcas, sino más bien dar información para que el lector tenga un esquema completo de la pirámide en estos temas.

### Antivirus en acción

En el momento de escribir estas líneas y una vez más en la época de vacaciones de verano en el hemisferio norte, un nuevo virus hizo su aparición en el correo electrónico, tal como se puede constatar en la figura 9, pero que gracias al



correcto funcionamiento del antivirus no generó ningún problema. El mensaje de la figura 10, recibido por un compañero de trabajo da la señal de alerta ante tal situación y aconseja descargar el antídoto del sitio Symantec: [www.symantec.com](http://www.symantec.com)

Las aplicaciones antivirus se componen de un motor y un conjunto de vacunas que se actualizan de manera automática en el server (se puede programar varias veces a la semana cuando nadie está trabajando) y el motor una vez al mes, por ejemplo. En el caso del McAfee llevan las letras "Dat Files" (listado o archivo de vacunas) y "Engine Updates" (actualización del motor). Por cierto, hay que tener presente que el idioma del sistema operativo de la computadora es vital para descargar gratuitamente de Internet estos complementos del software antivirus de la firma McAfee. Cada uno de ellos tiene un número asociado que señala la versión de los mismos. Para mayor información al respecto se puede consultar la siguiente dirección de Internet: [www.mcafeeb2b.com/naicommon/download/dats/find.asp](http://www.mcafeeb2b.com/naicommon/download/dats/find.asp)

Si consultamos la página Web de varios productores de software, el coste de estos programas no es muy elevado para los usuarios domésticos. Ciertamente que la mayor inversión recae en el servidor y cada una de las computadoras que componen la red interna (client). Pero que a nadie sorprenda que en muchos sitios de Europa, todavía se pueden encontrar servidores instalados sin antivirus. No es una cuestión de medios económicos, más bien se debe al analfabetismo en materia de cultura informática.

La instalación de estos programas comerciales no requiere de grandes conocimientos de informática, puesto que todos ellos disponen de un mecanismo tutorial. Lo que sí es vital es la práctica semanal de actualizar el antivirus y de vez en cuando el motor que lo hace funcionar.

### A modo de cierre ...

Lo que se ha pretendido es tener una visión más global de las soluciones existentes en el mercado internacional en materia de seguridad y antivirus. Además, se ha confirmado una vez más, en estas líneas, que con el tema de los antivirus muchos

"hacen su agosto" (expresión coloquial que significa ganar dinero de manera fácil), en el mes de agosto o vacaciones de verano en la parte norte de nuestro planeta.

Los virus son el fruto de los algoritmos matemáticos en manos destructivas. Que a nadie sorprenda que muchos departamentos de matemáticas en el Viejo Continente sean un auténtico tumor maligno del buen funcionamiento de la informática y todas sus derivaciones. Basta ver los personajes burlones, indignos, incompetentes e ignorantes funcionarios que pululan como catedráticos o titulares en determinados centros de formación universitaria de la península Ibérica, por ejemplo. Lamentablemente y ante tal panorámica, tenemos virus para rato, porque nadie hace nada para erradicar tan penosa situación.

La cúspide de la pirámide de la seguridad informática tiende a acercarse más hacia todos los constituyentes de Internet, mediante políticas de reduc-

ción de precios en aplicaciones de elevada calidad y que antes eran destinadas a un sector muy selecto de la informática. Este es un paso importante y decisivo para eliminar la plaga que aflige a millones de usuarios de computadoras.

Hay que recordar siempre que el elemento clave, en todo este proceso, sigue siendo el ser humano. De nada vale tener el último software de avanzada

tecnología y que cuesta muchos billetes, cuando a la persona que realiza tales labores no se le reconoce su tesón y responsabilidad para el buen funcionamiento de cada uno de los componentes de la red intranet, extranet e Internet.

Por último, hay que establecer un conjunto de políticas y su cumplimiento periódico para prevenir catástrofes mayores, como puede ser la pérdida completa de la información almacenada en un disco duro. Al igual que en la medicina, "más vale prevenir que curar".

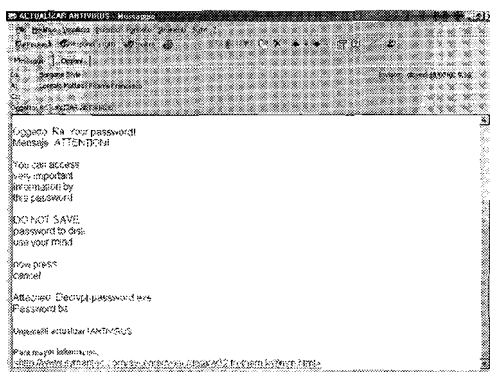


figura - 10

## LOS VIRUS EN LA RED

Los siguientes son algunos sitios de la red con información actualizada sobre los virus

- Estudio sobre virus informáticos <http://www.monografias.com/>
- Campaña que organizan conjuntamente el Gobierno español y la empresa Panda Software, con el fin de informar sobre el tema y dar soluciones a los afectados <http://www.sinvirus.com/>
- Centro de Alerta Temprana del Gobierno español sobre virus informáticos <http://www.alerta-antivirus.es/>
- Empresas desarrolladoras de software antivirus:
  - <http://www.mcafee2b.com/>
  - <http://www.pandasoftware.es/>
  - <http://www.vsanivirus.com/>
  - <http://www.symantec.com/>
- Antivirus gratis:
  - <http://www27.brinkster.com/>
  - <http://www.ciberganancias.com/>
  - <http://www.logratis.com/>
  - <http://recursosgratis.com/>
  - <http://www.ciudadfutura.com/>
  - <http://www.123.cl/>
- Portales informativos sobre seguridad informática, virus, criptología y antivirus:
  - <http://seguridad.internautas.org/>
  - <http://www.kriptopolis.com/>
  - <http://www.hispasec.com/>
  - <http://www.antivirus.com.co/>

# Errores comunes en el lenguaje periodístico

## NEOLOGISMOS EN LA HORMA DEL ZAPATO

Simón Espinosa Cordero ■

Liz y Jenny van de shopping. - ¿A qué mall irán? Irán al "Mall del Sol". Y allá van las dos, cual rubias hermanitas de rinseado pelo estyled como se usa en USA.

Compran bacon, pancakes, lomo para roast-beef, aftershave para el Johnsito al que le están saliendo los primeros pelos, slips para Kenny, shorts para el Richard, y boxers para que las balls del Joe resalten mejor. Son tan chiquitas, pobrecito. A media mañana se toman un coffee break en la bakery del mall. Y deciden, porque tienen el día off, quedarse a luncheon e ir a las movies luego de dejar las compras en el parking. Regresan a las cinco a casa llenas de popcorn y dietcoke. No quieren perderse la interview que harán en la CNN a Bill Gates, ya que Peter, el hijo de la Liz, se ha comprado una laptop y tiene problemas con el mouse.

Los neologismos dan vida a las lenguas vivas. Y vienen de la cultura dominante. En el siglo antepasado Francia era Francia y de París a la América Hispana se escurrieron muchos neologismos que forman parte de la lengua castellana. El siglo XX y con seguridad el XXI han sido tiempos de innumerables préstamos del inglés y sobre todo del inglés usamericano. El poder irradia su influjo en el lenguaje de la política, ciencias, comunicaciones, recreación y el inmenso mundo del mercado.

No es para alarmarse. El castellano no morirá. Pero el fenómeno sí da para pensar. Nuestra lengua puede perder el sabor propio o al menos volverse desabrida y quedarse sin "color". La comunicación po-

dría también volverse menos precisa y clara. Los periodistas deben estar atentos para no incurrir en una gringoparla innecesaria como en la parodia de Liz y Jenny que abre esta columna. No hay reglas en esta materia tan fluida. Hay que acogerse a la sombra del sentido común.

El sentido común nos dice que un neologismo es necesario cuando no existe en castellano. Entonces, el sentido común aconseja adaptarlo al sonido de nuestra lengua. Y por último someterlo a la prueba de si ayuda a la claridad de la comunicación.

En los préstamos léxicos (de palabras) habrá que ver ante todo si no existen en castellano términos más apropiados. El uso del diccionario se vuelve imperativo. Decía el académico español Emilio Alarcos: "El estado del neologismo es provisional ¿Quién distingue hoy los que fueron en su día neologismos respecto de las palabras hereditarias, si no son los especialistas? ( ) Tenemos recogidas en el diccionario palabras tan recientes como whisky porque esa bebida, whisky, no es igual a las demás, y sin embargo todavía ausente hall, palabra también de uso muy frecuente, aunque verdaderamente innecesaria puesto que lo que hall designa ya es designado desde mucho antes por otras palabras que sí están en el diccionario, como vestíbulo y zaguán. Creo, pues, que un vocablo se despoja de su carácter neológico cuando pasa inadvertido entre todos los demás tradicionales". Este criterio de Alarcos es amplio y da primacía al uso siempre que el castellano no ofrezca la palabra precisa.

■ Simón Espinosa C., ecuatoriano, periodista, profesor universitario, exmiembro de la Comisión anticorrupción del Estado.

■ Correo-e: sec@interactive.net.ec

Uso y sonido. El neologismo necesario debe ser adaptado al grave sonido castellano. Tiene que sonar grave, seguir las normas de las sílabas y acogerse a nuestra ortografía. Cuando un pasajero pide a un taxista que lo lleven al World Trade Center, los taxistas sevillanos responden ; -"Sí, señó, a Huerto Vicente". No está mal. Sin llegar a este grado de gracejo natural, bien se puede castellanizar el neologismo como lo ha hecho la Academia al señalar que el plural de club es clubes o como lo dicta el buen sentido al escribir record como récor y su plural con el esdrújulo récores.

Habrá que ver si el producto obtenido funciona para dar más claridad y precisión a los pensamientos, afectos y mensajes que se comunican.

Pero más que seguir cavilando en algo tan fluido como una lengua viva, valga más bien el consejo de dar con libros apropiados que nos puedan iluminar, sacar de apuros y ayudarnos a castellanizar los préstamos de otras lenguas. Colombia suele ser un modelo en esto: en vez del usaíta pancake dicen simplemente ponqué. Hay que leer "El Tiempo" de Bogotá. La agencia española EFE suele lanzar regularmente al mercado libros breves sobre el uso de la lengua como "Manual de español urgente", "El neologismo necesario", "El idioma español en las agencias de prensa" "El lenguaje deportivo". Los efesios cuentan con un Departamento de Español Urgente cuya tarea a cargo de especialistas en lengua y periodismo consiste en acumular datos, errores, neologismos, barbarismos y otras muestras de esta laya para sentar doctrina que tiende a que los corresponsales de la Agencia uniformen el lenguaje dentro de la natural libertad de creación e información, ajustándose a las normas de la sintaxis castellana, del sabor del idioma, de la fonética española, del genio de la lengua.

En el libro sobre neologismos podrá el periodista leer con fruto la transcripción de la mesa redonda sobre "Neologismos en los lenguajes técnicos". Hallará, allí, listas de neologismos en sentido estricto, la palabra correspondiente de la lengua original y podrá ver esto de españolizar el neologismo, por ejemplo acuracidad (accuracy), agroindustria (agrobusiness), externalidades (externalities) y así sucesivamente. Hallará una explicación de los préstamos de otras lenguas a la economía: estanflación, desinversión, etc. Y una lista de préstamos corrientes desde ad valorem hasta yuppy y tycoon (taicún, magnate).

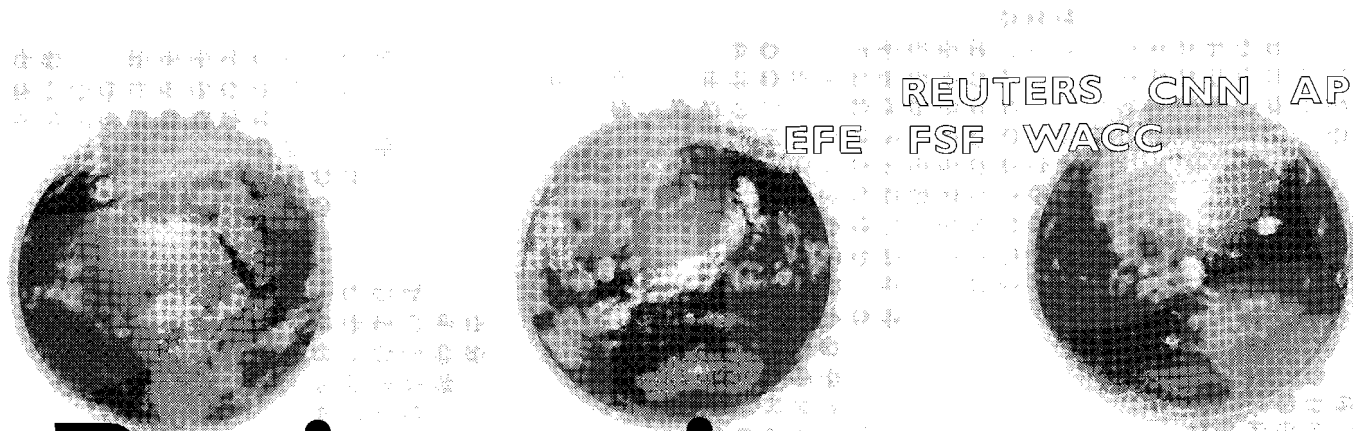
Tal vez todo se reduzca a usar frases redondas y claras, bien construidas, con léxico apropiado. Si en ellas cae algún neologismo necesario, métamoslo en la horma del zapato de nuestra lengua en cuanto a sonido y habremos salido bien del paso.

Con esto de léxico apropiado nos referimos a usar nombres, adjetivos y verbos en su sentido preciso. Vaya de muestra este excelente ejercicio tomado de uno de los textos de lenguaje de Fernando Lázaro. Tan tonto como usar bakery en vez de panadería es emplear en todo verbos muletillas como realizar, hacer, estar. Vaya el ejemplo, con la venia de Lázaro y con su perdón por robarle sus royalties que no son sus realidades sino sus derechos de propiedad intelectual.

"En las siguientes oraciones sustituir el verbo tener por otro verbo, de modo que no se repita ninguno:

- Esta habitación tiene catorce metros cuadrados.
- La urbanización tiene todos los servicios imprescindibles.
- Esta doctrina tiene cada día más adeptos.
- Mentir no suele tener buenos resultados.
- Empiezo a tener hambre.
- Los dos hermanos tienen las mismas ideas.
- Este señor tiene un título que no le corresponde.
- Carlota tiene un puesto importante en la empresa.
- Esta ley tiene doce artículos.
- El jasmín tiene un perfume delicioso.
- El balcón del ayuntamiento tiene hoy un bello tapiz.
- Los rebeldes tuvieron ayer una derrota.
- Los rebeldes tuvieron ayer una victoria.
- Tiene un buen salario.
- Ayer tuvimos un peligro grande.
- Celebraré que todos tengan buena salud.
- Este aparato tiene muchos defectos.
- Este negocio tiene un mal momento.
- Los viejos del asilo tienen una vida bien triste.
- El Duero tiene muchos afluentes.
- Bañarse en los ríos tiene muchos riesgos.
- Tomar drogas tiene consecuencias funestas.
- No quiero tener la responsabilidad de esa decisión.
- Esta nueva propuesta tiene muchas ventajas.
- Cuando madure , ese fruto puede tener el tamaño de una manzana".

Ojalá (quiera Alá) que este ejercicio les haya gustado. Y si no, pueden ir de shopping y terminar comiéndose un macdonald en la maldonadería del señor Maldonado, primo hermano del señor MacDonald que con sus arcos de triunfo ya nos tiene hasta la coronilla. ☺



# Periscopio Tecnológico

## La brecha digital

Según el Informe sobre Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2001, la brecha digital es como sigue:

- El 79 por ciento de los usuarios de Internet pertenece a los países ricos, donde vive el 14 por ciento de la población mundial.
- Solo en Francia existen tantos anfitriones de Internet como en toda América Latina y el Caribe
- El número de los internautas en Australia, Japón y Nueva Zelanda supera en mucho al de todos los demás países de la región Asia-Pacífico
- Nueva York tiene más usuarios de Internet que toda el África.
- América del Norte posee el 56 por ciento de las computadoras del mundo y Europa el 22 por ciento, seguida de Asia con el 17 por ciento. América Latina tiene el 3 por ciento, África el 1 por ciento y Medio Oriente el 1 por ciento
- En un total de 68 países está radicada el 97 por ciento de la producción tecnológica mundial.

En cuanto a los idiomas en Internet, la situación más o menos, es así:

- La mayor parte de páginas de Internet está en inglés
- El uso del español está en franco crecimiento
- Es perentoria la necesidad de conocer inglés para navegar en la red
- Se debe promover la mayor cantidad de contenidos en español, quichua y demás lenguas ancestrales.

**Usuarios de Internet por regiones  
(en porcentaje de población)**

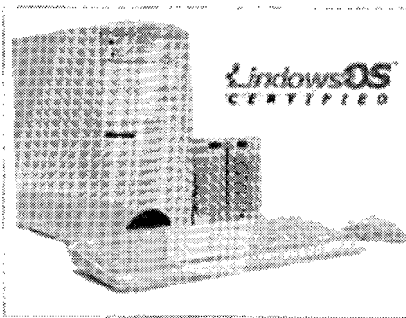
	1998	2000
Estados Unidos	26,3	54,3
OCDE (excluyendo EE. UU.)	6,9	28,2
Europa Oriental y la CEI	0,8	3,9
Latinoamérica y Caribe	0,8	3,2
Asia del Este y Pacífico	0,5	2,3
África subsahariana	0,1	0,4
Sur de Asia	0,004	0,4
TODO EL MUNDO	2,4	6,7

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano, PNUD, 2001. Citado por Milagros Pasetta en el artículo "Las nuevas tecnologías de la comunicación como herramientas para el desarrollo", que puede ser visto en la página <[http://www.iigov.org/cpd/biblioteca/cg/?p=cg16/cg16\\_03.htm](http://www.iigov.org/cpd/biblioteca/cg/?p=cg16/cg16_03.htm)> del Internet.



**¡Llegó por fin la PC de menos de 200 dólares!**

CNN informó en Internet el 4 de septiembre que un hito muy anticipado en la industria de las computadoras personales se ha hecho realidad: una PC que se puede comprar de un detallista grande por menos de 200 dólares. "Se trata de un hito porque, según



los expertos, esa cifra es una barrera psicológica importante entre los consumidores de Estados Unidos", precisó la misma fuente.

La computadora la ofrece Wal Mart, pero sólo en su sitio de Internet. Tiene un

disco duro de 10 gigas, 128 megas de memoria SDRAM, y una unidad lectora de discos compactos. Tiene circuito de vídeo y sonido integrado, así como puertos USB, teclado y ratón. El Microtel Sysmar 710 cuesta 199,86 dólares.

La PC no tiene unidad de disquete, carece de módem o tarjeta de red, que tienen un costo, cada una, de 20 dólares y tampoco cuenta con el monitor.

El procesador es un C3 de VIA que funciona a una velocidad de 800Mhz. Esta es la versión nueva de los procesadores Cyrix, empresa que fue adquirida por VIA hace algunos años. Esta es la primera vez que se ofrecen ampliamente computadoras de escritorio con este microprocesador.

La computadora no incluye el sistema operativo Windows. En su lugar, viene equipada con un sistema operativo alternativo muy parecido al de Microsoft, incluso en su nombre, Lindows, una variante de Linux modificada para que luzca y funcione como Windows. Y en el paquete de software se incluyen un explorador de red, un programa de correo electrónico, procesador de textos, reproductor de medios y otros programas básicos, así como el derecho de descargar por Internet 10 programas que el usuario escoja de una selección de 1.600 que ofrece Lindows.com.

Es una computadora plenamente funcional a la que sólo hay que agregarle una pantalla y algún tipo de conexión a Internet -- bien sea módem o tarjeta de red -- para estar completa.

**Microsoft lanza nuevos ratones y teclados**

La empresa de software Microsoft introdujo en el mercado una amplia colección de tableros y teclados con nuevo aspecto, en un intento de ofrecer una mayor gama de productos a los consumidores para el otoño boreal.

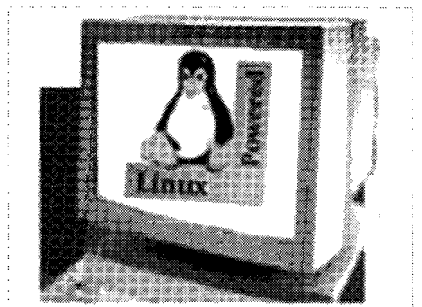
Los nuevos ratones y teclados, que estarán en el mercado a fines de septiembre, presentan colores novedosos como azul, gris y negro, y están diseñados para tareas específicas, como navegar en Internet o trabajar con Office, un paquete de programas de Microsoft que incluye procesador de textos y hoja de cálculo, entre otros.

Los modelos más llamativos incluirán tableros inalámbricos y ratones ópticos. Estos saldrán al mercado a finales de año y tendrán incorporada la tecnología Bluetooth, un nuevo sistema inalámbrico que permite que los aparatos trabajen entre sí sin cables.

Fuente: Reuters

**Venezuela adoptó el modelo de software libre**

José Pérez Firmat, el experto en tecnología de la CNN, informó el 2 de septiembre que el pingüino de Linux, que simboliza el software de código abierto, o software libre, ha logrado un importante avance en Venezuela.



Felipe Pérez Martí, ministro de planificación y desarrollo, anunció una nueva política resumida en la frase: "software de código abierto siempre que sea posible, software propietario sólo cuando sea necesario", informó el sitio de Internet Linux Today.

En una entrevista divulgada en el periódico electrónico venezolano La Red, Pérez explicó que la propuesta es producir software con un modelo económico solidario.

"La tecnología es un bien público", dijo Pérez, "así como el conocimiento es un bien público".

El Estado venezolano priorizará el apoyo al desarrollo de programas de código abierto distribuidos bajos los términos del GPL, siglas en inglés de Licencia Pública General.

Bajo los términos de esta licencia, el código fuente -las instrucciones de los programas de computadoras- tienen que distribuirse junto con los programas ejecutables. Cualquiera puede revisar los códigos, modificarlos o incorporarlos a otro software, con la condición de que si se distribuye el software modificado o nuevo, se tiene que hacer bajo las mismas condiciones.

Pero el Estado también va a exigir que todo software que produzca documentos lo haga en formatos abiertos y estándares, no en formatos privados a los que otros programas no tienen acceso.

"Nosotros buscamos un modelo de negocios en donde los ingenieros venezolanos, los técnicos venezolanos, constituyan un porcentaje alto del total de negocios", dijo el ministro. Agregó que, en la actualidad, las licencias de software a empresas extranjeras se llevan el 75 por ciento del negocio, las empresas de soporte ligadas a las casas de software extranjeras un 20 por ciento, y los programadores venezolanos apenas reciben el 5 por ciento.

El tema del software libre, es el de mayor actualidad en el mundo. Opera la Free Software Foundation que tiene una página en Internet, con amplia información y en distintos idiomas, incluido el español. La página es [www.fsf.org](http://www.fsf.org)

Amplia información sobre el sistema Linux y el software libre pueden obtenerse en "Acción", la publicación de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), sede en Londres, en especial en los números 244 y 245. La página en el web de la organización es [www.org.uk](http://www.org.uk)

## La red se llena de traductores online gratuitos

Un informe de Quaderns Digitals pronosticó que Internet acabará por romper el último obstáculo para la comunicación global que constituyen los idiomas locales.

En efecto, en la actualidad, leer un escrito en ruso o en chino no representa ninguna dificultad, ya que los usuarios de la red tienen a su alcance más de una decena de sitios que facilitan la comprensión de docu-

mentos en otros idiomas y la de comunicarse con amigos de otros lugares del planeta, usando su propio idioma.

En el popular buscador [www.google.com](http://www.google.com), tras desplegarse las numerosas referencia bibliográficas que existen sobre determinado tema, en los más variados idiomas, existe la opción de obtener una versión traducida de aquella específica que se desea consultar.

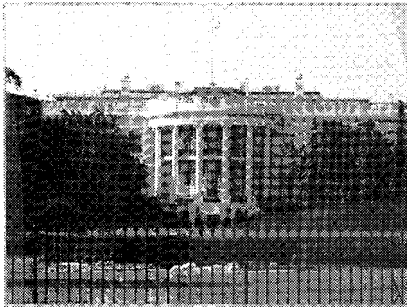
Información amplia sobre el tema puede verse en: <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2002/0702/2407/noticias2407/noticias2407-1.htm>

## Casa Blanca busca mejor imagen en el mundo

La Casa Blanca anunció el establecimiento de una nueva oficina de diplomacia pública, "para con-



trarrestar la creciente animadversión hacia Estados Unidos en el exterior", informó oficialmente Washington. La acción consolida la red de comunicaciones, con sedes en Washington, Londres e Islamabad, que se montó tras los atentados del 11 de septiembre para contrarrestar los mensajes de los Talibán y de la red al Qaeda.



La nueva dependencia gubernamental que se llamará "Oficina de Comunicaciones

Mundiales" expandirá las tareas del "Centro de Información de la Coalición", creado en la Casa Blanca tras comenzar la campaña bélica contra Afganistán. El centro fue concebido para responder rápidamente a las acusaciones contra Estados Unidos e informar sobre otros aspectos de la guerra.

Un informe de la CNN precisó que pese a todos estos esfuerzos informativos de Washington: "aún hay fuertes sentimientos antiestadounidenses en muchas partes del mundo, especialmente en Oriente Medio, donde muchos consideran que Estados Unidos es demasiado pro-Israel y que no es imparcial en su postura hacia el proceso de paz".

### New York Times online rehusa publi-reportaje de Sony



The New York Times ha dado un importante paso en la independencia de los medios online en su contenido editorial.

Azotados por la caída de los ingresos, algunos anunciantes ofrecen reportajes camuflados y entrevistas pagadas a los medios, en donde publicidad y contenido editorial no muestran ninguna diferenciación.

donde publicidad y contenido editorial no muestran ninguna diferenciación.

Esta situación trajo consecuencias en el diario de Nueva York, en su versión del web. Los interesados pueden leer toda la información en:

<http://www.noticiasdot.com/publicaciones-/2002/0702/2307/noticias2307/noticias2307-10.htm>

### Washington busca colaboración ciudadana

Tras aprobar, casi por unanimidad, el endurecimiento de las penas contra los hackers, especialmente en el supuesto de que sus acciones causen daños contra la vida humana, el Gobierno estadounidense acaba de aprobar nuevas leyes que permiten, a cualquier ciudadano que detecte actividad sospechosa, espiar impunemente.

"El programa activará las facultades de millones de trabajadores americanos que, en el curso diario de su trabajo, se mantienen en una posición privilegiada para anticipar cualquier actividad potencialmente peligrosa en lugares públicos", informa la publicación TIPS.

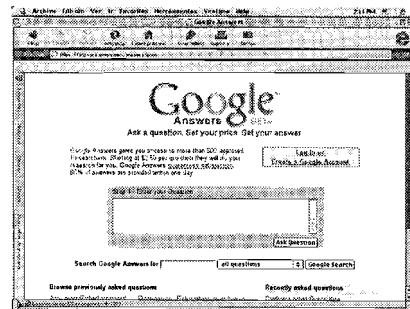
El artículo puede leerse en: <http://elmundo.es/navegante/2002/07/22/seguridad/1027330047.html>

### Google estrena un servicio de preguntas por noticias.com

Google acaba de estrenar la versión beta de un servicio de pago que permitirá a los internautas buscar información mucha más específica, sobre temas de su especial preferencia, que aquella que puede encontrar en un buscador normal.

Por un precio de US\$ 2,5, Google Answers (<http://answers.google.com/answers/main>) buscará la respuesta a la pregunta del usuario. Una vez transmitida la respuesta, si esta no satisface plenamente al cliente, la compañía le reintegrará el coste.

Información más amplia en: [http://www.noticias.com/noticias/2002/0207/n0207229\\_1.htm](http://www.noticias.com/noticias/2002/0207/n0207229_1.htm)



## Profesores por videoconferencias

A partir del próximo curso lectivo, los alumnos de las universidades de Cantabria, Extremadura, Baleares, La Rioja, Oviedo, País Vasco, Navarra y Zaragoza podrán compartir profesores sin que estos se tengan que desplazar de una ciudad a otra para impartir sus clases.

Bastará con un sistema de videoconferencia. En el mes de septiembre estos centros de educación superior conocidos como el G-7, pondrán en marcha el programa de Profesores Invitados en Red.

El intercambio docente de tipo virtual significa que un profesor de una universidad inscrito en el proyecto imparte, a través de videoconferencia, uno o varios módulos de una determinada asignatura a los estudiantes de otras universidades y, a cambio, los alumnos del citado profesor reciben, utilizando la misma tecnología, parte de la materia explicada por uno o más docentes de las otras universidades.

Para mayor información acceder a:

<http://www.elmundo.es/navegante/2002/07/25/elsociedad/1027608422.html>

## Epidemia en Internet: El virus "frethem" se extiende por un antiguo agujero de seguridad

La historia se repite y casi 70.000 correos electrónicos infectados en 24 horas de una muestra total de 550.000 analizados lo demuestra: un nuevo virus es capaz de causar una epidemia en Internet, aprovechando un agujero de seguridad descubierto y corregido hace casi dos años.

Es el turno de Frethem, un patógeno que solo ha tardado una semana en situarse en quinto lugar en los índices de prevalencia mundial, detrás de clásicos

como Nimda, Klez y Funlove.

Su arma ha sido la vulnerabilidad IFRAME, que ejecuta por accidente

archivos adjuntos con la simple visión del mensaje portador, sin pinchar el icono.

Mayor información en:

[http://www.elpais.es/suple/ciberpais/articulo.html?d\\_date=20020725&xref=20020725elpcbennr\\_7&type=Tes&anchor=elpcbennr](http://www.elpais.es/suple/ciberpais/articulo.html?d_date=20020725&xref=20020725elpcbennr_7&type=Tes&anchor=elpcbennr)

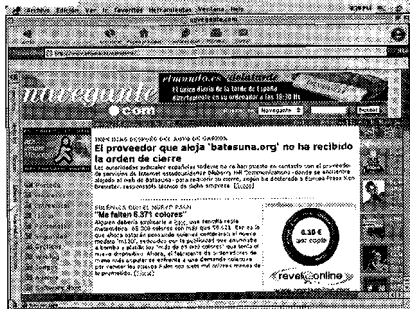
## España espera reducir "brecha digital" con A. Latina

El ministro español de Ciencia y Tecnología, Josep Piqué, defendió la necesidad de reducir la "brecha digital" que separa a los países europeos de los latinoamericanos y aseguró el interés de España para que se extienda el acceso a la sociedad de la información.

Hablando en Lima ante el Foro Perú-Unión Europea que se realizó en julio, el ministro español explicó que esa "brecha digital" o diferencias tecnológicas "igualan en el mundo virtual las distancias existentes en el mundo físico". Entre los proyectos destinados a facilitar el acceso a la tecnología apoyados por España, están al Programa Alice, financiado por la Unión Europea, que promueve medidas de cooperación para extender el uso de la red Internet.

Piqué citó también el proyecto Ciberamérica, que será presentado ante la próxima Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado en Santo Domingo que pretende crear el mayor portal institucional iberoamericano.

El funcionario español reconoció que su país ha invertido "poco y mal" en investigación y desarrollo y que ha acumulado un "déficit en patentes" que tratará ahora de corregir. Aseguró que durante su gestión tratará de "impulsar la capacidad interna para no perder el tren del futuro" y dijo que España se modernizó en la década de los setenta, gracias a su política de apertura al exterior y a la llegada de recursos a través de la inversión extranjera y el turismo.



Durante su intervención en el foro, el ministro español anunció también la celebración el próximo año en Lima del Tercer Foro Hispano-Andino de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que en el 2002 se celebró en Ecuador. (Fuente: Agencia EFE)

### China es la tercera nación Online del mundo

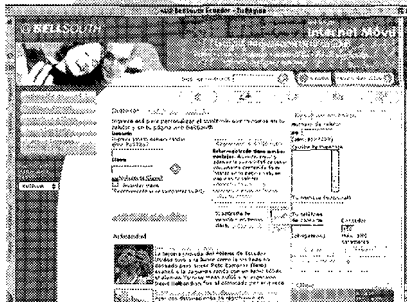
Al finalizar junio China tenía a 46 millones de sus habitantes conectados a Internet, un 73 por ciento más que en el mismo periodo del 2001, lo que la convierte en el tercer país "más conectado" del mundo, detrás de Estados Unidos y Japón, informó en julio el Centro de Información chino sobre Internet.

Según el organismo gubernamental, el número de internautas chinos se incrementó en 12 millones durante el primer semestre de 2002, mientras que el número de ordenadores con conexión a Internet superó los 16 millones al fin de junio, frente a los 12.5 contabilizados a finales de 2001. El número de dominios registrados en el Internet chino, que termina en ".cn", alcanzó los 293.213.

La previsión oficial para el 2005, es que China cuente con 200 millones de internautas y 40 millones de ordenadores conectados a la red.

En diciembre del 2001, China tenía 33.7 millones de internautas, en comparación a 22.5 millones al fin del 2000 y 8.9 millones a

finales de 1999. Los chinos entre 18 y 30 años representan en la actualidad más de la mitad de los internautas chinos. (Fuente: www.bellsouthim.net.ec)



### Taiwán es el tercer proveedor mundial de memoria DRAM

Taiwán fue el tercer suministrador mundial de memoria DRAM durante la primera mitad del 2002,

con un 15 por ciento de participación en el mercado, informaron hoy fuentes de una empresa local.

Mientras, Corea del Sur logró en la primera mitad de este año una participación de mercado mundial del 47 por ciento, seguida por Estados Unidos con el 18 por ciento, informó la firma taiwanesa DRAMeXchange Technology Co, productora de memoria DRAM.

A partir del 2001, Japón se retiró de la producción de memoria DRAM ante el desplome del precio, debido a una oferta que superaba la demanda, lo que incrementó los pedidos en los fabricantes taiwaneses.

Importantes empresas internacionales tales como Sony, Toshiba, Mitsubishi, Fujitsu, Dell y Hewlett-Packard comenzaron en junio a comprar memoria DRAM en Taiwán, lo que ha aumentado la participación del mercado taiwanés.

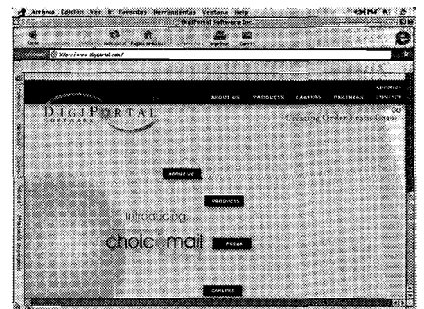
(Fuente: EFE)

### Nuevo software podría poner fin al correo basura

El experto en informática del The Wall Street Journal, Walter Mossberg, informó haber probado un programa denominado ChoiceMail, que elimina del buzón electrónico el correo basura y el e-mail comercial no solicitado, sin interceptar ningún mensaje legítimo.

El programa que está disponible a través del sitio Web del fabricante: <www.digiportal.com>, vive en el propio PC del usuario, nunca encamina su correo electrónico a computadoras de terceros, no implica cobro por servicios y tiene un precio inicial en Estados Unidos de US\$29,95.

El fabricante, DigiPortal Software, de Parsippany, Nueva Jersey, solo tiene una versión en inglés del programa, y está en proceso de buscar un socio en América Latina para distribuirlo directamente.





ChoiceMail no trata de identificar el correo basura para bloquearlo, sino que traslada la carga del esfuerzo a los que envían los mensajes, pidiéndoles que soliciten el permiso del usuario para enviar los correos.

Si no solicitan la autorización, o si el dueño del correo rehusa darla, sus mensajes basura son bloqueados y nunca aparecerán en su buzón.

### Agresiva expansión de SkyOnline en Latinoamérica

SkyOnline, Inc. (<http://www.skyonline.net>), un proveedor de servicios de telecomunicaciones y de valor agregado con sede en Estados Unidos, adquirió las operaciones latinoamericanas de datos e Internet de Teleglobe Inc.

Con cientos de clientes en los mercados de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, México y Panamá, las operaciones de Teleglobe aumentará la capacidad de SkyOnline para brindar servicios de valor agregado de Internet, datos, video y IP (protocolo de Internet) a corporaciones grandes y medianas, a portadoras y proveedores de servicios de Internet (ISP) por toda la región.

John Brunette, Director Ejecutivo de

Teleglobe, comentó: "Esta transacción fue diseñada para asegurar un servicio continuo a nuestros clientes latinoamericanos. Vemos con anticipación el trabajo de SkyOnline para lograr una transición suave y continuar satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes".

### La FIFA en Internet registró 79 millones de visitas en un día

<FIFAWorldcup.com>, el sitio oficial de la Copa del Mundo 2002, registró un récord de 79.6 millones

de accesos el 3 de junio. El número representa un crecimiento del 133 por ciento si se compara con los 34 millones de visitas que tuvo el 31 de mayo, día de la ceremonia inaugural del Mundial de Fútbol.

El portal estuvo editado en 7 idiomas diferentes, pero más de la mitad de los accesos fueron en inglés (52 por ciento), al japonés le correspondió el 13 por ciento, al chino el 8 por ciento y un 7.8 por ciento al español.

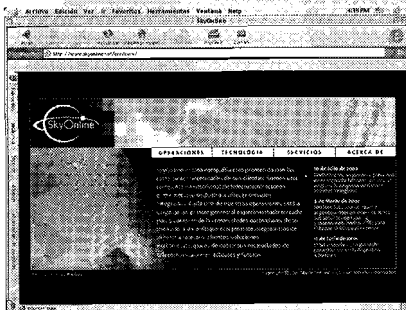
Además de los contenidos propios de la FIFA y las estadísticas en línea de la Copa del Mundo, producidas por un empresa italiana especializada, FIFAWorldcup.com contó con promociones para los fanáticos del fútbol, realizadas por los patrocinadores oficiales.

### Manifestación contra Echelon

En junio se convocó vía e-mail a los internautas para que se unan a una protesta contra "Echelon", como se conoce al sistema estadounidense de espionaje de llamadas telefónicas, correo electrónico y transmisión de datos dependiente de la Agencia de Seguridad Nacional (NSA, por sus iniciales en inglés).

En la convocatoria se informó que desde las dependencias de Echelon, situadas en diversas áreas del planeta, se monitoriza electrónicamente las conversaciones telefónicas, realizadas mediante la red fija o celular, comunicaciones vía telefax, telex, mensajes de correo electrónico y señales de radiofrecuencias que circulan por Internet en todo el mundo. El propósito es, según las autoridades, interceptar comunicaciones de carácter "disonante" y/o que conspiran contra los intereses de Estados Unidos.

El software de Echelon capta desde Internet y la red telefónica mundial -seleccionando para análisis posterior- aquellos mensajes y diálogos que conten-



gan ciertas palabras o siglas clave, que pudieran formar parte de intercambios "no aprobados" de información. Como una forma de manifestarse en contra de tal forma de monitorización de la red, millones de hackers realizan la campaña "JAM ECHELON DAY".

La acción de protesta consistió en distribuir por la red la mayor cantidad de mensajes con la frase: "new act of war against the states together of norteamérica", considerada como muy sensible para el sistema Echelon, a fin de saturar la capacidad de respuesta de sus máquinas.

Fuente: "Enrique Diaz" neuroglider@hotmail.com

### El ICANN y sus últimas decisiones

La Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN, por su sigla en inglés), el organismo que supervisa el sistema de nombres de dominios en Internet, es un grupo sin fines de lucro, que supervisa el proceso de conceder dominios con sufijos tales como ".com" a empresas y particulares.

En su última reunión en Bucarest, la entidad que tiene cuatro años de vida, excluyó de su directorio a los internautas, una comunidad que supera los 425 millones de usuarios y sugirió la posibilidad de aplicar un impuesto de 25 centavos de dólar a todos los nuevos dominios registrados, con el fin de recaudar fondos.

Los críticos denunciaron que los nuevos ingresos y la exclusión de los particulares y por lo tanto de la toma de decisiones que afectan a la red, son un caso de "tributación sin representación".

Fuente: www.cnnenespanol.com

### Congreso de España aprueba ley para regular el comercio electrónico

El parlamento español aprobó una ley de comercio electrónico que exige a los proveedores de Internet archivar durante un año los datos de los usuarios, cooperar con los organismos de seguridad para combatir actividades ilegales en la red y cerrar aquellos portales que desarrollen actividades ilegales.

Quienes no cumplan la "Ley de Servicios para la Sociedad de la Información", se expondrán a multas de hasta más de medio millón de dólares.

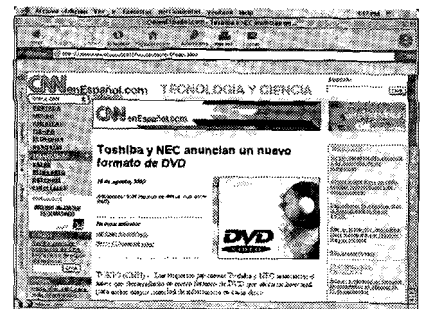
La nueva norma abarca un amplio número de temas relacionados con el comercio electrónico: prohíbe los mensajes electrónicos que no hayan sido solicitados, conocidos como "correo basura" en la terminología de Internet y estipula que las transacciones a través de la red tengan la misma validez que los acuerdos firmados en papel.

La ley, propuesta por el partido gobernante de derecha Partido Popular, fue aprobada pese a las críticas de las asociaciones de proveedores de Internet en España y en el extranjero, que la consideran violatoria de las libertades civiles. El opositor Partido Socialista votó en contra de la iniciativa.

Fuente: Associated Press

### El DVD gana terreno al VHS

El DVD es el nuevo aparato electrónico preferido por los consumidores, que tienden a abandonar el viejo reproductor de vídeo, ya que las ventas son, entre otras, mayor calidad de imagen y sonido, un formato que no necesita rebobinarse y cuyo contenido tiene un fácil acceso; la posibilidad de incorporar material adicional, como escenas inéditas, comentarios del director, juegos, etc.



Sólo en Estados Unidos, 95 millones de hogares siguen usando los vídeos VHS, frente a 30 millones que ya cuentan con reproductor DVD. De esta forma, es lógico que la gente alquile tres veces más cintas de vídeo que discos DVD. Se estima que deberán pasar 10 o 15 años antes de que el público deje de usar sus videocaseteras.

"El formato VHS va a decaer naturalmente con el auge del DVD, pero aún está lejos de su muerte", dijo Bo Andersen, presidente de la Asociación de Vendedores de Software de Video. Las ventas de reproductores DVD comenzaron a superar a las de video VHS en septiembre pasado, lo que no significa que la gente se deshaga de estos últimos.

Uno de los motivos por los que siguen vendiéndose las videocaseteras es que resulta mucho más barato grabar en VHS. De hecho, los aparatos que graban en DVD pueden costar más de 700 dólares en Estados Unidos.

Fuente: [www.cnnenespanol.com](http://www.cnnenespanol.com)

### **Costa Rica quiere ser el quinto país en conexiones de banda ancha**



El Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) estudia ofertas para desarrollar un proyecto de Internet, cuyo objetivo final es situar al país centroamericano en el quinto lugar mundial en conexiones de banda ancha.

Entre las empresas oferentes están la francesa Alcatel, la israelí ECI Telecom, la alemana Siemens, así como las asiáticas Hyundai, Nec, Nissho Iwai Huawei y Samsung.

El proyecto de Internet avanzado, a un costo estimado de 65 millones de dólares, pretende aumentar la capacidad y velocidad de la actual red costarricense en un plazo de un año, utilizando la infraestructura telefónica ya existente.

El proyecto gubernamental tiene dos etapas: una para la compra e instalación de equipos llamados "enrutadores" (routers) y otra para la colocación de accesos DSL que multiplican la capacidad de las líneas de transmisión. Al entrar en operación el proyecto, creará 100.000 líneas de acceso de banda ancha (de mayor velocidad y capacidad) y podría expandirse a un millón en el futuro.

Actualmente la empresa encargada del ramo de telecomunicaciones en el país, Radiográfica Costarricense, cuenta con unas 45.000 cuentas directas y da acceso a cerca de 700.000 personas.

Fuente: Associated Press

### **Usuarios del celular quieren nuevos aparatos y más funciones**

Los usuarios del servicio de la telefonía móvil o "celular" quieren cambiar y modernizar sus aparatos, buscan aplicaciones completas de libretas de direcciones en los mismos y aspiran contar en ellos con funciones de reconocimiento de voz y servicio de mensajes de texto.

Una investigación reciente en los Estados Unidos se aplica al siempre en aumento mercado mundial de los celulares, al tiempo que las compañías de telefonía móvil están en proceso de lanzar redes inalámbricas avanzadas, con conexiones a Internet a alta velocidad, que permiten a los usuarios navegar por la red, enviar fotos y descargar música online.



Simultáneamente, el mayor fabricante de celulares del mundo, la finlandesa Nokia, y la International Business Machines Corp (IBM), anunciaron un acuerdo para desarrollar nuevos usos de aparatos inalámbricos. El esfuerzo conjunto se enfocará en el desarrollo de "contenido ligero" para teléfonos móviles, especialmente juegos, intercambio de

fotos y reproducción de música, dijo un informe empresarial.

Los expertos ven este acuerdo como el primer paso de una relación a largo plazo para desarrollar soluciones que permitan a los proveedores de servicios inalámbricos aumentar la facturación, más allá de las llamadas telefónicas y los mensajes, al ofrecer contenido con valor agregado.

Fuente: Reuters

### India lanza el "Simputer", la computadora de bolsillo económica

La empresa Encore Software de la India anunció, en julio, el lanzamiento del "Simputer," una económica computadora de bolsillo, concebida para democratizar el uso de la informática en los países del Tercer Mundo, que será comercializada en breve a nivel mundial. "El período de prueba ha terminado. Estamos cerca de su lanzamiento", dijo Vinay Deshpande, presidente de Encore Software

El aparato, cuyas siglas responden a la contracción de las palabras "Simple, Inexpensive and Multilingual Computer" (computadora sencilla, barata y multilingüe), se venderá a unos 200 dólares y empleará el sistema operativo de fuente abierta Linux.

El Simputer, que costará tres veces menos que una computadora de escritorio, nació de la alianza entre la sociedad logística Encore Software y una organización no lucrativa, Simputer Trust.

Ligeramente más grande que una Palm Pilot, la minicomputadora hindú puede conectarse a Internet y dispone de aplicaciones fáciles de utilizar, destinadas principalmente a las poblaciones rurales de la India.

Fuente: Reuters

### ¿Internet estimula la timidez?

Expertos estadounidenses debaten si la tecnología está contribuyendo al aumento de las conductas relacionadas con la timidez u ofrece una cura potencial. Años después que Internet

comenzara a permitir a la gente en diferentes continentes que se conectaran instantáneamente, los médicos comenzaron a recopilar datos acerca de si el correo electrónico, los salones de conversación y los mensajes instantáneos ayudan a que las personas tengan más capacidad de comunicación.

El doctor Bernardo Carducci, jefe del Instituto de Investigación de la Timidez de la Universidad del Sudeste de Indiana, declaró recientemente que la porción de estadounidenses que se describen a sí mismos como tímidos se ha incrementado sostenidamente en los últimos 25 años, y recientemente alcanzó el máximo del 45 por ciento.

Carducci se mostró reacio a señalar la tecnología como la causa principal del fenómeno, sugiriendo en cambio que ha ayudado a los muy tímidos a dar pequeños pasos hacia las relaciones personales en la vida real.

También se ha descubierto que muchos otros parecen capaces de interactuar, pero sólo detrás de un monitor de computadora, y acuñó el término "extraversión electrónica" para describir su moderna condición.

"El problema es que mientras más tiempo pasen en Internet, están más propensos a creer que ésta es la manera de encontrar a alguien. Pero las probabilidades de desarrollar una relación seria son en realidad bastante pocas", dijo Carducci.

Fuente: www.cnnenespanol.com



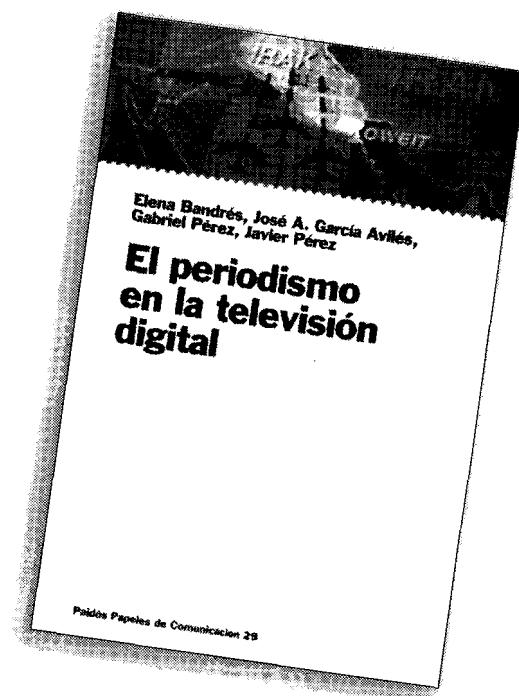
# Bibliografía sobre Comunicación

Información sobre libros, revistas y otras publicaciones de temas de comunicación y asuntos sociales, que han sido enviados al Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

**Bandrés, Elena/et.al./ (2000). El periodismo en la televisión digital. Buenos Aires: Editorial Paidós. 291 p.**

"La televisión se ha mantenido como una fuente unidireccional de entretenimiento e información para sus consumidores. Ahora, hasta los más críticos, ven en la televisión un medio que, a través de la comunicación interactiva es capaz de fortalecer las posibilidades de disfrute de invención de los ciudadanos de una sociedad que girará en torno a las creaciones digitales... De ello puede concluirse el final de algunos roles considerados como clásicos, por ejemplo: el papel del periodista en la elección de las noticias ..."

El presente texto aborda los cambios introducidos en los informativos digitales, desarrolla la organización redaccional y el proceso de cobertura, analiza los principales géneros informativos y, por último, trata de las técnicas de grabación, redacción y edición de noticias.



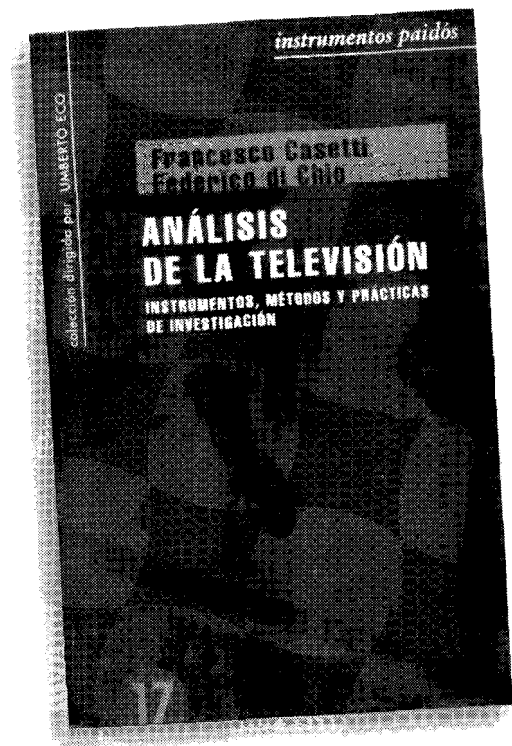
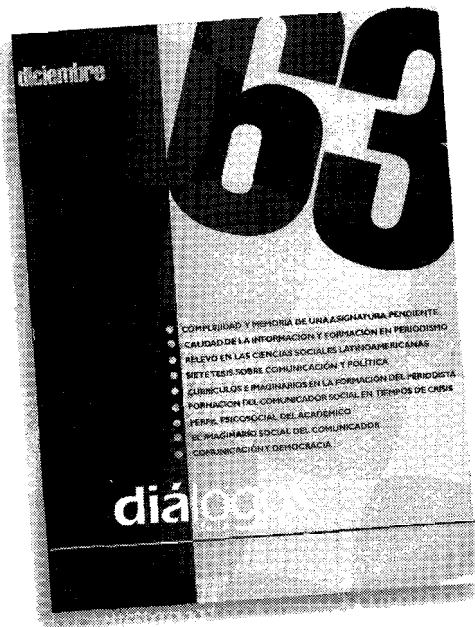
**Caletti, Sergio. (2001). Siete Tesis sobre Comunicación y Política. IN: Diálogos de la Comunicación, (63), pp. 37-49**

"Los tiempos corren y todo parece hablarnos de una estrecha conexión entre los fenómenos de la política y los de la comunicación. Sin embargo, la variedad de caminos con que esta conexión tiende a ser pensa-



da es tan heterogénea, como débiles son sus desarrollos sistemáticos..." Bajo este preámbulo Caletti desarrolla siete premisas conceptuales de comunicación política. En las cuatro primeras analiza de modo sucinto las formas que asume el encuentro entre comunicación y política, comenzando por las inmediatas, las que plantean los planes de estudio en las Carreras, pasando luego por la historia del campo, por su presente y hasta por las analogías y contrastes con aquel otro lugar de encuentros privilegiados, el que sutura comunicación y cultura. En las tres últimas tesis, intenta avanzar sobre las posibilidades de una formulación diferente de la concepción mencionada.

importante como el grado de satisfacción en los espectadores; y la calidad del programa durante la transmisión..." Las técnicas y métodos de investigación más conocidos, el análisis de contenido, las motivaciones, entre otros, son los argumentos esenciales, con los cuales trabajan los autores en la elaboración del presente texto que será manejado como fuente bibliográfica para el análisis televisivo.



Caseti, Franceso; Di Chio, Federico. (1999). **Análisis de la Televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación.** Buenos Aires: Editorial Paidós. 384 p.

"La actitud del público sobre un programa televisivo y la valoración de sus diferentes aspectos, se sintetizan en el concepto de apreciación... Aquí se describen las dinámicas de consumo, añadiendo un dato

Dancyger, Ken. (1999). **Técnicas de edición en cine y vídeo.** Barcelona: Editorial Gedisa. 383 p.

Este libro constituye el mejor entrenamiento para futuros directores de cine y vídeo. Ofrece un detallado panorama de los principios artísticos y técnicos clásicos y actuales y entrega instrucciones precisas para la edición y el montaje de imagen y sonido. En sus análisis de películas desde principios de siglo hasta el presente, el autor muestra los recursos técni-

cos de los más grandes realizadores, caracteriza los recursos del cine mudo, describe la incidencia de la introducción de sonido en la estética cinematográfica y relaciona la evolución de los estilos narrativos y escenográficos.

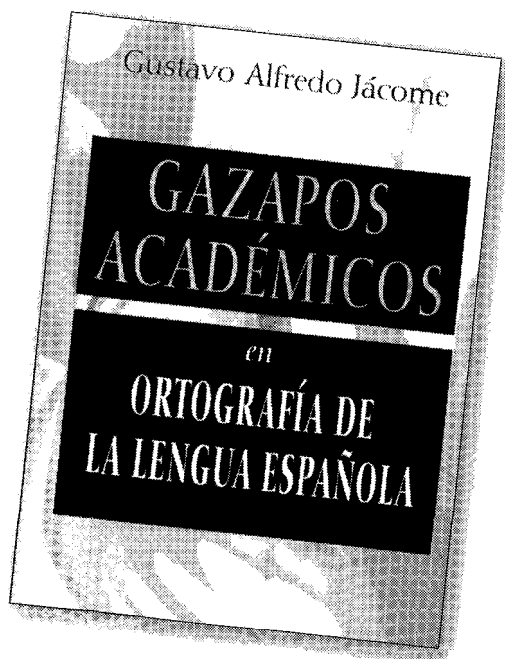


**Follari, Roberto A. (2002) Teorías débiles (Para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales). Rosario, Santa Fe, Argentina: Homo Sapiens Ediciones. 137 p.**

¿Qué une a las teorías tan lejanas como la deconstrucción de J. Derrida y los estudios culturales de N. García Canclini? Ambas –cada una por separado– son objeto de una detallada exposición y crítica en esta obra del psicólogo argentino Roberto Follari, cuyo lanzamiento se realizó en Quito en las últimas semanas, con la oportunidad de la realización de un evento académico.

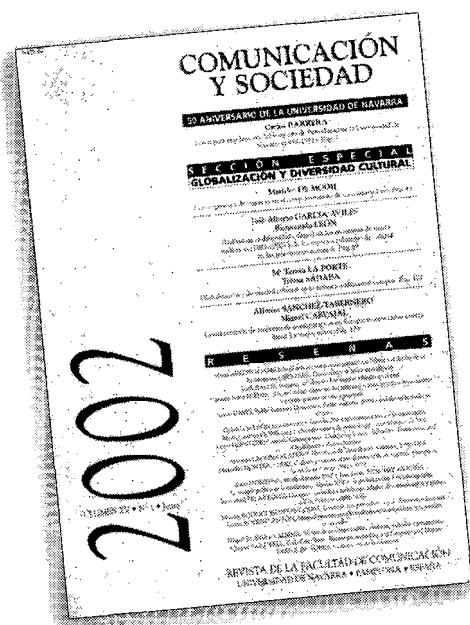
**Jácome, Gustavo Alfredo (2002) Gazapos Académicos en Ortografía de la Lengua Española. Quito, Ecuador. Ediciones Abya-Yala. 180 p.**

La obra escrita por un Miembro de Número de la Academia Ecuatoriana de la Lengua, correspondiente de la española, embiste con dureza contra una publicación que la Real Academia puso en circulación en julio de 1999, titulada "Ortografía de la Lengua Española", revisada por las veintiún Corporaciones asociadas. Jácome detalla, uno a uno, todos los errores que encontró en una obra que, se supone, debía contener las normas precisas para tener una buena ortografía. El autor advierte en una nota previa, que en abril de 1994, ante el décimo congreso de Academias de la Lengua Española que se realizó en Madrid, personalmente presentó de viva voz y luego entregó en Secretaría, un documento que detallaba los "inesperados errores gramaticales" encontrados en el "Esbozo de la nueva Gramática de la Lengua Española", fechada en 1973, respecto del cual, nunca recibió respuesta.



**García Avilés, José Alberto. (2002) Análisis de la diversidad cultural en los programas de mayor audiencia (1995-2000) y de los espacios culturales de calidad en las televisiones europeas. IN: Comunicación y Sociedad, v. XV (1), pp. 69-99**

El artículo analiza los contenidos presentes en la televisión europea durante los años 1995 a 2000. En primera instancia, busca determinar si en la programación habitual, con elevados índices de audiencia, predominan valores culturales homogéneos o diversos. Como segundo aspecto, presenta una selección de programas específicamente culturales de éxito, con el objeto de establecer criterios de calidad de los mismos. Se puso de manifiesto la necesidad de promover enfoques innovadores y sólidos valores de producción en la televisión Europea.



**Geerts, Andrés; Van Oeyen, Víctor. (2001) La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Quito: Aler. 286 p.**

La vigencia e incidencia de la radio popular en 12 países de América Latina son los contenidos de este estudio realizado por ALER. El texto está desarrolla-

do en nueve capítulos, donde se exhiben metodología y técnicas de investigación, conceptos, historia y la relación con los actores, públicos e instituciones que mantienen las radios populares y comunitarias. Además, se articulan proyectos como centros de producción radiofónica para el desarrollo local.



**Langer, John. (2000). La televisión sensacionalista: el periodismo popular y las otras noticias. Buenos Aires: Editorial Paidós. 258 p.**

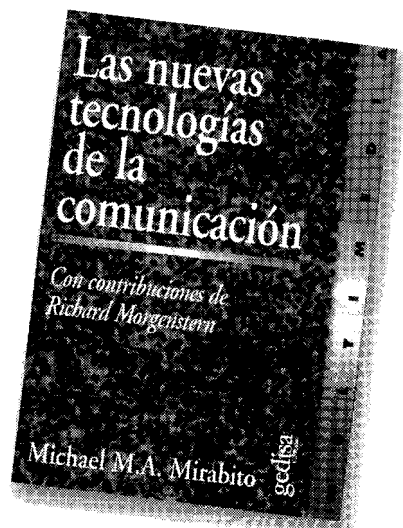
John Langer argumenta que, si de verdad se pretende estudiar el periodismo televisivo, esas otras noticias (inundaciones, incendios, tragedias personales...) deben ser tratadas con el mismo interés que se concede a las consideradas más importantes. Se desarrolla una detallada lectura textual de esas noticias, entendidas como forma de discurso cultural relacionado con la tradición oral, los cotilleos, la memoria social, las películas de terror, la identidad na-

cional y el culto a la fama. Y termina planteando preguntas trascendentales acerca de su poder representativo y examinando el papel político que desempeñan en esta época de televisión [documental] y reality shows.



**Mirabito, Michael. (1999). Las nuevas tecnologías de la comunicación. Barcelona: Editorial Gedisa. 415 p.**

" Los ordenadores, la digitalización, los satélites, las estaciones de trabajo están eliminando las fronteras entre el video, telefonía y publicación. La conexión creciente de estas áreas hace necesario que los usuarios se familiaricen con todas las modalidades de los medios de comunicación..." Se ofrece una recopilación de conceptos de una gama de elementos tecnológicos muy conocidos. Con un lenguaje ágil apropiado para cursos de tecnología de las comunicaciones. El autor explica alrededor de treinta componentes del mundo comunicacional.

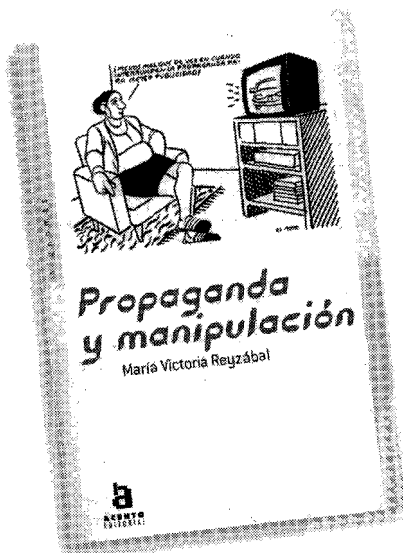


**Quiroz, Ma. Teresa. (2001). La formación del comunicador en tiempo de crisis. IN: Diálogos de la Comunicación, (63), pp.63-67.**

Las urgencias de la vida social y política y las demandas crecientes de los diversos sectores de la ciudadanía plantean, hoy en día, nuevos campos en la formación de comunicadores, en su encuentro con nuestras realidades particulares y comunes en el área andina. Para el autor, la formación en comunicación tiene que incidir en la preparación de profesionales con un alto sentido de ética, conocedores de las características del espacio público, de la interrelación entre sociedad civil y poder político, y del manejo de los instrumentos necesarios para contribuir a desarrollar espacios de deliberación que permitan promover una ciudadanía activa y participativa.

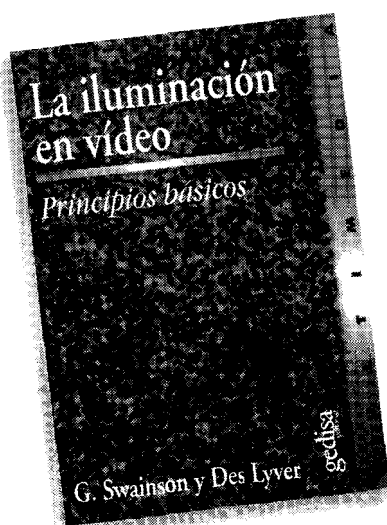
**Reyzábal, María Victoria. (1999). Propaganda y manipulación. Madrid: Acento Editorial. 252 p.**

"La manipulación o la persuasión en pro de los intereses de un determinado grupo o persona parece haberse convertido en una de las modalidades predominantes de la comunicación colectiva. En la política, la propaganda ha logrado tal perfección en el diseño de sus manifestaciones que no resulta fácil identificar las mil y una formas con las que trata de influirnos..." Este trabajo contribuye al estudio de los discursos propagandísticos y sus mecanismos persuasivos.



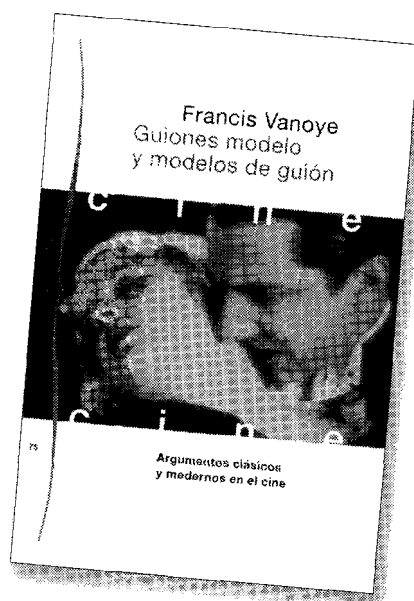
**Swainson, Graham; Lyver, Des. (1997). La iluminación en video: Principios básicos. Barcelona: Editorial Gedisa. 206 p.**

Obra dirigida a todos aquellos que desean aprender los recursos técnicos y creativos de la iluminación en la producción de videos. Los lectores aprenderán lo suficiente acerca de la planificación, selección y posición de las luces. Los autores incluyen detalles breves, de los distintos tipos de equipos que se utilizan en esta área. Además, algunos consejos y sugerencias que les servirán a la hora de elegir un equipo que deba cubrir una necesidad determinada.



**Vanoye, Francis. (1996) Guiones modelo y modelos de guión. Barcelona: Editorial Paidós. 236 p.**

El guión de un filme, a pesar de los manuales, es una forma viva. Sus modelos evolucionan en función de épocas, contextos de producción, condiciones de escritura, etc. En tal circunstancia, el autor busca delinear el guión cinematográfico con un tratamiento reflexivo de las estructuras narrativas, la construcción de personajes y diálogos, sin olvidar los problemas derivados de la adaptación, así como la interacción entre el guión, la sociedad que lo produce y los espectadores a los que va destinado.



*El Centro de Documentación de la Institución cuenta con un activo de más de 21.000 documentos entre libros, revistas, folletos y otras publicaciones, todas ellas referidas al campo de la comunicación. El Centro de Documentación de Ciespal puede ser consultado en forma personal en nuestra sede ubicada en la Avenida Almagro N32-133 y Andrade Martín, a la Casilla Postal 17-01-584 o al e-mail <ciespal@ciespal.org.ec>*



## Lo que pasó y lo que vendrá

# Actividades de CIESPAL

### CIESPAL EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2002

La expansión y mejoramiento de los proyectos institucionales fue evidente en el primer semestre del 2002. Un ejemplo de este avance, son los convenios que se ha firmado con la UNESCO para la organización de tres seminarios-talleres y la producción de materiales audiovisuales para la prevención del VIH/SIDA. Así mismo, con Petroecuador se firmó otro convenio que compromete a la institución a un variado trabajo de producción audiovisual dirigido a promocionar la cultura petrolera del país.

Vale reiterar, que los logros señalados fueron factibles gracias al trabajo conjunto y esforzado del equipo humano que labora en los diferentes departamentos, así como a una política de optimización en el uso de los recursos técnicos y económico-financieros de la Institución.

### CAPACITACIÓN PROFESIONAL

Hasta junio, en CIESPAL fueron diseñados y ejecutados 28 eventos de capacita-

ción, que contaron con aproximadamente 823 asistentes, en 8 provincias del país. Los contenidos versaron sobre las siguientes áreas de especialización: Comunicación Radiofónica, Comunicación Televisiva, Comunicación Impresa, Comunicación para el Desarrollo.



### OTROS PROYECTOS

Otros proyectos que se desarrollaron, fueron:

- Realización de un foro sobre Democracia y Ética Periodística, conjuntamente con el Diario La Hora de Quito, como parte de la celebración de sus 20 años de vida. La cita se cumplió ante una selecta concurrencia el 29 de agosto, en el auditorio de CIESPAL. Actuaron como panelistas el Presidente del diario de Quito, Francisco Vivanco, la dirigente indígena Blanca Chancoso, el decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, Juan Manuel Rodríguez y el periodista Patricio Quevedo. La Presidenta de la Unión

Nacional de Periodistas (UNP), Florha Proaño, actuó como moderadora.

• El 3 de septiembre al iniciarse oficialmente la campaña electoral en el país, CIESPAL reunió en su sede a dos decenas de directores, editores y jefes de información de prensa, radio y televisión, en un desayuno de trabajo en el que se pasaron revista a las responsabilidades de los comunicadores frente al proceso de comicios generales que enfrenta Ecuador.

El diálogo se centró en tres ejes: la investigación, el desarrollo humano y la efectiva utilización de los géneros periodísticos en la cobertura electoral.

Una de las conclusiones fue que a los periodistas les corresponden importantes obligaciones, en momentos en que un pueblo esperanzado y al mismo tiempo frustrado por los viejos usos de la política, puede ser objeto de los engaños de siempre, por quienes usan de los medios de comunicación para difundir propaganda electoral en su beneficio.

### **EL PERIODISTA Y LOS AVANCES TECNOLÓGICOS**

Los constantes avances tecnológicos de los medios audiovisuales ponen a prueba la capacitación de los profesionales de radio y televisión, quienes necesitan de las mejores y mayores herramientas para hacer frente a retos como el de la globalización, la guerra contra el terrorismo, los grandes eventos mundiales, etc.

La respuesta a estos desafíos son parte de la propuesta de CIESPAL y la UNESCO en el afán de mejorar la formación de los comunicadores.

Entre el 23 y 26 de septiembre se llevará adelante el Seminario-taller "Edición digital de radio" encaminado a perfeccionar los mecanismos de programación radial en las emisoras musicales y habladas.

Entre el 14 y 17 de octubre está previsto el Seminario taller "Edición digital de Televisión" que intenta hacer frente a las demandas de la denominada "cultura de la imagen", no solo por la programación

comercial de los canales, sino por la necesidad de proyectar a través de la imagen las acciones de organizaciones corporativas.

En los dos seminarios se pondrá mucho énfasis en el conocimiento del software para edición digital, manejo de programas, manejo de información y prácticas de producción.

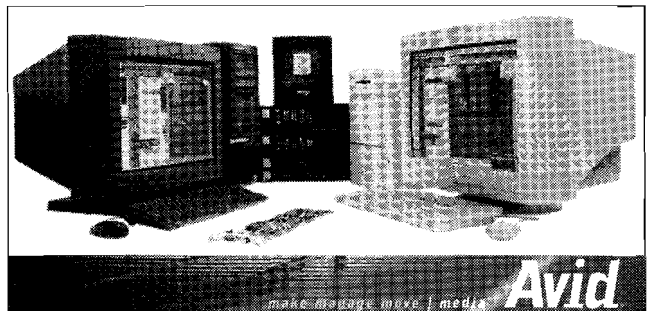
### **NUEVO EQUIPAMIENTO PARA TELEVISIÓN**

CIESPAL incrementó la capacidad técnica del Departamento de Televisión, mediante la incorporación de tecnología de punta marca Avid, de fabricación estadounidense.

El Avid es un sistema computarizado para la producción y post-producción de televisión, ampliamente versátil y que ayuda a los especialistas en imagen en el armado de programas, documentales, spots publicitarios, etc., a nivel profesional.

La empresa Latinmedia que negoció con CIESPAL, proporcionó la capacitación al personal en la operación del equipo que cuenta con altos niveles de calidad y estabilidad.

El sistema operativo del nuevo equipamiento técnico es Windows 2000-XP-Pro y el software es Avid X Press Dv 3.5, con todos sus componentes internos certificados por la casa fabricante



### **PREVENCIÓN DEL VIH**

CIESPAL y UNESCO llevarán adelante entre el 28 y 31 de octubre el seminario de 30 horas para adiestrar a los comunicadores

res en el manejo de la información y en el papel que deben jugar para enfrentar el síndrome del SIDA.

El evento tendrá por objeto capacitar a comunicadores sociales sobre los efectos devastadores del VIH-SIDA que afecta a más de 40 millones de personas en el mundo, y que en el Ecuador es un virus silencioso que irradia su manto de muerte sin alternativas de información para la comunidad.



### **JORNADAS DE PERIODISMO CÍVICO**

CIESPAL con el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD y otras instituciones especializadas, llevan adelante las jornadas de Periodismo Cívico con el propósito de contribuir a la consolidación democrática del país a través de la preparación de los comunicadores en el manejo de contenidos sobre desarrollo humano.

Estas jornadas constan de otros módulos en los que se determinará la agenda básica del país para el debate y el análisis de los candidatos a la Presidencia de la República.

### **"LA VOZ DE LOS ADOLESCENTES"**

A fines del mes de mayo culminó el proyecto "Medios y salud pública: la voz de

los adolescentes", auspiciado por la Organización Panamericana de la Salud dentro del Programa COMSALUD que lleva adelante ese organismo internacional.

En el proyecto participaron 12 universidades pertenecientes a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, FELAFACS y CIESPAL que fue encargado de desarrollar el estudio correspondiente al Ecuador.

El Departamento de Investigación del Centro Internacional presentó a consideración de la OPS el informe nacional que incluyó:

- I. Estudio documental y estadístico sobre los adolescentes y jóvenes en América Latina y el Ecuador.
- II. Estudio documental sobre los medios de comunicación en el Ecuador.
- III. Análisis de contenido de la oferta de los medios de comunicación: diarios, revistas, radio y televisión sobre temas de salud.

IV. Resultados de grupos focales sobre los medios de comunicación y la salud, con la participación de 176 adolescentes y jóvenes de colegios de zonas urbanas y urbano-marginales y no escolarizados, en edades comprendidas entre 12 y 19 años.

El estudio, de carácter exploratorio, tiene como mira sentar las bases para realizar futuros proyectos que aseguren una mejor salud para la población de adolescentes y jóvenes de los países de la región.

### **CONGRESO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

CIESPAL prepara el Primer Congreso Iberoamericano de Comunicación Estratégica para Organizaciones entre el 2 y el 4 de diciembre del presente año. Se prevé una asistencia de 350 personas entre participantes y conferencistas de América Latina, España y Portugal.

La cita se ha planteado los siguientes objetivos:

- Presentar la Comunicación Organizacional como valor agregado a los profesionales que deseen

desarrollar estrategias de comunicación como apoyo a su quehacer en las organizaciones

- Posicionar la comunicación como elemento estratégico en gestión de las organizaciones, buscando un análisis de los avances en la comunicación corporativa, institucional y empresarial.

- Mejorar el pensamiento estratégico en comunicación en beneficio de las organizaciones.

- Extender el diálogo, el debate y la revisión de temas claves y programas de comunicación.

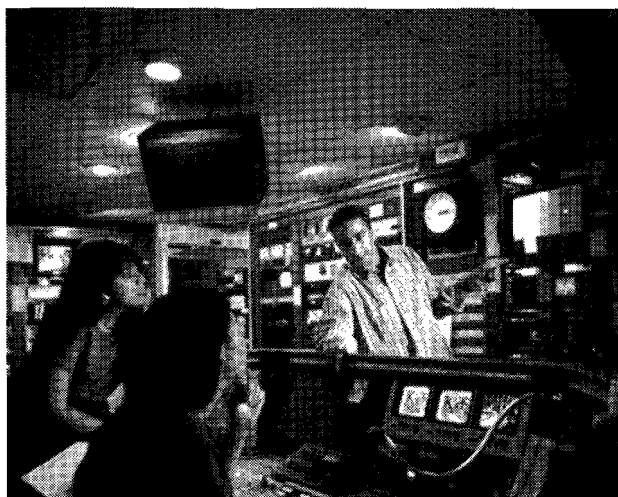
Las temáticas que se abordarán son entre otras:

- Nuevas tecnologías: acceso, imagen y publicaciones electrónicas.

- Planificación estratégica de la comunicación en las organizaciones.

- Situación y condición de la Comunicación en las organizaciones.

- Medios, optimización de canales de comunicación.



### RADIO Y TELEVISIÓN

La actividad del Departamento de Radio y Televisión ha sido intensa. Grabación de programas y cuñas para radio y televisión, conversión de formatos, cursos y seminarios, asesoramientos diversos, han sido algunas de las principales actividades desarrolladas.

Actualmente avanza un proyecto para mejorar la capacidad técnica instalada del Departamento, a fin de optimizar el servicio que se presta. Entre las tareas de soporte técnico cumplidas, para la producción de varios programas de televisión que se transmiten por canales de señal abierta y cable, destacamos las siguientes:

- Grabación de un programa de opinión en vivo, para TV Norte de la ciudad de Ibarra, que se difunde los días lunes en la noche, para las provincias del norte del país y es conducido por el licenciado Luis Cifuentes Benítez.

- Grabación del programa "Cara a Cara con Rosalía", que se transmite por Telerama de Cuenca, los días lunes en la noche y se repite los sábados. La conductora es la doctora Rosalía Arteaga Serrano.

- De la misma forma, se graba el programa "Opinando", que se difunde los martes en la noche y se repite los sábados a través de TEVEMAS, Canal 33 de Quito y 30 de Guayaquil. Es conducido por el doctor Raúl Izurieta Mora Bowen.

### EQUIPO DE RADIO DIGITAL

El Departamento de Radio instaló un moderno sistema de edición digital para la producción de programas de radio. Estos nuevos equipos también facilitarán la realización de los cursos.

El nuevo equipo informático está conectado a la red y tiene las siguientes características:

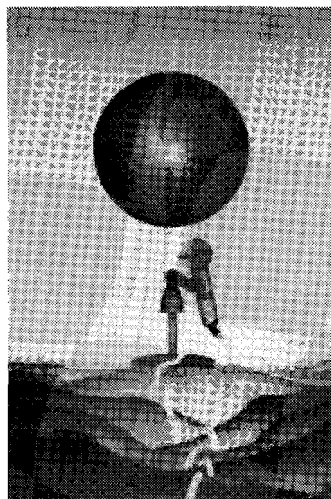
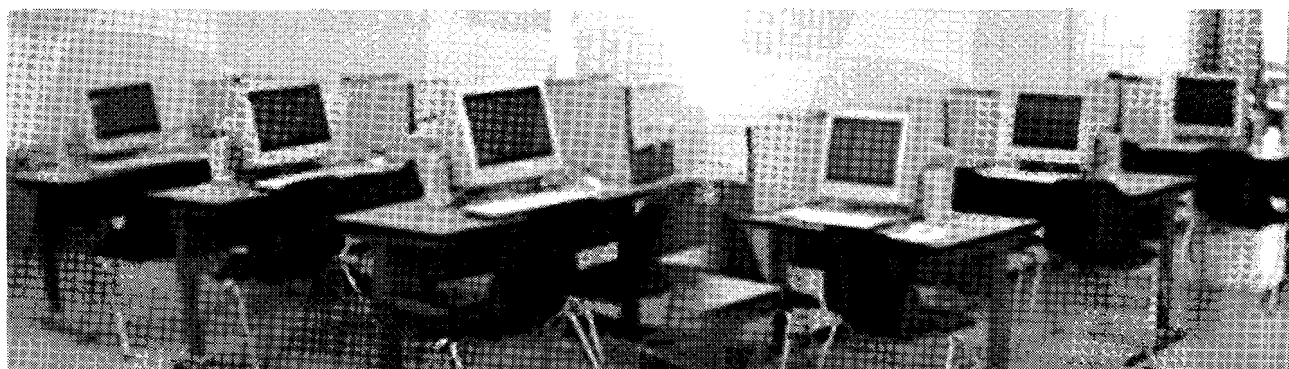
- Procesador Pentium 4, Case P4 Super Power 300 W
- Velocidad de procesos de 2.0 Ghz
- Modelo Intel 850 MD
- Memoria 512 MB PC 800
- Disco Duro de 60 GB
- Sistema Windows 2000 Profesional
- Monitores de 19 pulgadas
- Quemador de CD Writer
- Tarjeta de sonido profesional Audigy Platinum de 24 bits

## NUEVA TECNOLOGÍA EN EL AULA VIRTUAL

El aula virtual de CIESPAL dispone de equipos de avanzada tecnología que le permitirá realizar cursos de edición digital de televisión y radio. Estos equipos harán posible, también, conectarse con mayor rapidez con la mini-estación terrena de Internet satelital inalámbrico instalada en CIESPAL.

Las computadoras del aula virtual conectadas en red, tienen las siguientes características:

- Procesador Pentium 4, con velocidad de procesos de 2.0 Ghz
- Memoria 512 MB
- Tarjetas capturadoras de video Pinnacol DV 500
- Tarjetas de sonido sound blaster Audigy Gamer
- Disco Duro de 60 GB
- Sistema operativo Windows 2000 Profesional
- Monitores de 17 pulgadas



¡Consiga su libro digital gratis!

**RadioApasionad@s**

21 experiencias de radio comunitaria en el mundo

Disponible desde 2002 en

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

**comunica**

Radio e Internet para la Comunic@ción  
[www.comunica.org](http://www.comunica.org) # [Info@comunica.org](mailto:Info@comunica.org)

