

Carta a nuestros lectores

La planificación de una revista como Chasqui suele hacerse con la debida antelación, tratando de seleccionar aquellos tópicos que puedan tener mayor significado y permanencia. A veces, sin embargo, lo planificado cambia radicalmente de un día para otro, por la irrupción de eventos excepcionales que impactan en la historia por su gravedad y trascendencia.

Esto es lo que sucedió con el número que ahora publicamos.

Chasqui 76 fue planificado originalmente con un tema de portada que contara cómo el flagelo de la corrupción afecta al periodismo latinoamericano. En consecuencia, el artículo de opinión debía profundizar aún más este tema, para subrayar la necesidad que se percibe en el medio ambiente de la región, de discutir a fondo la realidad tan compleja y amenazante como es la corrupción.

Pero la transformación en semanario del diario colombiano "El Espectador" alteró el contenido de Chasqui, porque este hecho planteaba una pregunta tremendamente importante que era la de saber si el periodismo latinoamericano tradicional estaba llamado a desaparecer paulatinamente por haber caído en desuso los valores de independencia económica que algunos periódicos de esa vertiente cultivaron con celo. La respuesta a esta pregunta la encontrará en el artículo del periodista colombiano Javier Darío Restrepo.

Como si esto fuera poco, el 11 de septiembre el ataque terrorista a Nueva York y Washington nos obligó a retomar la polémica de las grandes crisis, en las que el periodismo entra en cuestionamiento por su peculiar manera de cubrir los eventos que la humanidad rechaza instintivamente horrorizada. En otras palabras, nos vimos en la obligación de escudriñar si la televisión americana había cumplido con su deber de informar objetiva, veraz y equilibradamente, presentando los hechos sin caer ni en la autocensura ni en la propaganda, en función de un falso sentido de patriotismo. Por eso este tema se convirtió en el artículo de fondo y fue encargado al periodista Manuel Sarmiento y al académico Leonardo Ferreira.

Muchos se preguntan qué significado puede tener para un niño el navegar en la autopista de la información y no pocos, también se preguntan, si la televisión venezolana vale la pena verse. Dos artículos de este número de Chasqui responden a esas inquietudes

El profesor italiano Francisco Ficarra continúa ilustrando las ventajas y múltiples aplicaciones del programa Word de Microsoft, como una contribución al deseo de mejorar la utilización del computador personal que muchos de nuestros estudiantes latinoamericanos tienen.

Por una penosa inadvertencia en el número anterior se atribuye a Lars von Trier la nacionalidad alemana, siendo así que este cineasta es danés, como acertadamente consta en el cuerpo del artículo. Pedimos disculpas por este lamentable error.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

No 76 Diciembre 2001

Nº 76 Diciembre 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Nelson Dávila V. Lolo Echeverría
Hector Espín Luis Espinosa
Guadalupe Fierro Florha Proaño
Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Simón Espinosa C.,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Lenín Andrade, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Telf.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

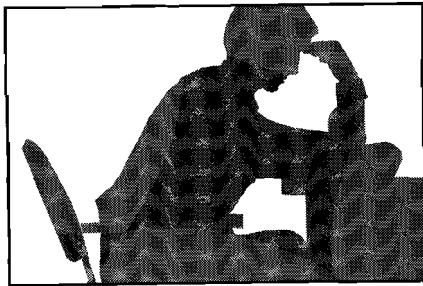
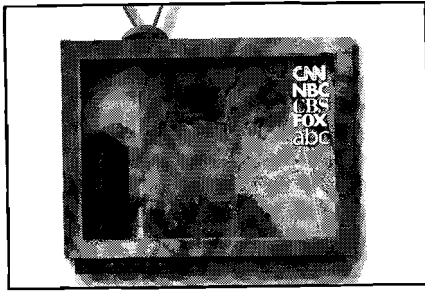
Registro M.I.T., S.P.L027

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.



**CIESPAL**

4 **PORTADA**

**LIBERTAD VERDADERA:
AUTOCENSURA Y PROPAGANDA EN**
Miguel Sarmiento y Leonardo Ferreira

16 **OPINIÓN**

**EL TERRORISMO Y LOS LÍMITES
DEL PODER**
Dr. Luis E. Proaño

18 **ENSAYOS**

PRENSA
**PERIODISMO LATINOAMERICANO
LOS CASOS MÁS COMUNES DE
CORRUPCIÓN:**
Jaime López de "Probidad"

26 **"EL ESPECTADOR" DE COLOMBIA
AGONÍA DE UN PERIÓDICO**
Javier Darío Restrepo

CINE
36 **PRAGA, EL HOLLYWOOD DE EUROPA
ORIENTAL**
Raúl Sorrosa

TELEVISIÓN
42 **MUERTE Y RESURRECCIÓN DE LA
TELEVISIÓN VENEZOLANA**
Jenny Bustamante Newball

INTERNET
48 **LOS RIESGOS PARA LOS NIÑOS
QUE USAN INTERNET**

52 **ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE
PERIODÍSTICO:**
Juan Manuel Rodríguez

INFORMÁTICA
54 **EL WORD EN LAS COMUNICACIONES
DEL SIGLO XXI**
Francisco Ficarra

60 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

69 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE
COMUNICACIÓN**

70 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

EL PERIODISTA DEBE SER UN POCO POETA

Luka Brajnovic[■]



El periodismo puede proporcionar no pocas ocasiones para convertirse en portador de arte. Pero mientras el arte totalmente creativo da vueltas alrededor de la verdad objetiva con el propósito de no quemarse al contacto con ella, el arte de un periodista es exactamente lo contrario: no puede dar vueltas alrededor de la verdad informativa sin tocarla, por muy peligrosa que sea la quemadura de este contacto. Porque el periodista debe exponer esa realidad o verdad y, en muchos casos, explicarla, describirla y criticarla o defenderla.

En esta explicación el periodista también crea, porque ya no se trata simplemente de ser intermediario entre un hecho y los destinatarios de la información, sino que, además, se trata de una intervención personal y, como tal, subjetiva.

Esta intervención está a veces cargada de las más decisivas características de su personalidad. Entre estas, la inteligencia, el buen gusto y estilo, la erudición, la integridad ética y la habilidad de penetrar en el mundo de sus lectores u oyentes son las más importantes. Sería un error no tener en cuenta el hecho de que también el destinatario posee igualmente dignidad humana y que

en muchos casos este destinatario tiene la fuerza cocreativa, gracias a su cultura, imaginación e inteligencia.

Pero, además, puede surgir poesía en el modo de utilizar la libertad de expresión, en la búsqueda no solo de la verdad, sino también de la bondad y la belleza, en el tratamiento de los temas que, hechos pura prosa, aplastan, pero que con un poco de poesía elevan el pensamiento y los ánimos. Pienso que hay muchos temas en los que se puede descubrir la alegría poética. Hay poesía en todo y, desde luego, en la realidad, ya que los poetas también comunican diferentes aspectos de la realidad, una realidad elevada, quizá, a la enésima potencia, pero al fin y al cabo una realidad.

Aunque existe, por supuesto, el gran peligro de que la sensibilidad poética deje su puesto al realismo duro y embrutecido de la sequedad y trivialidad cotidiana, se puede ser un poco poeta ejerciendo la profesión periodística. No hay que convertirse en rapsodas retóricos de las nubes del poder político —triste antipoesía—, sino en defensores y portadores de los valores humanos.

Se puede ser un poco poeta y se puede ser muy poeta, como nos de-

muestra la historia del periodismo español y universal. Se puede ser a la vez poeta y periodista, porque la poesía es, entre otras virtudes y características, el espejo en el que se refleja la luz que ilumina el tiempo, el hombre y el mundo en que vivimos. Reconstruir la vida, las realidades, las sensaciones propias y ajenas significa también reconstruir aquellos momentos en los que surjan visiones poéticas como consecuencia de una lucha, y también sufrimientos interiores líricos o épicos, emotivos o prosaicos, pero siempre nacidos de lo más íntimo del ser humano.

El periodista-poeta vive en la actualidad, pero se encuentra fuera de ella para poder abarcarla entera. Está aquí y allá. Al mismo tiempo abraza la realidad cotidiana y se quiere librar de ella. Le atraen los hechos pero se defiende para que no le cautiven. El periodista-poeta ve mejor la realidad de lo que ella le ve a él. Se miran desde diferentes ángulos y se ven en distintos colores. Y a pesar de todo esto y de todas las situaciones prosaicas en las que se encuentra o se puede encontrar, el periodista debe ser un poco poeta.

[■] **Luka Brajnovic**, destacado periodista croata, muerto recientemente en España, en donde ejerció también el magisterio.

Libertad verdadera: Autocensura y propaganda

Miguel Sarmiento y Leonardo Ferreira[■]

Entre las víctimas conocidas del terror del 11 de septiembre en Nueva York y Washington se encuentra la gran prensa estadounidense, en especial los noticieros de televisión comercial. Diezmadas por la autocensura, la caída económica y el deber de informar patrióticamente, las cadenas privadas de noticias angloamericanas están lejos de ser el "Quinto Poder" que soñaron antes de perder su rumbo en el último cuarto del siglo XX. Televidentes con experiencia ratifican a diario cómo el periodismo audiovisual de la Guerra Fría, a pesar del provincialismo y el oligopolio de la época, enfrentó con decisión y relativa independencia los retos del Macartismo, de la era espacial, del asesinato del Presidente Kennedy, y de las revueltas por derechos civiles o contra la guerra del Vietnam. Lamentablemente, los noticieros comerciales de la actual globalización y la lucha contra el terrorismo en EE.UU. tienen poco que ver con la televisión de la edad dorada.

Edward R. Murrow, el gran comentarista del entonces nuevo medio de la televisión, creía por ejemplo que los programas noticiosos desperdiciaban la Primera Enmienda si no promovían un debate libre y vigoroso, con escenarios abiertos, con una práctica de obtener noticias independientemente, y con una actitud crítica hacia los asuntos públicos. Desilusionado, no tuvo más alternativa que renunciar, acusando a las cadenas de una comercialización y

*Entre las víctimas
conocidas del terror
del 11 de septiembre
en Nueva York y
Washington se
encuentra la gran
prensa estadounidense*

una sed de ratings que acabarían por asfixiar al periodismo audiovisual. Ni abierto, ni crítico, ni independiente, Murrow, con increíble precisión, adivinó la suerte del periodismo actual por televisión hace cuarenta años.

Antes de la Tragedia

El replanteamiento, puramente mercantil y tecnológico del viejo precepto del libre mercado de las

[■] Miguel Sarmiento, integrante del portal regional de American On Line (AOL), Palm Beach, Florida y Leonardo Ferreira, Ph.D. profesor Asociado de la Universidad de Miami, Coral Gables
Correo-e: <Masa256@cs.com> , <miguesarmiento@aol.com>

ideas, empujó a las cadenas privadas en los años ochenta a concentrarse casi exclusivamente en la rentabilidad.

Atemorizadas por la competencia interna (Fox Network), la televisión por cable (CNN), el satélite y otros sistemas, la industria de la televisión comercial adoptó una evidente actitud

pro-régimen al lado de los grandes intereses del gobierno o del mundo empresarial, según le favoreciera. Envueltas en un torbellino de fusiones, con alianzas comerciales que para mediados de 1990 ya alcanzaban los 375 mil millones de dólares al año en Estados Unidos, las cadenas de TV comerciales buscaron asegurar o establecer lazos rentables con los consorcios transnacionales. La tendencia a la mega-empresa y la concentración, aun con la diversidad por el ingreso de nuevas tecnologías y canales, hundió a los noticieros en un festín de inversiones e intereses cada vez más opuestos a la "objetividad" y a la libertad de prensa.

Para fines del siglo XX, la industria de la noticia por televisión comercial en EE.UU. era un negocio de dura competencia entre la CNN, subsidiaria del





poderoso conglomerado AOL-Time Warner, y las cuatro grandes redes al aire con sus respectivas casas matrices: NBC-General Electric, Fox-News Corporation, CBS-Viacom, y ABC-Disney. Las semi-cadenas UPN y WB ya habían caído también en manos de los conglomerados, mientras que las hispanas, Univisión y Telemundo, jugaban un papel muy marginal.

Recientemente, sin embargo, gracias al efectivo crecimiento de la población y del mercado hispano, la NBC decidió entrar otra vez al mundo latino con la adquisición de Telemundo por 1,980 millones de dólares. La primera vez lo hizo a través de Noticias NBC, fundada en abril de 1993, y fracasó en menos de cuatro años. De cualquier modo, esta última adquisición es incomparable con los no menos de U.S. \$110 mil millones que costó la fusión AOL-Time Warner incluyendo CNN. Recordemos además que la AOL estuvo a punto de comprar Telemundo en agosto del 2001.

Lo anterior solo para indicar que existe poco espacio en la prensa para algo distinto de la inversión y la ganancia. En un ambiente de globalización, donde el interés es posicionarse a cualquier precio en el mercado mundial de la información, se sacrifica con facilidad los rezagos de una tradición de autonomía noticiosa que en realidad se perdió hace más de una década. De hecho, en medio de la ambición y el "orden" económico global, la credibilidad de las cadenas privadas de TV comenzó a sufrir con la invasión de Granada en 1983. Los Marines salieron a "liberar" la isla caribeña sin la intervención de la prensa, mientras el gobierno de Reagan aprovechó el periodismo amigable para fijar límites al acceso

de la información en tiempos de guerra y en zonas de combate.

Tales restricciones, incluyendo la organización de cuadrillas de reporteros bajo la tutela de relacionistas públicos militares, sirvieron posteriormente para amordazar la prensa en la invasión de Panamá y en la Guerra del Golfo Pérsico. Pete Williams, un vocero del Departamento de Defensa, llegó a comentar públicamente cómo los reportajes de la guerra eran una simple repetición de lo que decían los funcionarios del Pentágono. CNN, renuente en ese entonces al control de las super-empresas, apareció como una voz independiente, en

***Estados Unidos,
después de lo sucedido
con los medios a partir
de la tragedia del 11 de
septiembre, no tiene
autoridad para dar
disertaciones sobre
libertad de prensa y
expresión***

medio de la pasividad de la noticia por canales comerciales. Esto es, hasta que la CNN no resistió el magnetismo de los conglomerados, acabando con su espíritu de autonomía y convirtiéndose en otra cadena comercial más. Como sucede hoy con los disidentes, Peter Arnet, el crítico estelar de la antigua CNN, fue denunciado por el promedio de la opinión estadounidense como un periodista traidor y antipatriota de la causa militar en el Medio Oriente.

Con el correr del tiempo, la autocensura sobre la devastación de los bombardeos en Irak, los despidos de reporteros y editores, y las actitudes pro-guerra y pro-gobierno de las cadenas privadas, incluyendo la manipulación y distorsión de informaciones, llevaron al famoso Walter Cronkite a decir que el verdadero horror de la Guerra del Golfo Pérsico fue la censura de los medios noticiosos. Luego no nos debe sorprender que cada vez que surge un conflicto armado, afirma el mismo profesor Jenssen, "la verdad sea la primera baja, [pues] la prensa no ha aprendido la lección".

Durante y Enseguida de la Tragedia

La guerra contra el terrorismo puede parecerle nueva al grueso de la audiencia estadounidense, pero el cubrimiento en la TV comercial de la lucha contra este y otros crímenes atroces, sigue siendo, en EE.UU., el reflejo de una prensa sin aspiraciones ni objetivos distintos a la supervivencia económica de los últimos veinte años. En momentos en que el público necesita un periodismo intrépido, inteligente e independiente, las cadenas privadas no tienen alternativas que ofrecer.

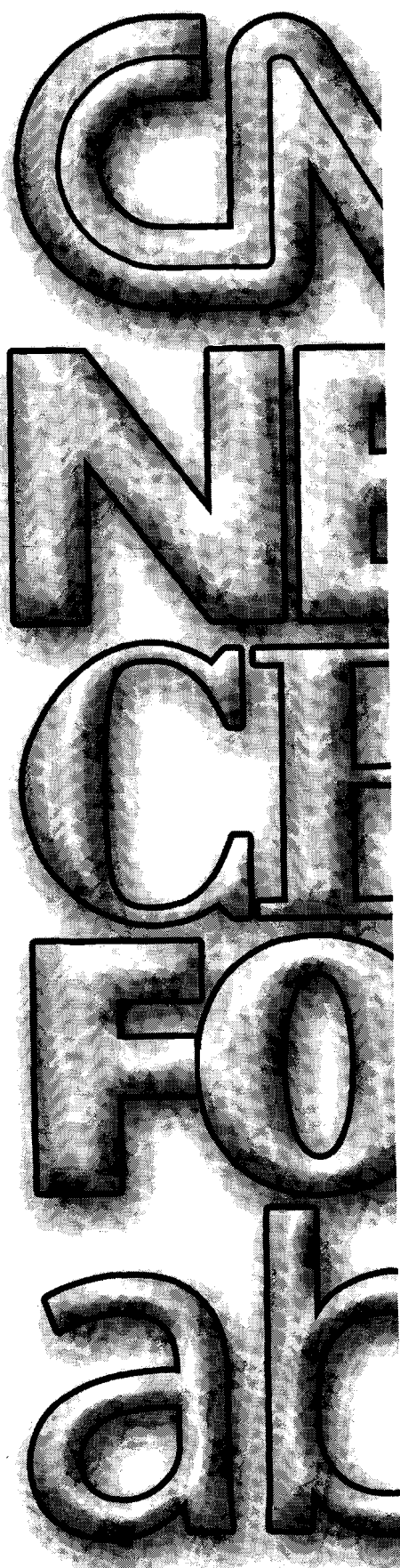
Una vez que se vio que la tragedia no era

un accidente, los noticieros comenzaron a corear el populista slogan "America under Attack," lo que les llevó a confundir la devastación en Nueva York con Pearl Harbor y el temor de una tercera guerra mundial. Sin duda, la destrucción fue peor que la mañana del domingo 7 de diciembre de 1941, pero la situación estaba lejos de parecerse a la Segunda Guerra Mundial, aun cuando tuviese la potencialidad de generar un conflicto de grandes proporciones. Como en Pearl Harbor, el sentimiento de furia y de venganza, como también de invulnerabilidad se apoderó del país. En minutos, el apasionamiento hizo presa fácil de presentadores y reporteros que hasta ese momento promulgaban con fe el dogma de la objetividad.

Con un presidente ausente en una escueta grabación desde Florida y una industria de televisión sin recursos intelectuales para entender lo que ocurría, las primeras horas de la crisis fueron de un inmenso vacío de poder, falta de liderazgo, y confusión. El experimentado Peter Jennings de la ABC, canadiense de nacimiento y una de las figuras que como pocos transmitió con relativa ecuanimidad el dolor de la tragedia, criticó con cautela la demora en la intervención del presidente Bush. A la semana siguiente lo acusaron de extranjero y antiamericano.

Mientras el Internet daba problemas por





fallas de alto tráfico o interconexión, la radiodifusión y el cable absorbieron el comienzo de la crisis. Rodeados de multitudes, los televisores escasearon, y millones de oyentes, todavía en las autopistas, se enteraron de la tragedia por locutores desubicados para describir la magnitud del hecho en la radio. Con golpes criminales tan temibles, el ambiente era de guerra, de emociones reprimidas, y de sospecha por lo relacionado con el origen del ataque: "los musulmanes." Imágenes de celebración en Palestina caldearon aún más el entorno. En menos de un mes, cuatro estadounidenses de origen árabe aparecieron asesinados, incluyendo a Abdul Ali Ahmed, propietario de un almacén en California, con ocho hijos y más de treinta años de residencia en el país. En este momento, se adelantan 168 causas criminales por asaltos contra personas de apariencia árabe.

En momentos en que el público necesita un periodismo intrépido, inteligente e independiente, las cadenas privadas no tienen alternativas que ofrecer

Aunque el primer ministro inglés Tony Blair denominó rápida e inteligentemente el ataque una pesadilla del "terrorismo masivo," las cadenas comerciales estadounidenses, enceguecidas por el patriotismo, hablaban de una guerra no declarada entrevistando a "expertos" militares o burócratas y generales retirados que justificaban su historia. Los políticos, especial aunque no exclusivamente los demócratas, así como los intelectuales y los académicos, brillaron por su ausencia. Sencillamente, no existían garantías para hablar. Hoy, apenas si las hay.

Según Marvin Kalb, antiguo corresponsal de televisión y actual director de la oficina en Washington del Shorenstein Center on the Press de la Universidad de Harvard, la prensa desde el inicio de la crisis "no solo se adornó de imágenes de patriotismo sino que se dedicó a obtener gran parte de su información de fuentes oficiales. Pero, como sabemos, luego de un buen número de crisis políticas y militares del pasado, los gobiernos en ciertas circunstancias no solo guardan información sino que también engañan al público o simplemente mienten," advierte Kalb.

Efectivamente, la audiencia más preparada del país de la Primera Enmienda solo encontró refugio en la radio y la televisión pública, los medios alternativos, y los servicios noticiosos en línea del extranjero. Superando el choque de la crisis y arriesgando su precaria estabilidad política y económica, las cadenas públicas salieron a cumplir con su obligación ética y profesional. Por el contrario, la gran prensa, tanto las cadenas de radiodifusión comercial como los periódicos, bandera de las monopolizadas áreas metropolitanas, quedó relegada, en Internet, en papel, por aire o por cable, a ser la voz de lo permitido o lo censurado.

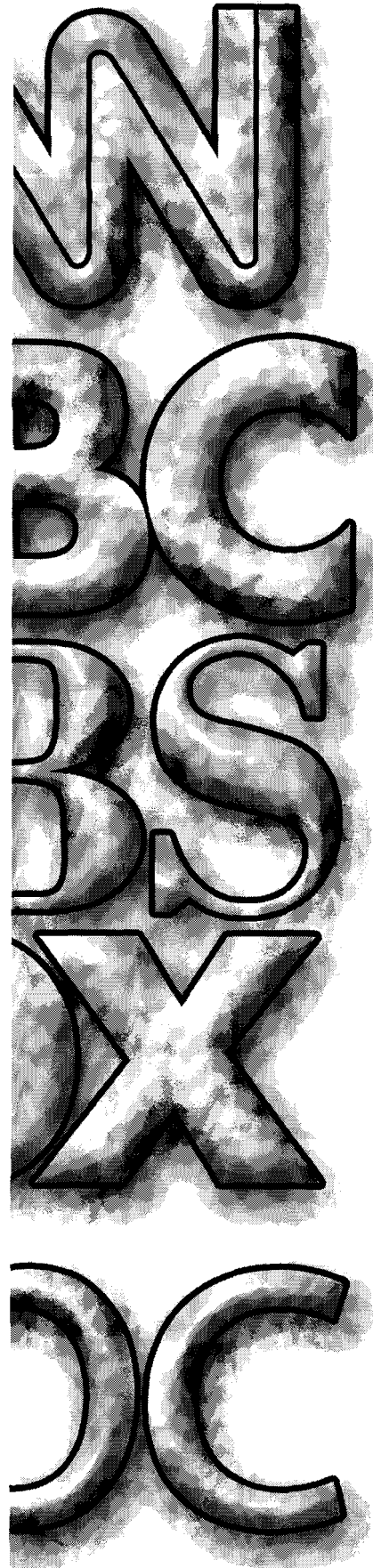
Octubre 10 del 2001, para los comunicadores de EE.UU., será también una fecha incomprensible, ya que las cinco cadenas de TV comercial claudicaron ese día su responsabilidad de informar. Persuadidos por Condolezza Rice, consejera nacional sobre asuntos de seguridad, los directores de los principales noticieros de televisión del país acordaron con el gobierno "poner límites a los mensajes y comunicados de Osama Bin Laden y sus asociados". Sin eco, para los empresarios de la noticia, quedó el principio de Jefferson de que es mejor una prensa sin gobierno que un gobierno sin prensa, aun en tiempos de crisis.

El argumento para censurar los videos de Bin Laden, según oficiales de Gran Bretaña y EE.UU., es la eventualidad de mensajes codificados con instrucciones para cometer actos terroristas. De hecho, la expresión "Juro ante Dios," según la inteligencia estadounidense, podría ser uno de esos mensajes. Con el liderazgo de la CBS, los ejecutivos de las cadenas decidieron censurar los videos para garantizar "un periodismo responsable que informe al público, sin poner en peligro vidas norteamericanas".

Durante la Segunda Guerra se transmitieron mensajes encodificados a la resistencia francesa desde Londres, pero como bien aclara Richard Sambrook, director de noticias de la BBC, las afirmaciones de estos videos solo se transmitieron en parte, siendo dobladas al inglés, "un proceso que Bin Laden no pudo controlar". Para The Independent del Reino Unido, "la noción de que los terroristas puedan estar pasando mensajes secretos en las noticias

es algo fatuo". Del mismo modo, la cadena Al Jazeera en Doha, Qatar, el equivalente a la CNN de la Guerra del Golfo, considera que si sus videos noticiosos contienen algún mensaje codificado de Bin Laden, lo que se necesita es ayuda para identificarlos, no censura. Es más, lo que nos parece raro, afirma Ibrahim Hilal, editor en jefe del canal satélite árabe, "es que los estadounidenses se quejen cuando lo que estamos haciendo es luchar por el criterio occidental de la objetividad".

Ari Fleischer, vocero de la Casa Blanca, no está de acuerdo. Alegando que toda transmisión sobre declaraciones del responsable del actual terrorismo es una amenaza a los intereses de los EE.UU., cualquier canal que los presente, "termina siendo un foro de propaganda para incitar a la gente a matar norteamericanos". Como era de esperarse, el gobierno estadounidense empezó a ejercer presión sobre Qatar, tratando de ablandar a Al Jazeera. De hecho, las cadenas de TV comercial estadounidenses prefirieron ceder ante la presión del gobierno y el





cerrado espíritu patriótico de sus audiencias. Agilmente, Al Jazeera invitó a Ms. Rice para presentar el punto de vista de la administración Bush y aminorar sus quejas.

Ese mismo día, AlJazeera sirvió de puente para que Osama Bin Laden le ofreciera a CNN la posibilidad de hacer preguntas sobre la crisis terrorista.

En un ceremonioso anuncio, Patricia Janiot, presentadora estelar de CNN en Español, aceptó implícitamente la invitación en nombre de la cadena. Con un listado de pre-avisos y condiciones al aire, incluyendo el que no sabemos donde esta Bin Laden, no dependemos de Al Jazeera para decidir la noticia, no estamos bajo presión de Al Queda, y no publicaremos nada sin revisar los videos, la CNN procedió a hacerle preguntas al sospechoso. Entre ellas, ¿por qué atacaron las torres gemelas? ¿Tiene algo que ver con las armas bacteriológicas o los ataques de antrax? ¿Entrenó o recibió apoyo de gobiernos extranjeros para atacar a los Estados Unidos? Si no hay justificación en el Islam para actos violentos ¿por qué los patrocina? Al momento de escribir este artículo, la audiencia esperaba las respuestas.

De haberlas, sería una buena oportunidad para corregir la autocensura impuesta el pasado 10 de octubre. Se presume que cualquier material importante originado en Afganistán no llegaría solo a CNN, luego, ¿qué sentido tendría mantener tales imágenes fuera del aire, cuando podrían ser transcritas o reproducidas en los periódicos o la Red? pregunta un ejecutivo de The New York Times anónimamente.

Todos en lo Mismo

La Sociedad Interamericana de Prensa, reunida coincidentalmente en Washington D.C., criticó abiertamente a los Estados Unidos en la apertura de su asamblea anual. Desacostumbrada a denunciar a los estadounidenses, la organización identificó distintas violaciones a la libertad de prensa en el país sede, incluyendo la revelación forzosa de fuentes noticiosas, la intromisión en conversaciones telefónicas personales de los periodistas, y las medidas de seguridad dictadas por el Pentágono en contra del libre flujo de la información. "Esto último hace pensar —afirmó Rafael Molina, presidente de la Comisión de la Libertad de Información— que la libertad de prensa podría ser una de las primeras víctimas de esta guerra (contra el terrorismo).

Las primeras horas de la crisis fueron de un inmenso vacío de poder, falta de liderazgo y confusión

Meses atrás, en el prefacio del informe anual del 2001, Molina afirmó: "La [SIP] no cesará en su empeño por detectar y reportar cada atentado, por mínimo que sea, que ocurra en cualquier rincón de nuestro continente y que pueda afectar el sagrado derecho de los pueblos por tener acceso, sin restricciones, a todo tipo de información". Llegó la hora entonces de vigilar también a las autoridades estadounidenses en bien de la libertad. Dos duras lecciones del 11 de septiembre entre muchas, sobre todo para los estadounidenses, de que no existe sociedad segura e invulnerable por desarrollada que sea. La otra, que afecta a todos los americanos, es decir, a los habitantes de las Américas en su conjunto, es que no existe una prensa enteramente libre en ningún país del continente.

En medio del terror por la bacteria del antrax, originada y dirigida en gran parte a los medios de comunicación (curiosamente, los tabloides y las cadenas NBC y ABC), los Estados Unidos tratan de reconstruir la sociedad de que gozaban. Sin embargo, a pesar de los discursos y las expresiones de patriotismo, los estadounidenses y el resto de la comunidad internacional saben bien que el mundo de hoy no es el mismo del amanecer del 11 de septiembre. Ojalá, y pronto, pueda decirse que va a ser mejor, en honor de las más de seis mil personas inocentes que perdieron la vida ese día y los que la están perdiendo

ahora mismo en Afganistán. Para lograrlo, se requiere de comunicadores verdaderamente "patriotas," como diría Kalb, periodistas y medios que sin censura reporten los hechos y digan la verdad como mejor la entienden.

Un serio obstáculo para superar la crisis de los medios es la propia administración George W. Bush, que no ha sido el mejor amigo de la prensa, incluso antes de la tragedia. Con una celosa agenda de proteger secretos militares y de inteligencia, heredada de su padre y de la Guerra del Golfo, el actual presidente inició su gobierno fijando advertencias y condiciones sobre el flujo de la información pública. Con la crisis, los intentos de restringir se han vuelto sencillamente más obvios.

En menos de un mes, el presidente Bush ha querido reducir el círculo de congresistas con información directa del presidente, ha intentado mantener oculta información esencial sobre la seguridad pública (posibilidades de un nuevo ataque, información sobre medicinas), y ha persuadido a los medios, con éxito, a autocensurarse. En el Departamento de Estado, la Casa Blanca, y el Pentágono, la información es frecuente pero cada vez más irrelevante. Largas sesiones para recibir respuestas evasivas y excusas por razones de seguridad nacional, se combinan con intromisiones en contenidos como sucedió en la Voz de América y el programa "Polítically Incorrect" de la ABC con Bill Maher. En relación a este último, Mr. Fleischer llegó a decir en la Casa Blanca: "es mejor que los americanos se cuiden de lo que dicen o hacen".

Para terminar, hace casi un año que Eduardo Frei Ruiz-Tagle dijo en un foro de expresidentes en la República Dominicana, durante la crisis Bush-Gore, que los EE.UU. ya no tenían autoridad moral para darle clases a América Latina sobre elecciones democráticas. Lo mismo debemos decir ahora en relación con su libertad de prensa. Aunque tenemos mucho que aprender de la Primera Enmienda, EE.UU., después de lo sucedido con los medios a partir de la tragedia del 11 de septiembre, no tiene autoridad tampoco para dar disertaciones sobre libre prensa y expresión.

La "Primera Enmienda" y un informe preocupante

El artículo de Miguel Sarmiento y Leonardo Ferreira, alude en varias ocasiones a la "Primera Enmienda" de la Constitución de los Estados Unidos como fundamento de la libertad de expresión en ese país.

Esa "Primera Enmienda" dice:

Primera Enmienda

El Congreso no aprobará ninguna ley con respecto al establecimiento de religión alguna, o que prohíba el libre ejercicio de la misma o que coarte la libertad de palabra o de prensa; o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y a solicitar del Gobierno la reparación de agravios.

Amendment I

Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the government for a redress of grievances.

Vigencia

Las primeras diez enmiendas a la Constitución de los Estados Unidos fueron propuestas a las asambleas legislativas de los diversos estados por el Primer Congreso, el 25 de Septiembre de 1789.

Dichas enmiendas fueron ratificadas posteriormente por los diferentes Estados de la Unión.

Un Informe preocupante

Tras los acontecimientos del 11 de septiembre, la organización "Reporteros Sin Fronteras" (www.rsf.fr) envió a Estados Unidos a una misión que produjo el Informe titulado "Entre la tentación patriótica y la autocensura: los medios de comunicación norteamericanos en la tormenta del post 11 de Septiembre".

En las conclusiones del Informe dijo: "se han constatados varios intentos de las autoridades norteamericanas destinados a controlar el trabajo de los medios de comunicación: detenciones de fotógrafos cerca del World Trade Center, filtraciones de imágenes de ese lugar por parte de las fuerzas del orden, intentos de prohibir la entrevista con el Molláh Omar y presiones sobre la televisión Al Jazira, de Qatar, para que deje de emitir imágenes de Osama Bin Laden. Todas estas intervenciones, sea cual sea el contexto, son inaceptables".

El informe que fue hecho público en París el 11 de octubre, no abordó las "solicitudes" del vocero de la Casa Blanca, Ari Fleisher, y de la Consejera de Seguridad Nacional, Condoleezza Rice, para que las cadenas de televisión de Estados Unidos dejen de transmitir entrevistas e imágenes de Osama Bin Laden, señalado como presunto responsable de los ataques, argumentando que Bin Laden podría estar transmitiendo por esta vía mensajes cifrados para

realizar nuevos atentados. Las cadenas de televisión "empezando por CNN, la más influyente" acataron la petición gubernamental.

El documento apuntó una tendencia preocupante: "La simbiosis que parece operar entre el tono de los principales patrocinadores audiovisuales y la política de Estados Unidos puede, al final, minimizar el papel de 'perros guardianes de la democracia', que, hasta ahora, tenían la mayoría de los medios de comunicación en ese país".

Y señaló también: "Los casos probados de censura corporativa, como el despido de dos periodistas por comentarios juzgados excesivos, pueden abrir la vía a la autocensura y a la falta de crítica en la prensa".

Internet, el primer sospechoso

El informe describió que: "Sólo algunas horas después de los atentados, agentes del FBI se presentaron en las sedes de los principales proveedores de acceso a Internet (Hotmail, AOL, Earthlink y otras) para recabar información sobre eventuales intercambios por e-mail entre los terroristas. Amparándose en el anonimato, algunos ingenieros que trabajan en esas empresas manifestaron a la revista Wired que los agentes del FBI también querían instalar el servicio de vigilancia electrónica Carnivore (recientemente rebautizado como DCS1000) en la computadora principal de los proveedores de acceso a la base en Estados Unidos.

Otro ingeniero que trabaja para Hotmail precisó que el FBI exigió "y consiguió" todas las informaciones de las cuentas cuyas direcciones incluían la palabra "Alá".

El sistema Carnivore "que permite registrar y almacenar los datos intercambiados por usuarios de

Después del discurso de Bush, dijo el informe de RSF: "la suerte de las víctimas quedó en segundo plano; los canales de televisión dedicaron todo su tiempo a celebrar a los nuevos héroes, del país: bomberos, fuerzas de la policía y del ejército, políticos

Internet" se instalaba sólo por orden de un juez. El 13 de septiembre (dos días después de los atentados) el Senado aprobó la "Combating terrorism act" que libera a los servicios de inteligencia de una orden judicial para instalar el sistema Carnivore. Sin embargo, para que dicha medida sea efectiva falta que el texto sea aprobado por una comisión paritaria del Senado y de la Cámara de Representantes.

Igualmente, dijo el informe, las autoridades norteamericanas intentan prohibir la criptología, procedimiento que permite proteger la confidencialidad de los internautas.

Al respecto, el informe afirmó: "La ofensiva contra la confidencialidad de los mensajes por Internet, así como un cierto número de medidas contenidas en la legislación Antiterrorista, (presentada por la Casa Blanca ante el Congreso) constituyen una amenaza real contra las libertades individuales y colectivas".

El rigor patriótico

El informe de RSF señaló que después de los ataques a las Torres Gemelas y al Pentágono, la prensa y la televisión estadounidense "fueron una excelente fuente de información" sobre los acontecimientos. Las televisoras transmitieron en tiempo real los hechos sin censuras ni cortapisas.

"Pero -apuntó el documento- una semana después cambió el tono y el contenido" de los medios de comunicación, particularmente de las cadenas de televisión. El punto de inflexión fue el discurso del presidente Bush ante el Congreso el 20 de septiembre.

Después de ese discurso de Bush, dijo el informe de RSF: "la suerte de las víctimas quedó en segundo plano; los canales de televisión dedicaron todo su tiempo a celebrar a los nuevos héroes, del país: bomberos, fuerzas de la policía y del ejército,

políticos, y sobre todo, a mostrar la imagen de una nación indivisible y combatiente, dispuesta a librar una guerra contra los que la habían atacado. La nueva guerra de América, y luego en guerra contra el terror, (CNN) o América contraataca, (CBS) han sido las consignas, acompañadas de la ahora omnipresente bandera estrellada, impresa en la pequeña pantalla".

Según el Informe, "los periodistas y responsables de los medios de comunicación preguntados por RSF o desmintieron enérgicamente haber hecho propaganda, o por el contrario, asumieron y justificaron plenamente esa opción".

El documento ofreció un ejemplo ilustrativo: "Las 62 estaciones regionales del grupo Sinclair Broadcast emiten en su página web la siguiente declaración: 'todo el equipo de nuestra cadena apoya la acción del presidente y de los dirigentes de nuestra nación en su deseo de poner fin al terrorismo. Si está usted de acuerdo, dígalos'."

Los "perros guardianes"

El informe habló del debate dentro de la prensa norteamericana para no difundir las imágenes de los cuerpos rescatados de los escombros de las Torres Gemelas. Así mismo consignó cómo las autoridades filtraron y editaron imágenes de dichos rescates para luego proporcionarlas a los periodistas. Dio cuenta de cómo la Guardia Nacional impuso un complicado sistema de acreditación e impidió el paso y el trabajo de fotógrafos y reporteros en el área de rescate.

"La organización de defensa de la libertad de prensa norteamericana The Reporters Committee For Freedom of de Press (RCFP) estima que al menos cuatro periodistas fueron detenidos y acusados de violar las reglas de acceso al World Trade Center. Entre ellos, Ian Austin, fotógrafo de la

agencia Aurora Quanta Productions, que permaneció en detención provisional durante tres días".

Otros incidentes

El informe dio cuenta de "otros incidentes equiparables a violaciones de la libertad de prensa que han salpicado la vida de los medios de comunicación estadounidenses".

El 19 de septiembre, la cadena de televisión ABC decidió no difundir más las imágenes de los aviones impactándose en las torres del World Trade Center. Oficialmente lo hizo para "no banalizar este dramático acontecimiento", pero señala RSF "muchos observadores sospechan que hubo presiones de parte de las autoridades y, sobre todo, un deseo formulado por el propietario de la influyente Network, la compañía Disney".

El 23 de septiembre, Les Daughtry, propietario del diario Texas City Sun, se excusó ante los lectores por un texto publicado por uno de sus redactores en jefe, Ron Gutting, quien en un artículo criticó la actitud del presidente Bush por esconderse tras los atentados del 11 de septiembre. Gutting "fue despedido, sin más formalidades, del principal diario del Estado de Texas, feudo de la familia Bush".

Por una crítica similar a Bush, Dan Guthrie, del Daily Courier, editado en Grant Pass, corrió la misma suerte: fue despedido "por razones personales" y, también, el redactor en jefe del periódico, Dennis Mack, se excusó ante sus lectores.

"Ambos casos -dijo el informe- son el ejemplo más flagrante de censura corporativa".

Advirtió, sin embargo, que "en ninguno de estos casos se constató presiones de las autoridades, las reacciones (en contra de dichos artículos) por parte de los lectores de los periódicos, parecen haber sido decisivas para sancionar a los dos periodistas".

No obstante, el informe dio cuenta de otro incidente que sí causó "reacciones muy vivas" en La Casa Blanca. Bill Maher, presentador estrella del programa Politically Incorrect, en ABC, declaró el 17 de septiembre: "Hemos sido muy descuidados enviando misiles de crucero a casi 3 mil kilómetros de aquí. Por el contrario, permanecer en un avión que se sabe que va a explotar contra un edificio, diga usted lo que quiera, pero eso no es descuido".

El Informe señaló: "Las palabras provocaron también la cólera de muchos telespectadores y supusieron la retirada inmediata de los dos principales patrocinadores del programa: Federal Express y Sears. Muchos canales de la difusión afiliados a la red de ABC, especialmente en Nueva York y Washington, anularon la difusión del programa de Bill Mahler, sobre todo después de que Ari Fleisher, portavoz de la Casa Blanca, calificara esas declaraciones de "antipatrióticas".

El informe comentó también el intento de las autoridades por prohibir la difusión de una entrevista con el jefe supremo de los talibanes, el mullah Mohamed Omar, a través de la emisora radial Voice of America (VOA), que pertenece al Departamento de Estado. El director de información de VOA protestó y más de 150 periodistas firmaron una petición para que se difundiera la entrevista. Ante el alboroto que provocó el incidente, VOA finalmente lo hizo público el 25 de septiembre. "Hemos ganado una batalla, pero dudo que la historia termine aquí. Probablemente van a rodar cabezas", comentó a los representantes de RSF Claude Porsella, jefe del servicio en lengua francesa de VOA.

En sus conclusiones, el informe de RSF señaló que "persisten algunas razones para estar inquietos" sobre el peligro que corre la Primera Enmienda (que garantiza la libertad de prensa y expresión en Estados Unidos). ●

El terrorismo y los límites del poder

Luis Eladio Proaño

La brutalidad y barbarie del ataque terrorista a Estados Unidos desató una ola incontenible de simpatía y solidaridad internacional a la que se sumó espontáneamente América Latina. Esta adhesión, sin embargo, no puede ser incondicional. No podemos respaldar a Bush haga lo que hiciere. Frente al desafío terrorista debemos rechazar dos extremos indeseables: la impunidad y la arbitrariedad.

Ningún Estado puede permitir que el terrorismo lo despoje del monopolio de la fuerza que hace posible la vigencia del derecho, pero tampoco puede, so pretexto de acabar con el terrorismo, convertirse él mismo en terrorista.

El antiterrorismo debe conjugar dos elementos: el uno, la severidad y, el otro, la legalidad, para evitar que la justicia se convierta en venganza, nacida de una enloquecida indignación.

No debemos hacer de nuestro mundo occidental el dechado de todas las virtudes y el único dueño de la verdad, de la justicia y la civilización, achacando a los árabes, en contraste, todos los vicios de la barbarie y la virulencia de un brutal terrorismo. La maldad no es toda de ellos y la bondad solo nuestra. No fueron los árabes los autores del holocausto judío, ni son ellos los que albergan a ETA o al IRA.

Utilizando la inigualable capacidad crítica de su comunidad académica, Estados Unidos debería someter a un duro escrutinio su política internacional. Debe preguntarse si cabe en el siglo de la globalización, el jugar, como lo ha hecho en el pasado, el papel de árbitro, juez y gendarme, en solitario. Cuando la primera potencia mundial se pone la pistola al cinto y empieza a disparar a dos manos, en el mejor estilo cowboyesco, para imponer la democracia y la justicia, corre el peligro de avasallar a los débiles y

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

**Frente
al desafío
terrorista
debemos
rechazar
dos extremos
indeseables: la
impunidad y la
arbitrariedad**

puede obligarlos a echar mano de la única arma que le queda a la impotencia bélica, el terrorismo. Cuando Reagan invadió, presionó o secuestró en Panamá, Honduras y Granada no hubo autoridad que pudiera sancionarlo, porque ante las grandes potencias el derecho internacional es impotente, pero sembró las semillas del resentimiento y Estados Unidos ahondó en América Latina una actitud de antipatía y suspicacia antiamericanista reacia a desaparecer.

Nadie duda que Estados Unidos es la primera potencia bélica del mundo. Muchos temen su grandeza. Debe, sin embargo, recordar que para no pocos el terrorismo es la honda de David con la que es posible herir la frente de Goliat.

La guerra que Bush ha declarado al terrorismo será larga y compleja. No podrá ganarla, como llanero solitario, fiado tan solo en su descomunal poder. Hay factores de equilibrio y cordura que no puede ignorar. Uno de ellos es el consenso de las naciones y la opinión pública internacional sobre el qué hacer y cómo hacerlo. Si quiere dar, como le gustaría, una lección sobre los méritos de la civilización occidental es indispensable, entonces, que recuerde que no podrá echar a andar por el atajo de la impaciencia que pisotea la ley, ni por el camino tortuoso de la venganza excesiva en el que cabalga la barbarie.

Ha causado no pequeña admiración que la prensa y televisión americanas, conocidas por su independencia y capacidad crítica, se hayan limitado a repetir dócilmente los pronunciamientos del Presidente y los más altos funcionarios, convirtiendo el ejercicio de la comunicación, primero en autocensura y luego en propaganda. ❁

Periodismo latinoamericano

Los casos más comunes de corrupción

Jaime López [■]

El periodismo es un servicio público y administra uno de los recursos más valiosos y poderosos de las sociedades modernas: las noticias.

Una noticia puede desencadenar la caída de un funcionario, el retroceso de una medida gubernamental, la huida de inversionistas o que los ciudadanos prefieran quedarse en casa el día de las elecciones.

Normalmente en nuestras sociedades la noticia refleja y es entendida como la "verdad" de los hechos. Y de ahí deriva el poder del periodismo y su capacidad de influir e incidir en las conductas y relaciones sociales.

El periodismo selecciona qué hechos pueden constituirse en noticia y decide la presentación de la información, optando por un enfoque y asignándole un espacio o tiempo de exposición determinados. En otras palabras, es el periodismo el que moldea y construye la "verdad noticiosa", la que debería ser siempre una representación fiel de los hechos.

Pero, ¿a quién responde ese poder? Teóricamente debe responder a la verdad, a la búsqueda del bien común y a la estricta observancia de la ética periodística. Sin embargo, en la práctica, responde a la voluntad de un periodista, con sus particulares prejuicios e intereses; a un editor leal a la línea establecida por los propietarios del medio; a un

Es tiempo de que el periodismo asuma la tarea de frenar su propia corrupción

departamento de mercadeo de prensa que debe decir "sí" en todo a los anunciantes; a dueños que miden su "compromiso con la verdad" según las utilidades de los estados financieros y sus relaciones con la elite económica y política; y todos ellos influenciados o presionados por el gobierno, partidos políticos, grupos empresariales y otros que buscan beneficiarse o evitar salir perjudicados con los contenidos noticiosos.

En América Latina el periodismo funciona y se ha desarrollado bajo un equilibrio de reglas

■ Jaime López, Especialista en anticorrupción de Probidad, Revista Probidad y Sub-director Regional de la organización Periodistas Frente a la Corrupción
Correo-e: <jalopez@probidad.org>
Internet: <http://www.cipe.org/pfc> – <http://www.probidad.org.sv>

escasamente compatibles entre política, mercado y servicio público. Sus resultados comprenden una extensa gama de perfiles de medios: entre el oficialismo y la independencia, entre la izquierda y la derecha, entre el profesionalismo y el amarillismo, entre la verdad y la mentira.

Así como hay muchos buenos ejemplos de periodismo en la prensa escrita, la radio, la televisión e Internet, también están los vergonzantes que subsisten y prosperan mediante relaciones promiscuas con el poder, contenidos inescrupulosos y falsos discursos.

Retos del periodismo en América Latina

El periodismo en América Latina enfrenta enormes retos y compromisos frente a la corrupción, el crimen organizado, la devastación del medio ambiente, los modelos mercantilistas y otros graves problemas. Nuestra región requiere de un periodismo que contribuya a formar un público informado y consciente, que canalice la indignación ciudadana y que estimule actitudes y acciones para proteger y consolidar los aún débiles procesos de desarrollo.

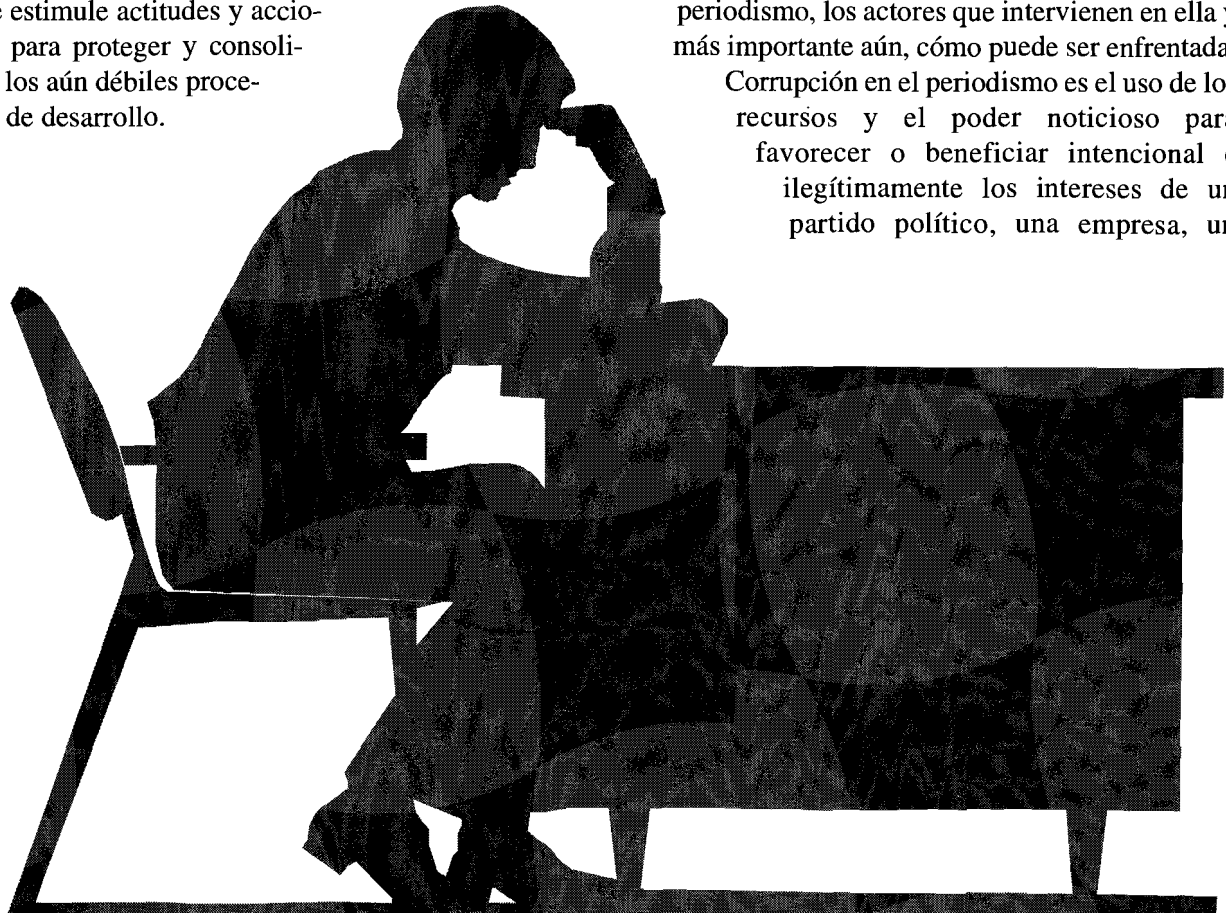
Sin embargo, mientras haya prácticas dentro del periodismo que socaven su independencia, solvencia y credibilidad, todos los buenos esfuerzos seguirán siendo opacados y desacreditados. En otras palabras, para fortalecerse, el periodismo tiene una enorme necesidad de señalar y limpiar la corrupción que pueda existir en su interior.

Por esa razón la ética periodística y la responsabilidad social no deben ser enunciados abstractos y utópicos, aspiraciones hipócritas o falsos referentes. Deben ser medidas prácticas, sobre las que se pueda monitorear la conducta del periodismo, exponer públicamente sus desviaciones y facilitar su depuración.

Corrupción en el periodismo

Cuando se habla de corrupción en el periodismo normalmente se evoca la imagen de un comunicador que recibe un soborno o un favor a cambio de alterar una noticia. Sin embargo, este enfoque es demasiado limitado e injusto, y dice muy poco sobre las manifestaciones de la corrupción en el periodismo, los actores que intervienen en ella y más importante aún, cómo puede ser enfrentada.

Corrupción en el periodismo es el uso de los recursos y el poder noticioso para favorecer o beneficiar intencional e ilegítimamente los intereses de un partido político, una empresa, un



funcionario público, un pariente o amigo, en detrimento de la veracidad y en perjuicio de la colectividad. En otras palabras, es el uso irregular de la información por quienes inciden e influyen - directa o indirectamente- en los contenidos noticiosos.

Sus responsables directos son los periodistas, editores y dueños de medios que se prestan a jugar con la información, e indirectamente intervienen los gobiernos, partidos políticos, anunciantes, empresas de publicidad y "amigos" del medio.

Algunas formas de corrupción en el periodismo son: la creación artificial de hechos noticiosos para confundir o distraer la opinión pública y evitar así que temas que sí son de relevancia obtengan la atención que merecen; las campañas infundadas para destruir la imagen de una persona o grupo que no es afín a la ideología de los dueños de los medios o que amenaza el "status" de los grupos económicos y políticos a los que está vinculado el medio; la promoción desproporcionada de candidatos a puestos

públicos, afines con la orientación política del medio; la presentación descontextualizada de las noticias para distorsionar las conclusiones del público; la censura sobre temas y contenidos noticiosos que puedan ofender a los anunciantes o al partido gobernante; las tendencias y acciones para monopolizar la propiedad de los medios de comunicación y el control de las frecuencias radioeléctricas, y la exclusividad de las fuentes informativas; los cruces y dualidades de periodistas con funciones de relacionistas públicos o promotores en oficinas gubernamentales; y la complicidad en las regulaciones y prácticas gubernamentales que comprometen la independencia periodística, como las leyes anti-prensa o el uso arbitrario de la publicidad oficial.

La corrupción dentro del periodismo también incluye las acciones que ayudan a disimularla, encubirla y tolerarla.

Al difundirse noticias falsas, incompletas o tendenciosas se introducen serias distorsiones en todos los órdenes de la vida social. En el caso de los países latinoamericanos, la corrupción en el periodismo contribuye a encubrir las violaciones a los derechos humanos, la destrucción del medio ambiente, el saqueo de los bienes y recursos públicos; fomenta el morbo, el amarillismo y la pobreza espiritual; aliena

las conciencias y conduce a la pérdida de identidad de los ciudadanos; favorece las relaciones y estructuras de inequidad en la sociedad y en otras maneras promueve una falsa imagen de democracia.



El periodismo es un servicio público y administra uno de los recursos más valiosos y poderosos de las sociedades modernas: las noticias

La corrupción en el periodismo puede tener diversas magnitudes y visibilidad. Hay unos casos donde se habla de recompensas millonarias y otros donde hay coacción o temor de por medio. Unos que sí son reconocidos como corrupción y otros que se consideran prácticas normales. Están los casos escandalosos y los que normalmente pasan desapercibidos.

Para tener una percepción vivencial acerca de qué es la corrupción en el periodismo citamos algunos ejemplos.

Un periodista guatemalteco cuenta lo que otro colega le dijo para tratarlo de influenciar en una investigación en marcha:

Periodista: ¿Quiere que detenga el trabajo?

Influenciador: No, sólo me preguntó sobre el chance que estás trabajando.

P: No entiendo...

I: Que me contaras la profundidad del tema; si es algo muy especial, si existían posibilidades de desgastarlo..., hablando claro: matar el rollo...

En el caso citado, el "influenciador" habló en

nombre de una red de funcionarios y periodistas que en conjunto operaban para manipular la agenda informativa de los medios.

I: "Por supuesto, esto viene desde arriba, soy un intermediario, ellos tienen un grupo de asesores alrededor de Francisco Reyes (Wyld) y este grupo de asesores tal vez va a presentar su trabajo a base de la ayuda de otro grupo, y estos asesores que a ellos les van a presentar el trabajo son los que hacen el contacto con nosotros, que nos pueden ir barajando la cuestión y nosotros hablamos con los cuates y les decimos: Bueno, se puede no se puede, le entrás o no le entrás, ahí tu ética, tu rollo, pues la cosa queda muerta... y esto no es un trabajo que hasta ahora se esté descubriendo..."

Afortunadamente el periodista Francisco González del periódico Siglo XXI no se dejó influenciar, denunció el incidente y continuó con su investigación.

En otro caso, es de conocimiento común que por los famosos "vladivideos" peruanos desfilaron, además de muchos funcionarios, periodistas y dueños o directores de medios. Uno de ellos fue Eduardo Calmell del Solar, ex-director del diario El Expreso, quien actualmente se encuentra en prisión. En enero/2001, Agencia Perú reportó lo siguiente:

"Las mismas fuentes judiciales precisaron a agenciaperu.com que el pasado martes Calmell del Solar admitió ante la fiscal Ana Cecilia Magallanes que en 1999 el ex asesor presidencial Vladimiro Montesinos 'le regaló' un millón de dólares en efectivo 'para que pudiera pagar sus deudas' y seguir dirigiendo el diario Expreso sin preocupaciones".

Se estima que entre 1999 y 2000, Calmell del Solar recibió un total mínimo de 3 millones 850 mil dólares de manos del ex-asesor presidencial y ex jefe del Servicio de Inteligencia Nacional (SIN), Vladimiro Montesinos. Calmell del Solar también apareció en un video como testigo de la entrega de 2 millones de dólares al ex-presidente del directorio de Cable Canal de Noticias (CCN), Vicente Silva Checa, por la adquisición de acciones de dicho medio para el Ministerio de Defensa.

En América Latina el periodismo funciona y se ha desarrollado bajo un equilibrio de reglas escasamente compatibles entre política, mercado y servicio público

Después de la caída del régimen presidencial de Alberto Fujimori, El Expreso llamó la atención, por atacar sistemáticamente al nuevo gobierno de transición, al procurador Jorge Ugaz y a los parlamentarios que estaban investigando casos de corrupción. También se opuso a las nuevas leyes anticorrupción, como lo mostró en su editorial "Anticorrupción sí, cheque en blanco no", donde señaló que:

"No es ético que un gobierno transitorio al que le quedan escasos meses de vida quiera legislar por su cuenta y riesgo en una materia que se está prestando ya a malas interpretaciones" (4/enero/2001).

Antes de juzgar

Quién sabe cuántas historias similares a las anteriores pueden encontrarse, además de otras que evidencian los problemas éticos que enfrenta el periodismo.

Ahora bien, antes de comenzar a decir "este medio o este periodista es corrupto", hay que señalar que la corrupción en el periodismo no es un fenómeno que surge y progresa de forma aislada.

Siempre que hablemos de corrupción tenemos que verla como un tejido, una interacción de diversos sectores que se alimentan y benefician de ella, de un sistema que -si no es frenado- va penetrando en todas las relaciones sociales.

Evadir los impuestos en la aduana, obtener un cargo público para un familiar, obtener un título profesional en forma fraudulenta o alterar una noticia son manifestaciones del mismo patrón de corrupción.

De igual modo, la veracidad y la calidad del periodismo no sólo son afectadas por sus problemas de corrupción. Los países de América Latina han sido - y lo siguen siendo - terrenos hostiles para el periodismo profesional e independiente. Bloqueo de información, amenazas, represalias y asesinatos, son algunos de los obstáculos a los que constantemente se tiene que enfrentar el periodismo, y normalmente lo hace solo.

Cuando los medios denuncian que están sufriendo cortes en su pauta publicitaria, en represalia por su línea informativa, los organismos de derechos humanos latinoamericanos normalmente no toman el caso, a pesar de ser una violación a la libertad de expresión. Piensan en los medios como negocios y ven el problema publicitario como un problema empresarial.

Por su parte, los ciudadanos, cuando se descubre la conducta irregular de un medio o periodista, normalmente toman el asunto en forma irresponsable. Hacen uso del morbo y el amarillismo para decir "ya ven, los periodistas también son corruptos", fácilmente generalizan y culpan a toda la prensa, o toman con indiferencia lo ocurrido.

También hay que señalar que la corrupción en el periodismo no es un problema solo de periodistas y medios; es en esencia un problema de los ciudadanos, porque son ellos los afectados cuando las fuentes de información fallan. Lamentablemente, esta lógica aún parece no ser comprendida.

Como, reiteramos, América Latina sigue siendo tierra hostil para el periodismo.

¿Supervivencia o corrupción?

Para lograr subsistir, el periodismo latinoamericano ha buscado equilibrios -algunos inofensivos, otros comprometedores y cuestionables- y de alguna forma en las salas de redacción se han ido construyendo códigos silenciosos que dictan la verdadera política informativa.

Unos medios guardan una buena relación con sus anunciantes, al mantener secciones de economía y negocios casi promocionales y noticias políticas incisivas; otros sólo investigan la corrupción en el Parlamento, pero no tocan al Poder Ejecutivo; otros omiten los nombres de sus patrocinadores en noticias que pueden comprometerlos, etc. También hay listas no escritas ("tácitas") de personas a quienes nunca se debe tocar.

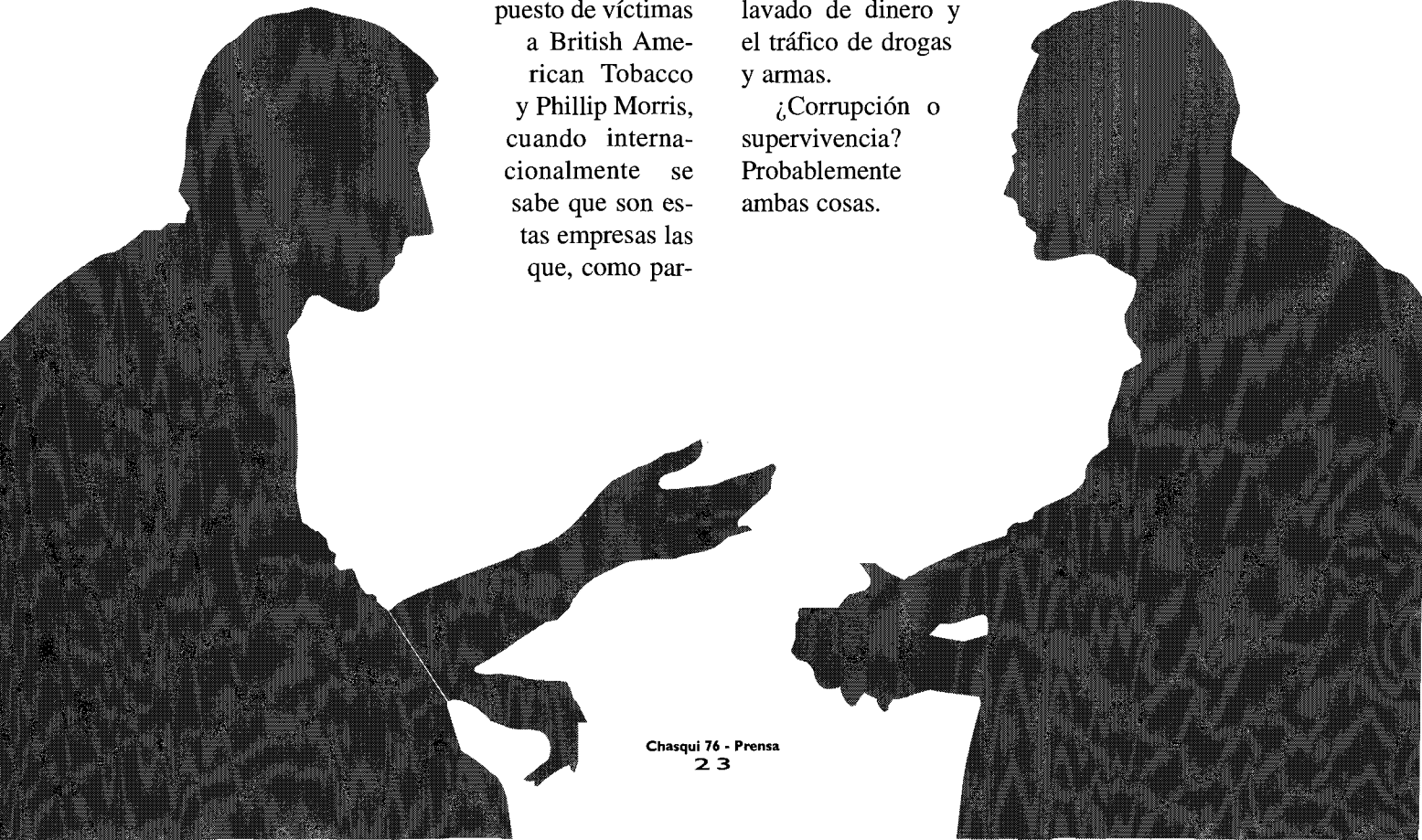
Por ejemplo, en El Salvador: ningún medio de comunicación hizo eco de reportajes aparecidos en Perú sobre supuestas irregularidades en la concesión de permisos a la aerolínea salvadoreña TACA; los

reportajes de impuestos a los cigarrillos han puesto de víctimas a British American Tobacco y Phillip Morris, cuando internacionalmente se sabe que son estas empresas las que, como par-

te de su guerra comercial, notoriamente practican el contrabando y la evasión de impuestos; cuando el Superintendente de Electricidad y Comunicaciones fue obligado a renunciar, en septiembre de 2001, después de denunciar fraudes hechos por las compañías telefónicas, los medios reportaron en la forma más simple el incidente, sin investigar los abusos de tales empresas; tampoco han investigado las operaciones y vínculos en El Salvador de terroristas internacionales, como el argentino Ricardo Cavallo y el anticastrista Luis Posada Carriles; y con los terremotos de principio de año, la mayoría de medios evitaron investigar las inconsistencias en los reportes de daños e intensidad de los sismos y las constantes denuncias de irregularidades en la distribución de la asistencia humanitaria.

La posible explicación a esta situación es que en El Salvador los principales clientes de los medios son unos pocos y poderosos grupos empresariales que fácilmente pueden ahogarlos con el corte de la publicidad, y que, además, son temidos por sus vínculos con el terrorismo, el lavado de dinero y el tráfico de drogas y armas.

¿Corrupción o supervivencia? Probablemente ambas cosas.



Enfrentando la corrupción en el periodismo

Ahora bien, sería irresponsable y peligroso señalar la corrupción dentro del periodismo, si no se reflexiona sobre cómo forjar compromisos para enfrentarla, y se toman medidas concretas para erradicarla. Es tiempo de que todos los involucrados en el periodismo asuman la tarea de ir frenando la corrupción interna.

Lo primero es entender el problema. Para ello no basta con tener un concepto genérico, como el que desarrollamos líneas atrás, sobre qué es la corrupción en el periodismo. Necesitamos

conceptos en términos aplicados y concretos de las oportunidades que facilitan las irregularidades informativas, las conductas más frecuentes, los actores involucrados y los esquemas de protección y encubrimiento.

Una vez identificadas las prácticas corruptas en el periodismo, y con la voluntad necesaria, hay muchas formas en las que éstas pueden irse eliminando. Por ejemplo, si un medio es víctima del ahogamiento publicitario por parte del gobierno en conspiración con otros medios, puede investigar bajo qué criterios y en qué cantidad se asigna la publicidad oficial y quiénes son los beneficiados. Luego puede emprender un caso por violación a la libertad de expresión ante los organismos internacionales de derechos humanos, o bien formar una alianza con organizaciones de la sociedad civil y otros grupos, con el fin de presionar por conseguir regulaciones en la asignación de la publicidad oficial.

Entre otras muchas medidas para enfrentar la corrupción en el periodismo se pueden mencionar: mecanismos éticos, que comprenden la definición de las pautas de conducta para ser observadas por todos los miembros del medio (deben ser muy concretas), el monitoreo de tales conductas, la recepción de denuncias, la investigación independiente de los casos, la aplicación de sanciones o depuraciones y la exposición pública de todo el proceso; fortalecimiento y depuración de los gremios de periodistas y de medios de comunicación, a través de acciones que los defiendan ante censuras o represalias, y también para ejercer una vigilancia del comportamiento entre unos y otros; cláusulas de conciencia en los contratos laborales de periodistas, editores y directores de medios, para protegerlos ante



La corrupción en el periodismo no es un fenómeno que surge y progresa de forma aislada

problemas de censura, y la creación de instancias independientes que puedan investigar estos casos e imponer sanciones; aprobación y aplicación rigurosa de legislación antimonopolios, para regular la

propiedad de los medios y la asignación de las frecuencias radioeléctricas; mecanismos de información pública sobre los propietarios de los medios, de las agencias de publicidad y de las empresas anunciantes, y de los vínculos entre estos; además sobre el "pastel publicitario", es decir, las cifras gastadas en publicidad, y cómo éstas han sido distribuidas; veedurías para los medios de comunicación, integradas por ciudadanos independientes que monitoreen la agenda noticiosa, analicen su comportamiento y rindan informes públicos; y eliminación de cualquier restricción o inequidad para acceder a las fuentes públicas de información, o de otras medidas que fomenten los privilegios y competencia desleal entre los medios de comunicación.

Obviamente enfrentar la corrupción en el periodismo no es una tarea fácil, ni algo que los periodistas y medios, trabajando en forma aislada, puedan lograr. Lo importante es comenzar y hacerlo con acciones y alianzas que, aunque pequeñas, sean concretas y tengan impacto. El presente y el futuro de nuestra región lo requiere y exige. ☉

El 10 de septiembre de 2001, la Organización "Periodistas contra la corrupción" (PFC) divulgó en la red, el siguiente informativo:

RECOPIACIONES DE PFC

¿Existe interés en recibir en un buzón de correo electrónico los titulares sobre la corrupción de las principales fuentes noticiosas latinoamericanas?

Este es un nuevo servicio proporcionado por Periodistas Frente a la Corrupción (PFC), de lunes a viernes, que consiste en el envío por correo electrónico de titulares de reportajes y editoriales sobre la corrupción, obtenidos de la revisión de más de 50 periódicos o fuentes noticiosas latinoamericanas. Cada titular tendrá su dirección de Internet (o "link") para que pueda leer el artículo deseado cuando usted tenga tiempo.

Para suscribirse, debe enviarse un mensaje con la palabra "subscribe" en el campo "Asunto" a la siguiente dirección:

<pfcrecops-request@probidad.org>

Las recopilaciones están almacenadas en una base de datos donde se pueden consultar las noticias del día o hacer búsquedas a base de la fecha, país o palabras claves:

Si se desea recibir recopilaciones sobre temas de la libertad de expresión en América Latina, debe escribirse a **<pfc@ipyspe.org.pe>**

Equipo administrativo de PFC

Linda Hemby

Jaime López

Oficina Regional/El Salvador: **<pfc@probidad.org.sv>**

Gabriel Chávez-Tafur

Carolina De Andrea

Oficina/Perú: **<pfc@ipyspe.org.pe>**

<http://www.probidad.org/pfc/titulares>

Colombia

"El Espectador": Agonía de un periódico

Al difundirse por el continente la noticia de la desaparición del diario El Espectador, de Bogotá, en los medios de prensa la pregunta es: ¿por qué? Se trata de saber si la misma historia y las mismas causas de muerte se repiten en otros lugares. Es muy posible, en efecto, que el siglo XXI esté naciendo bajo el signo de nuevas amenazas contra la libertad de prensa.

Javier Darío Restrepo ■

Los enfrentamientos entre estudiantes y policías que estremecieron la tranquilidad lugareña de la capital de Antioquia, en mayo de 1921, fueron motivados por el retrato al óleo de un periodista.

El Congreso Nacional había ordenado honores a la memoria del fundador de El Espectador, don Fidel Cano, y el gobernador Miguel M. Calle se había negado a cumplir ese mandato. Cuando se trató de colocar ese óleo en la galería de personajes del paraninfo de la Universidad de Antioquia, el funcionario se negó, en parte por la repulsa que se había producido en la muy tradicional sociedad antioqueña a que, al lado de la imagen del Sagrado Corazón y entre patriarcas antioqueños, llevados a la inmortalidad del óleo, quedara la imagen de don Fidel "exponente de cultura, virtud y patriotismo", según el senado, "adalid del periodismo descreído e impío" para el editorialista del periódico local, El Colombiano (21-04-1921). El conflicto se agudizó cuando los estudiantes, enardecidos, descolgaron el cuadro del Sagrado Corazón para entronizar en su

*La batalla por
la libertad de prensa
ya no se libra
en las dependencias
gubernamentales,
ni contra leyes
de censura, sino
en las oficinas
de los agentes
de publicidad*

■ **Javier Darío Restrepo**, colombiano, con 45 años de ejercicio periodístico. Dirige talleres de Ética en la "Fundación para el Nuevo Periodismo en toda América Latina". Defensor del lector de El Colombiano de Medellín. Correo-e: <jrestrep@latino.net.co>

lugar el óleo de don Fidel; exceso que él mismo hubiera condenado. Pero aparte del explosivo contenido de lucha religiosa que adquirió el episodio, ubicar ese óleo en la galería de los personajes regionales representaba la legitimación y exaltación de un periodismo sin dependencias de poder alguno: ni del político, ni del militar, ni del eclesiástico, ni del económico. Para el gobernador y en general para las gentes en el poder, un periodista era lo más próximo a un delincuente, se miraba como un personaje reconocidamente peligroso, o como "un gamonal de la pluma", según la expresión del expresidente Miguel Antonio Caro.

Al comenzar el siglo XXI, cuando el periódico fundado por don Fidel llegaba a los 114 años como el segundo periódico más antiguo del país, ha dejado de ser diario y se ha convertido en semanario, episodio que puede ser el último de una procelosa historia de luchas por la información libre.

El azaroso oficio de ser libre

Solo habían pasado 30 días después de la publicación del primer número de El Espectador cuando su director comenzó a pagar el precio de escribir con libertad. Aquel periódico era una hoja aparentemente insignificante en cuya primera página dominaba, como una marea creciente, el oleaje de los avisos de propaganda comercial que solo dejaban una reducida playa en el ángulo superior izquierdo para un texto, también comercial, sobre el propio periódico; pero esa hojita provinciana tuvo fuerza suficiente para inquietar en Bogotá al propio presidente que ordenó al gobernador de Antioquia "atenerse al artículo K de la Constitución." Se trataba de un artículo transitorio de la Constitución, adoptada dos años antes, en el que se autorizaba a la policía impedir la circulación de publicaciones que atentaran contra el honor de las personas, el orden social y la tranquilidad pública. Aunque el documento correspondiente llevaba por título: "Sobre libertad de prensa y juicios por los abusos de la misma," la atención del gobierno se concentraba más en los abusos que en la protección de la libertad.





Gabriel Cano,
director de El Espectador
desde 1919 hasta 1958.

Extraña la impavidez, exenta de cualquier escrúpulo democrático, con que los distintos gobiernos procedieron contra El Espectador a lo largo de su historia. Había sofismas para legitimar esas acciones, como el que consignó el presidente Rafael Núñez en 1888 en una carta a Jorge Holguín: "la imprenta es incompatible con la obra necesariamente larga que tenemos entre manos." Para este presidente, coautor de la Constitución de 1886 "la imprenta no es elemento de paz sino de guerra," en consecuencia a los periódicos se los combatía como a un ejército enemigo. El gobernante le imponía trabas y silencios. Al aparecer el primer número de El Espectador estaba prohibido referirse a los jesuitas. Medio siglo después, anotaba don Gabriel Cano, "no se nos permitió a los periodistas independientes tocar siquiera de manera superficial el tema de la violencia."

El poder eclesiástico fue aún más quisquilloso en materia de temas que se debían evitar. Cuando un columnista manizaleño publicó una nota en la que destacaba el contraste entre la pobreza y humildad de los apóstoles de Cristo y la fastuosidad con que la Iglesia preparaba la celebración de las bodas de oro

sacerdotales del Papa León XIII, el obispo de Medellín, Bernardo Herrera Restrepo prohibió "leer, comunicar, transmitir, conservar o de cualquier manera auxiliar al periódico titulado El Espectador." Un siglo después, la circulación de El Espectador en Medellín no era pecado, pero la habían restringido. Esta vez los sicarios de Pablo Escobar compraron toda la edición para evitar que el periódico fuera leído, y acabaron asesinando a los empleados del periódico. El Espectador, como en los tiempos del obispo Herrera, tuvo entonces una circulación clandestina.

Al hacer memoria de la historia del periódico don Gabriel Cano, su director en 1958, recordaba los "dos lustros de dictadura" padecidos por el periódico: "del gobierno del doctor Mariano Ospina Pérez en 1949, del doctor Laureano Gómez en 1950, del doctor Roberto Urdaneta Arbeláez en 1951 y del general Rojas en 1953." Fueron años de censura oficial implacable, de asalto y destrucción de las instalaciones del periódico, de multas con toda clase de pretextos, de suspensión y cierre del diario. En septiembre de 1956, durante la XII Asamblea General de la SIP, celebrada en La Habana, el director de El Espectador manifestó ante un conmovido auditorio de directores de periódicos de todo el continente: "me considero el depositario responsable de una tradición casi centenaria de dignidad e independencia, que no debo y no quiero dejar disminuir en mis manos." En ese momento, para circular, el periódico había cambiado de nombre y se llamaba El Independiente. En el acta correspondiente, la Sociedad destacó "la heroica e infatigable resistencia a la nefasta censura y al sofocamiento económico impuesto por la dictadura."

Cárceles y multas

La tercera suspensión del periódico en 1891 estuvo acompañada por la prisión de su director. El gobernador de Antioquia, Abraham García, apresó al director Fidel Cano, durante casi un año, sin que autoridad alguna explicara las razones de la

detención. Al final, en nombre del vicepresidente de la República le notificaron a don Fidel que "por un acto de indulgencia volvía a la condición de hombre libre." Entonces el periodista escribió: "indulgencia es facilidad para perdonar, y perdón no se otorga sino a los culpados; luego yo cargo con una culpa –enorme, sin duda, pues a pesar de haberla expiado ya, larga y duramente, se necesita que el jefe de la nación se arme de indulgencia suma para remitírmela- ¡y a fuerza de magnanimidad el gobierno me la remite, en efecto! Pues bien: si él insiste en acusarme con su mismo perdón, yo insisto en defenderme; y así como ayer pregunté qué se me castiga, pregunto hoy qué se me perdona."

***El derecho de la
sociedad a recibir
una información
libre desaparece
cuando los medios
de comunicación
se concentran en
pocas manos y pasan
a ser activos políticos
y sociales
de los poderosos***

Además de la prisión sin explicaciones, se intentó la asfixia económica contra El Espectador a través de multas y de castigos tributarios que resultaban devastadores en una empresa para la que las ganancias no eran una prioridad.

Cuando El Espectador dejó de circular como vespertino, a pesar de que no tenía competencia en el mercado y sus ganancias eran apreciables, el director explicó que " un diario de la tarde puede producir dinero, pero no produce opinión." Fue un periódico que nació pobre " con máquinas y tipos de tercera y hasta de quinta mano, tomados aquí y allá de entre los desechos que aportaban, por inservibles, otras imprentas," contaba don Gabriel Cano quien recordaba aquellos chibaletes de madera, las fuentes de 12,10, 8 y 6 puntos y la prensa Washington de mano que podía hacer entre 100 y 200 tiros por hora, según fuera el estado físico del operador. El periódico que se imprimía en esas condiciones "salía a cualquier hora, cuando lo dejaban salir los esbirros del régimen, o cuando su abnegado editor lograba reunir fondos para pagar el papel y los obreros." Es fácil entender, al menos así lo tuvieron en cuenta los enemigos del periódico que desde el gobierno querían silenciarlo, lo que representaba para este periódico económicamente vulnerable, un asedio a su desabastecida caja. Que fue lo que hizo en 1892 el ministro de gobierno, Antonio B. Cuervo, al multarlo por considerar que una nota del periódico era subversiva:" impuse a usted una multa de 200 pesos por considerar subversivo dicho escrito. Dios guarde a usted," notificó el ministro. "Puede su señoría disponer del dinero que ha resuelto exigirme forzosamente. Dios me guarde de usted," respondió don Fidel.

Ante el ataque, la ayuda

En adelante, los enemigos del periódico dispararían contra la caja de El Espectador, como si ahí estuviera su talón de Aquiles. La crisis de los años 30, que a tantas empresas dejó en la ruina, golpeó fuertemente la frágil economía del periódico, que pudo sobrevivir merced a la ayuda del doctor

Eduardo Santos, director del diario El Tiempo. Recuerda don Gabriel Cano que Santos "acudió en ayuda del moribundo y lo salvó de la total ausencia al abrirle, en condiciones liberalísimas, las puertas de los talleres de El Tiempo para que pudiera editarse allí con menos estrecheces y dificultades."

Sabía bien lo que hacía, en consecuencia, la Oficina de Información y Prensa de la dictadura del general Rojas Pinilla cuando le impuso al periódico, el 20 de diciembre de 1955, una multa de diez mil pesos, que el periódico pagó de inmediato, aunque advirtió en su editorial "El Tesoro del Pirata": "ya ha llegado el ataque por el sistema típicamente estratégico de minar la base económica de las empresas periodísticas independientes." Esa base había sido atacada en forma brutal dos años antes cuando, bajo el régimen conservador, las oficinas y talleres de El Tiempo y de El Espectador fueron reducidas a cenizas, sin que los cuerpos de seguridad del Estado intentaran cumplir con su deber de defender los bienes de los ciudadanos. En esa oportunidad el periódico pidió a un juez ordenar una inspección ocular de los daños y un avalúo de las pérdidas que, según los peritos actuarios, ascendieron a 1.721.070 pesos.

Multa de una dictadura

Cuando en 1959 la dictadura atacó de nuevo con una sanción de 600 mil pesos, por presuntas inexactitudes en las declaraciones de renta, el periódico pagó la multa pero al mismo tiempo quiso explicar a la opinión pública su posición, en un editorial titulado: La Isla del Tesoro, en que mostraba lo que se escondía detrás de esa multa. Cuando los censores oficiales determinaron que el editorial no se publicaría, el periódico notificó que si no se le permitía ejercer su derecho de defensa, dejaría de circular por tiempo indefinido. Y así sucedió.

El editorial daba cuenta del monto de las pérdidas que había ocasionado el ataque a sus instalaciones con la advertencia: "jamás pensamos cobrar ni recibir del Tesoro Público un solo centavo...entendemos que el Tesoro Nacional es, o debe ser, el de to-

dos los colombianos y no creemos tener el derecho de mermarlo por culpas que solo son de sus custodios accidentales." Y concluía: "no deja de resultar sarcástico que ahora aparezcamos las víctimas no indemnizadas y no indemnizables, como los defraudadores castigados del erario." El periódico se había

*En más de un siglo
a El Espectador no lo
han podido silenciar
ni las dictaduras
militares,
ni los presidentes
autoritarios,
ni las excomuniones
episcopales,
ni el asedio económico
y criminal,
ni los sicarios
del narcotráfico*

señalado, como condición para volver a circular, la publicación de ese editorial, sin recortes. Y a las personas amigas, entre ellos los jefes liberales Alfonso López Pumarejo y Alberto Lleras Camargo, que le pidieron al director revocar su determinación de suspender el periódico, éste les respondió: "El Espectador no volverá a aparecer sino cuando pueda publicar, sin el más mínimo recorte, su memorial de defensa, dentro de un mes, dentro de un año, o dentro de un siglo."

A pesar de todo El Espectador llegó a contarse como "una de las tres empresas periodísticas mejor organizadas y más económicamente capaces del país". Las otras dos eran el diario El Tiempo, de Bogotá, y El Colombiano, de Medellín. Otros nuevos enemigos se encargarían de poner a prueba esa solidez económica.

En la mira de corruptos y narcos

En 1982 el periódico había culminado una investigación sobre la manipulación de acciones en el Grupo Grancolombiano, que era uno de sus más fuertes anunciadores. Cuando los artículos de denuncia comenzaron a aparecer y no valieron los reclamos y presiones de la agencia, el grupo financiero retiró su pauta publicitaria. El periódico mantuvo sus denuncias y su atención puesta sobre el tema hasta que el presidente del Grupo fue proce-

sado y encarcelado. Para el periódico fue un costoso servicio de información ofrecido a sus lectores.

Aún no se había repuesto de las pérdidas que le había traído esa batalla, cuando comenzó otra, ésta más larga y dolorosa: la denuncia persistente contra el narcotráfico, que dejó un sangriento saldo de atentados; el mayor de ellos fue la explosión de un camión bomba al pie de las instalaciones del periódico. Esa vez el edificio quedó en ruinas y setenta y tres personas quedaron heridas, pero la edición del día siguiente apareció con un contundente titular de primera página: "Seguimos Adelante."

Más doloroso fue el saldo de muertos que dejó esta guerra. En este lapso los funerales se sucedieron como una trágica rutina: Héctor Giraldo Gálvez, columnista y abogado del periódico, Julio Daniel Chaparro y Jorge Torres, reportero y fotógrafo, víctimas de los paramilitares; Roberto Camacho, corresponsal en Leticia, y el propio director, Guillermo Cano, asesinado el 17 de diciembre de 1986, al frente de las instalaciones del periódico.

El asedio final

Este largo recuento era necesario para mostrar que en más de un siglo de historia, a El Espectador



"El mérito mayor de José Salgar ha sido el de saber dar órdenes sin dolor...Desde entonces, hasta el sol de hoy, nos hicimos cómplices." Gabriel García Márquez, sobre su jefe de redacción.



no lo pudieron silenciar ni los gobiernos autoritarios, ni los baculazos episcopales, ni los cierres ordenados por gobernadores, presidentes o dictadores militares, ni la destrucción de su sede en dos ocasiones, ni el asedio económico de multas y sanciones tributarias, ni las bombas y metralletas de los sicarios del narcotráfico, ni el retiro masivo de pautas publicitarias. En todos esos casos, con maquinaria propia, o en talleres prestados, como semanario, como mensual, como vespertino o como diario, el periódico nunca calló. Lo más parecido a un silenciamiento llegó el pasado dos de septiembre cuando anunció que dejaría de ser diario para convertirse en semanario. La opinión pública colombiana miró esta decisión como el preanuncio de un colapso definitivo para el viejo periódico de 114 años, cuando había pasado a ser propiedad del grupo económico más poderoso del país. Lo que no había sucedido en una procelosa historia de persecuciones de toda clase, vino a ocurrir cuando una junta directiva, calculadora en mano, decidió que el periódico no era viable económicamente.

A las diez personas reunidas en Valores Bavaria, el 28 de agosto pasado, les presentaron tres posibilidades ante el hecho contable de una pérdida mensual de 1.500 millones de pesos: o el cierre definitivo del periódico, después de 114 años de existencia; o su reducción a una edición semanal, que haría descender las pérdidas mensuales a 350 millones de pesos; o una inyección de 50 millones de dólares.

Esta opción fue descartada de plano, tras una pérdida acumulada en los últimos tres años y 8 meses, de 79 millones de dólares. La propuesta de cerrar implicaba una responsabilidad histórica que los presentes no se atrevieron a asumir por lo que, muy a la colombiana, se escogió la vía media de la edición semanal.

Ataques físicos con atentados

El Espectador había comenzado a morir años antes, cuando sus enemigos lo sitiaron económicamente negándole publicidad y pretendieron destruirlo físicamente con atentados. Una acumulación de deudas de 24 mil millones había impuesto en 1996 una reestructuración que redujo la planta de personal de 1.402 empleados a 669 y planteó la necesidad de atraer inversionistas. Finalmente el Grupo Santo Domingo compró el periódico por 20 millones de dólares, asumió sus pasivos, nombró nuevo director y reemplazó a los miembros de la familia Cano que hasta entonces habían estado en la dirección y control del periódico. Entonces comenzó la que puede ser la agonía definitiva del viejo diario.

Edgar
Este es el mate-
rial enviado por
el señor Equiló
que solicita el
aval de CIESPAL
para sus cursos.
V.B.

Para las gentes en e- poder, un periodista era lo más próximo a un delincuente

El día en que se anunció que El Espectador desaparecería como diario, su último director, Carlos Lleras de la Fuente, explicó que los anunciantes habían retirado el 51 por ciento de la publicidad, como efecto de la crisis económica del país. Antes, por la misma razón, habían desaparecido dos importantes periódicos regionales: Occidente, de Cali, y Diario del Caribe, de Barranquilla, y en Bogotá el diario La Prensa. Pero, casi simultáneamente, con la agonía financiera de El Espectador estaban viviendo sus últimos días los noticieros de televisión de los canales públicos, aquejados por el mismo mal: el recorte drástico de la publicidad, que también obligó, aun a los medios más sólidos como empresas, a declarar una alerta amarilla.

Esta crisis generalizada, que amenaza el derecho ciudadano a la información libre y que, por tanto, afecta la solidez de la democracia, está dejando al descubierto las debilidades y fallas de la estructura de los periódicos en este comienzo del nuevo siglo.

Medios y Grupos económicos

Que El Espectador haya muerto como diario, en manos del grupo económico más poderoso del país, es un hecho rico en significados. La práctica corriente en el mundo de las alianzas entre poderosos grupos, como la de Time y Uol, ha dinamizado la eco-

do serios dilemas a la libertad res de Time expresaron en un inusual editorial dirigido a los lectores que, a pesar de la fusión, su libertad no había estado ni estaría en venta.

Los dos más poderosos grupos económicos colombianos han incorporado a sus activos importantes medios de comunicación que, inevitablemente, han visto en riesgo su independencia. De hecho, esos grupos no le dieron importancia a los medios de comunicación como generadores de riqueza. Comparada su productividad con la de otras empresas de estos grupos, los medios resultaban de segunda importancia; pero si su poder económico no era una prioridad, sí lo era su poder político y social. El primer director de El Espectador nombrado por el Grupo Santo Domingo, solo duró mientras no se presentaron las tensiones que provocó el cubrimiento político del periódico. Según los nuevos dueños, El Espectador debía apoyar incondicionalmente al candidato liberal para las elecciones presidenciales de 1998. Cuando resultó elegido el candidato conservador, la orden fue apoyarlo, ductilidad política e incondicionalidad que el director no aceptó. Fue reemplazado por un viejo amigo de la familia Santo Domingo. El derecho de la sociedad a recibir una información libre desaparece cuando los medios de comunicación se concentran en pocas manos y pasan a ser activos políticos y sociales de los poderosos.

Esta realidad, aunque no fuera percibida en detalle, sí fue captada por la opinión pública que, al ver desaparecer del escenario de El Espectador, a la familia Cano, entendió que con ellos se iba la credibilidad del periódico. Entre una familia que a través de tres generaciones había librado intensas y bravas batallas de independencia y un fabricante de cervezas, empresario de aviones y de otros negocios, la diferencia fundamental era esa: estos tenían dinero pero no credibilidad. Cuando una empresa periodística queda en manos de un grupo económico es posible que se salve como negocio, es casi imposible que sobreviva como periódico creíble. En el caso de El Espectador no pasó ni lo uno, ni lo otro.

Medios y Publicidad

Si El Espectador dejó de ser diario, entre otras razones, por la caída de las pautas de publicidad; si otros diarios y los noticieros de televisión han desaparecido por la misma razón, es forzoso revisar la relación publicidad-medios. En la vida de El Espectador, cuando el cerco económico no procedió del gobierno, provino de los anunciantes. La alcaldía de Bogotá tomó represalias de esa naturaleza cuando el periódico denunció las fallas de un costoso proyecto de vía circunvalar; lo mismo hizo el banquero Jaime Michelsen cuando el periódico dejó al descubierto la manipulación de acciones en el Grupo Grancolombiano; pero todas estas fueron crisis sorteadas por el diario. La situación creada en la actualidad es otra: la dependencia de los medios respecto de sus anunciantes ha llegado a ser de tal naturaleza que en las manos del dueño de los avisos está la vida o la muerte de la información libre. Aunque se trata de una relación antigua, en la que anunciantes y medios habían llegado a una cohabitación sin conflictos insolubles, los términos en que se plantea hoy esa relación han llegado a ser amenazantes para la democracia. En efecto, tal como están las cosas, para que una sociedad tenga información libre, debe contar con la anuencia de los anunciantes.

Anteriores conflictos, originados por la pretensión de los anunciadores colombianos de influir en los contenidos de la información, hasta el punto de querer determinar lo moral y lo inmoral, lo democrático y lo no democrático, lo institucional y lo no institucional, habían encendido luces de alarma en los medios colombianos; la desaparición de El Espectador agudiza los problemas de esa relación que, mientras fue de mutua colaboración sirvió a periodistas y anunciantes; pero cuando se convierte en dependencia, degenera en amenaza. A esto equivale una situación en la que la información libre depende de las políticas publicitarias de las empresas. Tradicionalmente se ha entendido que una prensa que depende de la publicidad oficial para sobrevivir, deja la información libre en manos de los gobernantes, que es tanto como darles a los gatos la vigilancia de la

Extraña la impavidez, exenta de cualquier escrúpulo democrático, con que los distintos gobiernos procedieron contra El Espectador

despensa ; en cambio no ha sido tan claro para los dueños de periódicos que entregar ese poder a los empresarios privados es aún más dañino para la democracia. El antecedente colombiano de la muerte casi simultánea de varios medios periodísticos, asfixiados por el recorte de la publicidad que se origina en la empresa privada, es un argumento para pensar que la batalla por la libertad de prensa ya no se libra en las dependencias gubernamentales, ni contra leyes de censura, sino en las oficinas de los agentes de publicidad.

En la búsqueda de soluciones a esta situación, ha sido necesario regresar a los tiempos en que los periódicos sobrevivían a los asedios económicos a golpes de austeridad. Tal vez allí está la fórmula que hoy buscan los directores de medios: la reducción de la dependencia de la publicidad. La supervivencia de medios de información libres siempre ha tenido una relación estrecha con la capacidad para eliminar de-

pendencias. Quizás ha llegado el momento de examinar una dependencia que le está costando demasiado a los medios y a la sociedad democrática, la de la tecnología.

Medios y tecnología

Contaba Gabriel Cano que fue El Espectador el primer periódico colombiano que trajo la tipografía en caliente y agregaba: "desde entonces El Espectador, cuando lo han permitido sus recursos económicos, jamás ha estado atrás en los adelantos editoriales." Dos meses antes de su desaparición como diario, el director de El Espectador sorprendió con el pomposo lanzamiento de los nuevos productos editoriales del periódico, en los que se destacaba la aplicación de la mejor y más novedosa tecnología editorial. Entre el momento descrito por don Gabriel y el canto de cisne del relanzamiento del periódico, los conceptos dieron un salto mortal.

Entre aquella tecnología elemental, que se actualizaba "cuando lo permitían los recursos" y el despliegue de tecnología, más publicitario que periodístico, se produjo un desvío que, a menudo, se encuentra en el origen de mortales equivocaciones en los medios. Estos parecen convencidos de la necesidad de incorporar tecnologías de punta, no para establecer una más productiva co-

municación con sus lectores, sino para competir entre ellos, y como resultado del triunfo en la competencia, llevarse la mayor tajada del ponqué publicitario. Lo que inicialmente se había mirado como un medio, ha resultado convertido en un fin.

Se puede medir el impacto negativo de este tras-troque de prioridades si se piensa que la tecnología de las comunicaciones, con su constante desarrollo y la obsolescencia consiguiente de todos los productos, impuso una constante renovación de equipos costosos que sólo pueden obtenerse con la ayuda de financiaciones que recortan, cada vez más, la independencia de los medios comprometidos en la absurda carrera. Han sido pocos los que se han detenido a pensar sobre las prioridades fundamentales: a qué apostarle: ¿a la libertad o a la tecnología? Porque es evidente que las dos difícilmente se pueden tener. En un reciente taller de ética con periodistas peruanos, una discusión sobre el tema concluyó en un apoyo casi unánime a la proposición: "se puede prescindir de la tecnología, pero no de la libertad."

La desaparición del diario El Espectador bajo el peso de deudas que, entre otras, había dejado la devoción por las tecnologías de punta, acentúa la convicción de que la tecnología está generando costos inaceptables en términos de libertad.





Praga

el Hollywood de Europa Oriental

Raúl Sorrosa A. ■

Si no puedes vencerles, ¡úneteles!, reza el refrán. Y como no se pudo derrotar al capitalismo, ni a su industria fílmica, punta de lanza del sueño capitalista, al mundo poscomunista no le ha quedado más que aliársele para salvar su industria nacional fílmica.

A diez años de los cambios, la capital de los checos, Praga, puede declararse sin duda alguna "El Hollywood de Europa del Este". Ya no es un mero rumor; las principales revistas europeas (sean estas la alemana Focus o la británica The Economist), lo dicen: los norteamericanos están invirtiendo entre

■ Raúl Sorrosa A., ecuatoriano, periodista. Trabaja como redactor en "Correo Publicitario", diario en castellano que se publica en la República Checa.
Correo-e: raulsorrosa@netscape.net raulsorrosa@starmedia.com

Los norteamericanos están invirtiendo entre 100 a 200 millones de dólares en realizar sus proyectos fílmicos en Praga

100 a 200 millones de dólares en realizar sus proyectos fílmicos en Praga (Austria espera, para que compare, recibir no más de diez millones USD. en todo el año).

Estudios Barrandov

Tras este renacimiento fílmico en tierras checas está el reconocido estudio Barrandov. Es aquí donde se han realizado los mayores proyectos y es, además, el responsable de que surjan nuevos estudios por los problemas que han atravesado sus accionistas.

Barrandov ofrece una historia de 70 años realizando películas. Su personal, que ha trabajado durante etapas democráticas, así como bajo los difíciles períodos nazi o comunista, ofrece hoy lo que Hollywood busca desesperadamente: bajos precios pero con nivel.

Los altos salarios de las estrellas fílmicas reducen el presupuesto que se puede usar realmente para la realización de una película. Si se suma que los sindicatos estadounidenses afectaron la marcha laboral del séptimo arte a mediados de este año

pidiendo alzas, la idea de proyectarse a otros territorios es más que apremiante.

Y ya no bastan ni Canadá o Australia; es que ni Inglaterra ayuda. Hay que recortar, aunque no hablen inglés... y Barrandov ofrece precios que permiten a los norteamericanos reducir costos en un 40 por ciento.

Durante el 36 Festival Internacional de Cine en la ciudad termal checa de Karlovy Vary (www.kviff.com/ <festival@iffkv.cz>) que se realizó entre el 5 y el 14 de julio 2001, el director de mercadotecnia de los estudios Barrandov, Matous Forbelsky dijo: "Salieron a buscar mejores condiciones, estudios donde poder rodar. Praga se ha convertido en La Meca Fílmica gracias a que ofrece precios con los que no pueden competir Budapest o Londres, en rubros como arriendo de estudios, creación de decorados y escenografías, fabricación de vestidos o arriendo de extras. Gracias a los artesanos checos, los productores norteamericanos pueden tener todo un pueblo medieval o un malecón holandés" -en plena zona céntrica del capitalino río Moldava-.

El pueblo se levantó el año pasado para la cinta "A Knight's Tale" (2000, Columbia Picture, dir: Brian Helgeland). "En Hollywood no fueron capaces de hacerlo, nos hubiera costado un dineral", comentó Helgeland durante los días que rodó.

Pero si de construir ciudades se trata, todo lo que vieron en la última película "Juana de Arco" (1999, Canada Alliance Atlantis Ent. y CBS, dir.: Christian Duguay) se rodó en tierras checas, en un pueblo especialmente levantado y con "toque de queda" a la información.

Los Estudios Barrandov tienen dos enormes locales donde rodar películas: Barrandov (7 estudios) y Hostivar (cuatro); así como un área exterior de 160 mil metros cuadrados para rodar al aire libre e incluso un tanque de 21x8 metros y 1,8 de profundidad para las tomas marinas que les hagan falta.

¿Cuánto cuesta el alquiler? El estudio N° 6 en Barrandov, el mayor con 2.000 metros cuadrados, le sale por una tarifa básica de 2.053 USD al día o



Watertank: Vista a uno de los Estudios de Barrandov.

12.318 la semana. En Hostivar, el estudio 2H (540 metros cuadrados) le sale por 459 USD al día o 2.754 USD a la semana. El tanque de agua a 81 USD al día o 486 la semana.

Un carruaje al estilo victoriano le sale por 76 USD., maquinaria agrícola entre 30 a 90 USD (ambos al día), tiene, además, 7.000 piezas de armas tanto históricas como contemporáneas, 9.000 piezas como ropas y utilería del tipo militar, efectos especiales, juegos pirotécnicos y todo lo que su imaginación (y dinero) pueda querer.

Nacen más

Caído el comunismo y arrancado el proceso de transformación socio-económico, los Estudios Barrandov pasaron incluso por la privatización. Incompleto, ciertamente, pues el Estado se reservó "la acción de oro" que, aunque siendo accionista minoritario, le daba la última palabra en cuanto a inversiones y traspaso de acciones.

Barrandov desde hace dos años no tiene tranquilidad en cuanto a sus accionistas, uno de los mayores atraviesa apremios y enfrentaría incluso la quiebra. Por ello, y ante un mercado fílmico en auge, la empresa productora Milk & Honey Film (Los Angeles) se lanzó a abrir en Praga su propio estudio,

Praga se ha convertido en la Meca fílmica porque ofrece precios con los que no pueden competir Budapest o Londres

"capaz de competir con las instalaciones de los Estados Unidos", según su productor ejecutivo Howard Woffiden.

Woffiden, quien también tomó parte del 36 Festival de Cine en Karlovy Vary, explica: "Planeamos desarrollar Milk & Honey Letnany a niveles de uso mundial, que compita con Londres o LA. Encontramos un espacio ante las fallas de los Estudios Barrandov".

La "falla" ocurrió el año pasado cuando no se pudo rodar en la capital checa "Dinotopia", serial que al final se trasladó a Inglaterra.

Milk & Honey Letnany o Prague Studios se levanta en los antiguos talleres aeronáuticos de la empresa Letov. La compañía calcula tener en este año un total de tres Estudios para grabaciones. Ellos los subarriendan a los productores de Hallmark, que rodaron las mini-seriales The Monkey King y New Amsterdam; o la serial Duna (de Frank Herbert).

Adaptándose al sueño

En este negocio lo importante es no quedar mal y no tener un "No" por respuesta. Muchos de los productores critican más bien a las gerencias (estudios y municipios) pues muchas de las ideas se estrellan con un "imposible, no se puede hacer".

Michael Jackson se debió ir a Budapest a rodar un video clip cuando el Municipio Mayor de Praga rehusó sus pedidos de alquilarle toda la Av. Wenceslao y alrededores (la zona rosa, el centro de la capital). Incluso Tom Cruise, cuando rodó aquí en 1996 Misión Imposible 1, no podía creer que un precio pactado saltara en tres ocasiones.

Este actor retornó a su país hablando mal de Praga; Woffiden certifica que esa mala experiencia por suerte ya ni se recuerda. Hollywood es como una aldea pequeña, donde todos se podrán envidiar y odiar, pero donde todo se oye y una mala opinión puede ser mortal.

Milk & Honey Letnany ha logrado atraer a sus instalaciones a New Line Cinema, para que invierta aquí 55 millones de USD en la segunda parte de la película "Blade", con el actor Wisley Snipes y el director mexicano Guillermo del Toro. Lo que atrajo a los productores y al director no fueron los monumentos barrocos o góticos de la capital (usados en Amadeus, Yentl o Los Miserables), sino más bien los muchos galpones abandonados que se ajustan perfectamente al mundo de Blade.

*Caído el comunismo,
con el proceso de
transformación
socioeconómico,
los Estudios
Barrandov pasaron
por la privatización*

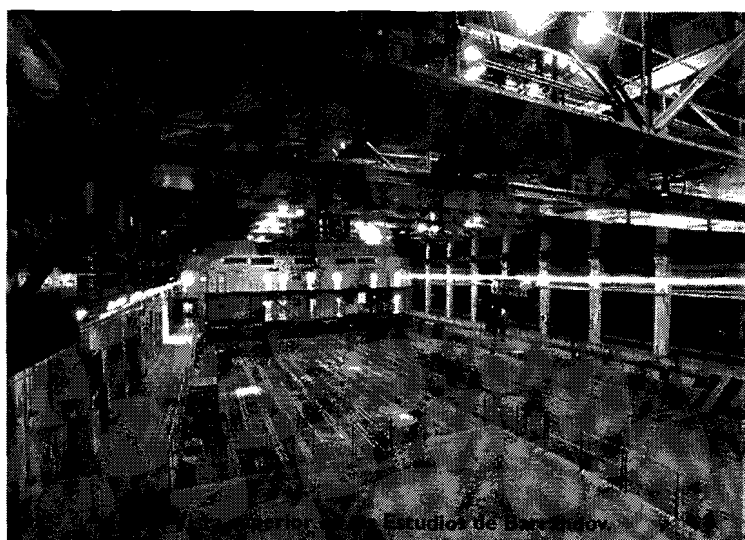
Una, dos... tres películas!

Además de Blade 2 en Praga se rodaron durante la primavera dos cintas más: "Hart's War" y "Black Sheep". A lo mejor los títulos no dicen mucho, pero la estrella del primero es Bruce Willis y del segundo Sir Anthony Hopkins.

El primero grabó fuera de Praga, en un campo de concentración especialmente construido, mientras el segundo grabó en un cementerio capitalino. La presencia de ambos, más la de Snipes, alimentan otras partes del negocio fílmico: hoteles, paparazzis y diarios amarillistas.

"Yo me acosté con Willis", "Willis se puso a tocar Jazz", "Demi Moore trajo a las hijas de Willis y se fue de compras", "El caníbal en el cementerio", son algunos de los titulares enormes que en primera página aparecen ahora que somos el Hollywood de Europa del Este.

El magnetismo praguense es tal que el mismísimo Willis ha propuesto a la Alcaldía Mayor de Praga el comprarle una hermosa villa en una zona antigua de la capital checa. Propone pagar hasta 9 millones de marcos y se compromete no sólo a conservar su apariencia, sino a que albergará ahí buena parte de su colección de estatuas.





El actor Gerard Depardieu suele grabar en Praga con bastante frecuencia. En julio, la última, hizo de médico de Napoleón, con escenografía en el Puente de Carlos. Pero cuidado, el actor por la noche no soporta que lo distraigan en restaurantes o lugares de diversión y ya se han reportado más de una reyerta con algún descuidado que se acercó demasiado.

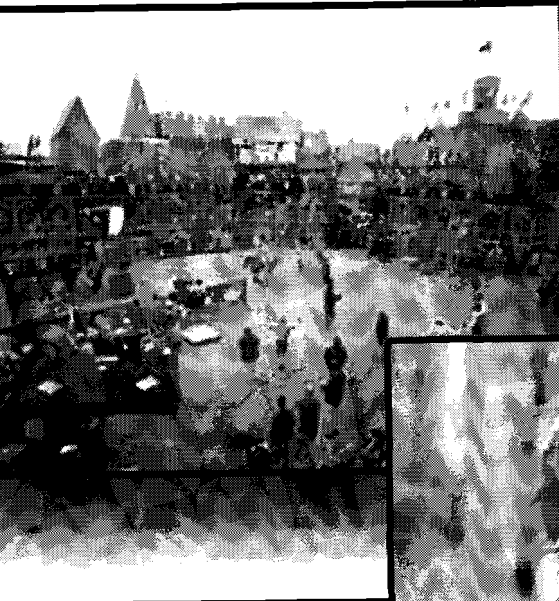
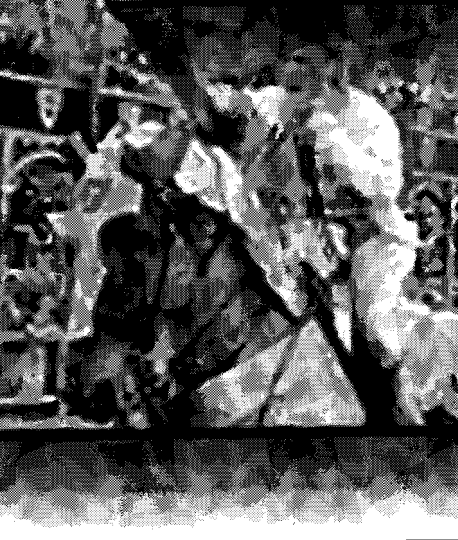
Praga cerrará este año afianzando su posición fílmica en Europa del Este y a su vez, sin dormirse en los laureles, preparando las correcciones a ciertos problemas que tanta fama traen: empiezan a faltar profesionales fílmicos y los precios muestran una tendencia al alza.

Las películas rodadas durante 2001:

- 1) Black Sheep (EE.UU.)
- 2) The Shooter (EE.UU.)
- 3) Blade 2: Bloodlust (EE.UU.)
- 4) Revizor (Rusia)
- 5) The Bourne Identity (EE.UU.)
- 6) Anne Frank: The Whole Story

Las películas más famosas grabadas en la Rep. Checa:

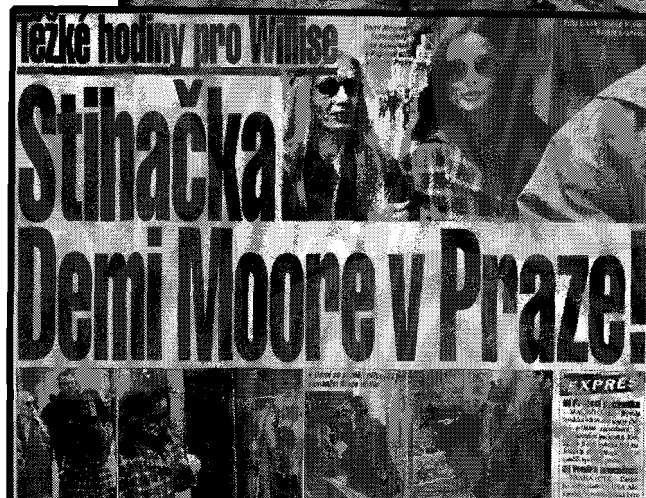
- 1) Amadeus, 1984, con Tom Hulce en el papel principal
- 2) Kafka, 1991, con Jeremy Irons
- 3) El Proceso, 1992, con Kylie Mc.Lachlan
- 4) Misión Imposible, 1996, Tom Cruise
- 5) Los Miserables, 1998, Liam Neeson
- 6) Juana de Arco, 1999, Milla Jovovich
- 7) Toda la Historia de Anna Frank, 2001, Ben Kingsley



La República Checa en cifras fílmicas:

- **Población:** 10,3 millones de habitantes.
- **Números de salas:** 650 salas cubiertas, 150 salas al aire libre y cinco salas "multiplex" (éstas acaparan alrededor del 45% de la taquilla total del país).
- **Precio de la entrada:** 3 USD (1 USD equivale a unas 39 coronas checas).
- **Películas producidas en 2000:** 14.
- **La película local más cara:** Mundo azul oscuro (120 millones de coronas de los Sverak, ganadores del Oscar por su película Kolya, que costó 45 millones de coronas).

En este negocio lo importante es no quedar mal y no tener un "NO" por respuesta



Muerte y resurrección de la televisión venezolana

Jenny Bustamante Newball ■

La televisión ha sido una gran villana por décadas: culpable del bajo rendimiento escolar, del aumento de la violencia social, de la degradación de la moral, entre otros cargos que le adjudica principalmente la escuela. Así, la televisión y la educación se enemistaron; su pugna se consolidó, pues como bien lo señaló J. Alfaro, en su tensa convivencia, una ha evidenciado las carencias de la otra. Luego del apogeo de la teoría de la modernización y la comunicación para el desarrollo, también surgieron dudas en torno a la comunión entre los medios y la enseñanza.

La popularización de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, que han incrementado considerablemente la oferta televisiva, pudiera asociarse con el recrudescimiento de la diatriba: la televisión por suscripción, vía satélite y/o cable, significa una mayor cantidad de programas, una competencia planetaria por el rating y nuevos temores, reflexiones y especulaciones sobre la relación entre la televisión global y local.

El desarrollo acelerado de la superautopista de la información, junto con la tecnología digital, en general, también se suman a la polémica anterior, pero para anunciar la muerte de la televisión.

Muerte de la TV

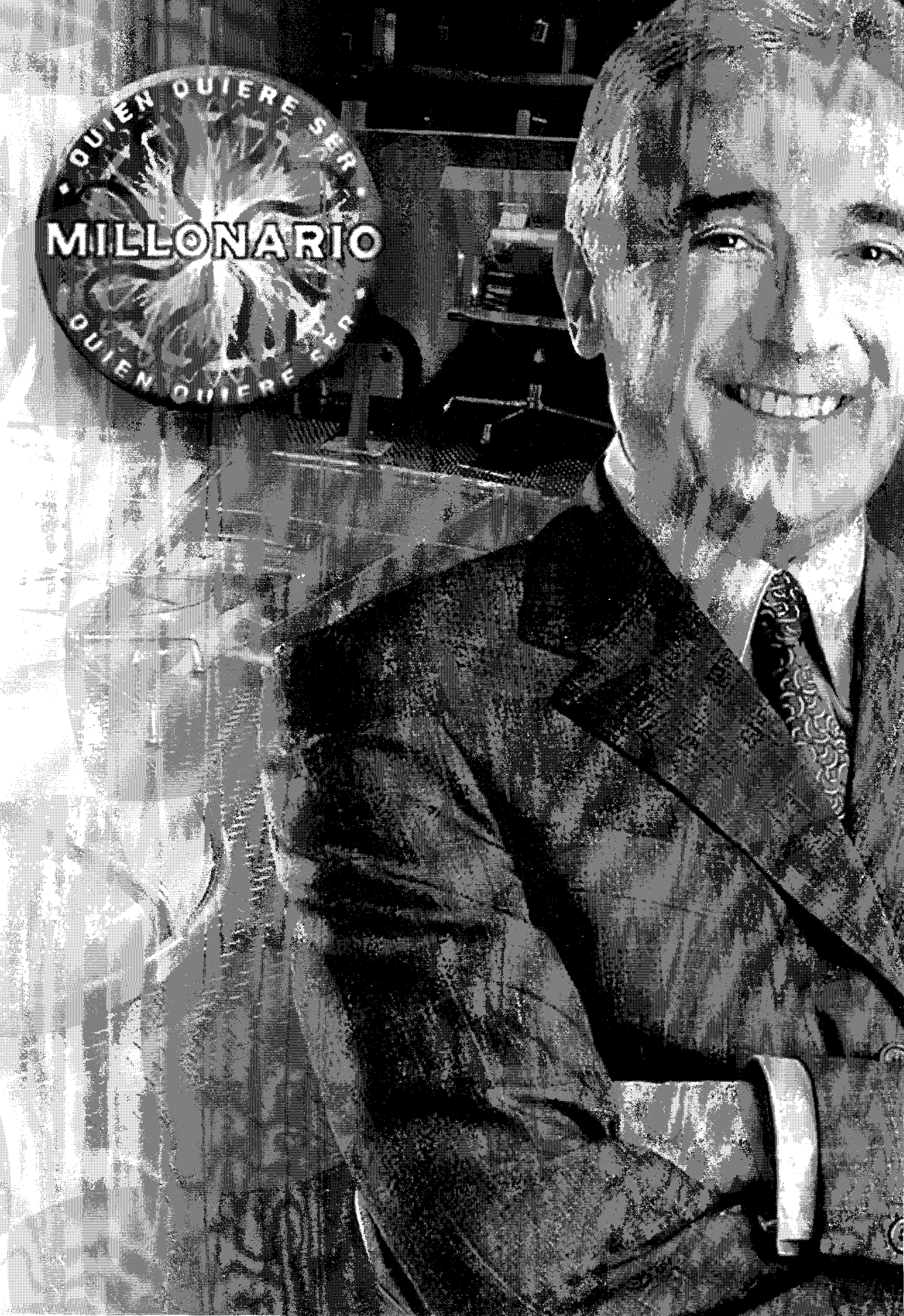
Realmente, ¿la televisión ha muerto? Pérez de Silva afirma que con el fin del reinado de la televisión analógica, atravesamos una e-evolución que in-

cluye la transformación del concepto de televisión y de los estilos de los programas, el paso de una "caja tonta" a un interfaz inteligente, la reivindicación del valor de los contenidos y el surgimiento de nuevas audiencias con mayor margen de elección en la programación, cuyo límite hoy vislumbrable apunta hacia la interactividad total y la autoprogramación.

Consideramos que indudablemente somos testigos del fin de la televisión, pero de aquella que era continuamente criticada, vilipendiada, magnificada, incomprendida, culpable de muchos males, con y sin razón. La televisión se vio obligada a mirarse a sí misma para encontrar cómo sobrevivir o revivir frente a la infinidad de ojos que interpelaban y bus-

Los televidentes están pasando a ser clientes que pagan por un servicio, lo que traslada la competencia hacia los contenidos

Jenny Bustamante Newball Comunicadora Social. Profesora en la Universidad de Los Andes de las cátedras "Producción de Televisión" y "Periodismo Audiovisual", San Cristóbal, Venezuela.
Correo-e: jennybustamante@cantv.net



El desarrollo acelerado de la autopista de la información y la tecnología digital se suman a la polémica para anunciar la muerte de la televisión

caban la asiduidad de millones de televidentes globales. Paradójicamente, la voracidad de la programación de veinticuatro horas continuas y la gran competencia por el rating, flanco de tantas críticas, le está permitiendo a la televisión redescubrir espacios, reinventarse. Transitamos hoy entre la muerte de la televisión que hemos conocido por décadas y su resurrección.

Resurrección

En esta reinención, vinculada inequívocamente a la fragmentación de las audiencias, los canales temáticos han respondido provisional y acertadamente al derecho y necesidad de las personas a la libertad de elección, es decir, a entretenerse, informarse o aprender a través de la televisión. La televisión temática es, como afirma D. Wolton, la materialización de la innovación, la diversidad y la libertad individual.

Es cierto que se abrieron espacios para la dramatización y fetichización de lo real, el reciclaje de informaciones y series enlatadas y la publicidad, pero también debe reconocerse que el televidente dispone de canales de televisión para acercarse al conocimiento. En cierto modo se materializa "el desafío educativo de la televisión" formulado por J. Pérez Tornero, cuyo norte apuntaba hacia la autoprogramación y el replanteamiento del uso de este medio

por parte de las audiencias. Se están renovando las formas de lectura del medio, las programaciones, los programas y las audiencias, al igual que las relaciones de éstas con el entorno y con el conocimiento, según sostiene J. Martín Barbero. Los televidentes están pasando a ser clientes que pagan por un servicio, lo que traslada la competencia hacia los contenidos, en opinión de E. Bustamante.

En esta metamorfosis de la televisión hay un rescuido para la educación. Ya es posible aprender sobre medicina, literatura, cocina, costumbres, pintura, cine, jardinería, música, geografía, carpintería, zooloía, historia... a través de la televisión. Pareciera que en el fondo nadie anhelara una televisión educativa, en el estricto y más puro sentido pensado años atrás. La pacificación espontánea entre la televisión y la educación se está perfilando en el sentido de la "conciliación necesaria" planteada por G. Villamizar: respetando sus especificidades y diferencias.

Guerra de franquicias

Los indicios de este germen que nació en los canales especializados, comienzan a verse en algunos canales de programación general. Un caso interesante al respecto es el programa de concursos "¿Quién quiere ser millonario?" (Celador Productions Limited y ECM Production), una franquicia internacional vendida a gran cantidad de canales de televisión en el planeta, incluidos varios de América Latina.

Aunque el aprendizaje a través de él no es imposible, sería absurdo pensar que este programa fue creado para enseñar o aprender. Los múltiples estímulos presentes durante la recepción, las interrupciones por los cortes comerciales, las preguntas que se formulan durante una hora de programa, multiplicadas por cuatro opciones para responderlas y la desarticulación del programa televisivo con otros mecanismos de refuerzo, posteriores a la emisión, dificultan la retención de la información.

Pero lejos de profundizar en el debate acerca de su carácter didáctico o de entretenimiento, haremos referencia al comportamiento de la audiencia vene-

zolana en relación con este programa. En Venezuela, se transmite los miércoles desde mediados del año pasado por Radio Caracas Televisión (RCTV), un canal de señal abierta y programación general, que por décadas ha rivalizado por la conquista de la misma audiencia con Venevisión.

Durante sus primeras emisiones, este programa de concursos luchó por conseguir la preferencia del público venezolano. En febrero de 2001 ya ubicaba a RCTV en el primer lugar (ranking), con un rating promedio de 18.60%, seguido con 15.80% por "Yo soy Betty, la fea", una telenovela colombiana también transmitida por RCTV, que inicialmente registró promedios de audiencia entre 30 y 35 puntos.

En su contraataque por el horario de los miércoles a las ocho de la noche, Venevisión lanzó en abril otra franquicia, un programa de "televisión real": "Robinson, la gran aventura" (Pearson Productions). En el segundo capítulo de las vivencias de un grupo de venezolanos en un archipiélago panameño, nuevamente RCTV derrotó a Venevisión con un margen de 74% a 20% del share (porcentaje de televisores encendidos por canal) gracias a una edición especial de "¿Quién quiere ser millonario?" con artistas y cantantes invitados en calidad de participantes.

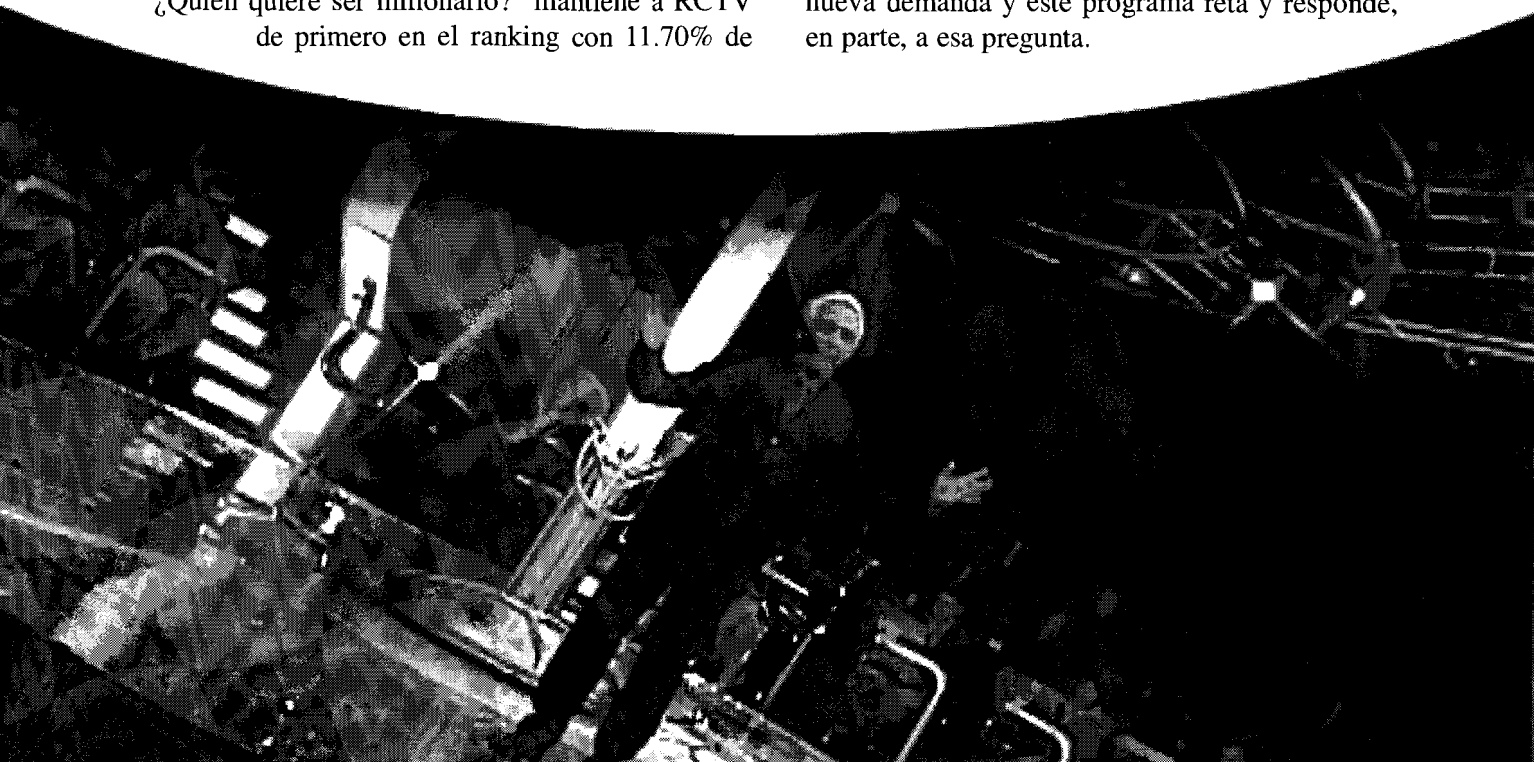
A un año de emisión, aunque con una disminución bastante considerable en el nivel de audiencia, "¿Quién quiere ser millonario?" mantiene a RCTV de primero en el ranking con 11.70% de

rating promedio. "Robinson, la gran aventura" se ubica en el cuarto lugar con 10.60%.

En esta guerra de franquicias es llamativo que un programa que utiliza el conocimiento como una de sus materias primas, se mantenga en el primer lugar con respecto a otros que ofrecen televisión real o drama.

Millonaria en conocimiento

Querer ser millonario rápidamente no es una aspiración nueva; los programas de concursos tampoco son innovaciones de la televisión. Entonces, ¿cuáles razones explicarían el exitoso impacto de este programa? Quizás lo que hemos indicado dé algunas pistas: el medio, su asociación con el espectáculo y el entretenimiento, pero a la vez, la transformación que está experimentando la televisión, específicamente los cambios en las programaciones, en las preferencias y relaciones de las audiencias con ella. El exceso de información y la concienciación que de ello hemos tomado aceleradamente debido a Internet, a la par de la ampliación de la oferta televisiva y la familiarización con "pagar para ver TV" se manifiesta en un nuevo uso de la televisión, que responde a una interrogante frecuente que las personas se formulan en la actualidad: cuánto saben. Es una nueva demanda y este programa reta y responde, en parte, a esa pregunta.





Estamos claros en que este programa no busca deliberadamente enseñar o aprender

Estamos claros en que este programa no busca deliberadamente enseñar o aprender. Sin embargo, fomenta el querer-saber, deseo indispensable para aprender... a través de la televisión. ¡Oh, sorpresa!: televisión y educación en un programa de un canal de señal abierta del siglo XXI. Adicionalmente al espectáculo, herencia que aún no ha perdido la TV, en "¿Quién quiere ser millonario?" el conocimiento tiene un precio, un valor, al igual que en la sociedad de la información.

En este programa también encontramos un claro ejemplo de glocalización. J. Sinclair destaca los casos de glocalización de la televisión por encima de las tendencias a la homogeneidad de las programaciones. Particularmente, se refiere a las variaciones de los programas de concursos internacionales: cada país quiere y produce su propia versión glocalizada. En el caso que analizamos, el moderador es local y se incluyen preguntas relacionadas con las culturas del país que lo transmite. En Venezuela, además, este programa de concursos originó, en uno de los programas de co-

media más antiguos de RCTV (Radio Rochela), un sketch que rápidamente se popularizó. Ambos casos (el programa y su parodia) son versiones glocalizadas, exitosas y distintas a la franquicia original.

Aparte del deseo de ser millonario y de entretenerse con la desgracia o fortuna de otros, "¿Quién quiere ser millonario?" es una muestra incipiente de que la televisión y el conocimiento, a su manera, sí pueden convivir, incluso en la televisión de señal abierta y programación general. No se trata de medir cuánto se enseña o se aprende con cada emisión de este programa. Queremos destacar que las programaciones especializadas, la competencia por el rating en términos de variedad y calidad de programaciones y la insatisfacción de los televidentes con programaciones cerradas, casi impuestas, han remozado la televisión educativa. Atrás quedaron las teleclases de los años sesenta o setenta; hoy, quien quiere aprender, conocer o evaluar cuánto sabe o le falta por saber, en múltiples áreas del conocimiento humano, tiene en la televisión tantas oportunidades como canales y programas especializados sobre esas áreas.

El querer-saber en esta nueva relación televisión-educación-audiencias es fundamental: quienes no





desean aprender tienen en la televisión, como siempre, el entretenimiento, al igual que los chicos que odian ir a la escuela, juegan en lugar de estudiar.

Retorno con el elixir

Este cambio de la televisión augura ser favorable. Estamos frente a un puente de plata entre la comunicación y la educación, donde la televisión cumple la función de Mac Guffin, planteada por J. Ferrés, recordando a Hitchcock. Para revitalizar unos procesos de enseñanza y de aprendizaje "demasiado lánguidos", este autor propone el uso funcional de cualquier programa televisivo como un pretexto, una oportunidad para despertar interés por el tema, el saber y, en nuestro caso agregamos, por una nueva forma de ver y usar la televisión. Tal vez razones similares motivaron a la Iglesia venezolana a reconocer, con el Premio "Monseñor Pellín," a "¿Quién quiere ser millonario?" como el mejor programa de la televisión.

Ahora bien, no podemos negar que a la par de programas como éste, también han proliferado algunos reality shows y talk shows, que en lugar de informar o formar, deforman la realidad que intentan mostrar y caricaturizan a sus protagonistas. Lamentablemente, en varias oportunidades estos programas, a manera de cámara o ventana indiscreta, hurgan en la intimidad humana para alimentar el morbo del hombre por el espectáculo de sí mismo. Para ello recurren, en el primer caso, al establecimiento de dinámicas de juego que apuntan hacia una especie de darwinismo social en directo y, en el segundo, a la presentación de testimonios denigrantes de un latinoamericano-tipo, que solamente existe en la conjunción de las necesidades económicas, las desgracias y las pasiones más bajas de los invitados, por la imaginación de algunos productores de televisión y la guerra por la conquista de las audiencias. En consecuencia, en la transformación de los programas y las programaciones también hay margen para la denominada "televisión basura". Paradójicamente, esta

batalla por el rating también pone en duda la veracidad de los testimonios y las acciones presentadas en esos programas. Ese es un punto a favor de una lectura diferente del medio, pues contribuye a desmitificar uno de sus principales "atributos": la transparencia. Sembrada la duda, queda entonces en manos



del televidente seleccionar sobre qué quiere saber al momento de sentarse frente al televisor.

En conclusión, existen razones para pensar que hoy las personas desean y necesitan de la televisión, con la posibilidad de elegir no solo en qué forma entretenerse, sino también sobre qué informarse y aprender, como consecuencia del crecimiento de la televisión especializada, del acceso a Internet, y de la transición hacia la televisión digital. La competencia seguirá, pero la calidad en los contenidos se impone como un requisito inexorable. Afortunadamente, este proceso no excluye la conciliación entre la educación y la televisión. A través de muchos canales de TV nos damos cuenta de que mientras más sabemos, aumenta lo que nos falta por saber. Es la metamorfosis de una villana de cristal; es el regreso con el elixir, luego de su resurrección. *



Los riesgos para los niños que usan Internet

IAC [■]

Un informe divulgado en la red por la División de Seguridad Informática de la Policía Federal de la República Argentina, precisó que los niños que navegan por Internet pueden ser víctimas de hechos criminales, explotación y pornografía.

Generalmente, los proveedores de Internet y de servicios en línea hacen todo lo posible para brindarles a sus suscriptores una experiencia agradable. Pero estas compañías no pueden vigilar a todas las personas que usan sus servicios, de la misma manera que el gobierno no puede controlar el comportamiento de la totalidad de los ciudadanos.

Internet es una enorme red mundial compuesta por otras redes que, en variados casos, no son controladas por ninguna compañía ni gobierno.

Publicación sin restricciones

Cualquier persona en el mundo puede publicar material en Internet sin restricciones. Por ello es responsabilidad de cada persona asegurarse de que los sitios que visita contengan material seguro y apropiado.

La mayoría de las personas que navegan por Internet tienen experiencias generalmente positivas, pero al igual que en cualquier actividad existen algunos riesgos.

Los niños obtienen muchos beneficios en Internet, pero también pueden ser víctimas de cosas desagradables. Como en la mayoría de los crímenes que se cometen contra los niños, muchos casos no se

denuncian, especialmente si la niña o el niño es involucrado en una actividad de la que ella o él no quiere hablar con sus padres.

Ejemplo práctico

El hecho de que se cometan delitos en línea no es una razón para evitar el uso de esos servicios. Prohibir el uso es cómo decirles que no vayan a la escuela porque algunas veces sucedan hechos no deseables como, por ejemplo, robos en las inmediaciones de la escuela.

Una estrategia interesante es enseñarles los beneficios, así como los peligros del espacio

Los niños que navegan por Internet pueden ser víctimas de hechos criminales, explotación y pornografía



cibernético para que aprendan a ser "astutos", a fin de protegerse mejor en cualquier situación potencialmente peligrosa.

Los riesgos que existen

Algunos de los riesgos que existen en Internet son los siguientes:

- Exposición a material impropio: el niño puede ser expuesto a material de tipo sexual, insultante o violento, o que aliente a realizar actividades que sean peligrosas o ilegales.
- Molestia física: el niño puede suministrar información o concertar un encuentro con terceros que lo ponga en peligro a él o a otros miembros de su familia.
- Hostigamiento: el niño puede recibir correos electrónicos o mensajes electrónicos acosadores, degradantes o beligerantes.
- Riesgos legales y financieros: el niño puede hacer algo que tenga consecuencias legales o financieras negativas, como dar el número de tarjeta de crédito de sus padres o hacer algo que viole los derechos de otra persona.
- Existen sitios y grupos de noticias que incitan a la intolerancia, violencia, pornografía infantil, material sexual, a las drogas, tabaco o alcohol.



Consejos prácticos para los padres

- Si está preocupado por las actividades que realiza su hijo con la computadora, primero hable con él, luego puede acudir a su escuela para hablar con los maestros, para que ellos también alerten sobre los cuidados que tiene que tener un niño respecto a Internet.

- Si su hijo le cuenta acerca de una persona o de algo perturbador que encontró navegando por Internet, en vez de echarle la culpa, ayúdele a evitar problemas en el futuro. Recuerde que la manera en que usted responda determinará si su hijo va a confiar nuevamente la próxima vez que le ocurra algo similar.

- Algunos proveedores de Internet permiten a los padres limitar el acceso de sus hijos a ciertos servicios y lugares como foros de conversación y boletines electrónicos para adultos. Procure tener este servicio.

- Controle todos los archivos que sus hijos transfieren a la computadora, considere compartir

con sus hijos una cuenta de correo electrónico para supervisar su correo, sobre todo acompañe a sus hijos cuando entren en áreas privadas de conversación electrónica.

*Internet es una
enorme red mundial
no controlada
por ninguna
compañía
ni gobierno*

Reglas familiares

- Nunca dar información que identifique su domicilio, nombre de la escuela que asiste su hijo, número de teléfono o cualquier dato privado.

- Conozca Internet y los servicios que usa su hijo. Si no sabe cómo navegar, pídale a su hijo que le enseñe.

- Nunca permita que su hijo acuerde reuniones personales con otros usuarios de computadoras sin su permiso. Si llegara a asistir a una reunión, procure que la primera se efectúe en un lugar público y asegúrese de acompañarlo.

- Si alguien envía a usted o a sus hijos mensajes o imágenes obscenas, lascivas, desagradables o indecentes con la intención de hostigar, abusar, molestar o amenazar, o si usted se entera de la transmisión, uso o exhibición de pornografía infantil en la red, infórmelo de inmediato a la División Inteligencia Informática de la Policía Federal Argentina al 4370-5899

- Recuerde que la gente que chatea podría no ser lo que parece. Debido a que usted no puede ver, ni siquiera oír a la persona, sería realmente fácil para ésta fingir que es alguien diferente. Por lo tanto alguien que dice ser una "niña de 12 años", podría ser en realidad un hombre de 40 años.

- Recuerde que muchas cosas que lee en línea podrían no ser ciertas. Todo ofrecimiento que sea "demasiado bueno para ser cierto" probablemente

encierre una trampa. Sea muy cuidadoso acerca de ofrecimientos que incluyan que se encuentre con alguien, que alguien visite su casa, o que envíe dinero o información sobre tarjetas de crédito.

- Averigüe sobre programas de bloqueo, filtro y clasificación.

- Considere tener la computadora en una sala de uso familiar, en vez del dormitorio de su hijo. ●

Prohibir el uso de Internet es como decir a los niños que no vayan a la escuela porque a veces hay robos en sus inmediaciones



Errores comunes en el lenguaje periodístico

Juan Manuel Rodríguez [■]

Como enfermedad cada vez más cercana a nosotros, igual que el miedo incubado en nuestra cotidianidad, la construcción verbal pasiva nos acosa hasta ocurrir lo que Martín Vivaldi había pronosticado allá por los setenta: "Nos empieza a invadir un modo de expresión que no está de acuerdo con el genio de nuestro idioma: el uso –mejor abuso– de la voz pasiva." Si el uso de la pasiva es raro, el abuso –sobre todo en el periodismo– es realmente peor que una epidemia de cortedad y simpleza. En algunos casos este uso es tan frecuente como si nos educaran para ocultar o escamotear las ideas, en vez de para manifestarlas. La voz pasiva es una perífrasis, un rodeo en la tarea de comunicar, y propicia por tanto el melindre, la hipocresía, el ocultamiento y la impunidad.

El castellano es una lengua que prefiere la información directa, sin rodeos, con fuerza y sin complicaciones estilísticas. En este sentido, no explicaré así mi situación académica ante un amigo: "he sido suspendido en redacción por el malvado profesor, y seré castigado por mis inmejorables padres." Ante el peligro de las llamas, ni el más pedante de los pedantes, gritaría de este modo: "¡Socorro! Mi cuerpo es rodeado por las llamas. La casa será destruida por el fuego. Si alcanzo el teléfono, seré salvado por los bomberos." (Las llamas rodean mi cuerpo. El fuego destruirá la casa. Si alcanzo el teléfono, los bomberos me salvarán.)

En el uso del habla coloquial muy rara vez empleamos la construcción pasiva (verbo ser + participio), sin embargo, este uso antinatural y rebuscado se ha vuelto común en los escritos de todo tipo, particularmente de algunos periodistas que alardean de una elegancia artificial y oscura, sin plena conciencia de que con ello sacrifican la naturalidad y fuerza del estilo directo.

El caso de la modelo hermosa

En cierta ocasión conocí a una mujer muy bella y escribí en el diario de mi memoria:

Miro a la modelo hermosa.

Escribo a la modelo hermosa.

La construcción de esas dos oraciones es muy similar, ambas con un sujeto sobreentendido, con verbo en el mismo tiempo y con complementos idénticos. Pero a pesar de parecer dos complementos iguales, son muy diferentes. Con el primero es posible la transformación a pasiva: "la modelo hermosa es mirada por mí"; pero no puedo hacer lo mismo con la segunda oración: "la modelo hermosa ha sido escrita por mí", pues no la he escrito el cuerpo, aunque quizá lo hubiera deseado, solamente la he escrito algo (carta, poema, piropo...). En el primer caso puedo transformar la oración a voz pasiva porque el complemento es directo. En el segundo ejemplo no puedo hacerlo porque el complemento es indirecto. Si quisiera obviar la lata "modelo hermosa" y abreviar el texto diría así: "la miro", donde "la" es un pronombre que reemplaza lo eliminado, el complemento directo. Y en voz pasiva, tendría la expresión "ella es mirada por mí". En el segundo ejemplo diría, "le escribo", con pronombre de complemento indirecto "le" y sin posibilidad de elaborar una construcción pasiva. Si el segundo ejemplo hubiera tenido un complemento directo, entonces podría convertir la oración a pasiva. "Yo (sujeto) escribo una carta (complemento directo) a la modelo hermosa (complemento indirecto)." Y la transformación a pasiva quedaría de la siguiente forma: Una carta (el complemento directo ha pasado a sujeto) es escrita (verbo en pasiva) por mí (complemento agente) a la modelo hermosa (el resto de la oración queda igual).

■ Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción, Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito.
Correo-e: <juan@mail.usfq.edu.ec>

¿Es preferible el uso directo de la activa o el rodeo de la pasiva? Depende. "Yo miro a la modelo hermosa", suena bien y es correcto, pero si la modelo hermosa es, por ejemplo, Sharon Stone, entonces la cosa cambia, claro que definitivamente cambia, pues diré humildemente "Sharon Stone fue mirada por mí". He usado la pasiva para resaltar al objeto mirado (o admirado), y el pobre sujeto que mira se desvanece. En castellano, lo más importante suele colocarse al comienzo del enunciado.

El protagonista pasivo puede tener en algunos casos más importancia que el agente activo de la acción. Entonces, si bien es válido usar frecuentemente la activa, hay casos y circunstancias que ameritan el uso de la construcción pasiva. Debemos advertir y notar como escritores que con el cambio de voz se altera la perspectiva del narrador y se da un carácter psicológico (intencional o no) al estilo. Véase la diferencia entre "Los norteamericanos amenazan a los afganos" (presencia del sujeto), y "los afganos son amenazados por los norteamericanos" (disimulo del sujeto activo). Decida, usted, cuál cree que se debería usar según la intención.

Por su responsabilidad social con el público, el periodista no puede eludir estos problemas lingüísticos que muchas veces conllevan matices éticos. Si la noticia la hace el escritor y el público que la lee, no será igual escribir que "los norteamericanos lanzan bombas contra los afganos" que "las bombas contra los afganos son lanzadas por los norteamericanos", o que "se lanzan bombas contra los afganos" (pasiva refleja). La pasiva refleja escamotea a los actores, o sea, el sujeto activo "norteamericanos" desaparece de la expresión o es sustituido por un pronombre como en "se lanzan bombas contra los afganos por ellos".

Una pequeña reflexión sobre lo expuesto nos conduce a considerar la voz pasiva como una forma de atenuar culpables, de excusar a los responsables, de no decir con firmeza, de no testimoniar, de elegir un sentido ambiguo, de marcar la impersonalidad, de evitar el compromiso, de propiciar la hipocresía, de callar y hacer la vista gorda ante los hechos. La información parcializada busca simplemente la voz pasiva para decir sin expresar realmente los hechos.

Varios casos particulares

En el artículo "El país de los puros" (Diners), de Jorge Ortiz, es evidente la parcializada visión del autor, la forma exagerada de emitir juicios de valor, la manipulación de los datos, la desinformación como "el control directo de ciudades, puertos, aeropuertos y carreteras," no parece referirse a puertos fluviales o de montaña, y Afganistán no linda con el mar.

Por otro lado aparece ese abuso de la pasiva como en el siguiente párrafo.

"Lo cierto es que en enero de 1997, poco después de que Kabul, la capital de Afganistán, fuera tomada por la guerrilla talibán, Jami, una joven mujer afgana, fue llevada a un hospital público con quemaduras profundas en cuatro quintas partes de su cuerpo. El médico de turno se lanzó a atenderla. Pero, antes de que pudiera hacerlo, un guardia armado con un rifle de asalto AK-47 se interpuso con rudeza". Sorprenden varios rasgos estilísticos como la construcción cortada, con exagerado uso de los incisos y, sobre todo, el uso de los verbos. "Lo cierto es que" genera una subordinación que se hubiera evitado con el uso del borrador, la cohesión entre las oraciones no necesitaba de esa conexión. "Fuera tomada" (pasiva) se suprimiría poniendo a los talibán como sujeto y no como complemento agente: "los talibán tomaron Kabul". La impersonalidad en "se interpuso" y "se lanzó" choca con los otros detalles, o sea, algunos actores se diluyen mientras los detalles objetivos se precisan.

Retamos al lector a que elimine la pasiva y el carácter indefinido (impersonal) del párrafo. Lo mismo puede practicar con las siguientes oraciones recortadas de nuestros diarios locales. "Cardoso es reconocido por dos expertos como uno de los pensadores más destacados del continente". "Doce años más tarde, esos mismos combatientes son acusados (por los EE. UU.) de haber perpetrado el ataque terrorista..." Los ejemplos abundan, y el espacio escasea, con lo cual se reafirma la tesis de que la invasión pasiva sigue un ritmo acelerado y crónico; peligroso.



WORD

El Word en las comunicaciones del siglo XXI

Francisco Ficarra ■

A principios de los años ochenta, el Programa General de la Información -PGI- de la UNESCO ponía en marcha un interesante proyecto con el fin de informatizar las bibliotecas de numerosas universidades en Latinoamérica. Era una manera de transformar en información binaria muchos ejemplares de libros, tesis, y demás documentación única en el mundo, ya por su valor histórico como científico. En cierta manera desde ese entonces se estaba anticipando en el tiempo el auge de Internet y la posibilidad de libre circulación internacional de la información por la red.

En nuestros días, cualquier usuario de un PC puede generar una base de datos en donde se almacene información analógica -libros, revistas, etc. en soporte papel, por ejemplo- como binaria -artículos de periódicos "on-line"- . La utilidad de una base de datos radica en la rápida localización de aquello que se está buscando. En las próximas líneas y para tal tarea, se recurrirá a las tablas del Word que posteriormente se pueden transformar en una base de datos. A partir del mismo se verá la potencialidad de esta aplicación de la firma Microsoft, unida a una serie de consejos útiles para tal cometido.

Base de datos: Principales conceptos

Antes de hablar de la base de datos es importante hacer un par de aclaraciones. En primer lugar debemos diferenciar los términos datos e información. Desde un punto de vista "clásico" de la comunicación, una información es el resultado de un proceso en donde se han introducido unos datos. Dicho proceso puede realizarse manualmente o con el uso de un computador. Además, una información puede transformarse en dato, si se produce la retroalimentación del sistema. Todo esto se puede representar de la siguiente manera:

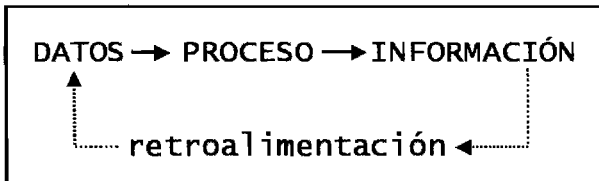


Figura 1

Ahora bien, en un computador los datos y la información son de tipo binario. Cuando estos bits se unen forman diversas unidades de medida de la información: bytes, megabytes, gigabytes, etc. Lo importante en estos casos es diferenciar sistema de estructura. El primero nos conduce al núcleo de la informática y todas sus derivaciones, como puede ser la Unidad Central de Proceso (CPU), los diversos periféricos, entre otros componentes. El segundo -estructura- es más trascendental a la hora de organizar una base de datos.

Ante la pregunta: ¿Qué es una base de datos? Se puede responder lo siguiente: "Una base de datos (del inglés, database) consiste en decir que es un conjunto de datos utilizados en un sistema informático específico, ya sea de tipo educacional, científico, administrativo, laboral u otro tipo". Además, una base de datos se compone de dos tipos de información que pertenecen a distintos niveles de abstracción:

- Los datos.
- Las estructuras o metadatos.

Los primeros representan la entidad del sistema por modelar. Las propiedades de tales entidades están descritas en forma de valores, es decir, numérico (día, mes, año, etc.), alfabético (nombre, apellido, ciudad, etc.), alfanumérico (dirección = calle + número, matrícula o patente de un automóvil = letras + números, por citar un par de ejemplos), entre otras modalidades que se verán más adelante. Dichos datos pueden ser agrupados o clasificados en categorías, en función de la estructura común, por ejemplo, libros, autores, año de edición, etc. Las estructuras o metadatos describen las características comunes de las varias categorías de los datos, como son los nombres y tipos. En el caso de una revista ficticia y en soporte papel puede estructurar brevemente los principales datos de la siguiente manera:

- Nombre de la revista.
- Temática.
- Fecha.
- Año de fundación.
- Precio.
- Editorial.
- Dirección de la redacción.
- Dirección de la administración.

Desde el punto de vista informático, cada uno de estos datos constituyen unos campos. La longitud del campo estará en función del total de caracteres que lo compongan, incluidos los espacios (cada espacio vale 1). El tipo de campo está en función del tipo de dato que se almacenará:

- Muy Especial
- La explosión Internet
- Invierno 1997
- 1981
- 400 pesetas.
- G+J España Ediciones.
- Marqués de Villamagna, 4. 28001 Madrid.
- Marqués de Villamagna, 4. 28001 Madrid.

Por lo tanto, nuestro primer y segundo campo (el nombre de la revista y la temática) son alfabéticos y tiene una extensión de 12 caracteres. El tercero es alfanumérico con 13 caracteres (invierno 1997), el cuarto (año) es numérico de 4 caracteres, y así sucesivamente. En los sistemas informáticos estos campos se agrupan formando un registro.

Otra de las consideraciones que hay que tener presente, en el momento de generar una base de datos, generalmente es que cada registro tenga un código. Dicho código, con el fin de ganar velocidad a la hora de procesarlo, es aconsejable que sea numérico y se encuentre al inicio de nuestro registro. Por ejemplo, con un lector de códigos de barra se puede conocer, de manera automática, el precio de la revista en el momento de hacer la compra en un supermercado. Todos estos registros constituyen luego un archivo o fichero. Por lo tanto, un archivo es un conjunto de registros, un registro es un grupo de campos, un campo es una asociación de caracteres y los caracteres están compuestos de bits. Un bit es la mínima unidad de información que puede tener dos estados: 1 y 0. Una representación gráfica es la siguiente:



Figura 2

Aquí es menester diferenciar entre bases de datos analógicas y binarias. Un clásico ejemplo, en el primer caso, son los archivadores metálicos, en donde el ser humano realiza la clasificación de los datos

que inserta en cada una de las carpetas de los diversos cajones que lo componen. He aquí un proceso manual y humano. En el segundo caso -binario o digital-, hay un mecanismo electrónico que se encarga de realizar dichas operaciones cuyo corazón en el computador está en el CPU (Unidad Central de Proceso).

La vigencia del papel en las bases de datos binarias

Hasta ahora hemos considerado los principales aspectos relacionados con las bases de datos, desde el punto de vista teórico. Sin embargo, una de las actividades más importantes es su organización, ya que se pone en práctica el aspecto lógico, es decir, lo fundamental de las bases de datos.

Por ejemplo, si alguien nos solicita generar una base de datos sobre una biblioteca, lo primero que se debe hacer es poner en juego los mecanismos de la inferencia de la comunicación y el aspecto mnemotécnico en los nombres de los campos, es decir, que sean fáciles de recordar cuando hay un número elevado de ellos. Por ejemplo, una manera de abreviar los campos a seis caracteres es:

Nombre del campo sobre el papel Nombre "mnemotécnico" del campo en el computador

- Código del compendio CODCOM
- Nombre y apellidos del autor NOMAPE
- Título de la obra TITOB
- Año de publicación AÑOPUB
- País de edición PAIEDI
- Nombre de la editorial NOMEDI

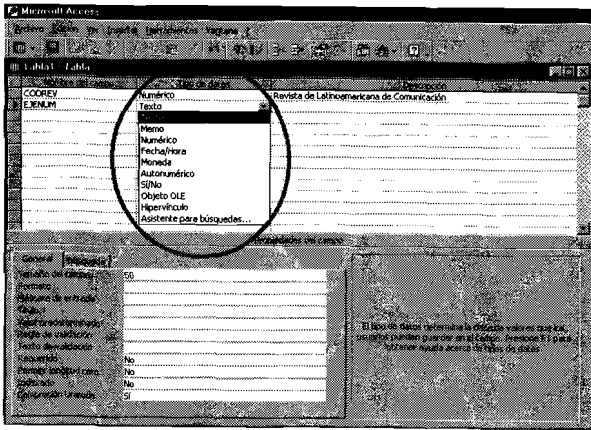


Figura 3

Aunque esta puede ser una tarea trivial a simple vista, resulta interesante desde el punto de vista lógico comenzar a escribir sobre el papel los diversos componentes que rodean a las personas, e incluso más tarde se pueden insertar en una base de datos. Un buen ejercicio mental consiste en determinar la longitud del registro, por ejemplo, trabajar con una media de 25 campos que no se pueden repetir entre sí. Cuando se adquiere la práctica suficiente se puede llegar tranquilamente hasta los 50 campos, lo que señala un elevado nivel de detalle y precisión de la base de datos. Obviamente, una vez lograda una buena estructura para una biblioteca, la misma puede exportarse - con sus correspondientes modificaciones - para organizar los vídeos, artículos de revistas, diapositivas, medios sonoros, etc.

Lo importante es considerar que el primer campo de los registros siempre debe ser un código. Es aconsejable que este sea numérico, para ganar velocidad en el momento en el que el computador procese la información.

En cuanto a la extensión de los campos, diversas aplicaciones del entorno, Windows tienen sus límites por defecto. En la figura 3, hay una tabla de Microsoft Access, en donde en la zona de la elipse están los diferentes tipos de campos y en la parte inferior las características intrínsecas de cada uno de ellos: lógicos (si/no), monetario, fecha / hora, entre tantos otros.

Un ejemplo práctico

Los artículos de los periódicos digitales pueden servir para constituir una base de datos en soporte binario. Diariamente se pueden grabar, en un directorio del disco duro, aquellas noticias que nos interesan. Una manera fácil de clasificarlas es por la fecha, o sea, mes y año (figura 4).

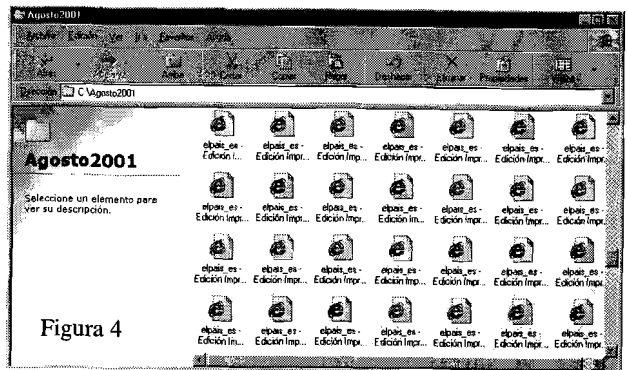


Figura 4

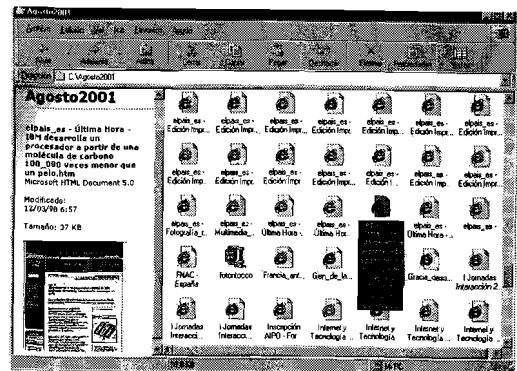
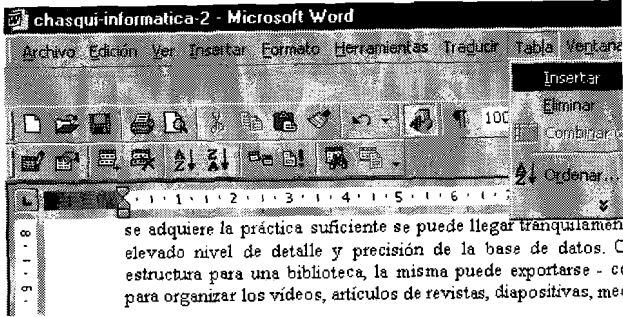


Figura 5

En nuestro caso del ejemplo práctico se parte de dos publicaciones españolas: El País y La Vanguardia. La primera ventaja del primer periódico digital, con referencia al segundo es que en el momento de archivar los artículos en el computador, cada artículo mantiene el nombre de la edición impresa, cosa que no sucede en el caso de La Vanguardia, consecuentemente el usuario debe introducir el nombre del artículo que desea archivar (figura 5). Este elemento que puede ser algo banal es muy importante para generar bases de datos de manera rápida. Acto seguido creamos una tabla de seis columnas y dos filas (figuras 6 y 7).

Figura 6



En la primera fila insertamos los nombres de los campos, algunos en formato mne-

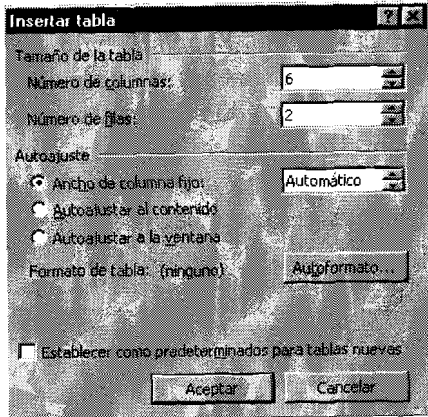


Figura 7

otros quedan a elección del lector. El primer campo tiene que ver con la fecha del artículo, el segundo con el medio de comunicación, el tipo de publicación, la temática, el título y el enlace Internet.

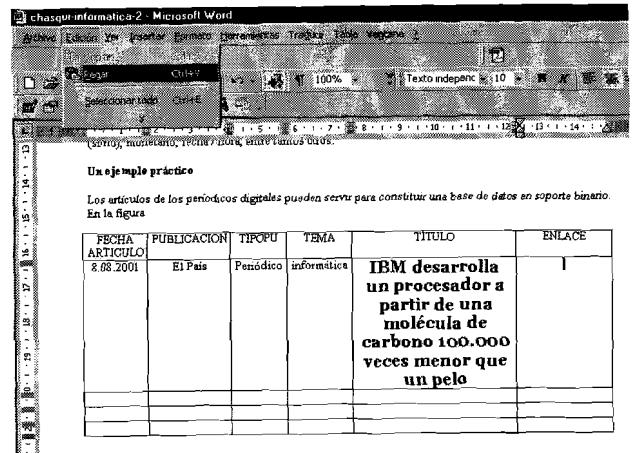


Figura 9

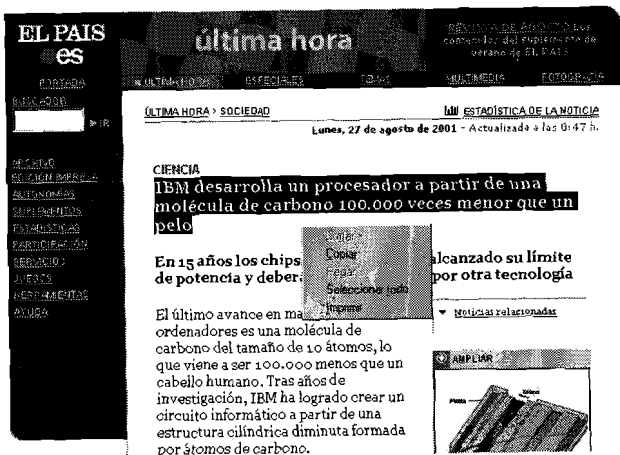


Figura 8

En el caso del título para ahorrarse el hecho de escribirlo se puede seleccionar directamente el mismo del artículo y con le botón derecho del ratón se copia dentro de la tabla (figura 8). Sin embargo, existe el problema de la tipografía que no es idéntica al resto del texto de los otros campos. La solución para seleccionar el título es ir luego al formato del mismo y cambiar la fuente (figuras 9 y 10).

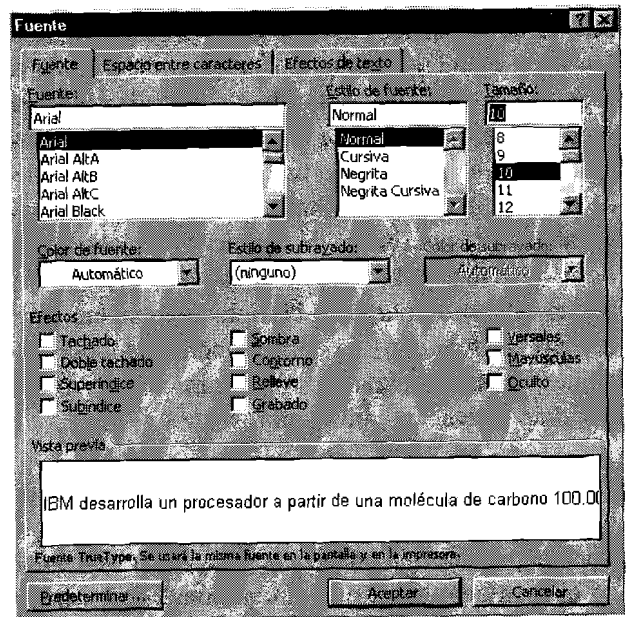
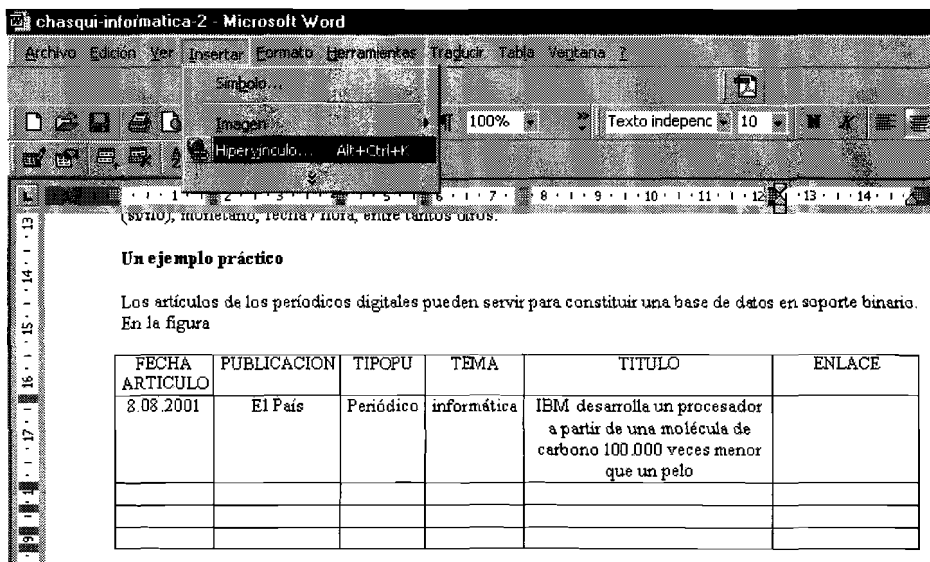


Figura 10

Finalmente, es importante insertar la fuente de la información. En nuestro caso, un enlace a la dirección de El País. Para tal fin, es menester crear un hipervínculo. En las figuras 11 y 12 se explica el procedimiento.

Figura 11



El aspecto de la búsqueda avanzada en los portales relacionados con los periódicos, como los diversos motores "on-line", será motivo suficiente para una próxima entrega, en donde confluyan el Word e Internet. Como siempre acompañada de consejos y estrategias para ahorrar tiempo.

A modo de cierre ...

Michael Dertouzos, falleció en agosto del corriente año. Como director del laboratorio para la ciencia informática del MIT había luchado por una red y una tecnología al servicio de la humanidad. Su pugna fue el desarrollo y la democratización de Internet.

Hoy el volumen de información que circula libremente en Internet es tal, que quienes están delante del ordenador tenemos como obligación organizar y clasificar toda esa información que hemos obtenido desde Internet. Sin ir a comprar programas de software sofisticados y de elevado precio, un usuario mediante la aplicación Word puede obtener importantes resultados. Evidentemente, aquí es fundamental la constancia y una ejercitación mental para crear estructuras de bases de datos de manera lógica.

Una vez más, se ve cómo el ingenio humano, para estructurar información en la era digital, tan solo necesita del papel y un simple lápiz o bolígrafo.

Figura 12

El resultado final se puede apreciar en la siguiente tabla que luego se convertirá en una interesante base de datos para la consulta diaria, por ejemplo. A partir de ahora, cuando estamos conectados a Internet y se desea ver el contexto de la noticia tan solo bastará con hacer un clic en el enlace. Automáticamente, se abrirá la página principal del periódico y se podrá acceder a su hiperbase de datos, con la fecha y el título del artículo. Aquí es necesario aclarar que a veces el tema (informática, en nuestro caso) es un apartado o una sesión dentro de una publicación digital.

Periscopio Tecnológico

FIN A LA PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS EN INTERNET

En un despacho procedente de Washington, la agencia internacional Reuters informó que tras los atentados del 11 de septiembre varios proveedores de servicios de Internet y otras compañías estadounidenses violaron sus propias políticas de protección de la privacidad de sus clientes con el fin de colaborar con la policía en su investigación.

"He recibido llamadas de más de una docena de compañías que dijeron que habían violado a sabiendas sus políticas establecidas de privacidad, para cumplir con las exigencias de la policía desde los ataques", declaró Larry Ponemon, presidente ejecutivo de la firma consultora Privacy Council, de Dallas, Texas.

Entre las empresas que adoptaron tal procedimiento estuvieron compañías telefónicas, aerolíneas, empresas de alquiler de automóviles y "las mayores proveedoras de servicios de Internet", dijo Ponemon, según el reporte de Reuters.

America Online, unidad de AOL Time Warner Inc. y el mayor acceso estadounidense a Internet, con 31 millones de usuarios en todo el mundo, dijo que estaba respetando su política de privacidad y que cuando coopera con las autoridades se aferra a los contratos de su servicio.

"Creemos firmemente que AOL tiene un equili-

brio muy responsable y práctico entre proteger la privacidad de sus miembros y proteger su seguridad", dijo Nicholas Grahm, portavoz de AOL en la sede de la compañía en Dulles, Virginia.

La red de Internet de Microsoft Corp., MSN, segunda en la lista de proveedores de acceso, no atendió varios pedidos de comentarios sobre el informe.

Earthlink Inc., el tercer proveedor de Internet en Estados Unidos, con 4,99 millones de clientes, dijo que estaba en contacto con la Oficina Federal de Investigaciones (FBI) desde el día de los ataques, el martes 11 de septiembre.

AOL, Microsoft y Earthlink dijeron la semana pasada que estaban cooperado con los investigadores de los ataques, aunque no dieron más detalles.



CONFIDENCIALIDAD EN PELIGRO: REPORTEROS SIN FRONTERAS

La organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) denunció que la confidencialidad en Internet podría verse amenazada por la campaña de lucha contra el terrorismo, lanzada a nivel mundial.

La denuncia siguió a la aprobación, por el Senado estadounidense, de una nueva ley antiterrorista, que contiene limitaciones a las libertades en la red. La RSF replicó enviando una carta al Senado y a la



Cámara de Representantes en la que apuntaba que "la emoción legítima" provocada por los atentados no debe provocar una "revisión de las libertades individuales garantizadas por la primera Enmienda de la Constitución".

La ley faculta a la Oficina Federal de Investigación (FBI) instalar, en los servidores de Internet, sistemas para vigilar la circulación de mensajes electrónicos durante 48 horas, sin necesidad de un mandato judicial.

La carta firmada de la RSF expresaba también preocupación ante la posibilidad de que las autoridades ilegalicen la utilización de los programas de encriptación que permiten a los usuarios preservar la confidencialidad de sus mensajes.

Mayor información en las siguientes páginas de la red:

- <<http://elmundo.es/navegante/2001/09/20/seguridad/1000984405.html>>
- <<http://actualidad.eresmas.com/15416.html>>
- <<http://www.abc.es/internet/noticia.asp?id=48108&dia=Hoy>>

CARNIVORE VIGILA EL CORREO ELECTRÓNICO

La Oficina Federal de Investigación (FBI) admitió públicamente que posee una herramienta, creada para vigilar las comunicaciones por correo electrónico, denominada Carnivore, cuya capacidad para vigilar las actividades de los internautas en la Red es prácticamente ilimitada.

En respuesta, el denominado "Centro de Información para la Privacidad Electrónica" (EPIC), ha convertido su lucha contra "Carnivore" en una prioridad. "La poca información que se ha hecho pública levanta serias cuestiones sobre los peligros que

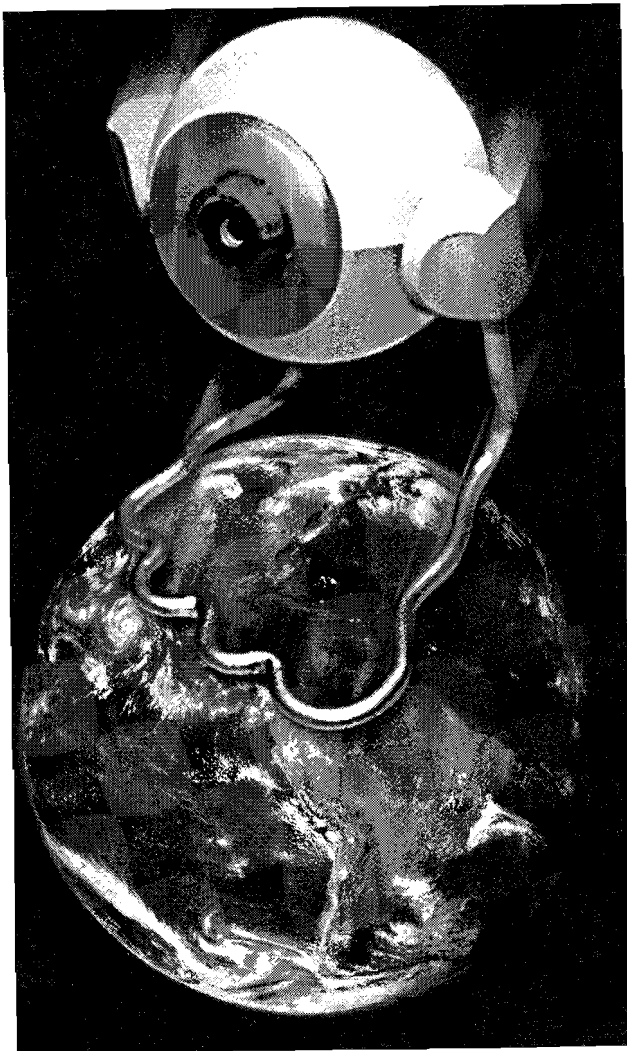
esta tecnología puede crear para la privacidad de los internautas", asegura David Sobel, el consejero legal del EPIC.

El FBI, en un informe al Congreso, reconoció que el programa Carnivore "tiene gran capacidad para capturar información sin necesidad de utilizar filtros, y que se guarda en los discos duros de los internautas".

Agregó que el programa se lo usa limitadamente, y solo siguiendo las órdenes de los tribunales, cuando realiza investigaciones criminales. Carnivore autolimita la información que no le interesa y no husmea en los ordenadores de todos los internautas, sino solo en los de aquellos que son sospechosos de violar la ley.

Para los críticos del sistema de vigilancia, su poder es ilimitado, ya que Carnivore tiene la capacidad de filtrar, en busca de determinadas palabras claves, millones de mensajes de correo electrónico que viajan por la Red y sin saber que son vigilados.

El programa tiene unas claves, que el FBI mantiene en secreto, que permiten descubrir la información que la agencia policial busca. Estas claves pueden ser palabras, nombres de políticos, de ciudades, y terminología que levante sospechas entre los in-



investigadores del FBI. Cuando uno de estos mensajes es localizado, el programa se introduce en el disco duro del internauta "capturado" y archiva toda su información confidencial, a la espera de que los investigadores determinen si ha cometido algún delito.

SE REVELAN DETALLES SOBRE LA CRIPTOGRAFÍA

La expresión "Criptografía de clave pública" podría parecer una contradicción en los términos, ya que ¿cómo puede ser "criptografía" (la técnica que permite mandar mensajes cifrados, y por lo tanto secretos) si la clave es pública?

Sin embargo, gobiernos, bancos e incluso el navegador en uso por cualquiera, confían al cifrado de clave pública (concretamente al algoritmo llamado RSA) la privacidad de sus comunicaciones, y los

partidarios de la intimidad mediante el cifrado también la recomiendan, en programas como PGP (Pretty Good Privacy, o "Privacidad bastante buena").

El secreto está en que este sistema no utiliza la misma clave para cifrar y descifrar los mensajes, sino dos claves por comunicante, que se conocen como su "clave pública" y su "clave privada". La clave pública es la novedad que dio nombre a esta técnica de cifrado, pero sigue existiendo una clave privada, que cada comunicante guarda para sí y no comparte con nadie.

Las claves pública y privada sirven indistintamente para cifrar y descifrar, así que, para usar la metáfora postal, además de cerrar el sobre, se puede dejar una huella dactilar que autentifique el origen.

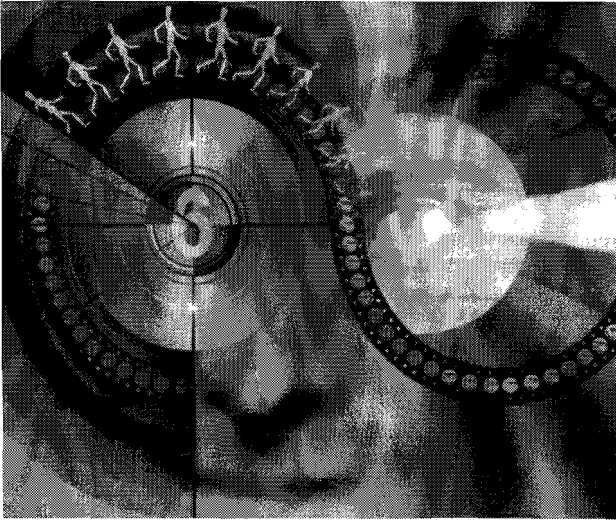
El sistema consiste en cifrar dos veces el mensaje, la primera vez con la clave pública del destinatario (codificación), y la segunda con la propia clave privada (firma).

En el cifrado tradicional, ambos comunicantes, el emisor y el receptor, tienen una copia de la misma clave. Si quieren cambiar la clave para comunicarse, se la tienen que hacer llegar uno a otro mediante un sistema secreto. Esto crea una serpiente que se muerde la cola, porque sin transmitirse la clave no pueden comunicarse en secreto, y sin comunicarse en secreto no pueden cambiarse la clave.

NUEVE PELIGROS PARA TENER EN CUENTA EN LA RED

En un informe especializado la revista Time recordó recientemente que hace dos años Scott McNealy, el presidente de Sun Microsystems, lanzó esta célebre advertencia: "Para que lo sepan: La privacidad en Internet no existe".

Microsoft admitió hace poco que todas las versiones de Windows 2000 y las primeras versiones "beta", del nuevo sistema operativo XP que lanzará al mercado este otoño, son "altamente vulnerables", hasta el punto de que cualquier pirata electrónico puede tomar control de la computadora de la víctima.



Los internautas saben que al marcar un número de teléfono con el módem se exponen a ciertos riesgos. En una encuesta de Yankelovich Partners para Time-CNN, el 61% de los participantes admitieron estar "muy preocupados" o "preocupados" ante la posibilidad de que alguien pueda tener acceso a sus datos personales.

Los expertos centran ahora en nueve, desde programas para espiar hasta la usurpación de identidades, las mayores amenazas para la privacidad. Esas nueve amenazas para las que los técnicos preparan contramedidas, son:

1. Alguien puede usurpar su identidad por Internet
2. Puede estar revelando información confidencial al navegar por Internet
3. Los datos personales que haya confiado a una página de Internet se pueden vender y usurpar
4. El portal al que acaba de confiarle sus datos puede ser inexistente
5. El Gobierno puede estar difundiendo direcciones, números de la seguridad social y otros datos personales por Internet
6. Empresas y enemigos personales pueden difundir información confidencial por Internet
7. Su empresa (o su cónyuge) puede espiarlo a través de su propia computadora

8. Un extraño puede espiarlo haciendo uso de su computadora

9. Puede darse casos, y de hecho se han dado ya, de ciber-acoso de tipo sexual

NIEGAN APOYO A NUEVAS LEYES QUE PROTEGEN LA PRIVACIDAD EN INTERNET

La Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos anunció en octubre que había resuelto retirar su apoyo a nuevas leyes que protegen la privacidad de los consumidores. Timothy J. Muris, el presidente de la FTC, reconoció que "hay buenos argumentos a favor de tales leyes".

El funcionario señaló que "más leyes sobre la privacidad en línea podrían aumentar la confianza del consumidor en Internet, al establecer reglas claras sobre cómo se recogerá y utilizará la información personal".

"Sin embargo", Muris agregó, "es demasiado temprano como para concluir que podemos diseñar leyes funcionales que logren esas metas".

En lugar de nueva legislación, Muris dijo que los recursos dedicados a aplicar las leyes existentes aumentarían en un 50%.

Muris destacó especialmente la creación de un listado nacional de teléfonos de usuarios que piden no recibir llamadas de empresas que tratan de vender productos o servicios. En la actualidad ya existe un listado nacional, pero es voluntario y de una asociación de organizaciones de mercadeo. El cambio sería una regla de la comisión que obligaría a las empresas de telemarketing a respetar los deseos de quienes no quieren recibir llamadas.

También dijo que la comisión "intensificaría" sus acciones en contra de fraudes promovidos por correo electrónico. Pero no anunció ninguna medida para limitar las cartas electrónicas comerciales indeseadas por Internet, popularmente conocidas como "spam", ni prácticas tales como la falsificación del origen de esos mensajes o de darles temas engañosos.



Bibliografía sobre Comunicación

La siguiente es la 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).

Amaral, Roberto. Nación, cultura y comunicación (La alternativa a la globalización: integración continental). IN: **Comunicação&Política VIII (2) maio-agosto, 2001, pp. 233- 245.**

El nuevo siglo hereda de su antecesor la incerteza y la crisis, se afirma. El nuevo siglo, ciertamente, será todavía más corto que el breve siglo XX que duró la experiencia del socialismo real. El siglo XXI nace marcado por la historia del neoliberalismo y de la globalización. La incerteza se origina en la crisis de algunas instituciones que a la humanidad le tomó siglos construir las, tales: Estado, soberanía, nación y nacionalidad. De un lado, el Estado-nación esta siendo amenazado en su soberanía por los anhelos de independencia enarbolados por fuerzas infranacionales de regiones y grupos étnicos secesionistas y por fuerzas de la economía supranacional y transnacional; por otro lado, el estado-social es minimizado por el neoliberalismo. Y, como fondo, actuando una globalización político-económico-militar-ideológica que logra reordenar el mundo según la lógica de los

estados dominantes, imponiendo el nuevo orden internacional fundado en la relación Norte-Sur, dominante-dominado.

Cabrera, Daniel Horacio. Nuevas tecnologías de la información: Significaciones imaginarias. IN: **Estudios: Revista del Centro de Estudios Avanzados (13) enero-diciembre, 2000, pp.65-79.**

Análisis de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, desde los discursos que a ellas se refieren como "significaciones imaginarias" de la sociedad actual. El trabajo se lo realiza en dos niveles de interpretación. En el primero, se revisan



algunas de las significaciones concretas en relación a la temporalidad social. Y en el segundo, se postulan matrices imaginarias sociales, desde las que estas significaciones proceden y funcionan. En el ejercicio de esta hermenéutica quedan abiertas múltiples perspectivas, sin llegar a profundizarse.

Carrasco Ligarda, Rosa. La comunicación verbal de Rosa de Santa María. IN: **CONSENSUS (5) marzo, 2001. pp.55-65.**

Se estudia el contenido de los mensajes orales de Santa Rosa de Lima, en las dos vertientes que son conocidas: el diálogo y el canto. La comunicación coloquial permite conocer las características que reflejan su personalidad y su orientación religiosa, pero también su influencia en las personas que forman parte de su entorno inmediato. La producción de canciones pone en evidencia la capacidad creativa y permite apreciar su sensibilidad literaria. Pero, fundamentalmente, permite señalar su filiación en la vigorosa tradición oral española que llegó al Perú con los inmigrantes en los siglos XVI y XVII.

Esteinou Madrid, Javier. Las industrias culturales y el modelo de comunicación-mercado. IN: **Convergencia (25) mayo-agosto, 2001, pp.193-232.**

Desde 1993, México ha experimentado un proceso de transformación, originado en la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), que ha redundado en profundo cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc. Estos cambios, a su vez, transformaron los sistemas de vida, organización, trabajo y educación de la mayoría de la población, inclusive su repercusión ha llegado a las estructuras culturales e informativas de México. Por ello, cinco años después y cuando está cercana la firma de tratados con el Mercado Común Europeo, Asia y América Latina, comienzan a plantearse análisis y reflexiones sobre la influencia que la aplicación de las leyes de libre mercado del TLC tuvo en la transformación de la estructura y la dinámica de la cultura y comunicación nacionales. Como conclusión se recomienda la ejecución de 15 accio-

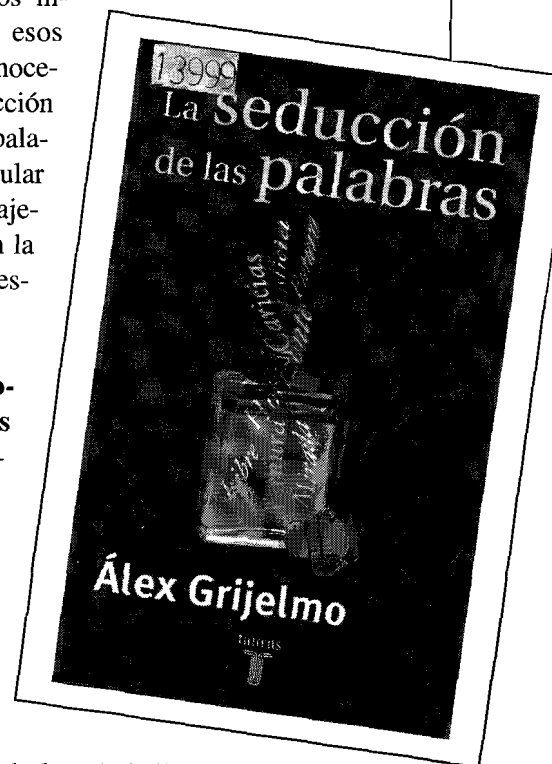
nes mínimas de política informativa, orientadas a cambiar las "estructuras mentales" de lo mexicanos, lo que, a su vez, les permita avanzar con los "ojos abiertos" y con autonomía en este proceso.

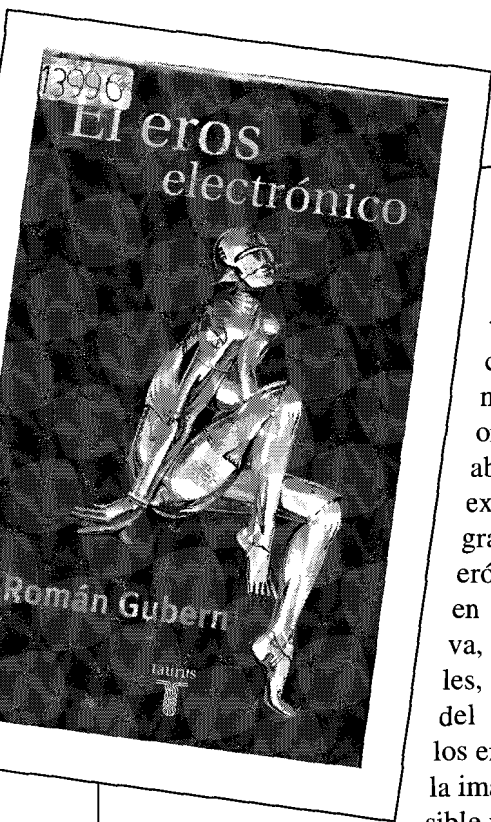
Grijelmo, Alex. *La seducción de las palabras.* Madrid: Grupo Santillana de Ediciones, S.A., 2000. 289p.

A partir del establecimiento de una relación entre la psicolingüística y la comunicación social, se presentan innumerables ejemplos para evidenciar cómo se manipulan los vocablos para alterar la percepción de la realidad. "Las palabras que se emplean en la política, la publicidad, la literatura, el amor.. constituyen un elemento de poder, porque moldean la mente de quien los recibe. Se posicionan en ella y condicionan su forma de sentir. Muchos intentan dominar esos mecanismos, conocedores de la seducción que ejercen las palabras, para manipular el pensamiento ajeno", se afirma en la presentación de esta obra.

Gubern, Román. *El eros electrónico.* Madrid: Grupo Santillana, S.A., 2000. 225p.

¿Se está convirtiendo la era de la comunicación, paradójicamente, en la era de la soledad? ¿Se está traduciendo la modernización en marginación? Son algunas de las interrogantes que se plantea la obra, investigando las implicaciones emocionales y afectivas de los nuevos medios, en las for-





mas de vida de la sociedad postindustrial; y, analizando, con agudeza, los fenómenos que están originándose en esta abrumante realidad: la expansión de la pornografía, los arquetipos eróticos implantados en la industria televisiva, los robot emocionales, los usos amorosos del correo electrónico, los ensueños eróticos que la imagen digital hace posible y el cibersexo.

Guinsberg, Enrique. La salud mental en el neoliberalismo. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V., 2001.

Es un recorrido amplio y detenido por muy diferentes aproximaciones disciplinarias, teóricas y personales al tema planteado. "El texto no es ni pretende ser una enciclopedia" se aclara, pero sí es un compendio de reflexiones críticas. Después de puntualizar los problemas llamados de "salud

mental", se pasa a revisar los efectos de los mismos en la psico(pato)logía de la época, los cambios que se están produciendo en relación a las anteriores, las "patologías de fin de milenio" y las salidas que se buscan para enfrentar y paliar la situación. La obra puede ser utilizada como una guía ordenada y racional, tanto para abordar el problema en su conjunto, como para selec-

cionar un subtema de investigación y usar el resto como elemento de contextualización.

Katz, Claudio. El abismo entre las ilusiones y los efectos del ALCA. Nueva Sociedad (174) julio agosto, 2001. p-33-39.

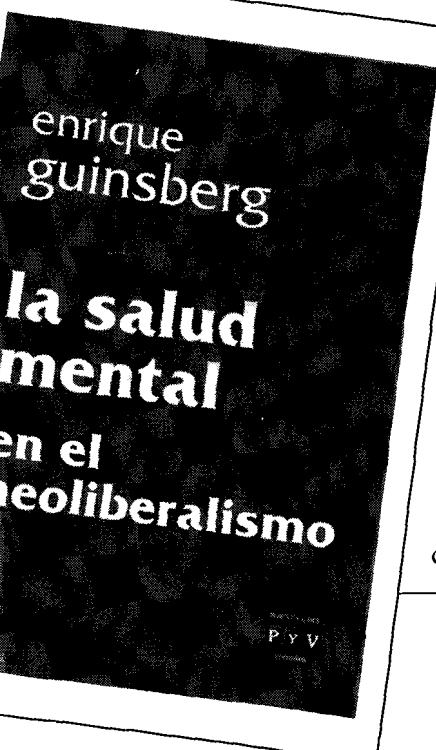
"El ALCA es un proyecto estratégico de Estados Unidos, acelerado por la inminente recesión norteamericana, el avance regional del capital europeo y el deterioro político de numerosos regímenes latinoamericanos". El neoliberalismo alienta ilusiones sin fundamento sobre la conveniencia del acuerdo; al contrario, en todas las áreas de negociación comercial las corporaciones estadounidenses obtienen ventajas sin otorgar concesiones. "El término imperialista define adecuadamente el propósito del ALCA". Su concreción puede precipitar la disolución del Mercosur, que ha fracasado como asociación al no alcanzar acuerdos básicos de coordinación arancelaria, monetaria e impositiva. Un proyecto de integración genuina debe priorizar la satisfacción de las reivindicaciones populares y enfrentar la asfixia que sufren los países latinoamericanos por el peso de la deuda externa. De todas formas, las protestas ya están presentes y no se limitan a proclamar que otro mundo es posible, sino que han llegado a definir cuál sería el mundo deseable para vivir y cómo se puede alcanzar.

López Reyes, Oscar. Relaciones Públicas & Marketing Social (Conceptos y programas para la autogestión. Santo Domingo: Ediciones O&M, 1996.

Texto básico sobre la temática planteada, cuyo mayor aporte se centra en los casos prácticos y en las nuevas técnicas que presenta para la aplicación del marketing en el área social

Kaiser, Karl. Cómo Internet cambia la política mundial. IN: Deutschland (3) junio/julio, 2001. pp 40-45.

Después de una introducción sobre el origen y el desarrollo de Internet, se plantean reflexiones que llevan a develar las potencialidades de esta red. Se



demuestra que es un turboalimentador de la globalización y que ha logrado una internacionalización inédita de la producción, con un ahorro de la mayor parte de los pasos propios de este proceso. También se dice que es en sí un medio de transacciones económicas; ha aumentado la radio de acción de los individuos y organización no gubernamentales, quienes ahora pueden armar alianzas alrededor de todo el mundo e intercambiar informaciones a diario. En cuanto a la democracia, su papel es altamente positivo en la lucha contra los regímenes totalitarios, puesto que permite el acceso a los archivos y datos reservados, socavando o rompiendo el monopolio de la información que poseen. Pero, a su vez, el Internet también puede atentar contra las reglas democráticas, al debilitar la capacidad de regulación de control del Estado.

Wainberg, Jacques A. Telecommunication revolution in Brazil and it's impact in self-imagen perceptions. IN: Convergencia (25) mayo-agosto, 2001, pp. 141-191.

Brasil experimenta una importante revolución en su infraestructura de telecomunicaciones. De hecho, es un proceso que va por los 146 años, en los que los sectores privados y estatales han mantenido un permanente enfrentamiento por poseer el control de este importante sector. La disputa ha tomado un nuevo cariz con la llegada de la globalización, que ha dado paso a un sistema más abierto, lo cual no satisface, precisamente, a los interés de la izquierda y de muchos de los estrategias nacionales.

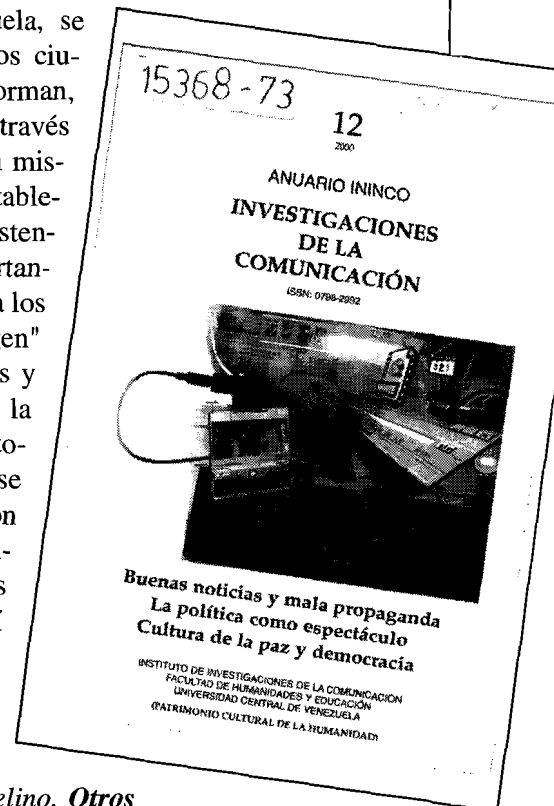
Álvarez, Ángel. Buenas noticias y mala propaganda: el uso de los medios en la campaña política de 1988. IN: Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación (12): p. 33-55

La influencia de los medios en los resultados de los procesos electorales es habitualmente exagerada o minimizada. Una de las teorías empíricas más difundidas sostiene que la campaña ejerce un efecto "nulo" sobre los resultados. En este estudio, realizado sobre la base de los datos de las elecciones de

1988 en Venezuela, se demuestra que los ciudadanos se informan, principalmente a través de la noticias. Al mismo tiempo se establece la relación existente entre la importancia que tiene para los votantes la "imagen" de los candidatos y la exposición a la publicidad electoral. El estudio se complementa con gráficos explicativos de los datos manejados, así como de una importante bibliografía.

Bisbal, Marcelino. Otros lugares para pensar la política. O consecuencias en la política de la mediación comunicativa. IN: Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación (12): p.57 -91

La política en el escenario de los medios de comunicación masiva asume formas de representación y de construcción de la realidad, que la convierte en espectáculo. En este sentido, el autor plantea una serie de interrogantes para analizar la función de la política de los medios. ¿Cuál es la relación entre política, modernidad y cultura mass mediática? ¿La espectacularidad de la política a través de los medios es parte de la racionalidad postmoderna? ¿Los periodistas como formadores de opinión reemplazan a los políticos o unos y otros forman parte de la lógica mediática? Son algunas de las preguntas que se busca responder en este ensayo.



Contribuciones XVIII (2): abril-junio, 2001.

Para unos, los medios de comunicación son el "cuarto poder", para otros se constituyen en un poder de "cuarta categoría". Sin embargo, todos coinciden en que los medios son imprescindibles para transmitir el mensaje de la política y facilitar el diálogo social entre gobernantes y gobernados. Tampoco se discute que su importancia se acrecienta a diario, son los argumentos iniciales de los editores para presentar este número que recoge los siguientes artículos: "La influencia de los medios sobre la actitud ante la política". "Congreso y prensa. Relaciones institucionales y representación social". "Periodismo e información judicial en Argentina". "Alianza peligrosa. Padrino y ahijados de la información". "El buen periodismo: las contradicciones irresueltas del periodismo de investigación".

Gómez, Luis Aníbal. Viaje a las raíces de la fascinación informativa. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación (12)*, p. 13-32

Conclusiones de una investigación histórica sobre la supremacía que los medios de comunicación poseen en la sociedad actual. Se parte de los orígenes de los mass media, se repasan las diferentes etapas de su evolución, entre las que surgen la publicidad y sus "mecanismos mercantiles", para terminar en lo que el autor denomina industrialización de la información. Se demuestra cómo los medios han servido a los intereses del poder político y económico, hasta llegar, en la actualidad, a configurar una instancia ante la cual se inclinan todos, hasta el Estado, en una clara violación al interés ciudadano.

Martínez Costa, María del Pilar. La radio en la era digital, Madrid: Santillana, 1997

Aunque en el mundo de la comunicación el debate actual parece centrado en la aparición de los llamados

nuevos medios -denominados multimedia- la radio no se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos, al contrario, es un medio animado por la tecnología. La evolución permanente de las técnicas de producción, distribución y recepción de mensajes se proyecta de modo decisivo sobre

la configuración de los contenidos y sobre las funciones sociales de la radio. Analiza la evolución de lo que hoy se conoce como Digital Audio Broadcasting, que no es otra cosa que el conjunto de circunstancias que concurren en un proceso de introducción y de transformación de la actividad radiofónica en el próximo milenio.

Revista Mexicana de Comunicación. XIII (70): junio-agosto, 2001

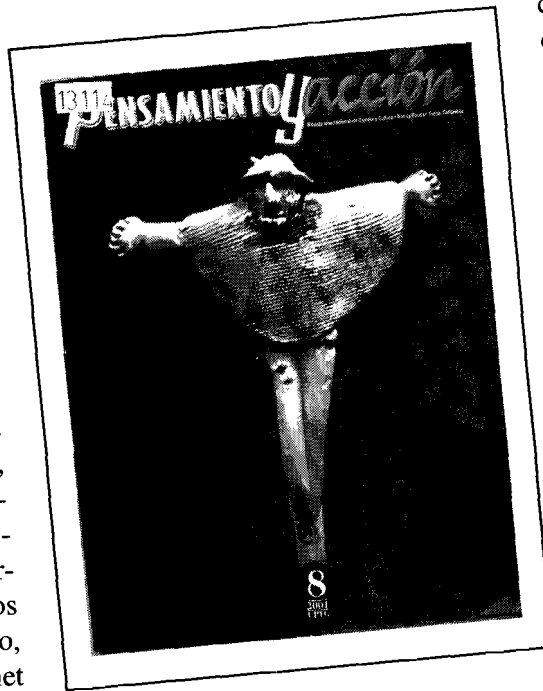
Contiene importantes artículos que analizan la realidad de la comunicación en algunos países latinoamericanos y, a la vez, abordan asuntos de interés conceptual: "De los mitos a las realidades del marketing político en México". "Mitos y realidades del derecho a la información". "Televisión pública y cultura". "Comunicación popular, organismos civiles y democracia". "Entre el derecho a la información". "Ética. Chile y Periodismo".



Saboya Vargas, Aniceto. *Universidad Virtual para una Universidad Real*. IN:

Pensamiento y Acción: Revista Internacional de Ciencia y Cultura. (8): julio- diciembre, 2001.

Con la llegada del nuevo milenio, llegó también la Universidad Virtual o Digital, cuya característica más representativa es el uso de Internet. Como principal ventaja se anota el poder proporcionar material educativo a cualquier persona en cualquier parte del mundo. Ofrece un ambiente de aprendizaje autónomo, enriquecido con una fuerte dosis de interactividad no presencial, de los estudiantes entre sí y de los estudiantes con el profesor o tutor, pero también una interactividad presencial del estudiante con el computador. Cada estudiante está en libertad de ir desarrollando sus propias estrategias cognitivas y avanzando en su conocimiento, para lo cual cada servidor educativo se adapta a los requerimientos de cada estudiante. Sin embargo, existen todavía muchos retos que deben superarse en el proceso, tales como: integración de Internet a entornos educativos reales, accesibilidad de este recurso a los grandes públicos. Así mismo, existen limitaciones inherentes a los grandes sistemas de información: desorientación, ineficiencia en la navegación y sobrecarga cognitiva. Como limitaciones de carácter físico se anotan: la velocidad de transmisión de material multimedia, sobrecarga de las comunicaciones generada por los protocolos de seguridad, entre otros. Ventajosamente, las soluciones a nivel de hardware y software están en camino. Internet 2 y Next Generation Internet, son un ejemplo. Y, en el ámbito de los elementos lógicos, las soluciones van desde sistemas hipermedia hasta servidores educativos dotados de conocimiento pedagógico.



Varis, Tapio. **Comunicación, cultura de la paz y democracia**. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* (12): p. 153-168

A partir de la guerra de Vietnam, la paz ha sido un tema recurrente para varios investigadores de la comunicación. El autor, concretamente, advierte que su trabajo, sobre el tema, ha consistido en recabar la mejor información posible para que, en una segunda instancia, su análisis contribuya a la disminución de la violencia y de los conflictos directos. En este post-modernismo, afirma, las problemáticas particulares de cada país pueden adquirir una dimensión global, dados los cambios políticos y económicos que perfilan una sociedad cada vez más globalizada. En este marco, continúa, los medios de comunicación actúan muy provocativamente en dos sentidos. Por un lado, buscan soluciones y, por otro, pueden servir de acicate para generar nuevos conflictos, sentencia. El reto de los medios sería trabajar para el 80% de los excluidos de la industrialización, la tecnología y los conocimientos, concluye.

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 se puede consultar en forma personal en nuestra sede ubicada en la Avenida Almagro N32-133 y Andrade Marín, a la Casilla Postal 17-01-584 o al e-mail <ciespal@ciespal.org.ec>

**Lo que pasó
y lo que vendrá**

Actividades de CIESPAL

ÉXITO EN SEMINARIO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Los días 3, 4 y 5 de octubre se realizó el Seminario Internacional de Comunicación Política, organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), el Instituto de Comunicación Política (ICP) de Miami y con el auspicio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), Diario la Hora, y otros medios de comunicación.

Al evento fueron invitados prestigiosos consultores políticos del país y del extranjero, para analizar aspectos teóricos y prácticos referidos a la comunicación política. Asistieron 362 personas interesadas en el tema, para quienes el Seminario constituyó un completo éxito, según la evaluación correspondiente.

La opinión fue compartida por la venezolana Mercedes Elena Bello, Presidenta del ICP, con amplia experiencia en la organización de esta clase de



Autoridades del Seminario sobre Comunicación Política

eventos y quien abordó el tema "La organización de campañas", a la que calificó como "el pilar del éxito". Anotó que es de suma importancia organizar la campaña desde su inicio, y no a medida que se vaya desarrollando.

Mercedes Elena Bello habló también sobre el financiamiento de las campañas, que fue un tema que provocó controversia, en especial en lo referente a la necesidad de que haya un presupuesto, es decir, "saber cuánto se necesita, el monto con el que se cuenta, y hasta dónde se puede gastar". La conferencista proporcionó ideas sobre la consecución ética de fondos para las campañas políticas.

Las estrategias

Otro conferencista fue el estadounidense Ralph Murphine, quien habló sobre la Estrategia en Comunicación Política. "Para definir la estrategia se debe pasar por un proceso, la meta siempre debe ser ganar", fue una de las ideas expuestas por el orador. Tras referirse ampliamente al trazado de las estrategias, Murphine trató por separado lo referente a las "Estrategias de Ataque y Defensa", algunas de las cuales mencionó y explicó, considerando que es muy importante saber la reacción del electorado en caso de un ataque, y cómo se lo puede contrarrestar.

El plan de campaña

La elaboración del Plan de Campaña, fue presentado por Rafael Reyes Arce, consultor político mexicano, quien dijo que "si no existe un plan de campaña el caos está garantizado".

Otro conferencista fue el argentino Felipe Noguera quien habló sobre "Los 10 mandamientos de la estrategia", entre ellos, la importancia de definir objetivos, organizarse, e inventariar recursos.

Otros conferencistas tanto de Ecuador como de otros países hablaron sobre temas como el mapeo político, la investigación cualitativa y cuantitativa, la muestra para las encuestas, la forma cómo se realizan para que sean objetivas, el margen de error y otros datos importantes.

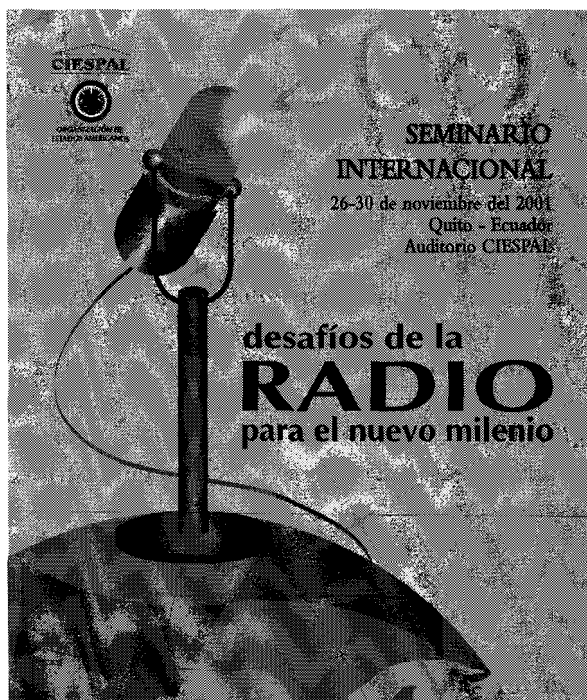
El experto Roberto Izurieta habló sobre "Los medios y el comportamiento de los votantes". Esta conferencia tuvo especial impacto entre los asistentes por los datos y el análisis crítico como exhaustivo que realizó el expositor respecto de algunas experiencias en América Latina..

Carlos Alberto Escalante habló sobre "El contacto directo en las campañas políticas modernas", destacando varios métodos para hacer campaña.

Técnicas modernas

En el seminario se utilizó la más moderna tecnología didáctica, incluyendo el uso de Internet para una de las conferencias que se desarrolló en directo desde Miami; se divulgaron los textos de las alocuciones en forma previa a su desarrollo y se proporcionaron facilidades para contactos directos entre los asistentes y los conferencistas.

El Seminario Internacional de Comunicación Política concluyó con la entrega de certificados y un brindis ofrecido por los organizadores a las figuras políticas, periodistas, estudiantes y más personas que concurrieron, atraídas por el tema y la importancia de los disertantes.



LA RADIO EN EL NUEVO MILENIO

Entre el 26 y el 30 de noviembre, con los auspicios de CIESPAL y la Organización de Estados Americanos (OEA), se realizó el Seminario Internacional "Desafíos de la Radio para el Nuevo Milenio", con la asistencia de periodistas y comunicadores de 24 países de América Latina y el Caribe.

La cita sirvió para analizar las directrices conceptuales más importantes que permitan entender los desafíos que enfrenta la radio del continente, su importancia e incidencia en los procesos de democratización y como vehículo informativo para apoyar los esfuerzos que realizan los países de la región en los campos social, político, educativo, científico y cultural.



ACTIVIDADES DE FORMACIÓN EN CIESPAL

Durante el último trimestre del 2001, fue intensa la actividad de formación profesional que desarrolló CIESPAL en las distintas áreas de la comunicación, no solo de manera directa sino también albergando y facilitando sus instalaciones para cursos y seminarios.

Solamente en los cursos dictados a nivel institucional, el total de asistentes superó los 130.

Utilizando la moderna aula virtual que posee la Institución, con acceso directo a Internet, se desarrollaron en octubre tres cursos de computación básica, con una duración de 60 horas, a cargo del instructor chileno Lorenz Duran.

Periodistas y técnicos de diferentes estaciones de radio recibieron capacitación sobre producción de radio-revistas informativas, locución y edición digital, en un total acumulado de 100 horas, a cargo de instructores de CIESPAL.

En el área de televisión se dictaron cursos de manejo de cámaras y producción, con un total de 60 horas. Periodistas de la ciudad asistieron a un seminario sobre nuevos géneros informativos para la prensa escrita, que fue dictado por el Lcdo. Alejandro Querejeta, de nacionalidad cubana.



OTRAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

El periodista y educador colombiano, Octavio Peláez, contando con los auspicios de CIESPAL dictó en la Universidad de Azuay en Cuenca, un curso sobre "Marketing y posicionamiento de imagen".

La organización "Asesoría Profesional" realizó en CIESPAL un Seminario-Taller sobre Telemarketing, es decir, los mecanismos que se pueden utilizar para hacer del teléfono una herramienta efectiva de venta e imagen y lograr mayores y mejores resultados en los negocios.



DIRECTORIO DE UNIDADES DE INFORMACIÓN

Las posibilidades informáticas y electrónicas, así como el acceso a la comunicación satelital, pueden y deben ser instrumentos para socializar los recursos, conocimientos y logros individuales, en beneficio de metas nacionales y regionales, más altas y duraderas.

En esa perspectiva, CIESPAL, a través del Centro de Documentación, emprendió un proyecto que permita hacer realidad esos objetivos, a través de la conformación de una Red de Unidades de Información Especializadas en Comunicación de América Latina y el Caribe.

El proyecto está diseñado para desarrollarse en tres fases:

a. La primera fase, en ejecución, consiste en obtener un conocimiento real de quiénes somos, dónde estamos, qué hacemos, qué tenemos, qué necesitamos, dónde buscar. Para el efecto se viene aplicando una encuesta orientada a identificar los recursos humanos, bibliográficos y técnicos que están dedicados a fomentar el desarrollo de las ciencias de la comunicación en la región, mediante programas de investigación, capacitación, publicaciones, documentación, entre otros.

b. La segunda instancia prevé el levantamiento y publicación del Directorio Unidades de Información (centros de documentación, bibliotecas, archivos y otros similares) de Medios de Comunicación; Facultades de Comunicación y/o Periodismo; Organizaciones Profesionales y Organismos Especializados de América Latina y el Caribe.

c. La tercera etapa estará dedicada a la conformación de la red.

CIESPAL espera que todas las instituciones, unidades de información y profesionales se sumen a este proyecto, llenando el formulario de la encuesta que reciban y devolviéndolo a los remitentes. La validez de los resultados y los beneficios que se deriven de ellos, serán útiles para todos.