



Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 68 . Diciembre 1999

Director

Edgar Jaramillo

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Guadalupe Fierro

Nelson Dávila Villagómez

Héctor Espín

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Mary Lou Parra de Hay,

Ministerio de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea

Ministerio de Relaciones Exteriores

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO

Luis Espinoza, FENAPE

Jorge Iván Melo, UNP

Washington Bonilla

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Diseño Gráfico y Maquetación

Jorge Encinas. Garabato

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito Ecuador

Telf.: 506 149 - 544 624

Fax (593-2) 502 487

e-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

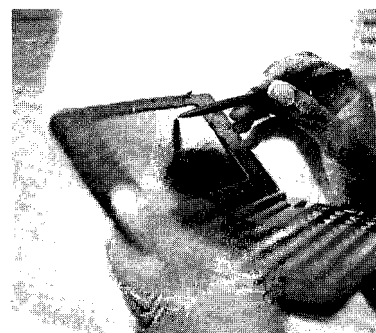
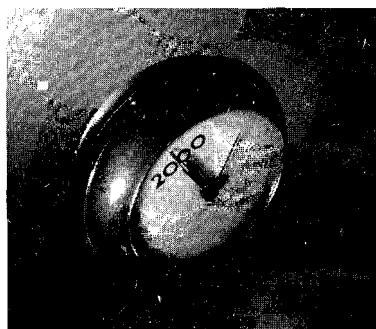
Registro M.I.T., S.PI.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL.

Se permite su reproducción siempre y cuando

se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.



4 OPINIÓN

El año 2000 y el derecho a soñar

Eduardo Galeano

8 ACTUALIDAD

Nuevas tecnologías en tiempos de paradojas

Oswaldo León

14 ENSAYOS

DESARROLLO

Comunicación para un desarrollo diferente

Adalid Contreras

18 TELECOMUNICACIONES

Promesas y desafíos de las telecomunicaciones

Carmen Gómez Mont

24 PRENSA Y TV

Prensa vs Televisión

Franziska Muche

30 ARTES GRÁFICAS

Artes gráficas e infografía

Francisco Picarra

34 EDUCACIÓN

La formación del periodista

José Marques

40 PRENSA

Autorregulación del periodismo

José Luis Exeni R.

44 INTERNET

Transnacionales a la conquista de internet

Gumisai Mutume

46 CINE

El cine iberoamericano en libros

Daniel E. Jones

54 PERIODISMO

Periodismo Científico

Sergio Prenafeta

58 RADIO

Radio a la carta

Erick Sampson

60 INVESTIGACIÓN

El tamaño de la muestra

Hugo Barber

62 ACTIVIDADES CIESPAL

Lo que pasó y lo que vendrá

68 HUMOR

Patricio Estévez



Microsoft anunció la formación de una empresa mixta por 100 millones de dólares con Teléfonos de México (Telmex) para crear la mayor puerta de entrada en castellano a Internet, la red mundial de computadoras, dotada de correo electrónico, servicios de voz y facilidades comerciales

AMÉRICA LATINA:

Las transnacionales de la informática y las comunicaciones buscan conquistar el mercado de América Latina y el Caribe, que vale 16.000 millones de dólares y crece 20 por ciento por año. El mercado de 475 millones de habitantes de la región llamó la atención a las grandes compañías como Microsoft, Compaq y American Telephone and Telegraph (ATT), todas con sede en Estados Unidos.

Microsoft anunció la formación de una empresa mixta por 100 millones de dólares con Teléfonos de México (Telmex) para crear la mayor puerta de entrada en castellano a Internet, la red mundial de computadoras, dotada de correo electrónico, servicios de voz y facilidades comerciales.

"El problema para la mayoría de los países en desarrollo es el acceso", señaló Jorge Alsina, jefe de comunicaciones de la Universidad Autónoma de México. "El acceso para las élites se expande día a día y el mayor problema consiste en que la provisión del mismo está a merced de las fuerzas del mercado", explicó.

El desigual desarrollo de Internet generó el temor de que queden marginados los países en desarrollo y los sectores más pobres de sus comunidades, debido a la falta de educación, re-

cursos financieros y barreras socioculturales.

El ingreso de inversiones del sector privado está motivado principalmente por el afán de lucro y no por las necesidades de desarrollo de América Latina, destacan observadores. ATT reveló este mes una nueva estrategia para la región que le dará el control mayoritario de una compañía que opera en cuatro países.

La compañía siguió el ejemplo de MCI, WorldCom y BellSouth que allanaron el camino de las firmas estadounidenses de telecomunicaciones en la región, atraídas por hechos como la privatización de las comunicaciones brasileñas.

ATT-América Latina invertirá más de 500 millones de dólares en la región durante los próximos cinco años, especialmente en Brasil, Chile, Colombia y Perú en donde instalarán y operarán redes de fibra óptica de alta velocidad para luego llevarlas al resto del continente. ATT dijo que le atrajo el mercado regional de 16.000 millones de

Compaq también está ayudando a lanzar Internet en la región para capturar un mercado comercial electrónico que se espera crezca de los 170 millones de dólares a cerca de 8.000 millones en los próximos cuatro años, alcanzando a 16 millones de usuarios.

El BID predijo que en los próximos cuatro años las transacciones comerciales por Internet se multiplicarán por 40. El banco creó un programa de Iniciativa Informática 2000 para cablear la región.

"En las próximas dos décadas, la decreciente relación hijos-trabajo será financieramente más importante que el aumento de la relación entre pensionados y trabajadores activos. Esto nos deja

Trasnacionales a la conquista de Internet

dólares que crece a un ritmo anual de 20 por ciento. La multinacional se dirigió primero a Brasil, en agosto, y anunció su interés en Netsream, un distribuidor local.

La infraestructura de información y comunicación en América Latina y el Caribe está mal equipada, incluso para la telefonía básica. En promedio hay nueve líneas telefónicas por cada 100 personas, comparado con 60 líneas en los países industrializados. Solo tres por ciento de los latinoamericanos tienen acceso a la computadora.

En junio de 1999, 102 de los 179 millones de usuarios de Internet en el mundo estaban en Estados Unidos y Canadá. América Latina, con 5,3 millones, África, con un millón, y Medio Oriente, con 800.000 tienen el menor número de usuarios.

Compaq, que afirma vender uno de cada cuatro computadores en América Latina, recién comenzó a operar en el ramo de la conexión y la distribución en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela. La compañía espera conquistar el resto de la región a comienzos del 2000.

El programa de expansión regional incluye proyectos de comunicación conjuntos con compañías de Internet latinoamericanas, como el acuerdo con la firma argentina de servicios financieros "Patagon.com".

dos décadas para acelerar el proceso de desarrollo", dijo Enrique Iglesias, presidente del BID. "Esto no sólo permitiría a América Latina y el Caribe financiar mejoras en la educación, sino también incrementar sus niveles de ahorro", agregó.

El producto interno bruto de la región asciende a 1,3 billones de dólares, equivalente al de Gran Bretaña, que es la quinta economía del mundo. Esas son cifras atractivas para los empresarios. Los sectores que probablemente se beneficien más con el comercio electrónico serán aquellos que transmitan información, según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.