

Carta a nuestros lectores

Una ley que desde diciembre rige en Venezuela y otra parecida que en breve podría aprobarse en México imponen limitaciones al ejercicio profesional de los medios de comunicación. Un similar intento fracasó recientemente en Ecuador ante la reacción airada de la opinión pública mientras en España y los Estados Unidos se imponen horarios y multas para los que difundan telebasura. Este tema recurrente, diverso y controversial está desarrollado en nuestro artículo de fondo.

Un muy querido amigo del CIESPAL y prestigioso investigador de la comunicación, Peter Schenkel, nos brinda en la sección de opinión un fresco análisis sobre la libertad de prensa bajo la alternativa de mito y realidad.

Desde Bérgamo, el profesor Francisco Ficarra nos ofrece una explicación del fenómeno Berlusconi en Italia, para comprender cómo se utiliza el poder gigantesco de unos medios de comunicación propios para gobernar democráticamente a un país.

Muy poco se ha escrito sobre la cooperación internacional respecto a la utilización de los medios de comunicación en los países en desarrollo, tema sobre el cual María José Pérez del Pozo nos hace una exhaustiva explicación, en tanto que Carlos Del Valle Rojas nos descubre una interesante experiencia en procesos educativos en favor de los indios mapuches, en Chile.

Miguel Ángel Jimeno, desde España, se pregunta si los medios impresos se han convertido, acaso, en vehículos para vender la más extensa gama de productos, poniendo en segundo plano su misión de informar. El artículo que es el resultado de una investigación reciente realizada en España, se abre con la determinación precisa del tema efectuada por Ignacio Ramonet de Le Monde Diplomatique y de las consideraciones que al respecto efectúa el último Estudio General de Medios (EGM) español.

Otros temas que aborda Chasqui en esta entrega son la exaltación de la violencia en la televisión, el papel del ombudsman o mediador, el camino seguido para la transformación de las relaciones públicas en lo que se ha dado en llamar comunicación estratégica y, para redondear nuestra serie, hablamos hoy sobre la radio digital.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 89 Marzo 2005

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría
Héctor Espín Juan M. Rodríguez
Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Patricio Zuquilanda D.,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Roberto Passailaigue,
Ministerio de Educación y Cultura
Héctor Chávez Villao,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Gustavo López Ospina,
Consejero Regional de la UNESCO
Héctor Espín, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

<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.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito – Ecuador

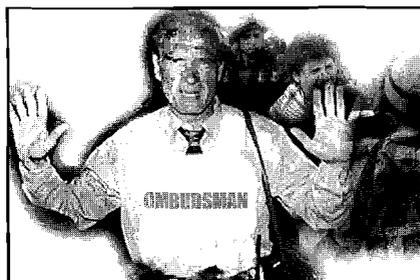
Registro M.I.T., S.P.I.027

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** **¿Retaliación política contra los medios?**
Andrés Cañizález, Felipe Gaytán y Juliana Fregoso

Opinión

- 16** **Democracia y prensa, mito y realidad**
Peter Schenkel

Ensayos

- 20** **El imperio mediático de Silvio Berlusconi en Italia**
Francisco Ficarra

- 26** **La cooperación internacional para actividades de comunicación**
María José Pérez del Pozo

- 32** **Pedagogía de la comunicación:**
Los medios en las escuelas
Carlos Del Valle Rojas

- 40** **De las relaciones públicas a la comunicación estratégica**
Octavio Islas

PRENSA

- 48** **¿Diarios de noticiaso de promociones?**
Miguel Ángel Jimeno

- 58** **El ombudsman: ¿Un profesional del cambio?**
Laura Salamanca Ávila

TELEVISIÓN

- 64** **Violencia familiar por televisión, producir para incomunicar**
María Leonor Arias

INFORMÁTICA

- 70** **La radio digital**
Carlos Cortés

LENGUAJE

- 78** **Errores comunes en el lenguaje periodístico:**
Redundancias
Juan M. Rodríguez

- 80** **Periscopio Tecnológico**

- 86** **Bibliografía sobre Comunicación**

- 92** **Actividades del CIESPAL**

Errores comunes en el lenguaje periodístico

Redundancias

Juan Manuel Rodríguez ■

Debo el tema de este artículo a un lector que, desde Argentina, me reclama un error de redundancia en uno de mis escritos al iniciarlo con la frase “El mes de junio comenzó”. Según su entender hubiera bastado con expresar “Junio comenzó”. Si mi leyente quisquilloso hubiera recurrido a un clásico de su tierra, advertiría que la frase parece correcta. Ya en la primera línea del cuento *El inmortal*, no es necesario leer mucho sino con atención, Jorge Luis Borges escribe: “En Londres, a principios del **mes de junio** de 1929, el anticuario...” De igual forma, sin ir más allá del segundo párrafo de la novela *Cien años de soledad*, Gabriel García Márquez relata: “Todos los años, **por el mes de marzo**, una familia de gitanos...” Los ejemplos serían innumerables. ¿Tildaremos a estos autores de cometer redundancia?

Pero además de estos argumentos de autoridad, hay otras razones. En Roma existía la familia Junia, como también la familia Julia. El varón de la familia Junia se llamaban Junio, sustantivo propio que es frecuente en culturas como la anglosajona, donde

muchas mujeres han sido bautizadas con “June”, Junia. Por tanto, iniciar el artículo con “Junio comenzó” hubiera producido ambigüedad en el sentido por no saber si nos referimos a una persona o a un mes.

Y una última razón. La redundancia no es un vicio de expresión, salvo en casos de descuido, falta de léxico, amplificaciones amaneradas, ampulosidad, recargamiento y artificiosidad, y si obstruye el fluir natural del pensamiento. Ser concisos es una virtud, exagerarla es un vicio pues acarrearía oscuridad en el texto. En el arte de escribir, el buen sentido es el que marca las diferencias. Así como no todo grano en la piel es nocivo, tampoco la redundancia se convierte por sí misma en error. ¿Dónde está la diferencia? Aclaremos.

Todo sistema informativo se basa en la duplicación de ciertas señales y signos. Por ello es imposible enviar información sin redundar. Es redundante el semáforo: verde, amarillo y rojo. Lo son igualmente los idiomas que tienen un número limitado de sonidos y palabras, y también el sistema binario (cero y uno) con el que trabaja la computadora. Aunque

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción. docente del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.
Correo-e: juan@mail.usfq.edu.ec

el exceso puede ser perjudicial, sin redundancia no hay comprensión del texto. En tal virtud, la redundancia, siempre presente, será positiva o negativa según el sentido y la intención del mensaje. Exagerarla puede conducir a la avaricia de signos y obtener como resultado la incomprensión del texto, o puede llevar al derroche y conseguir el efecto de aburrimiento y ampulosidad.

La redundancia es fonética y morfológica, como en la palabra *mamá* (/ma/mál/), y en la frase *los niños*, donde el plural del artículo (s) vuelve a repetirse en el sustantivo. Hay la redundancia léxica y semántica, tal es el caso de la oración “el perro **come** y **come** sin parar”; los pronombres suelen aliviar el problema con la sustitución como en “era un árbol hermoso **que** destacaba por su fronda”, donde el pronombre *que* remite nuevamente a *árbol*. La redundancia textual se estudia en la retórica, y las llamadas figuras de repetición son algunas muestras de los artificios usados por el autor para alcanzar la comprensión del receptor. En el cuento *Esbjerg, en la costa*, el formidable novelista Juan Carlos Onetti expresa la obsesa determinación de Kirsten por visitar el muelle de esta manera: “que le **hacía** bien **hacerlo** y que tendría que seguir yendo al puerto a mirar cómo se van los barcos, **hacer** algún saludo o simplemente mirar hasta cansarse los ojos, cuantas veces pudiera **hacerlo**”. La repetición del verbo señala precisamente un quehacer sin sentido, un trabajo de Sísifo, agotador, que alucina a la mujer de esa narración.

La retórica enseña las figuras de construcción y dedica buena parte de su estudio a las de repetición. Entre ellas, las más comunes son: la anáfora (“**Aquí** fue Troya...; **aquí** mi desdicha; **aquí** usó la fortuna...; **aquí** se oscurecieron...”; Cervantes, Quijote); la concatenación, así en este ejemplo: “el que nada no se **ahoga**, el que no se **ahoga flota**, la **flota** es una **escuadra**, la **escuadra** es de madera...”; y la duplicación, como en “**calla**, por favor, **calla**”. El famoso pleonasma es vicio solamente por descuido. El “sube arriba” está viciado, pero no lo está cuando alguien dice “lloró con sus propios ojos”, o “sube, su-

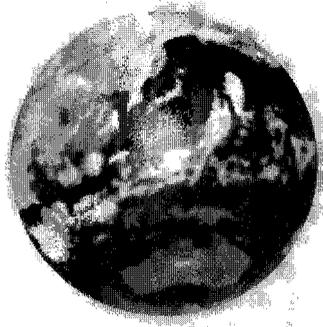
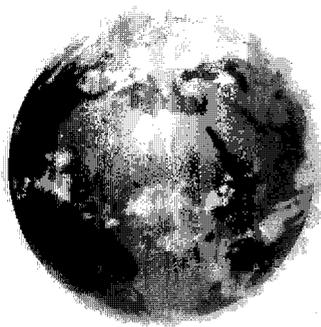
be arriba del tejado”, pues el sentido es diferente, se me señala que encima del tejado hay algún altillo o tejeroz como finalidad de mi ascenso.

Es lícito iterar vocablos e ideas cuando se tiene la intención de dar a entender y obtener la comprensión del lector. Pero también se permite redundar para mantener un ritmo, dar un tono al escrito, producir énfasis, repetir una orden, abundar sobre un asunto, machacar y grabar un pensamiento en la mente del receptor, enfatizar una acción o sentimiento, producir contraste, crear una atmósfera poética y persuadir al destinatario. La redundancia es casi inevitable en algunas antítesis como el famoso verso “que muero porque no muero” de la insigne santa Teresa de Jesús.

La publicidad fundamenta sus efectos en la redundancia, por ello las formas de persuasión son redundantes. El presidente usaíta, George W. Bush, repitió la palabra libertad en 42 ocasiones en su discurso de posesión para convencer y convencerse de que tal vez, en los Estados Unidos, y a pesar de la falta de libertades, el pueblo domesticado posee ese derecho.

En los cursos de redacción se aconseja entregar la mayor cantidad de información con el menor número de palabras para no sobrecargar el canal de transmisión; pero también se propone decir lo que hay que decir, y luego decir lo que se ha dicho, o sea, resumir y concluir. Ambos consejos son válidos, pero cualquier exageración puede acarrear la incomprensión, en el primer caso; o un error de redundancia, en el segundo. La prudencia del escritor marca las diferencias.

Para escribir bien, hay que saber discernir. El sentido común y las buenas lecturas suelen ser guías en nuestras dudas. Lo esencial es hacerse entender y persuadir al lector para que siga leyendo. El artificio para lograrlo, cuando está bien trabajado, parece natural y no se nota salvo por lectores melindrosos que creen encontrar cinco pies al gato. Lo que en algunos es vicio, en otros puede ser virtud. La redundancia, como los granos en la piel, puede ser benigna o nociva; algunos pacientes suelen entenderlo. ☉



Periscopio Tecnológico

Desarrollan celular para ciegos

Se trata del teléfono Owasys 22C, un aparato desarrollado en España que “transforma los mensajes de texto recibidos en grabaciones de voz. Entonces el usuario ciego solo tiene que escuchar la información que le enviaron y las teclas están más separadas y sobresalientes que en un aparato normal para facilitar su digitalización”, informó Aldo Vidal, subgerente de terminales de Entel PCS, que vende el modelo en Chile.



El teléfono indica el nombre de la persona que está llamando con una voz robótica, lo que le permite al usuario sin esfuerzo alguno enterarse de la identidad de su interlocutor.

Con un celular clásico, un ciego no puede leer un mensaje de texto si rastrear llamadas perdidas, recibidas o números discados y debe memorizar el menú del teléfono para hacer cualquier cambio. Tampoco se entera si se queda batería. En todos esos casos debe pedir permanentemente ayuda a otras personas para manipular su celular, todo lo cual queda superado con Owasys 22C. ●

Venta por Internet de entradas para el Mundial 2006

El 1 de febrero comenzó la venta de entradas para el Mundial de Fútbol Alemania 2006, cuya mascota Goleo VI fue presentada por el brasileño Pelé y el teutón Frank Beckenbauer

La venta se realiza exclusivamente por Internet y los compradores quedan registrados, pero no se les entregarán las entradas sino hasta poco antes del encuentro, para evitar manejos fraudulentos y mercado negro.

En total habrá 3,2 millones de entradas. La entrada más barata, para los partidos de la fase inicial de grupos, costará 35 euros. Por las entradas para octavos de final (Colonia, Stuttgart, Dortmund, Hannover, Leipzig y Núremberg) y para el partido por el tercer lugar (Stuttgart), se cobrarán 45 euros.

Para los cuartos de final (Berlín, Hamburgo, Fráncfort, Gelsenkirchen), costarán 55 y para el partido de apertura (Múnich), 65 euros. Las entradas



más baratas para las dos semifinales (Dortmund y Múnich) costarán 90 euros y para la final, el 9 de julio de 2006, en Berlín, 120 euros. ●

Biblioteca virtual iberoamericana en Internet

Ya no es necesario recorrer las bibliotecas o leer periódicos para informarnos sobre temas especializados concernientes a Iberoamérica. Con tan solo la conexión de Internet, el interesado podrá zambullirse en un mundo virtual lleno de inmensas posibilidades, en la biblioteca virtual Cibera de Berlín que facilita la búsqueda de información especializada del mundo iberoamericano.



Cibera, la biblioteca virtual iberoamericana, comenzó a operar en noviembre de 2004 y su periodo de prueba finalizó a comienzos de 2005. El portal va dirigido a interesados, investigadores y estudiantes de cultura, historia, política, economía y sociedad de los países de habla hispana y portuguesa. La información se halla en alemán y español.

Los interesados tienen acceso a más de 1.500 textos completos sobre temas político-sociales y económicos, así como 2.700 enlaces del mundo ibérico, páginas web de las organizaciones e instituciones del ámbito de Filología, Política y Ciencias Económicas. El archivo de prensa IberoDigital ofrece más de un millón de notas de prensa de Latinoamérica y de periódicos y diarios internacionales desde septiembre de 1999, así como 40.000 páginas de prensa digitalizada de prensa latinoamericana entre 1974 y 1998. ●

Balón con chip en desarrollo

Para aclarar cualquier mal entendido como resultado de un partido de fútbol, ahora se planea la colocación de un chip al balón del deporte de multitudes.

El proyecto, que se trata como un secreto de Estado, está a cargo de la empresa Adidas y de la FIFA para desarrollar una pelota electrónica que permitirá determinar con toda seguridad si entró al arco o no.



El balón se probó por primera vez en un partido de fútbol el 26 de febrero, según anunció el diario inglés Daily Mirror. "Lo que queremos es una solución aceptable para todos de controlar si fue gol o no", dijo Joseph Blatter, el presidente de la FIFA.

El balón -con chip incluido- vendrá a superar una controversia ante la negativa de IFA a aceptar el control vía vídeo de los partidos. ●

Europa sancionó a Microsoft

El tribunal de la Unión Europea (UE) con sede en Luxemburgo confirmó las sanciones impuestas por la Comisión Europea a la empresa estadounidense Microsoft, que deberá revelar algunos de sus secretos para restringir su dominio del mercado.



La empresa informática está ahora obligada a divulgar información sobre algunos de sus productos, producir una versión europea del sistema operativo Windows que no incluya el Media Placer -el software para la reproducción de audio y video- y pagar una multa de 660 millones de dólares.

Tras conocerse el fallo, Microsoft dijo que esperaba llegar a un acuerdo con la Unión Europea. Aunque el fallo únicamente tiene efecto en la UE, el especialista en negocios de la BBC, Mark Gregory, dijo que tendrá consecuencias en las operaciones de Microsoft en todo el mundo. ●

Breve historia del MP3 e Iosono

Karlheinz Brandenburg, del instituto alemán Fraunhofer, fue el responsable del mayor hito en la historia contemporánea de la música con el descubrimiento del mp3. Ni él mismo, lo esperaba mientras investigaba para su tesis como comprimir datos de audio. Pensó que acabaría relegada a un rincón de una biblioteca, pero la industria, y sobre todo la red, lo adoptó como un hijo. Con su descubrimiento provocó además la mayor pesadilla de la industria discográfica.

Una vez descubierto el formato mp3, sus utilidades aparecieron por sí mismas. La conexión a Internet por banda ancha posibilitó el infinito intercambio de datos y no tardaron en aparecer programas para el intercambio de música como Napster,

Kazaa o Souseek. La piratería y las copias se convirtieron en un deber para todo internauta. Los nuevos portales ofrecían todo tipo de música, prácticamente, gratis.

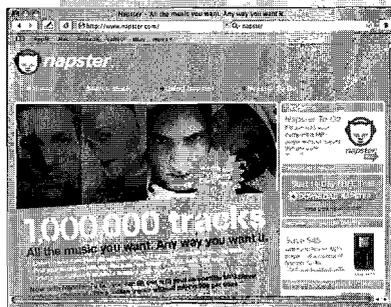
Por si su descubrimiento no fuese lo suficientemente revolucionario, el padre y gurú del mp3 presenta ahora el nuevo sistema de sonido Iosono, con el que pretende ofrecer al usuario la hiperrealidad sonora, una revolución como el paso del mono al stereo.

Este nuevo sonido dirigido al cine supondrá paso posterior al Dolby Surround. Las computadoras calculan y dirigen la señal a los altavoces con una exactitud hasta ahora nunca vista (u oída). El nuevo sonido que utiliza nada menos que 300 altavoces controlados por el computador individualmente, todavía tardará en llegar al usuario por su alto precio. Aparte del valor de la licencia, de 15.000 dólares, cada sala tendrá que invertir en el equipo de altavoces, por lo que seguramente solo las grandes salas podrán permitírselo.

Brasil Telecom y Claxson en proyecto conjunto para usuarios de banda ancha

Brasil Telecom, la segunda mayor empresa de banda ancha de América Latina y una de las compañías más grandes de telecomunicaciones de Brasil, y Claxson, gran proveedor multi-medios de entretenimiento, lanzaron en Brasil el sistema VOD (video on demand) a través de El Sitio Digital Channel (ESDC), una de las plataformas de banda ancha líderes en Latinoamérica, creada por Claxson.

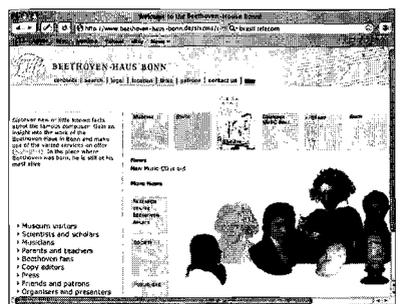
A través de este acuerdo, los usuarios de banda ancha en Brasil podrán acceder a diversos contenidos multimedia, entre ellos, Fox Sports Latin America, con transmisiones de la Copa Libertadores; los programas de Playboy TV, y lo más destacado de los canales de Televisión paga de Claxson.



Lista casa digital de Beethoven en Bonn

La iniciativa, que permitirá al visitante acceder al inmenso legado del genial compositor alemán e, incluso, asistir virtualmente a una función de ópera, tiene disponibles composiciones, partituras, esbozos, ediciones de sus obras, así como documentos iconográficos y objetos varios del compositor.

Se pueden consultar más de 5.000 documentos -escaneados con altísima resolución y calidad, y acompañados de explicaciones y datos científicos accesibles al gran público-, así como 1.600 archivos de audio para acceder al pensamiento, la vida y el trabajo de Beethoven.



Cuando nació el compositor en 1770, en una callejuela de la pequeña ciudad de Bonn a orillas del Rin, su abuelo regentaba una bodega de vino, en un sótano oscuro y húmedo, en donde ahora funciona la Casa digital de Beethoven, justo al lado de su casa natal, convertida también en museo.

Con esta oferta, el número de visitantes anuales del museo (alrededor de 100 mil) va a ser centuplicado. La nueva oferta multimedial, con grabaciones completas de todas sus obras, así como una presentación digital de la ópera Fidelio en 3-D, tuvo un costo de 4,8 millones de euros.

Acuerdo de autorregulación en televisión española

El gobierno español y las principales cadenas de televisión públicas y privadas de ese país acordaron elaborar un código contra la llamada telebasura.

En una reunión realizada en Madrid con Teresa Fernández De la Vega, vicepresidenta primera del gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, las operadoras de televisión se comprometieron a redactar un código de corrección, con el objeto de determinar los contenidos que no deben ser emitidos en horario infantil, es decir, entre las 06h00 y las 22h00.

Impulsadas por el mismo gobierno español, la autorregulación común de los contenidos televisivos constituye el intento más serio dado por las empresas televisivas en pos de limitar la gran cantidad de programas chabacanos y de farándula de la televisión española.

Se acaba del teléfono fijo

La telefonía por Internet -técnicamente abreviada Voip según la sigla en inglés de voz sobre protocolo de Internet- es la novedad del momento. Cualquier computadora sirve. El único requisito es una conexión a Internet, preferiblemente de banda ancha, a través de la cual se conecta el aparato telefónico, que no tiene otro aspecto que los dispositivos tradicionales. Pero aquí ya se acaban las similitudes.

La telefonía Voip es el futuro, dicen expertos como Dorgham Sisalem, investigador del Instituto Fokus de Berlín, que pertenece a la Sociedad Fraunhofer. El Voip ha dejado atrás los oscuros días donde solo era algo para entendidos y gana a ritmo acelerado tajadas importantes en el mercado de las telecomunicaciones.

La demanda es creciente; el banco británico Lloyds TSB da el paso hacia la telefonía por Internet adquiriendo 70.000 dispositivos y la empresa estadounidense RNK ofrece telefonía de por vida por el pago de 999 dólares.

Aunque solo el uno por ciento de todas las llamadas telefónicas se hagan sobre el soporte Voip, las tasas de crecimiento son considerables y ya un 12 por ciento de las llamadas internacionales prefieren esta modalidad.

Se cierra un capítulo en la historia de la radio en Suiza

Swiss Radio International (SRI), la primera difusora radial para el mundo en onda corta en 1935, transmitió en octubre pasado sus últimos programas radiales vía satélite y de onda corta. La emisora ganó su fama como una voz neutral de autoridad durante la Segunda Guerra Mundial y a lo largo de la Guerra Fría. Los programas se transmitían en nueve idiomas (alemán, francés, italiano, reto-románico, inglés, español, portugués, árabe y esperanto). Durante este tiempo, SRI se posicionó como una de las estaciones radiales internacionales de mayor popularidad y prestigio.

En el futuro Swissinfo/SRI se concentrará exclusivamente en su plataforma de información y noticias multimedia, en la página <http://www.swissinfo.org/>, que está disponible en nueve idiomas.



Folha se fusiona con UOL

Folha de São Paulo, el diario brasileño con mayor tirada de América Latina, integra ahora un holding con UOL, el principal operador de servicios pagos dial-up (1,3 millones de clientes) denominado Folha-UOL S.A., que es el segundo mayor grupo de medios en Brasil, detrás de O'Globo.

La Familia Frias -que ya controlaba a UOL y Folha- se quedará con el 79 por ciento del capital de la nueva firma. El restante 21 por ciento quedará en manos de Portugal Telecom, que comparte el comando del operador celular Vivo junto con Telefónica Móviles.



La nueva empresa Folha-UOL, que tendrá una facturación estimada de 500 millones de dólares, mantendrá

su participación en el periódico especializado Valor Económico, en asociación con el Grupo Globo, y en el proveedor argentino UOL-Sinectis.

¿Atontan los juegos de computadora?

Un estudio presentado recientemente por el Instituto de Investigación Criminológica de Baja Sajonia precisó que los juegos electrónicos son los responsables del bajo rendimiento académico de muchos alumnos y, lo que es peor, de que muchos de ellos abandonen la escuela y se desorienten.

Las investigaciones realizadas en los estados de Baviera, Baja Sajonia y Hessen demuestran que cada segundo niño en la edad de 10 años está equipado con toda la gama de medios electrónicos que van desde una televisión, computadora, play station hasta reproductores dvd.

El uso exagerado de estos medios electrónicos hace que el rendimiento escolar, especialmente de los varones, decaiga. Según el estudio realizado, se pudo apreciar una clara caída del rendimiento escolar de

los varones en comparación con sus compañeras durante los últimos 10 años.

Como respuesta al estudio, la industria de juegos electrónicos se defiende. En un artículo publicado por la revista Der Spiegel, Jens Uwe Intat, director de la empresa Electronic Arts, critica la declaración generalizada de que "jugar con juegos electrónicos atonta a los niños". Aduce que en países con un equipamiento electrónico mayor al que existe en Alemania, como por ejemplo toda Escandinavia, los niños han logrado muy buenos resultados en exámenes comparativos por países, como el Pisa Test. Por lo visto, sostiene Intat, existen otros factores de peso tras la caída del rendimiento escolar en Alemania, y concluye que el estudio presentado por Pfeiffer presenta una relación estadística sin demostrar una relación causal.

Sin embargo, Intat admite en el mismo artículo que el juego excesivo causa adicción y trata de relativizar agregando que toda acción que divierte y resulta un desafío para los menores, éstos la hacen con gusto y por el mayor tiempo posible. Como ejemplo presenta el hecho de que sea tan difícil sacar a los niños de la alberca cuando están divirtiéndose en el agua o que sea difícil quitarles un libro con el que están picados. Para Intat las cosas están claras: "es responsabilidad de los padres no dejar por tanto tiempo a los niños, ya sea en la alberca o jugando frente a la computadora".

A la BBC le surge competidor

El órgano regulador del sector británico de la comunicación, Ofcom, remitió un amplio informe al gobierno aconsejando crear una nueva cadena de televisión de difusión terrestre con el mismo estatus y contenidos que la BBC, para que ambas atraigan a una mayor audiencia, cada vez más fragmentada ante la amplia oferta televisiva.



El nuevo canal debería responder al concepto clásico de servicio público, ofreciendo noticias, programación cultural y educativa, atención a minorías étnicas y religiosas y desconexiones regionales. El Ofcom estima que la cadena debería partir de un presupuesto de 300 millones de libras al año (casi 450 millones de euros), frente a los 2.400 millones de libras (3.582 millones de euros) que gasta la división de televisión de la BBC.

Ese presupuesto debería provenir bien de los impuestos generales o del incremento en doce libras anuales de la licencia que pagan los ciudadanos por disponer de un aparato de televisión y que es la base de la financiación de la BBC. No se contempla la emisión de publicidad como fuente de financiamiento.

Gusano espía con cámaras web

Una variante del gusano Rbot tiene la habilidad de apoderarse de las cámaras web que tengan los usuarios conectados a sus PC y espiar hasta donde las cámaras se lo permitan. Por ahora no está muy diseminado este gusano, pero puede ser la primera ola de este nuevo tipo de malware, o software malicioso. El efecto es parecido a tener un sistema de televisión cerrada en su casa, con acceso de alguien de afuera.

La mayor vulnerabilidad reside en el poco uso que se le da a las cámaras Web y con la frecuencia con que las personas, incluso, se olvidan que la tienen instalada. La recomendación es dejarla desconectada cuando no la use.

Fotos personales para estampillas

El Servicio de Correos de Austria inauguró la estampilla personalizada titulada Mi estampilla. Para conseguirla, el cliente debe enviar la foto que desea que aparezca en sus estampillas, digitalizada por mail a la Empresa de Correos y del resto se ocupa la Imprenta Estatal de Austria.

Tres semanas después llegan las estampillas a la casa del cliente. 200 ejemplares son el mínimo que se debe encargar. "Con menos de 200 el servicio no sería rentable", informó Michael Homola, portavoz de Correos en Austria.

La iniciativa capta el interés de asociaciones, empresas y coleccionistas, a un costo de 1,73 euros el ejemplar.

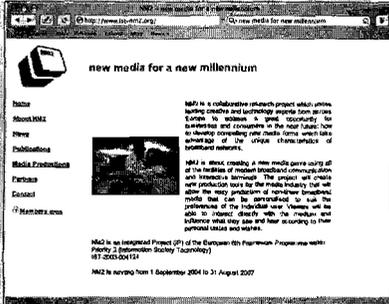
El servicio postal francés también ofrece timbres *personalisés*. Los franceses que permiten el encargo de solo diez ejemplares autorizan el envío de las cartas personalizadas al extranjero, mientras que las estampillas austríacas solo son válidas en el país.

Espectadores podrán modificar programas de televisión

El Financial Times informó que los científicos lanzarán dentro de tres años una tecnología que permitirá a los televidentes editar los programas a su gusto.

El proyecto, denominado New Media for New Millennium (NM2), está diseñado para que el espectador pueda convertir La Guerra de las Galaxias, por ejemplo, en una comedia romántica, o comprimir en 20 minutos el film Muerte en Venecia.

El multimillonario proyecto NM2 recibió financiación de la Comisión Europea en el marco del programa de ciencia y tecnología llamado Framework.



The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://www.nm2.org'. The page title is 'new media for a new millennium'. The main content area contains text about the project, including a quote from the Financial Times. The text describes NM2 as a collaborative research project aimed at creating a new media genre that allows users to customize content. It mentions that the project will create new production tools for the media industry and will allow the mass production of personalized content. The text also states that the project will be personalized to suit the preferences of the individual user. The screenshot also shows a sidebar with navigation links like 'Home', 'About NM2', 'News', 'Publications', 'Media Production', 'Contact', and 'Members area'. At the bottom, there is a footer with the text 'NM2 is an Integrated Project (IP) of the European Framework Programme (FP4) (IST-2001-001124)' and 'NM2 is running from 1 September 2004 to 31 August 2007'.

Navegan más hombres que mujeres

Ente los 730 millones de usuarios de Internet en el mundo, la edad promedio del usuario es de 38 años. Un 35 por ciento son mujeres y el restante 65 por ciento, hombres. El 72 por ciento de los websites está en idioma inglés, un siete por ciento en alemán y un seis por ciento en japonés. Apenas un tres por ciento del contenido de las páginas está en idioma español. Lo siguen otras lenguas como francés, italiano y chino, entre otros.

La información procede de la OCLC u Online Computer Library Center.

Bibliografía sobre Comunicación

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



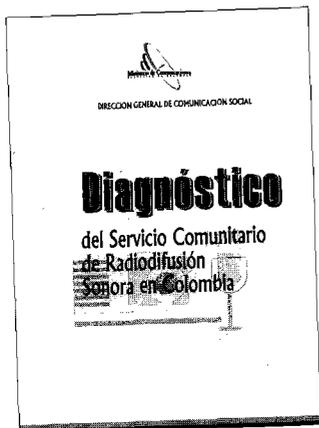
Abreu Sojo, Iván. (2004). **Opinión pública: entre el interés académico y los estudios aplicados.** IN: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación, (128), pp. 48-55

El estudio de la opinión pública es revisado desde la perspectiva de sus teorías, principales líneas de investigación y reflexión. La investigación de la opinión pública se ha desarrollado desde varios ángulos y concluye en que, hay buenas perspectivas para el futuro, si se toman en cuenta las nuevas realidades políticas y sociales.



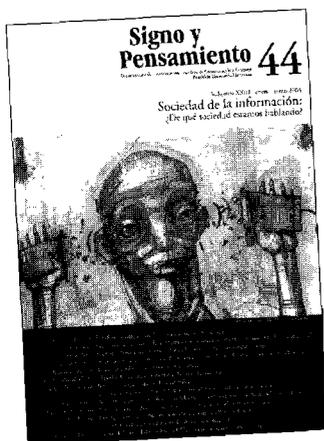
Alfaro, Rosa María. (1999). **La radio ciudadana del futuro.** Lima: A.C.S. Calandria. 190 p.

El diálogo entre ciudadanos y autoridades debe ser un ejercicio de escuchar e influenciar mutuamente, no solo realizaciones entretenidas. Dar paso a acuerdos mínimos entre la ciudadanía no es tarea fácil, pero éste es un compromiso ciudadano de la radio. Dada su naturaleza oral y conversada, debe ser un gran foro democrático.



Colombia. Ministerio de Comunicación. Dirección General de Comunicación Social. (2002). **Diagnóstico del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora en Colombia.** Bogotá: Ministerio de Comunicaciones. 253 p.

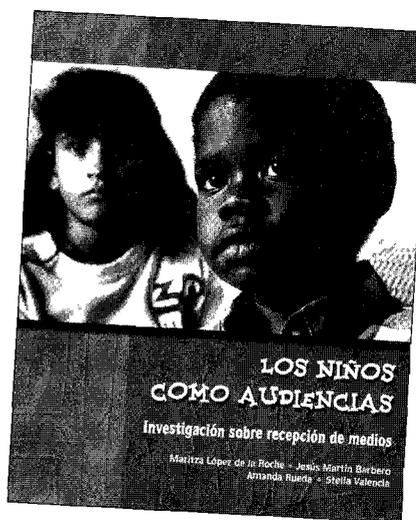
Es una mirada en profundidad a las emisoras comunitarias, una exploración detallada de la gestión del servicio comunitario de la radiodifusión colombiana, que tiende al reconocimiento de la situación de su uso y de los beneficios sociales que brinda.



Cortés, Carlos Eduardo. (2004). **El poder de la tecnicidad digital y el reto de la complejidad.** IN: Signo y Pensamiento, (44), pp. 62-71

El concepto de tecnicidad se ha descrito en el campo de la comunicación como el resultado de la presencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la mayoría de actividades humanas, en cuanto

dimensión fundamental de las prácticas sociales contemporáneas y mediación entre las lógicas de producción y los formatos mediáticos industriales. Ante la ausencia de una *teoría de la convergencia*, el reconocimiento de las especificidades en la evolución de la tecnicidad digital, que inicia una segunda transición a IT (tecnología de información), permite ampliar la mirada mediática estrecha y desarrollar nuevas competencias perceptivas, dirigidas a transformar las prácticas profesionales de comunicación.



López de la Roche, Maritza; Martín Barbero, Jesús; Rueda, Amanda; Valencia, Stella.(2000). **Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios.** Bogotá: Da Vinci Editores. 449 p.

Explora las relaciones de los niños con los medios de comunicación, impresos, sonoros y audiovisuales. El propósito del trabajo etnográfico consiste en indagar qué imágenes de familia, ciudad, país y mundo tienen los niños de grupos socio-culturalmente diferenciados, y de qué manera los medios de comunicación intervienen en la conformación de sus imaginarios. Abordan reflexiones sobre clase, etnia, género, lo local y lo global, a través del examen de los medios que están disponibles para los menores en el hogar, y de sus preferencias hacia la lectoescritura, el consumo audiovisual o la utilización de otras tecnologías.



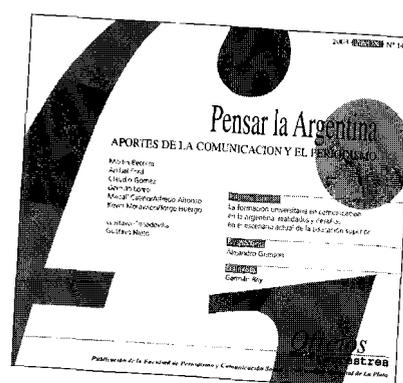
Marques de Melo, José. (2004). **Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación.** IN: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, (1), pp. 10-21

La ponencia pretende reconstruir el período histórico que delimita la creación e institucionalización de ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Ancla su exposición en documentos rescatados por el acervo del pensamiento comunicacional latinoamericano, mantenidos por la cátedra UNESCO de Comunicación para el Desarrollo Regional, en el Campus de la Universidad Metodista de São Paulo, Brasil,



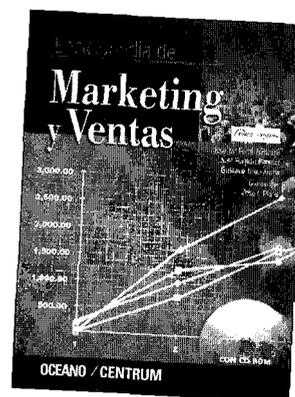
Murelaga Ibarra, Jon. (2004). **La tendencia digital de la radio.** IN: Revista Mexicana de Comunicación, (88), pp. 34-35

Ante el actual contexto digitalizado que se abre a la radio, ésta debe adecuar su mensaje y potencial a las exigencias novedosas del guión, proponiendo contenidos frescos, otras maneras de hacer y, basados en los recientes sistemas de emisión, mantener a la audiencia digitalizada y embarcar a las jóvenes generaciones de oyentes en una nueva cruzada.



Nieto, Gustavo. (2003). **Las trazas del neoliberalismo en la comunicación y el periodismo.** IN: Oficios Terrestres, (14), pp. 122-132.

Se orienta a revisar los aportes teóricos realizados en los últimos años para la construcción de una mirada crítica sobre la *comunicación*, en el marco de la violenta revolución multimediática y del vertiginoso proceso de reorganización económica que se ha dado a partir del agotamiento del paradigma keynesiano y la instauración de otro: el neoliberal.

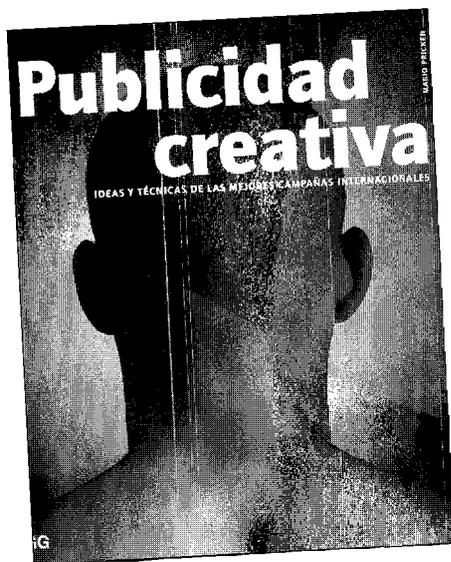


Océano / Centrum. (2004). **Enciclopedia de Marketing y Ventas.** Barcelona: Océano. 879 p.

Manual práctico de consulta para los profesionales de las áreas comercial y de marketing. El lector encontrará todas las técnicas, estrategias y consideraciones relacionadas con la promoción de ventas, la publicidad, la relación con los clientes, los planes de marketing, el mercado internacional, así como todos los principios y procedimientos para tomar las decisiones más acertadas y asegurar el éxito comercial.

El carácter práctico de la Enciclopedia se refuerza con ejercicios comentados, ejemplos sobre casos y planteamientos concretos, que ayudan a la completa y precisa asimilación de los aspectos teóricos.

Incluye un CD-ROM Sistema de Diagnóstico y Evaluación del Área de Marketing, su aplicación práctica permite un análisis exhaustivo de los departamentos de ventas y marketing para poder establecer los factores por potenciar y corregir.

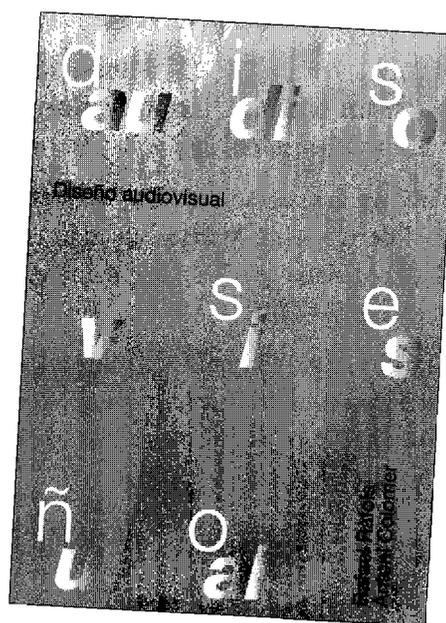


Pricken, Mario. (2004). **Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas mundiales.** Barcelona: Gustavo Gili. 205 p.

Revela algunos de los procesos que subyacen en las campañas más originales y eficaces de los últimos años. En una presentación clara y muy accesible, cada

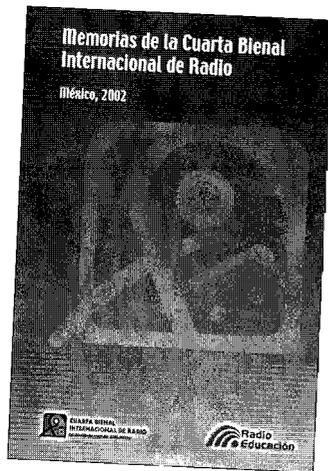
capítulo resalta los diversos métodos prácticos que se pueden adoptar para crear anuncios originales e inolvidables y más de dos centenares de ejemplos de publicidad internacional, seleccionados de entre una amplia gama de medios.

Incluye algunos trabajos que fueron galardonados. Libro entretenido e inspirador para quienes viven de buenas ideas y creen que la creatividad es una herramienta básica.



Ràfols Rafael, Colomer Antoni. (2003). **Diseño audiovisual.** Barcelona. Editorial Gustavo Gili. SA. 127 p.

Un manual, de ágil manejo, sobre lo más reciente del diseño, que se fundamenta en el soporte audiovisual. La obra pretende hacer llegar al lector una reflexión teórica y práctica sobre el tema. Su lectura resultará útil tanto al profesional que desee ahondar en su trabajo, como al estudiante que se acerque por primera vez a tan apasionante disciplina. El doble perfil profesional y pedagógico de los autores, ambos licenciados en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona, ha contribuido a la elaboración de un discurso ágil y concreto.

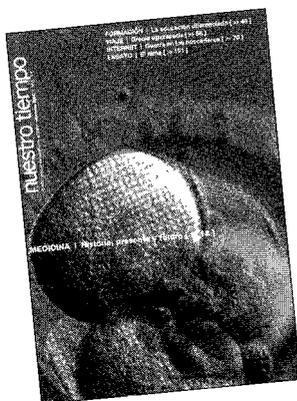


Rodríguez, Perla. (2003). **Memorias de la Cuarta Bienal Internacional de Radio**. México D.F.: Radio Educación. 317 p.

A un año de la realización de la Cuarta Bienal Internacional de Radio en México, quedan las huellas de la palabra hablada gracias a la palabra escrita que nutre las memorias 2002.

Es una reflexión conjunta en torno al quehacer radiofónico desde múltiples miradas y experiencias vividas en uno de los acontecimientos radiofónicos más importante en América Latina.

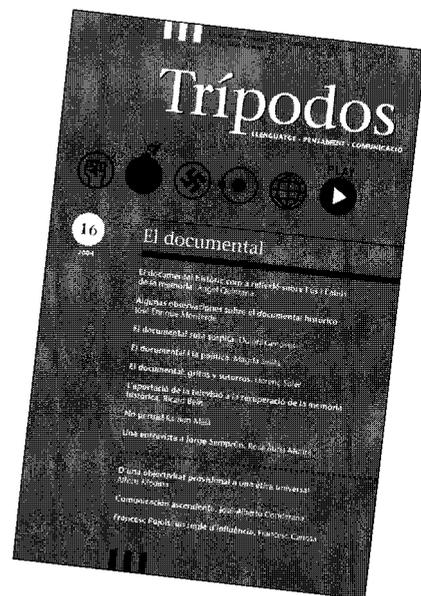
REVISTAS RECIBIDAS



NUESTRO TIEMPO, (603), septiembre 2004.
Revista mensual de cuestiones sociales que edita el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona.

En esta entrega de la siempre interesante Nuestro Tiempo, Diego Martínez Caro pasa revista a las novedades ocurridas en el último medio siglo en el campo de la medicina, con referencia especial al tema del genoma humano, al cambiante mundo de las enfermedades y los avances en los tratamientos, los nuevos métodos de diagnóstico, la medicina y la sociedad y lo que se espera para los próximos 50 años. Se aborda en este número el tema de la educación diferenciada, la realidad actual de Grecia, la guerra de los buscadores en la web y las cuestiones alrededor de la existencia de un *alma* individual.

nuestrot@unav.es
www.unav.es



TRÍPODOS, v. 1, (16), 2004.

Revista semestral de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Blanquerna. Universidad Ramón Llull. Barcelona.

Trípodos desarrolla con amplitud el tema del documental, tanto de cine como de televisión, se cierra con una interesante entrevista al cineasta español Jorge Semprún, realizada por la profesora

Rosa-Àuria Munté. Aparece también un artículo del profesor José Alberto Conderana, de la Universidad Pontificia de Salamanca, con el tema *Comunicación ascendente*, referido a los flujos de la comunicación al interior de la universidad. Sostiene, entre otros planteamientos, que “el equilibrio y la cohesión de la comunidad universitaria resultarían fortalecidos con el incremento de la actividad de este flujo a menudo desatendido”.

revista_tripodos@blanquerna.url.es
<http://www.tripodos.com>

son, entre otras, las de los ecuatoriano Marcelo Cevallos, Paúl Hermann, Marco Rodríguez Ruiz, Abdón Ubidia, Orlando Pérez, Juan Carlos Calderón, Efraín Villacís y María Gabriela Borja. Incluye un cuento de Gonzalo Torrente Ballester y notas referidas al compositor Roberto Schumann, el periodismo en el cine, el artista Jesús Cobas e información institucional variada.

direccionedepublicaciones@hotmail.com
www.cce.org.ec



LA CASA, (36), enero 2005
Revista de la Casa de la Cultura Ecuatoriana,
Benjamín Carrión

El boletín informativo regular, publicación de la principal institución cultural ecuatoriana, desarrolla como tema de portada “arte y periodismo”. Las firmas que abordan el tema comunicacional

El Centro de Documentación del CIESPAL puede ser consultado en forma personal en nuestra sede ubicada en la Avenida Almagro N32-133 y Andrade Marín, en horario de 09h00 a 17h00 o escribiendo a la Casilla Postal 17-01-584, o al e-mail <documentacion@ciespal.net > o llamando al teléfono 2548 337

El CIESPAL integra el Sistema Nacional de Información Bibliográfica (SNIB). Los interesados pueden acceder a la base de datos documental del CIESPAL, ingresando a la dirección

<http://www.ciespal.net> opción Biblioteca Digital
<http://www.fundacyt.org.ec> opción SNIB

La base de datos también es accesible en forma directa en la dirección <http://200.93.217.94/scripts/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xic&lang=E-> &base=cdcc alojada en el servidor de Internet del CIESPAL y que es actualiza permanentemente.

**Lo que pasó
y lo que vendrá**

Actividades del CIESPAL

Curso de comunicación y relaciones internacionales

Organizado por el CIESPAL, con el auspicio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), y la participación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), en febrero fue clausurado el curso *Comunicación y Relaciones Internacionales*, proyecto multidisciplinario que permitió a los participantes optar por cuatro cursos de especialización en temas vinculados a las Relaciones Internacionales.

La oferta académica de cuatro meses, entre septiembre 2004 y enero 2005, asumió los desafíos contemporáneos en América Latina, actualizó los conocimientos de los participantes en el manejo de las principales perspectivas actuales de los estudios internacionales, especialmente de las consecuencias de la globalización y la nueva estructura del orden mundial.

Taller para bibliotecarios

El Internet se ha convertido en una herramienta indispensable para todas las actividades, y muy especialmente para las que tienen que ver con aspectos de información y documentación.

Por ello, el CIESPAL desarrolló en enero un taller orientado a fortalecer las destrezas de bibliotecarias y bibliotecarios, para que utilicen eficientemente el Internet. Se revisaron dos de las principales herramientas de la web: el correo electrónico, como medio de comunicación, colaboración y difusión de información; y, la navegación en la autopista mundial de comunicaciones, como mecanismo de acceso a la información relevante.

Para el correo electrónico se instruyó sobre el programa Thunderbird y para la navegación se usó el programa Firefox, de mozilla.org, ambas modernas herramientas para el Internet, por sus características de seguridad y facilidad. El instructor fue Roberto Roggiero.

Enseñanza de la comunicación

Daniel Prieto Castillo, pedagogo y comunicador argentino, ofreció del 31 del enero al 2 de febrero, un taller sobre *Pedagogía Universitaria en la Enseñanza de la Comunicación*, dirigido a treinta docentes universitarios del país en distintas carreras de comunicación social.

Prieto reflexionó sobre las experiencias de la enseñanza de la comunicación, ofreció recursos pedagógicos para promover y acompañar el aprendizaje de los estudiantes y propuso recursos de mediación pedagógica para las relaciones presenciales, a partir de formas de probada eficacia en el nivel universitario.

Taller de redacción periodística

En enero se desarrolló un taller de redacción periodística dictado por Mary Noriega, al que asistieron 45 comunicadores.

El evento, que incluyó gran cantidad de ejercicios, abarcó los siguientes temas: El proceso de la escritura, la noticia, etapas de la escritura, la construcción sintáctica, los signos de puntuación, gramática y sintaxis, el mal estilo periodístico, el buen estilo periodístico, los géneros periodísticos, el proceso creativo.

Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional

Entre el 23 y el 25 de febrero, con una asistencia de 300 profesionales del continente, el CIESPAL realizó en su sede el II Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional, bajo el lema *Cultura y gestión para el cambio*.

Hace dos años, en una primera cita, se confirmó la necesidad de propiciar espacios que posibilitaran el intercambio de conocimientos y experiencias en el estudio de la comunicación en las organizaciones. Este segundo encuentro permitió a los participantes renovar conocimientos, adquirir y compartir otros y asistir a conferencias magistrales, talleres especializados y exposiciones de casos.

El tema fundamental que preocupa a los profesionales del sector es el de la comunicación integral, entendida como la sinergia armónica entre la gestión de la imagen y la comunicación interna, integrando la comunicación en cuatro dimensiones: orgánica, funcional, estratégica y formal. El conseguirla redundará en la unificación de mensajes para afianzar un posicionamiento estratégico dentro de la organización con proyección externa.

Los temas y expositores fueron:

- El futuro de la comunicación, Joan Costa, de España
- Entre la cultura y la tecnología: entornos virtuales para el crecimiento corporativo en contextos inestables, Marcelo Manucci, de Argentina
- Cibercultura y comunicación para el cambio, Alejandro Ocampo, de México



Sesión inaugural del II Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional. De izquierda a derecha, Carolina Navas, representante del Alcalde de Quito; Edgar Jaramillo, Director General del CIESPAL; los conferencistas Joan Costa, de España; Marcelo Manucci, de Argentina; y, Martha Lucía Buenaventura, de Colombia.

- Comunicación: Eje estratégico para la gestión de cambio, Sandra I. Fuentes, de Colombia
- Aprendizaje organizacional basado en la gestión de la comunicación, Germán Hennessey, de Colombia
- Gestión por competencias, un nuevo recurso para gestionar el cambio organizacional, Ruth Pacheco González, de Chile
- Importancia de la comunicación organizacional en la gestión de calidad, Camilo Andrés Aljure, de Colombia
- La labor de la comunicación interna para el éxito de una cultura corporativa: nuevos modos de crear y gestionar la cultura en la empresa, Amaia Arribas Urrutia, de España.

La modalidad de la cita fue desarrollar, en las mañanas, conferencias magistrales y, en la tarde, los asistentes se distribuyeron en nueve talleres,

apoyados con los soportes digitales e informáticos más modernos, para abordar cuestiones de actualidad en las diferentes áreas de la comunicación organizacional.

En los tres días, cada una de las jornadas concluyó con sesiones plenarias para la presentación de casos en las siguientes áreas: empresa privada, de servicios y de producto; abordajes sistémicos para la excelencia organizacional; y, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.



Intensa actividad de publicaciones

La actividad formativa encomendada al **CIESPAL** en su acta fundacional, se complementa con la edición y publicación de libros especializados. En sus 45 años de vida, la institución ha puesto en circulación un enorme bibliografía que incluye libros, revista especializadas como Chasqui, memorias de certámenes, manuales didácticos, materiales de trabajo, etc.

El Departamento de Publicaciones prepara el libro *Internet y la Sociedad de la Información. Una mirada desde la periferia*, de un conjunto de autores coordinados por el mexicano Octavio Islas.

Con ocasión del II Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional, se entregaron los libros *Atrapados en el presente, la comunicación como herramienta para construir el futuro corporativo*, del argentino Marcelo Manucci, y *Comunicación organizacional: abordajes y perspectivas de análisis*, coordinado por la colombiana Mónica Valle

Además, está prevista una investigación en las facultades y escuelas de Comunicación Social del país, para determinar los temas de interés para sus estudiantes y docentes, con el fin de ubicar luego a los autores que puedan preparar dichos contenidos con fines editoriales.

Otras publicaciones que se proyectan, son:

- Comunicación Estratégica para las Organizaciones, de varios autores y que es la memoria de la reunión que organizó el **CIESPAL**.

- Radiodifusión: crítica y didáctica, de Marco Vini Escalante

- Cuadernos de Chasqui, con el material que ha publicado la revista sobre la digitalización de los medios y sus implicaciones.



Investigación sobre hábitos de uso y preferencias de la radio en Ecuador

Finalizó un estudio sobre los medios de comunicación en Ecuador, que fue realizado mediante convenio suscrito con el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL).

La investigación "*Hábitos de uso y preferencia de la radio en el Ecuador*", tuvo como objetivo principal auscultar la opinión de la población acerca del interés de que el Estado disponga de una radio de servicio público, sus requerimientos en cuanto a programación y a la participación ciudadana.

La investigación tomó en cuenta los gustos y preferencias del público en cuanto al medio radiofónico en general, la programación, las emisoras que escucha y el porqué de su preferencia, así como también su relación con los otros medios masivos: televisión, periódicos, revistas e Internet. Los resultados obtenidos fueron presentados al CONARTEL de conformidad con lo estipulado en el acuerdo.



Investigación de audiencias y de mercado

La segunda investigación sobre *Estudio de audiencias y de mercado de la radio en el Ecuador*, se realizó en convenio con la UNESCO y el Consulado Insular de Menorca, para conocer el interés del público sobre la programación de las radiodifusoras. La inquietud surgió del Taller *Autogestión y sostenibilidad de medios de comunicación*, realizado en el **CIESPAL** en mayo de 2004.

Los resultados del estudio se entregaron a la UNESCO, también de acuerdo con los términos de la propuesta presentada por el Centro Internacional.

En este estudio se utilizaron dos técnicas de investigación: cuantitativa, a través de cuestionarios, y cualitativa, mediante grupos focales. En la investigación cuantitativa se trabajó con una muestra aleatoria multietápica de 2.000 encuestas, que fueron aplicadas en todas las provincias del país. En la fase cualitativa se realizaron 15 grupos focales.

Acuerdo operativo con el ILCE

En el marco de la alianza estratégica interinstitucional que el CIESPAL mantiene con el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), con sede en México, en febrero se firmó un convenio operativo de 12 puntos, a fin de delimitar las obligaciones y responsabilidad de cada una de las partes involucradas.

El arreglo fue suscrito por el Director General del CIESPAL, Dr. Edgar Jaramillo y el Licenciado Juan Portilla, en representación del ILCE.

El objetivo a corto plazo de la alianza es llegar al establecimiento en el CIESPAL de una Maestría sobre Comunicación y Tecnología de la Información



Edgar Jaramillo, Director General del CIESPAL y Juan Portilla, del ILCE, firman el convenio operativo

para la Educación. Para concretar este objetivo, el ILCE proveerá al CIESPAL de equipamiento y asesoramiento técnico, en tanto que el Centro Internacional investigará la demanda existente para la maestría en referencia.

El CIESPAL está interesado también en participar con el ILCE en la capacitación docente del magisterio ecuatoriano y en desarrollar una Maestría en Comunicación Organizacional, así como cursos sobre comunicación política para gobiernos locales y contar con la colaboración del Instituto para la realización de un Seminario Internacional sobre televisión educativa.

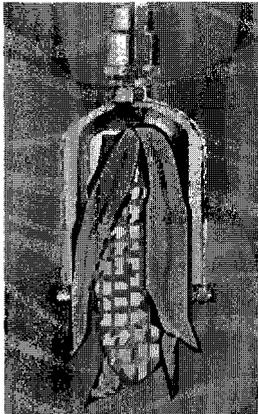
Las dos instituciones seleccionarán una serie de programas de televisión que se difundirán a través de la Red Satelital de Televisión Educativa. Además, pondrán en marcha un programa de intercambio de publicaciones para la comercialización en sus respectivas sedes.

Análisis e información sobre el TLC

En marzo se realizó un foro de estudio de casos titulado *Visiones y Experiencias del Tratado de Libre Comercio (TLC)*, con la participación de representantes de los medios de comunicación del país.

Asistieron como expositores Julia Denegre-Vaught, analista internacional de México; Osvaldo Rosales Villavicencio, Director de la División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) de las Naciones Unidas, con sede en Chile; y, Christian Espinosa, Jefe Negociador del Ecuador ante el TLC (Ecuador).

El encuentro tuvo por objeto conocer y debatir las experiencias lideradas por México y Chile, las estrategias de los equipos negociadores, las fortalezas y las debilidades en los acuerdos de libre comercio, sus reformas, los retos de la competitividad y los efectos sociales y económicos.



La Ond@ Rural

Los participantes del taller sobre radio, NTICs y desarrollo rural (Quito - abril 2004) acordaron la creación de:

La Ond@ Rural, una nueva iniciativa latinoamericana sobre Comunicación para el desarrollo Rural

Para mayor información visite www.onda-rural.net o escribe a info@onda-rural.net



comunica



NUEVA SOCIEDAD
www.nuevasoc.org.ve

Nov-Dic 2004 **194**

Director: Dielmar Dimoser
Jefe de Redacción: S. Cheffec

Corrupción y Política en América Latina

COYUNTURA: **Alberto A. Zalles**, La encrucijada boliviana: ¿fin del «entronque» y refundación socialista? **Lincoln Bizzozero**, Nueva etapa del Mercosur frente a los 10 años de Ouro Preto. Límites y perspectivas del ajuste institucional.

APORTES: **José Manuel Quijano**, Algunas enseñanzas de las crisis bancarias recientes. **Oliver Kozlerek**, Teoría y método para una crítica comparada de la modernidad.

TEMA CENTRAL: **Francisco Nieto**, Desmitificando la corrupción en América Latina. **Ciáudio Weber Abramo / Eduardo Ribero Capobianco**, Licitaciones y contratos públicos. El caso de Brasil. **Oscar Ugarteche**, La nueva corrupción. Tipología y aproximaciones teóricas desde el caso Fujimori/Montesinos.

Sigrid Arzt / Amalia Mena, El acceso a la información pública en México. Transparencia y combate a la corrupción. **Francisco Durand**, Cleptocracia y empresariado en el Perú. **Edmundo Vargas**, La lucha contra la corrupción en la agenda regional e internacional. Las convenciones de la OEA y de la ONU.

LIBROS: **Fernando Bustamante**, La cultura política: ¿más allá de la modernización? **Yolanda Seías**, Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización.

SUMMARIES.

SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 56	US\$ 97
Resto del mundo	US\$ 88	US\$ 157

PAGOS: Las suscripciones desde América Latina y el resto del mundo únicamente se pueden efectuar con transferencias bancarias. Solicitar los datos para la transferencia. Dirección: Apartado 61712, Chicago-Caracas 1060-A, Venezuela. Telfs.: (58-212) 267.31.89 / 265.89.75 / 265.53.21 / 266.16.48 / 265.18.49. Fax: 267.33.97. E: nuso@nuevasoc.org.ve; nusoven@nuevasoc.org.ve



Iberoamericana de la Comunicación

2005 Balance del primer lustro de un nuevo siglo de comunicaciones digitales

20, 21 y 22 de septiembre de 2005

PROGRAMA

Conferencias magistrales

Eric Mc Luhan, Bernardo Díaz Nosty, Lance Strate, Paul Lippert, Claudia Benassini, José Marqués de Melo, José Manuel de Pablos, Paul Linnarz

16 Mesas de trabajo

3 Mesas de Organismos de Comunicación

3 Paneles

SU HISTORIA

En 1997, los organizadores del primer Congreso Iberoamericano de la Comunicación, celebrado en la Universidad de La Laguna (Tenerife, España), creyeron en la utopía de consolidar una red académica que se reuniera cada dos años. Hoy, ocho años después, tras las anteriores bienales celebradas en Cartagena de Indias (Colombia, 1999), Puebla (México, 2001) y El Salvador (2003), el sueño se cumplió y llegamos a la V Bienal, regresando a México, con su celebración en el Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, los días 20, 21 y 22 de septiembre de 2005.

En su breve e intenso recorrido, la Bienal no sólo se ha consolidado como una red académica con la creación de programas de doctorado y proyectos comunes, sino que se ha convertido en referencia fundamental para congregar y compartir diferentes experiencias investigadoras y profesionales en materia de Comunicación.

¿POR QUÉ ACUDIR A LA V BIENAL?

✓ Los estudiantes, directivos y ejecutivos de empresas comerciales compartirán los conocimientos sobre las nuevas tecnologías y su aplicación en el entorno comunicativo y empresarial.

✓ Investigadores, empresas y organizaciones expondrán cómo utilizan o utilizarán estos avances para mejorar sus canales de comunicación y venta, intercambiando opiniones sobre cómo han solucionado los problemas que les plantean las nuevas tecnologías.

✓ Se analizarán las posibilidades de las comunicaciones en el comercio electrónico como aporte de ventaja competitiva en la empresa, cómo adecuarse a la nueva legislación, cumpliendo los requisitos de seguridad, registro y uso correcto de las tecnologías, y las políticas de telecomunicaciones, y el lado más creativo con el diseño y la fotografía, entre otros.

✓ Ofrece una gran oportunidad para que las Administraciones Públicas entren en contacto con iniciativas relacionadas con el uso de Internet y sus relaciones con los ciudadanos en proyectos digitales.

✓ Los profesionales de la comunicación obtendrán las claves para entender el desarrollo de Internet, así como su influencia en el desarrollo de las campañas de comunicación, de la imagen corporativa, de la transparencia en las comunicaciones con sus audiencias, y de los nuevos productos basados en la facilidad de comunicar información de manera personalizada al usuario.

