

Carta a nuestros lectores

La elección en Bolivia de Evo Morales y de Michelle Bachelet en Chile interesa a **Chasqui** desde el punto de vista de la comunicación política, de la imagen y mensaje utilizados en sus campañas, de su efectividad, en contraste con la estrategia de sus adversarios. **Chasqui** no es una revista política y, por lo tanto, siempre carga el acento en los procesos de comunicación y no en la configuración política y en los enfrentamientos de diversas corrientes de pensamiento que se dan en América Latina.

En este contexto están escritos los artículos de José Luis Exeni, desde Bolivia, y de Katia Muñoz Vásquez y Sergio Celedón Díaz, desde Chile.

El énfasis que **Chasqui** da a la comunicación social, sin duda, explica, al menos en parte, el interés que ha despertado en los diferentes portales de Internet que albergan a la revista. Como ejemplo cabe citar a www.chasqui.comunica.org que el pasado mes de enero registró para **Chasqui** 500 mil hits, según aparece en el gráfico de la contraportada de esta edición.

La especialidad de la revista en comunicación le obliga a tratar con profundidad temas como el surgimiento del ciudadano digital; el desempeño, impacto y organización de las estaciones estatales o semiestatales de televisión; la importancia creciente de la comunicación por satélite; y, la preocupación legítima por el efecto en los niños de los programas de televisión e Internet.

En cuanto a la televisión gubernamental, **Chasqui** inició una serie con la BBC de Londres y Radio y Televisión Española. Hoy la ampliamos a Radiobrás del Brasil.

Con frecuencia los lectores se preguntan ¿quién tiene la culpa de la televisión basura: los que la miran con fascinación o los que la utilizan como medida de su popularidad para exigir publicidad mejor pagada? A estas y otras preguntas **Chasqui** ofrece inquietantes dudas y certezas.

En estas páginas, el lector podrá encontrar una aproximación al fenómeno del resurgimiento del cine latinoamericano en el mercado español, la fluidez informática de la era digital y las nuevas formas de informar al interior y al exterior de las organizaciones.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 93 Marzo 2006

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría

Héctor Espín Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Francisco Carrión Mena,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Raúl Vallejo,

Ministerio de Educación y Cultura

Héctor Chávez Villao,

Universidad de Guayaquil

Hugo Saguier Caballero,

Organización de Estados Americanos

Andrew Radolf,

UNESCO

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas

de Comunicación y Cultura

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

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito – Ecuador

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

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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

CONTENIDO

Portada

4 | Comunicación política en Bolivia y Chile

José Luis Exeni, Sergio Celedón Díaz y Katia Muñoz Vásquez



Opinión

18 | El ciudadano digital

Carlos Arcila Calderón

Ensayos

22 | La inmigración en clave periodística

Estrella Israel Garzón



Televisión

30 | La televisión satelital

Francisco Sacristán Romero

34 | La televisión autonómica en España

Mateu Ramonell



40 | Los niños y la televisión

Valerio Fuenzalida

46 | Radiobrás, la empresa gubernamental de comunicación del Brasil

Eugênio Bucci

Cine

54 | Cine latinoamericano en el mercado español

Nella Escala



Comunicación Organizacional

62 | Cambio de Mirada en las organizaciones, Comunicación en 360 grados

Fernando Véliz Montero

Dudas y Rupturas

66 | La caricatura de Mahoma y la libertad de información

Juan Manuel Rodríguez

Informática

68 | Internet, aliado y enemigo del periodista

David A. Yanover



74 | La fluidez de la información en la era digital

Carlos Cortés

80 | Periscopio Tecnológico

84 | Bibliografía sobre Comunicación

90 | Actividades del CIESPAL





La fluidez de la información en la era digital

Carlos Eduardo Cortés S. ■

Vivimos en una nueva sociedad en la cual la información es la moneda corriente de la economía global y de la globalización tecno-económica. No es una coincidencia el que Joseph Stiglitz haya ganado el Premio Nobel de Economía con George Akerlof y Michael Spence, en 2001, por sus análisis de los mercados con información asimétrica. Conceptos de la llamada economía de la información, como selección adversa, riesgo

moral y asimetrías en la información, son hoy centrales para comprender el funcionamiento de los mercados globales.

El fenómeno de la globalización, como lo viene señalando la UNESCO, ha generado nuevas formas de ignorancia, ligadas a la brecha digital y la llamada infopobreza. Por tanto, es necesario plantear nuevas alfabetizaciones o maneras de educar y de difundir el conocimiento en la sociedad de la información, a fin de establecer bases firmes para la sociedad del conocimiento. En esas condiciones, la capa-

■ Carlos Eduardo Cortés S., colombiano, en enero asumió el cargo de gerente de Radio Nederland, RNTC-América Latina, con sede en San José de Costa Rica.

■ Correo-e: CCort4@aol.com

La globalización ha generado nuevas formas de ignorancia ligadas a la brecha digital y a la infopobreza

cidad de localizar, recolectar y evaluar información, así como de hacer inferencias lógicas a partir de información válida y relevante, constituye un punto de partida necesario para la construcción de la ciudadanía en el siglo XXI.

Hoy vivimos en un entorno intenso en tecnología y rico en información, el cual requiere una nueva competencia, tanto de individuos como de grupos sociales, para tener un desempeño efectivo en nuestras sociedades dependientes de las redes y todas las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC).

La pos-convergencia digital

Durante los años 1990, la llamada “convergencia digital” -acelerada por Internet, la banda ancha del espectro radioeléctrico y el uso extendido de computadoras- logró convertir los medios analógicos tradicionales (radio, televisión y prensa), basados en la difusión masiva, en un conjunto de servicios digitales sustentados en el acceso.

Eso no quiere decir que hayan desaparecido dichos medios tradicionales. De hecho, en América Latina pasarán todavía varios años antes de sustituir las redes analógicas por medios digitales. Sin embargo, al igual que ocurrió con la telefonía fija analógica, totalmente transformada hoy por la movilidad de la telefonía celular, así también los nuevos medios digitales comienzan a hacer presencia en todas las sociedades. El alto costo inicial desciende a medida que el tamaño de los mercados permite que las llamadas economías de escala reduzcan los precios, tanto de los dispositivos como de los servicios, a cambio de que aumente con rapidez el número de usuarios.





Todo tipo de artilugios electrónicos en el mercado

Por ejemplo, los contenidos televisivos ya no se distribuyen solo en la televisión abierta tradicional; también abarcan sistemas de cable y difusión satelital directa (DBS), la llamada IPTV o *Telco TV* (basada en redes telemáticas interconectadas por el protocolo de Internet), los portales de Internet y diversos dispositivos de comunicación móvil inalámbrica (como teléfonos celulares con pantallas que pueden recibir video). Así, esta transición planetaria ha sentado las bases de una nueva industria de radio y teledifusión digital (*digicasting*), centrada hoy en crear y probar modelos de negocios emergentes en multidifusión o *multicasting* (varias señales simultáneas en el mismo canal), y difusión de datos o *datacasting*.

Como resultado, hoy se habla de un nuevo entorno digital multimedial, cuya primera consecuencia es la proliferación de audiencias fracturadas en unidades más pequeñas: más nichos, y menos masas. Además, los nuevos consumidores de medios

digitales, en especial las personas jóvenes con más acceso a las nuevas TIC, están cambiando sus hábitos de consumo de información y entretenimiento, mientras aumenta, al mismo tiempo, su capacidad de moverse en el nuevo entorno.

Más allá de las computadoras personales, las nuevas generaciones comienzan a tener un acceso creciente a consolas de juegos de vídeo, cámaras digitales, reproductores de música digital, minicomputadoras, asistentes personales digitales, teléfonos celulares y reproductores de DVD, entre otros dispositivos digitales de información y comunicación.

En consecuencia, la pos-convergencia digital ocurre cuando esos nuevos dispositivos pueden interconectarse en redes de telecomunicación alámbricas e inalámbricas, para crear, almacenar, intercambiar y usar información en sus diversas formas (básicamente cualquier tipo de datos).

Es decir, una vez digitalizados los sonidos, las imágenes, las palabras y las cifras, todos esos datos son equivalentes en su calidad de archivos y constituyen la esencia técnica del hipertexto. Con la pos-convergencia, la versatilidad de la información es ahora completa y permanente: un archivo

***Los nuevos
consumidores
de medios digitales,
están cambiando sus
hábitos de consumo
de información y
entretenimiento***

digital se mantiene siempre como un archivo digital, ya se trate de video para cine, televisión o dispositivos móviles; audio para radio o dispositivos móviles, o textos escritos para prensa o textos multimediales en un sitio Web accesible desde cualquier computadora o dispositivo móvil conectados a una red.

La fluidez en la información

Todo ser humano, por el hecho de vivir en comunidad, tiene capacidad de adquirir fluidez lingüística con el aprendizaje de una lengua materna. Sin embargo, nuestra actual sociedad de la información está mediada tecnológicamente, de manera que el desempeño comunicacional de un individuo o un grupo dependen hoy no solo de su fluidez lingüística, sino también de su fluidez informacional, la cual aumenta proporcionalmente con su familiaridad con las NTIC y su capacidad cognitiva para buscar, procesar y usar información.

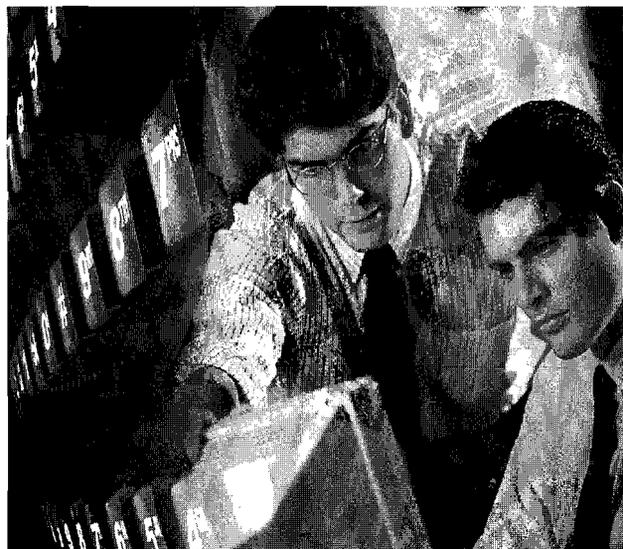
El concepto de fluidez informacional es el resultado de una síntesis de posiciones históricamente distanciadas y, en ocasiones, enfrentadas entre especialistas en ciencias de la información, partidarios de la llamada alfabetización informativa (*information literacy*), e ingenieros de sistemas y de tecnología de la información (IT), abanderados de la que se conoce como alfabetización computacional (*computer literacy*).

Los individuos más jóvenes de la sociedad, en especial los habitantes de centros urbanos, tienden a desarrollar fluidez informacional de manera intuitiva, por la simple exposición a dispositivos electrónicos y software, así se trate tan solo de máquinas tragamonedas con juegos de video. En cambio, a las personas adultas que no han podido desarrollar fluidez informacional en sus hogares, les resulta cada vez más difícil aproximarse a la creciente fluidez de los jóvenes, con las previsible consecuencias negativas en relaciones educativas, por ejemplo.



El hombre digitalizado

Así, pues, un programa de fluidez informacional se dirigía, en general, a estructurar procesos de capacitación centrados en las necesidades de información en organizaciones y comunidades específicas, a fin de facilitar la gestión del conocimiento entre sus miembros. Pero, en la actualidad, en cualquier esfuerzo de promoción del aprendizaje en la sociedad de la información convergen tres necesidades corrientes para un programa de fluidez informacional:



La informática no es un monopolio de los más jóvenes

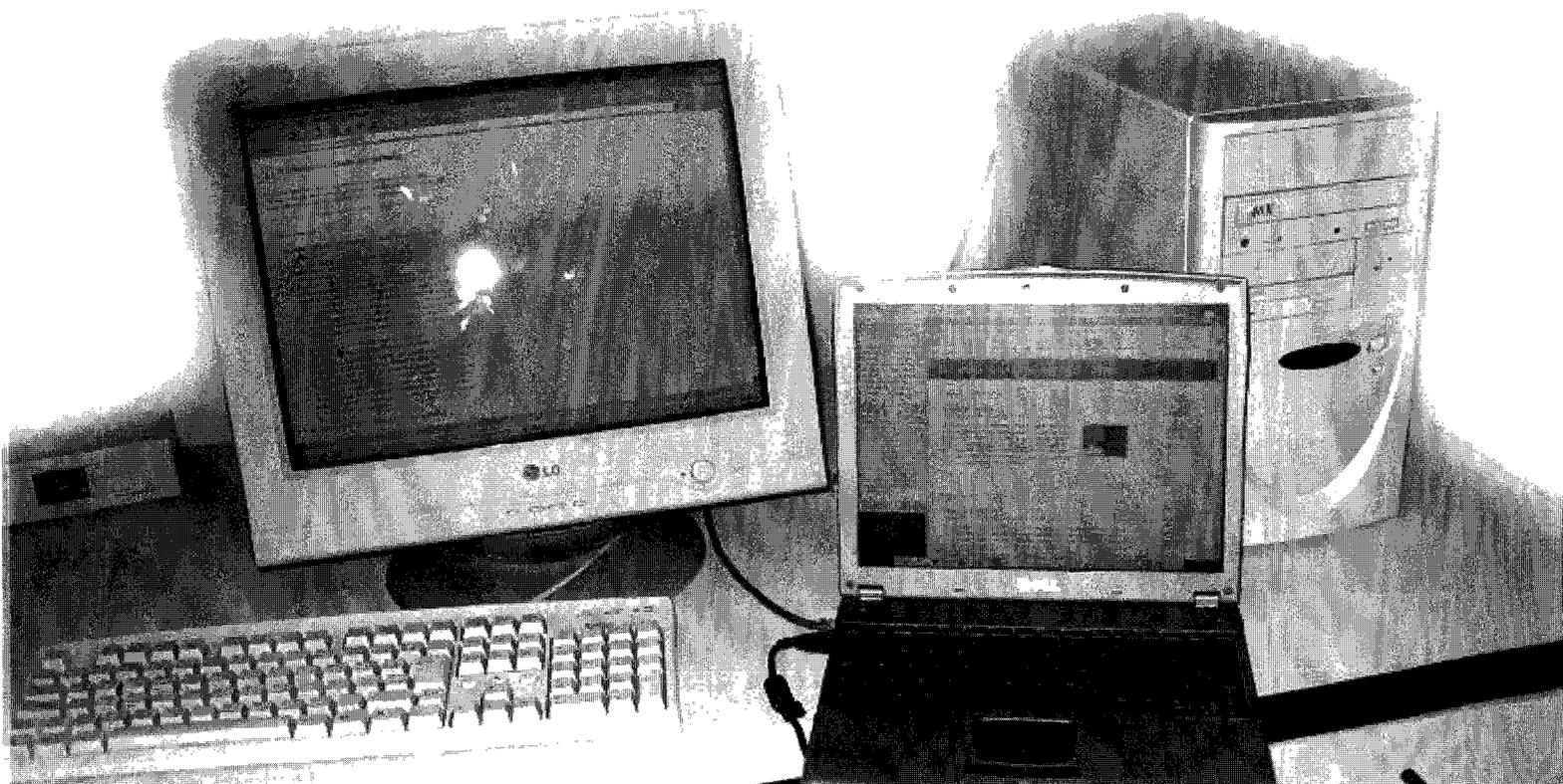
Nuevos medios y servicios digitales tienden a basarse en modelos de negocio por suscripción

1. Necesidad de alfabetización en información;
2. Necesidad de alfabetización en telemática; y,
3. Necesidad de desarrollar el pensamiento crítico (desarrollo cognitivo) ante el creciente volumen de información y la mayor complejidad de los problemas.

Las dos primeras formas de alfabetización se vinculan, necesariamente, por el hecho de que cualquier persona necesita ciertas habilidades, tanto para navegar por las estructuras contemporáneas de información, como para evaluar la información obtenida en dichas estructuras. Sin embargo, resulta preferible hablar de una alfabetización en telemática, y no solo computacional, dadas las características actuales de la pos-convergencia.

Cinco dimensiones de capacitación

Esta ubicuidad contemporánea de la información justifica un currículo (formal o no formal) para desarrollar o perfeccionar la fluidez informacional de los individuos y los grupos, el cual incluiría cinco dimensiones específicas de capacitación (basadas en





Recursos informáticos de enorme movilidad

una propuesta original de Jeremy J. Shapiro & Shelley K. Hughes, *Information Literacy as a Liberal Art - Enlightenment proposals for a new curriculum*, *Educom Review*, Vol. 31, #2, marzo-abril de 1996).

1. **Capacitación en herramientas:** capacidad de usar recursos impresos y electrónicos, incluyendo software.

2. **Capacitación en recursos:** capacidad de entender la forma, el formato, la localización y los métodos de acceso a los recursos de información.

3. **Capacitación socio-estructural:** capacidad de entender cómo y por qué toda información está situada y producida socialmente.

4. **Capacitación en investigación:** capacidad de usar herramientas de tecnología de información para investigar la realidad.

5. **Capacitación para la producción de textos,** incluyendo no solo palabras impresas y habladas, sino textos audiovisuales, multimediales y performativos (ciertas formas de teatro), en entornos presenciales y no presenciales, sincrónicos (en tiempo real) y no sincrónicos, y en soportes tanto analógicos como digitales.

El mayor inconveniente actual es que la computadora personal (PC) es el eje de dicha mediación

tecnológica, de manera que la posibilidad de que un individuo desarrolle fluidez informacional desde su hogar disminuye a medida que se reducen los ingresos económicos individuales y familiares; la calidad de los servicios públicos de telefonía y electricidad, y el acceso a empresas proveedoras de conexión a Internet (sin entrar siquiera a evaluar la calidad de dicha conexión).

He ahí el aspecto más problemático de la llamada “brecha digital”: el tener o no acceso a las mediaciones tecnológicas favorece o no el desarrollo individual y grupal de la fluidez informacional. Y estas distancias se están ampliando también dentro de las sociedades, pues los nuevos medios y servicios digitales tienden a basarse en modelos de negocio por suscripción, de manera que los usuarios suelen ser únicamente miembros de las capas socioeconómicas más pudientes.

De ahí la urgencia de planteamientos serios sobre la conectividad y el acceso de los sistemas escolares, los accesos comunitarios basados en experiencias como los llamados telecentros y, fundamentalmente, el desarrollo de la fluidez informacional de tantos adultos responsables de la transición educativa de las nuevas generaciones. ●



Pantallas al toque, otra novedad