

## Carta a nuestros lectores

**L**a televisión ha mantenido durante algún tiempo programas de entrevistas compartidas con un público presente que se conocen como "talk-shows". El alto grado de agresividad de estos programas y su poco respeto a los problemas íntimos de las personas les ha atraído una gran audiencia y despertado sentimientos de fascinación y rechazo. El periodista peruano Jorge Acevedo Rojas explica las causas de este fenómeno contradictorio.

Luego de la caída del Muro de Berlín muchos han dado por descontado que en los países de **Europa Oriental** renació la **libertad de prensa**. Raúl Sorrosa dolorosamente nos saca de esta ilusión.

Para América Latina el cine europeo es una incógnita. Sin embargo, en la nueva primavera del cine, algunos países de Europa Occidental, como Francia, Alemania y España llaman la atención por su capacidad innovativa. Los directores alemanes **Lars von Trier** y **Thomas Vinterberg** se distinguen como **protagonistas de una nueva corriente del cine**, provocativa y audaz. Chasqui los da a conocer a través de la crítica de Hanelore Döbler.

La elección de **Alejandro Toledo** como nuevo Presidente del Perú ocurrió en un escenario marcado por la corrupción y la venalidad del fujimorismo y su eminencia gris, **Vladimiro Montesinos**. Desde Lima, Fernando Palomino destaca el papel de los medios de comunicación que fueron, en gran parte, los que definieron la agenda política y determinaron el resultado final de las elecciones.

Pocas veces se habla de las grandes estaciones de radio internacional y poco se conoce cómo ellas operan y compiten entre sí y logran mantener una sintonía que justifique sus grandes inversiones. La **British Broadcasting Corporation**, nos cuenta su historia.

El investigador italiano Francisco Ficarra empieza en esta edición una serie de artículos sobre la **mejor utilización de los programas de Microsoft**, para que los estudiantes y profesores de comunicación aprovechen al máximo la riqueza de sus aplicaciones y tengan a mano la solución oportuna para los problemas que se les presenten.

**CHASQUI**

# Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No 75 Septiembre 2001

Nº 75 Septiembre 2001

### Director

Edgar P. Jaramillo S.

### Editor

Luis Eladio Proaño

### Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila V.
Lolo Echeverría	Héctor 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*  
Gabriel Pazmiño,  
*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*  
Washington Bonilla, *AER*

### Asistente de Edición

Jorge Aguirre

### Corrección de Texto

Manuel Mesa

### Portada y diagramación

Mateo Paredes

Giovanny Páez

### Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

### Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

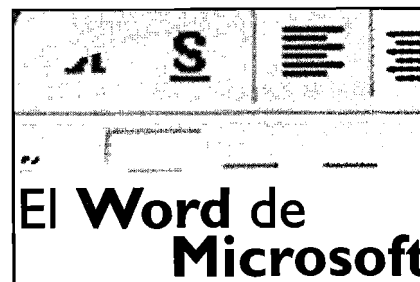
Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

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

**Todos los derechos reservados.**

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



**CIESPAL**

## **PORTADA**

- 4 TALK SHOWS, FASCINACIÓN O RECHAZO**  
Jorge Acevedo Rojas

## **OPINIÓN**

- 10 ¿LIBERTAD DE PRENSA O LIBERTAD DE EMPRESA?**  
Antonio Pasquali

## **ENSAYOS**

- 12 PRENSA**  
**¿HAY AHORA LIBERTAD DE PRENSA EN EUROPA ORIENTAL?**

Raúl Sorrosa

- 18 ESTADO DE LOS MEDIOS**  
**LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA**  
**INFORME DE ARGENTINA**

Federico Rey Lennon y Gerardo López Alonso

- 26 CINE**  
**LARS VON TRIER, EL NIÑO TERRIBLE DEL CINE ALEMÁN**

Hanelore Döbler

- 32 OPINIÓN PÚBLICA**  
**PERÚ: MARKETING POLÍTICO Y VLADIVIDEOS**

Fernando Palomino V.

- 40 RADIO**  
**LA BBC DE LONDRES Y SU REALIDAD ACTUAL**

Alberto Souviron

- 46 LENGUAJE**  
**ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO**

Simón Espinosa Cordero

- 48 INFORMÁTICA**  
**EL WORD DE MICROSOFT, SU IMPORTANCIA Y MEJOR UTILIZACIÓN**

Francisco Ficarra

- 54 PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 60 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 64 ACTIVIDADES DE CIESPAL**

# MATONISMO PERIODÍSTICO

José Ortega y Gasset



Jamás hubo en España tantos periódicos como ahora\*. Sobre todo el número de semanarios ha aumentado en proporción desmesurada. Los quioscos aparecen inundados de estas publicaciones hebdomadarias. He ahí un fenómeno que a primera vista os llena de optimismo. El pueblo español pensáis se ha reconciliado por fin con la letra impresa. Ya comienza a sentir la avidez de la lectura síntoma de robustez espiritual. ¿No hay razón para confiar en el porvenir de España?

Pero aproximaos a esos quioscos y comprad por vía de investigación esos semanarios, abrid sus páginas, y vuestro optimismo se os caerá a los pies, como un pobre pájaro herido. Un denso vaho de mentecatez os azotará el rostro. Sentís la sensación de haberos asomado a una cloaca. Arrojáis las inmundas hojas con asco y os quedáis meditando tristemente en su existencia, como fenómeno de la sociedad española.

¿Cómo se explica la cantidad y la naturaleza de estas ínfimas publicaciones? En primer término, ello se debe a la relativa baratura de las artes gráficas. Pero

hay, mejor dicho, se cree que hay una vía corta del éxito: el escándalo. Estos semanarios de escándalo, o tienen vida propia a los cuatro números, o sucumben forzosamente. Para atraer al público, a una zona del público cuyos gustos y urdimbre espiritual son aún cavernarios, se utiliza el lenguaje más soez posible, se ataca a la gente en la forma más bárbaramente estúpida y se estampan las calumnias más monstruosas. De esta suerte el uso de la imprenta, quién se lo hubiera dicho a Gutenberg, llega a su máxima degradación. Dijérase que todos los matones de la nación, todos los grupos de taberna, todos los destinados al presidio o procedentes de él, evolucionando con los tiempos, han sustituido sus viejas armas blancas y de fuego, por las negras de la letra impresa. Antaño practicaban la exacción de dinero mediante amenazas epistolares; hoy se usa el chantaje periodístico. En política antigua, la manera de deshacerse de un adversario era pagar a un asesino para que lo matase; hoy basta con pagar a cualquier mercenario de la pluma para que le injurie y le calumnie; a ser posible para que le mate civilmente.

Jamás el idioma castellano escrito cayó tan bajo. Hasta ahora el hecho de ser escritor público que denotaba cierta distinción espiritual, ya está siendo una vergüenza. Siempre en todos los pueblos y en todas las lenguas, hubo creaciones satíricas, pero el aguijón iba oculto en galas del arte y buen gusto; actualmente, en España, la sátira se ha hecho sinónima de estercolero.

Todo esto revela un relajamiento en la conciencia pública española que induce a amargas reflexiones. Un pueblo dotado de alguna sensibilidad moral no permitiría una de dos, o que hubiese periódicos que escriban esas cosas, o que hubiese hombres de los cuales tales cosas pueden escribirse sin ventilarlas ante los tribunales. Un pueblo donde estos dos hechos no se excluyan indica haber caído en una indiferencia, en una postración moral que es signo de honda gravedad para su porvenir. ●

\* Se refiere a la España de 1915



# Talk

## Fascinación o rechazo

*Infidelidades, odio,  
violencia, alcoholismo,  
mentira y traiciones,  
entre otras debilidades  
humanas, han pasado  
a formar parte  
de las programaciones  
de televisión*



■  
**Jorge Acevedo Rojas**

Infidelidades, odio, violencia, alcoholismo, mentiras y traiciones, entre otras debilidades humanas, han pasado a formar parte de las programaciones de televisión en América Latina en la década del 90 a través de programas talk show. Las intimidades y confesiones de personas, generalmente provenientes de sectores socioeconómicos bajos, exhibidas públicamente a través de la televisión, captan la atención de millones de televidentes en diversos países de la región y en la población latina de los Estados Unidos.

¿Por qué la exhibición pública de la vida íntima, enredada y turbulenta, de algunas personas, puede generar la atención de millones de televidentes?



sido la incorporación del público en los programas de las diferentes cadenas de televisión en el mundo. La relación de proximidad entre la televisión, representada por los conductores y los televidentes, se ha ido estrechando y ha generado importantes beneficios económicos, vía publicidad, para las cadenas y estaciones de TV, pero también utilidades simbólicas y materiales para el público.

# Shows

¿Qué hay detrás de la producción y emisión de los talk shows? ¿Qué origina que algunos de estos programas cometan excesos y degraden la dignidad de las personas? ¿Por qué este género de producción puede resultar atractivo e interesante para muchos y repulsivo para otros? Muchas interrogantes han surgido en los últimos años respecto a estos programas, en el mundo académico, entre los críticos de televisión, en instituciones y autoridades gubernamentales, así como en el propio público televidente. Incluso, en más de un país de América Latina, se han entablado demandas para suspender las emisiones de algunos talk shows.

Un aspecto importante en el conjunto de cambios, experimentados en el campo de la producción televisiva en las dos últimas décadas, ha

En este marco de mayor acercamiento entre la televisión y diversos sectores de la audiencia, la vida privada de las personas ha pasado a formar parte de las pantallas de televisión, a través de los programas denominados talk shows. En estos programas hay un contacto inmediato entre el conductor y representantes del público, anteriormente ausente de la pantalla, en el contexto de situaciones, se supone reales y verificadas mediante procesos de investigación, de la vida cotidiana que en otros tiempos eran mantenidas en reserva.

Los diálogos y las situaciones, algunas veces violentas, hilarantes, enternecedoras o en extremo irritantes que se registran en estos programas, son apreciadas no sólo a través de las pantallas. También en los estudios de televisión hay presencia de

público. Decenas de personas participan en las grabaciones de los programas, observan e interpelan a cada uno de los protagonistas de la historia puesta en escena. Así, quienes tienen bajo su responsabilidad la conducción de estos programas se sienten respaldados en sus comentarios y sentencias respecto a los invitados, tienen carta abierta no sólo para exhibir y desmenuzar parte de sus vidas, sino también para juzgarlas.

Las cadenas hispanas de televisión con sede en los Estados Unidos y las estaciones de TV en América Latina ofrecen diversos programas del género talk show, cada uno con sus respectivas particularidades, dependiendo del contexto político, económico y cultural en el que se ubican. Las diferencias provienen también de las características y objetivos de los productores y de la personalidad y el estilo de los conductores o conductoras. A continuación presentamos algunas reflexiones sobre tres programas del género talk show, bastante conocidos entre el público latinoamericano: El Show de Cristina, Laura en América y Padre Alberto.

### **Cristina Saralegui y los inicios del Talk Show latinoamericano**

Periodista del mundo del espectáculo y el jet set, Cristina Saralegui ha sabido construir, con mucho esfuerzo, una carrera exitosa en el mundo de la televisión dirigida al público de origen latinoamericano en los Estados Unidos, y en los diversos países de América Latina, a través de la cadena Univisión.

Cristina es la iniciadora de los talk shows con tinte latinoamericano. Las historias presentadas en sus programas, los protagonistas, sus problemas y los modos de resolverlos han tenido un ineludible sello latino, hecho que le ha valido encabezar durante años los primeros lugares de audiencia, entre las cadenas de televisión hispana de los Estados Unidos y en los países de América Latina en los que se transmite el programa.

En la ruta trazada por Oprah Winfrey y Geraldo, pero con un inconfundible sello latinoamericano, el



Show de Cristina logró captar la atención de cientos de miles de televidentes, miembros de la comunidad hispana en los Estados Unidos, migrantes e hijos de migrantes, salidos de sus países por razones políticas o en busca de las oportunidades laborales que nunca encontraron en sus países de origen.

Las razones del éxito de Cristina podrían explicarse, en buena parte, por la necesidad de la población hispana de verse reflejada en las pantallas de televisión, de ver expresados sus problemas cotidianos, sus diferentes maneras de sentir y pensar, en el contexto de un país que, sin embargo, les es cada vez menos extraño. Es que los "gringos" no sienten como los latinoamericanos, en especial como los caribeños. Muchos de los latinos seguimos siendo machistas, románticos, bullangueros, llevamos vidas desarregladas, tenemos la sangre caliente y tal vez sentimos menos vergüenza de relatar nuestros problemas en público, frente a cámaras, ante la mirada de miles de televidentes.

Además, los latinos solemos tener problemas económicos mucho más graves y no nos cae nada mal un incentivo económico por participar en programas de televisión.

Al mismo tiempo, hay una mezcla de curiosidad y deseo morboso por enterarse de los problemas ajenos, problemas que muchas veces se parecen a los nuestros. ¿Quién no se ha detenido a escuchar las discusiones de los vecinos o ha recreado escenas de La ventana indiscreta desde su propia casa o apartamento? Y, por qué no, queremos que alguien como Cristina, una latinoamericana exitosa,

*Algunos casos presentados en el programa “Laura en América” son falsos y las personas encargadas de ofrecer los testimonios reciben un incentivo económico a cambio*

enérgica y de buen decir, nos ponga en vereda, es decir, encarrile nuestras vidas.

El hambre y la necesidad se juntan, es algo que saben muy bien la cadena Univisión y Cristina. Con estos ingredientes, el éxito de un talk show, con inconfundible sello latinoamericano está asegurado.

El problema es que las historias y los protagonistas dispuestos a ir a la televisión pueden ser cada vez menos y, de manera inversamente

proporcional, puede aumentar la demanda del público por apreciar vidas y personas cada vez más complicadas, en enredos cargados de pasión, violencia y vicios de diversa índole. Y si a todo ello sumamos la aparición de programas del mismo género, para público de habla hispana en diferentes países de América Latina, es indudable que el Show de Cristina ha tenido que realizar grandes esfuerzos por mantenerse en los primeros lugares de las preferencias.

Estos esfuerzos, sin embargo, se habrían traducido en un acrecentamiento del espectáculo durante el desarrollo de sus programas y, según algunas versiones periodísticas, en el falseo de historias y la contratación de actores.

**Televisión basura (o Laura en América) al servicio del poder**

La segunda semana del mes de julio se difundió en Lima un vladivideo en el que se mostró una conversación entre Vladimiro Montesinos, hoy en día recluso en una prisión militar, y el propietario de América Televisión, José Francisco Crousillat. En la reunión se dialogó sobre los contenidos y algunos aspectos de la producción de programas especiales que la conductora, estrella de dicho canal, Laura Bozzo, debía grabar como parte del apoyo de América Televisión a la segunda reelección del ingeniero Alberto Fujimori.

No era la primera vez que Montesinos conversaba con mucha familiaridad con propietarios de canales de televisión sobre Laura Bozzo. En realidad, entre los años 1998 y 2000, en virtud de un arreglo económico, bastante ventajoso para América Televisión, una parte significativa de los libretos de Laura en América se diseñaban en las oficinas de Vladimiro Montesinos. Hay entonces un componente político muy particular que diferencia a Laura en América de otros programas del mismo género.

Abogada de profesión, Laura Bozzo ha conducido el programa top del rating en el Perú y uno de los talk shows más sintonizados en diversos



países de América Latina. En estos años, Bozzo no sólo ha logrado éxitos económicos y conseguido encumbrarse como conductora estrella en el género, sino que también ha sido objeto de duras críticas, debido a los excesos cometidos repetidamente en sus programas, a la puesta en duda de la veracidad de las historias y los protagonistas presentados, y a su apoyo expreso al régimen autoritario del ex presidente Alberto Fujimori.

En los inicios del año 2000, cuando el entonces candidato del Partido Perú Posible, Alejandro Toledo, se acercaba en las encuestas al ingeniero Fujimori, Laura Bozzo presentó en su programa a la niña Zará, supuesta hija del actual presidente del Perú. El tema del programa era "Padres que abandonan a sus hijos".

La doctora Bozzo, así llamamos a los abogados en el Perú, degeneró el género, de diferentes maneras y por diversas razones. ¿Qué haría usted por dinero? Fue el tema de uno de sus programas. Entonces, personas que viven con menos de un dólar al día estaban dispuestas a todo. Pero Laura en América, por dinero y poder, seguramente estaría dispuesta a mucho más.

Investigaciones periodísticas han revelado que algunos casos presentados en el programa Laura en América eran falsos y que las personas encargadas de ofrecer los testimonios habían recibido un incentivo económico a cambio.

¿Es posible explicar los altos índices de audiencia de Laura en América sólo por los excesos presentados en pantalla y el morbo exacerbado de miles de televidentes, principalmente de sectores socioeconómicos bajos? Consideramos que no. La doctora Bozzo creó una fundación de ayuda social para canalizar donativos a gente necesitada, asesorar jurídicamente para mujeres maltratadas por sus maridos y, en ciertos casos, facilitar una rápida y oportuna atención de autoridades e instituciones estatales, entonces bajo el control del gobierno de Fujimori, a personas en situaciones precarias. Evidentemente los resultados de esta ayuda social no se cuestionan, las objeciones tienen que ver fundamentalmente con el contexto y la intencionalidad subalterna de estas actividades.

Como ha señalado el crítico de televisión Fernando Vivas, programas como el de Laura Bozzo han contribuido a instalar en la televisión peruana un discurso demagógico y regalón, ofreciendo dádivas además de entretenimiento. Hoy en día, conocidos los vínculos entre América Televisión y el poder cívico militar (mafioso) que gobernó el Perú durante la década del 90, es posible identificar con mayor claridad la relación de simbiosis entre el discurso populista de Laura en América y el régimen fujimorista, entre los "éxitos" y "primicias" del programa y la consolidación de un sistema autoritario.

### **El Padre Alberto: "Venid a mí dice el Señor y yo os aliviaré"**

A pesar de su insistencia en señalar que los sermones y las confesiones se producen en las iglesias, es imposible desligar al sacerdote cubano Alberto Cutie de su misión de "pescador de hombres". Con un carisma singular, el padre Alberto ha logrado niveles de audiencia significativos en su programa transmitido por la cadena Telemundo.

A diferencia de los programas de Cristina Saralegui y Laura Bozzo, los invitados del sacerdote no siempre provienen de sectores socioeconómicos bajos. Tampoco hay violencia física en el set, aunque los problemas son tan diversos y complejos como los que se presentan en los espacios antes



referidos. En el Padre Alberto también se habla de infidelidades, drogas, violencia y homosexualidad.

Además, Padre Alberto cuenta con la asistencia de especialistas para analizar los casos presentados y tener opiniones profesionales que puedan contribuir a "cambiar la vida" de los invitados.

Hay mucho menos espectáculo en Padre Alberto. El conductor es un consejero, también juzga y cuestiona a sus invitados, pero con menos dureza que Cristina Saralegui y Laura Bozzo. Alberto Cuties, que duda cabe, protagonista, pero no hace denodados esfuerzos para serlo. Cabe anotar que no se han tejido especulaciones sobre la veracidad de los casos presentados, como sí ha ocurrido con el Show de Cristina y Laura en América.

Se trata de un programa que puede ser visto por la familia: papá, mamá, los abuelos y, en menor grado, por los hijos. Aunque no se tienen muchos datos sobre la composición del público seguidor del padre Alberto, en los diversos países de América Latina en los que se transmite el programa, es muy probable que a diferencia de los talk shows aludidos, capte la atención de una cantidad mayor de público de sectores socioeconómicos medios y altos.

¿Es el programa del padre Alberto un talk show ideal? Seguramente no. Para empezar, tiene poco más de un tercio de la audiencia que mantiene el programa de Cristina Saralegui. Además, intencionalmente o no, se percibe un aire religioso, un ingrediente de homilía y conversión, para algunos poco recomendable en una cadena de televisión

laica como Telemundo. Sin embargo, Padre Alberto, como otros talk shows producidos en América Latina, ha confirmado que no hay género o formato perverso por naturaleza, sino que son las cadenas de televisión, los conductores y la propia sociedad quienes les imprimen un sello particular, por diversas razones, algunas de las cuales han sido revisadas en el presente artículo.

### Laura, un castigo a la basura

Tras la emisión de seis programas en el mes de abril, Laura en América fue retirada de la televisión chilena por disposición del Consejo Nacional de Televisión de Chile. El organismo estatal considera que los participantes de los programas "son afectados en su dignidad por la vía de la humillación y la denigración, en situaciones relacionadas con su vida íntima". Afortunadamente, en algunos países de la región hay instituciones que pueden intervenir, no para restringir la libertad de expresión, sino para evitar que la población consuma televisión basura.

A fines de julio, por decisión propia América Televisión decidió cancelar el polémico programa y suspender las grabaciones que realizaba en su principal estudio de televisión como parte de un acuerdo comercial con la cadena Telemundo. Las protestas de la conductora contra la estación peruana no se hicieron esperar, anunciando que pronto revelaría aspectos poco conocidos del canal de la familia Crousillat.

Semanas antes, en declaraciones a medios de comunicación del Perú, Laura Bozzo sostuvo que su programa ocupaba el primer lugar del rating en la comunidad latina de los Estados Unidos. Sin embargo, la medición de la compañía AC Nielsen, correspondiente al 2 de julio, en horario vespertino, le daba la palma al Show de Cristina, estrella de Univision, en tanto que Laura en América de la cadena Telemundo obtuvo sólo 79 puntos. La ventaja para el programa de Cristina Saralegui aumentó en horario nocturno, su programa llegó a 111 puntos mientras que el talk show de la Bozzo obtuvo sólo 43.

## *Hay mucho menos espectáculo en el talk show del Padre Alberto*

# ¿Libertad de Prensa o Libertad de Empresa?

Antonio Pasquali ■

**T**odo aquel que desee responder preguntas así, que se comprometa a un trato respetuoso hacia la Razón o, cuando menos, que prometa no inventar la pólvora.

Motivos: 1° porque, cansados de tantas sandeces de neófitos, políticos, sabelotodos y jueces incipientes, vamos a tener que exigir un mínimo de profesionalismo a quien desee pronunciarse sobre esas materias, y 2° porque Libertad, Verdad, Necesidad, Perfección u Objetividad (referidas al Comunicar, o a lo que se quiera) figuran en la breve lista de aquellos términos que según Razón connotan los "conceptos o géneros supremos del entendimiento" alias "categorías"; y las categorías, perdonen el retruécano, son indefinibles por definición, sólo admiten finísimos circunloquios y aproximaciones. El de las categorías es pues un terreno minado y de frontera sobre el que los grandes de la filosofía han caminado de puntillas y con radares para no pisar mortales contradicciones, antinomias, aporías, dilemas, paradojas y absurdos; ¡figúrense un

egresado de business school! Hay ejemplos famosos de afirmaciones categoriales que tropezaron con esas minas: la expresión "todo es falso" es una impredecible quimera, un absurdo porque no puede incluir una última verdad, que todo es falso; ser libres – decía Sartre – es estar paradójicamente condenados a ser libres. Basta pues de big brothers que pretenden poseer la Verdad sobre la Libertad. ¡Más respeto por la Razón, y que impere, en lo posible, la definición platónica de Justicia: cada quien a lo suyo!

Sobre Libertad, Verdad u Objetividad como categorías fundamentales del Comunicar se debate desde que, a fuer de su mediatización y masificación, comunicación y poder tienden a converger. Irrealizables en su dimensión absoluta (salvo que Dios baje a la tierra a montar agencias de prensa, periódicos y emisoras), transparentando algo de sí tan sólo a una minoría afortunada que disponga de muchos conocimientos previos, mucha capacidad de confrontación y mucha contra-información (el perceptor común de mensajes es un manipulado por alguien, y punto), dichas

■ Antonio Pasquali, venezolano, ex sub-Director General de Unesco, Investigador de la Comunicación  
Correo-e: <anpasqu@attglobal.net>

**Ser libres,  
decía  
Sartre,  
es estar  
paradójica-  
mente  
condenados  
a ser libres**

categorías son empero, y hoy más que nunca, los arsenales de donde salen las principales armas de los conflictos internos a la relacionalidad comunicativa, y no solo.

Las libertades del Empresario de medios y del Comunicador - hoy cruciales como lo fueron la libertad de navegación en el siglo XVII o de la esclavitud en el XIX - figuran entre las fenomenizaciones contemporáneas de aquella mismísima Libertad que lleva a cuestras siglos de inconclusas disputas filosófico-jurídicas, y que hoy la banalización, la instrumentalización y el paternalismo degradan. Desconfiemos de todo aquel que afirme sin continencia que él sí sabe lo que son Libertad o Información veraz y objetiva, que lo ha sabido desde siempre, y venga con sus sermones, denuncias, censuras y sentencias. Expongamos al ludibrio todo el que manipule descaradamente este o aquel aspecto de la Libertad, en defensa de intereses económicos o ideológicos. Denunciemos sin desmayo la demolición del espíritu crítico y libre del perceptor por obra de manipulaciones, gate-keepers, omisiones, censuras, autocensuras y crecientes concentraciones, todo en nombre de una Libertad y de una Veracidad que lavan más blanco que las de la competencia. Porque con tantas potencias políticas, económicas y militares despotricando desde sus medios (o sea casi todos los que existen) sobre Libertad, Veracidad, free flow y similares, aumenta el riesgo de abandonar definitivamente a poderosos vicarios nuestra capacidad de divergencia, de mantener en vida la huerta del pluralismo y de seguir soñando que algún día también seremos emisores de mensajes.

Estos breves prolegómenos no deben leerse como un intento de atemorizar y acallar a quienes quieran debatir sobre libertad en comunicaciones, por tratarse de un tema esotérico o impredecible (eso fue lo que intentó justamente la filosofía analítica, que es la filosofía de los amos del mundo). Por el contrario, ellos invitan a novedosos replanteos críticos de la Libertad en Comunicación, modélicos en su respeto hacia la Razón y por eso capaces de dejar al descubierto el carácter sofístico, bodeguero y vil de tanta ideología dominante. ❁

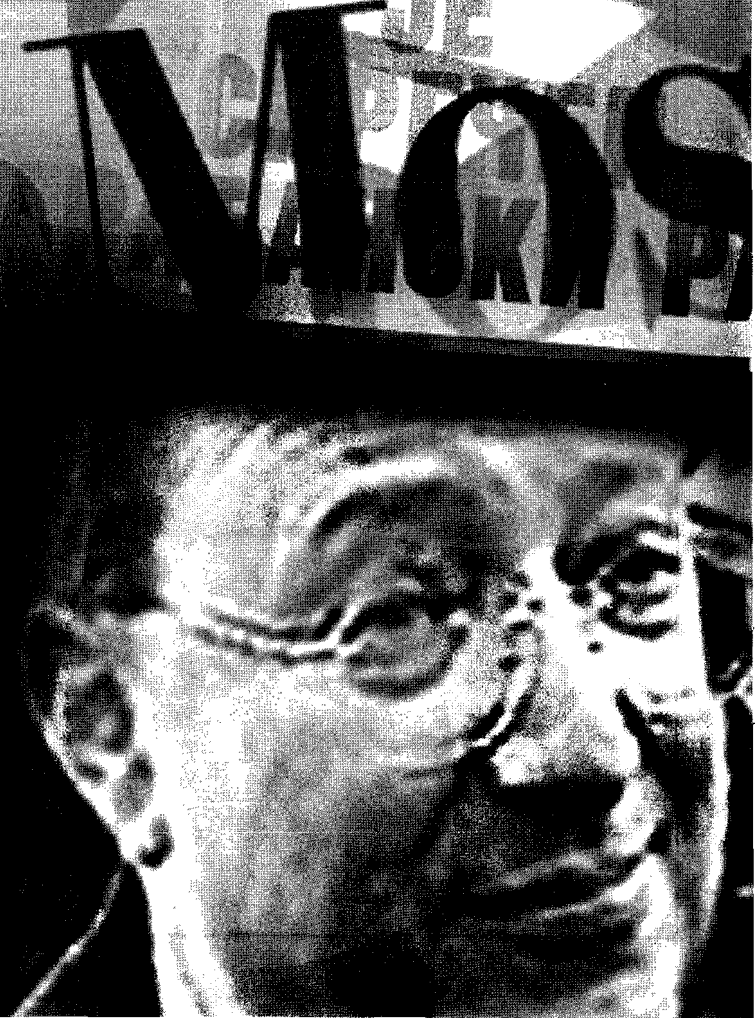
# ¿Hay ahora libertad de prensa en Europa Oriental?

Bankéři, punkeři a čes...

KARU

JE

AMOKI



**Raúl Sorrosa A. ■**

**P**reocupados por implantar el libre mercado y la economía abierta, para constituir sistemas verdaderamente democráticos en los ex satélites comunistas de Europa del Este, parece que hemos olvidado un pilar: la libertad de prensa. Y tal es la alarma que a finales de abril el Consejo de Europa ha denunciado la plaga que parece desbordar y llegar más a Occidente.

La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa denunció el 24 de abril pasado los ataques a periodistas y medios de comunicación en Rusia y Ucrania, pero también otras formas de amenazas a la libertad en Europa. E incluso ha propuesto se designe un Relator General sobre los Medios de Comunicación en Europa; algo que América Latina cuenta desde 1998 a través de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Las señales de alarma empezaron a sonar con el escándalo del magnate ruso Vladimir Gusinski (quien en vía crucis pasó encerrado en España y ahora se refugia de la furia del Kremlin en Israel) por la intentona de apoderarse de su cadena nacional de televisión NTV (la única privada) y otras publicaciones de su grupo Media-Most.

Esto es como una avalancha que no se ha querido ver pero que ha pringado mucho. En Ucrania se asesina al periodista Gueorgui Gongadze, desaparecido en septiembre del año pasado, y todos los dedos acusadores apuntan directamente al Palacio del Presidente Leonid Kuchman. Durante el año 2000 se asesinó a 32 periodistas en todo el mundo, según cifras controladas por "Reporteros sin Fronteras", quienes destacan que de esa suma 11 asesinatos ocurrieron en Europa: cuatro en Rusia, otros tantos en Ucrania y otros en el País Vasco Español.

De acuerdo con el más reciente informe de "Freedom House" sobre la Libertad de Prensa en el último año (informe 2001) se destaca que de los 27 países de Europa del Este y de la Confederación de Naciones Independientes, los medios son "libres" en nueve, en otros 11 son "parcialmente libres" y en siete "no son libres". Países como Croacia y Yugoslavia han visto mejorar sensiblemente en el último año su respeto a la libertad de prensa y en el caso de

## *Los ex satélites comunistas de Europa del Este han olvidado la libertad de prensa*

Bosnia se adoptó una ley inspirada por la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE).

La bola de nieve, analizada por la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, hizo "escala" también en Bulgaria y la República Checa, donde la ciudadanía tuvo que luchar en las calles para defender la libertad de información. "Freedom House" también destaca en su informe 2001 que el problema de la estación pública Televisión Checa dejó en evidencia los fuertes lazos entre las estructuras políticas y ese medio de comunicación. Pero, ¿por qué se producen estos roces?



### **El modelo anterior**

Hasta 1989 y tras el fallecimiento del comunismo, el territorio de la Cortina de Hierro poseía un control estatal de los medios de comunicación. El acceso a la información estaba

limitado; temas económicos, sobre planes de producción, instalaciones o cosas referentes a la economía nacional eran catalogados como "sensibles". El periodismo de investigación, independiente o crítico no era ni siquiera la media. En algunos países estaba prohibido hacer oposición o "subvertir el orden" y en otros con mayor sutileza había la autocensura.

"El periodista del Este no fue educado para comprenderse como un factor que ofreciera información, sino que se veía más bien como un profesor, un profeta o intérprete de la realidad", considera Victor Davidoff, especialista moscovita de medios de comunicación que a mediados de los noventa dirigía el Globe Press Syndicate. Esa predestinación sigue aún afectando a la región del Este.

La publicidad como medio primario de financiación de los medios no existía. Las estaciones públicas deben reflejar los intereses de todos los estamentos sociales y viven del impuesto mensual por posesión de una televisión o radio.

## La reestructuración

Nada más llegados al poder, la nueva clase política dio remezones a los estamentos comunistas. Hubo cambios sí, pero el sector de los medios de comunicación no siguió el ritmo.

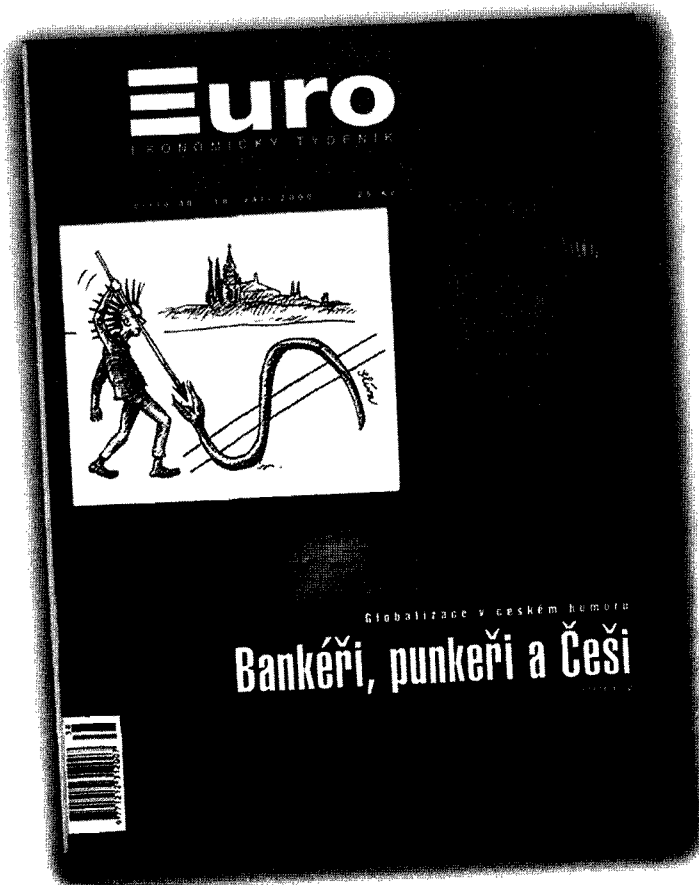
Por lo general se procedió a vender licencias de televisión y radio, pero dejando un gran papel a las estaciones públicas. Los diarios del régimen derrumbado perdieron vertiginosamente público y la muerte fue violenta. En su lugar llegaron diarios con formatos y diagramación más modernos, a colores, y no podían faltar los sensacionalistas.

En la República Checa, por ejemplo, hasta 1993 se privatizó el tercer canal de la estación pública de televisión que pasó a ser el primer canal privado NOVA. Actualmente hay otra estación de televisión privada de cobertura nacional: Prima y varias de alcance regional o por cable.

En Eslovaquia, después de separarse de la Rep. Checa en 1993, apareció la radio privada "Twist" que tuvo que enfrentar duros ataques del entonces primer ministro, Vladimír Meciar, personaje que le provocó a los eslovacos darse de bruces en la puerta de ingreso a la OTAN y perder el "primer vagón" de los que marchan hacia la Unión Europea.

Si vemos a Rusia, observaremos que las bases del mercado medial arrancan recién en 1996, al amparo del entonces omnipresente Boris Yelstin. Fue ese mismo personaje el que provoca la formación de bandos que defienden alocadamente sus zonas de influencia. Putin intenta continuar ese tándem pero su campaña en Chechenia y aldabazos nacionalistas no conjugan con una prensa independiente, por lo que decide usar los tentáculos estatales para controlarla.

Hay que destacar que en el Este ha caído el comunismo y el mundo está transformándose, pero el Estado sigue presente de varias formas, muy en especial a través de sus colosos ahora transformados en sociedades anónimas que influyen en los torrentes de dinero que se destinan a los medios de comunicación.



## *Los medios son libres en 9 países, en 11 son parcialmente libres y en 7 no son libres*

El magnate ruso Gusinsky contaba en 1999 con un contrato de venta exclusiva de espacio publicitario con Video International pero ésta, sorprendiendo a los analistas, rescindió tan beneficioso pacto (dada la cobertura y sintonía del canal NTV y los otros medios del Grupo) para pasar a manejar los espacios publicitarios de las estaciones RTR, OTR (parcialmente pública) y TV-6. Si bien Rusia cuenta con unos 600 canales de televisión, apenas ORT, RTS y NTV son consideradas las "estratégicas" por las elites política y económica.

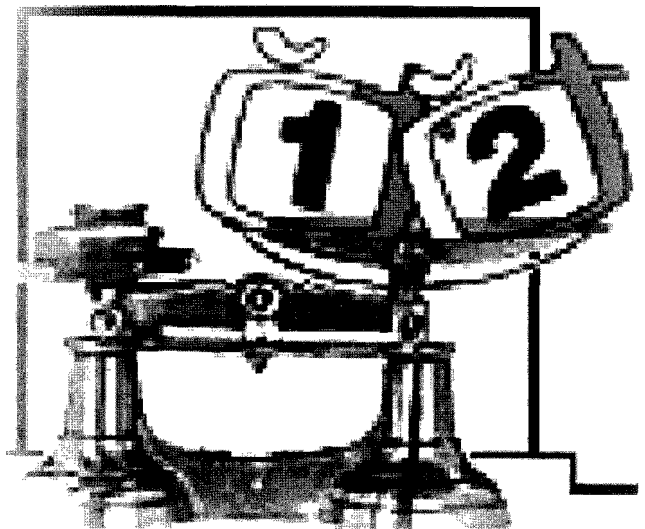
Esa alianza de Video International parece concederle bases para reforzar su postura monopólica, en cuanto a la venta de tiempo en la televisión y para "Freedom House" el equipo canales + Video International parece ofrecer un rostro amable del Kremlin, capaz de garantizarse así el establecimiento de sus intereses.

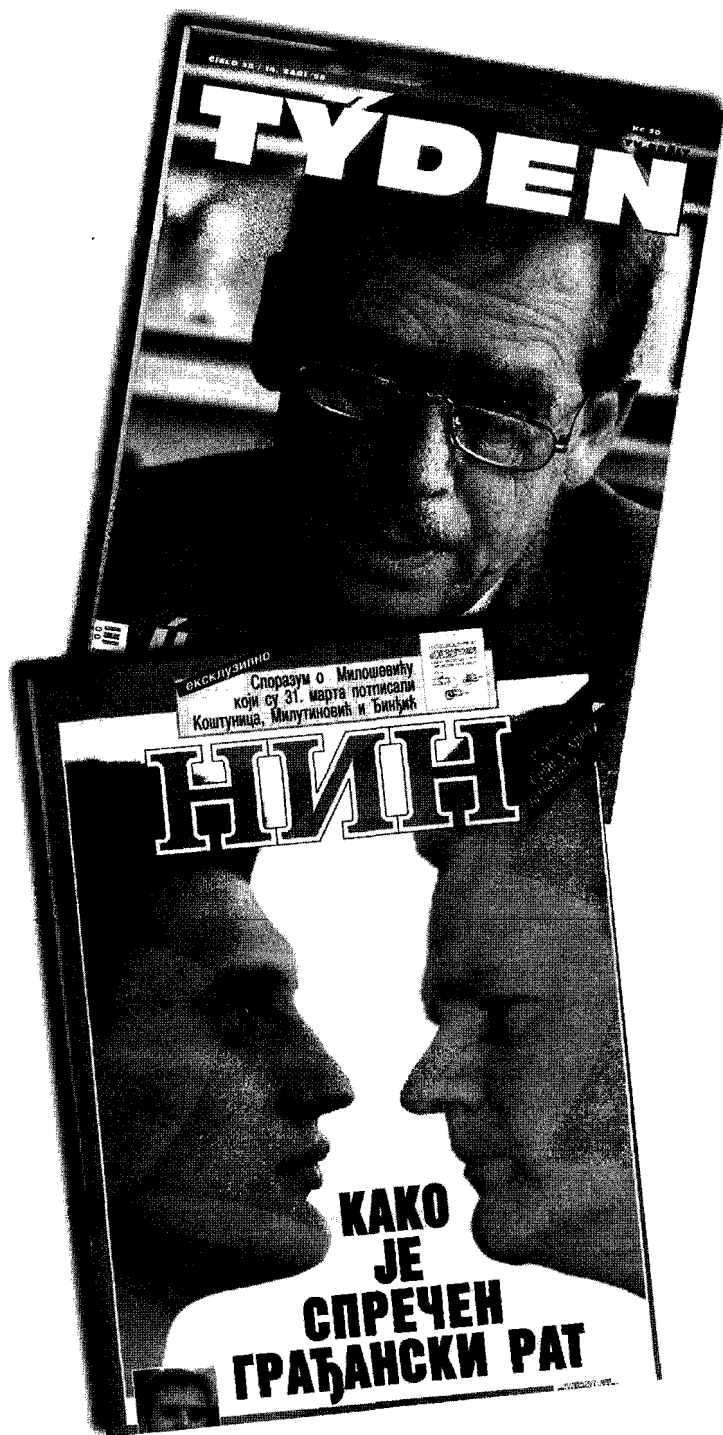
En países como Turkmenistán la prensa es controlada plenamente por el Gobierno, los periodistas son meros burócratas prohibidos de comentar algo opuesto a los líderes. Control así de extenso se ve en Moldavia, donde hay una estación radial privada que transmite programas religiosos. En Polonia el periodista puede ser forzado a revelar su fuente, mientras que en Kirguizistán los productores de radio y televisión deben registrarse en una dependencia controlada directamente por la

Oficina Presidencial; los medios deben conseguir la aprobación para usar la frecuencia y remitir sus calendarios de programación.

Pero en países como Hungría hay plena libertad, gracias a una de las leyes más avanzadas de la región puesta en vigor en 1995. Pese a ello, un diario y un semanario debieron cerrar tras perder la cuenta de un enorme banco controlado por el Estado y luego fueron suspendidos por el ministerio de Cultura. La Rep. Checa protege la libertad de prensa ya en su Carta de los Derechos Básicos (de categoría constitucional) aunque el ejercicio de la prensa crítica aún no es general y el Estado puede influir a través de sus empresas (bancos, energéticas, empresas de telecomunicaciones, aerolínea, etc.) qué medio vive. Para 1995, por ejemplo, el diario independiente "Telegraf" "sucumbió" al poder político de la época y luego debió cerrar.

Siguiendo en la República Checa, hay que resaltar la huelga de brazos caídos convocada por los empleados (principalmente del departamento de noticias y deportes) de la Televisión Checa (pública), entre mediados de diciembre 2000 y principios de enero 2001 que provocó todo un descalabro al evidenciar los lazos políticos en tan importante medio de comunicación. Se vio que el poder político controla los medios públicos a través





## *Llegada al poder la nueva clase política dio remezones a los estamentos comunistas*

huelguistas. Incluso el ministro de Cultura checo, Pavel Dostal, y varios senadores apoyaron a los huelguistas en un largo pulso que aún no concluye pero que por el momento ha provocado la ampliación en el número de miembros del Consejo Rector de la CT, así como del Consejo para las Transmisiones de Radio y Televisión.

A poco de eso en Bulgaria a la televisión pública le pasó algo similar.

### **¿Libertad de prensa? ¿Autocensura?**

La ex Europa Comunista no cuenta, por suerte, con un mismo patrón, en lo que se refiere a las ataduras sobre la prensa. Casos como el sucedido a fines de abril al representante de la OSCE para la Libertad de Prensa, Freimut Duve, no son usuales. El funcionario canceló una visita a Bielorrusia por la negativa del Gobierno de ese país a otorgar el correspondiente visado a uno de sus asesores. En un comunicado difundido por la OSCE se dice que Duve "no puede aceptar una severa interferencia en la independencia de su institución por parte de un Estado miembro".

Según la nota, Duve "lamenta que el Gobierno de Bielorrusia, al tiempo que dio la bienvenida a la visita, negara un visado al asesor que iba a acompañarlo". La organización recuerda que esa visita había sido planificada desde hacía meses por el Grupo de Observación y Asesoramiento de la OSCE en el citado país. Para la agenda se había acordado una serie de reuniones con un "amplio abanico de periodistas independientes y estatales, así como con Organizaciones No Gubernamentales relacionadas con la prensa y representantes oficiales del gobierno". Recordemos que en Bielorrusia están próximas las elecciones presidenciales.

de los organismos institucionales de los medios o de las dependencias que deben controlarlos. En el caso de la Televisión Checa (CT) los trabajadores se opusieron a que la Cámara Baja del Parlamento siguiera "dedeando" quién dirigiría CT. Hubo huelga, transmisión doble: el bando oficial y el revoltoso; concentraciones en la Avenida Wenceslao que pedían defender la libertad de prensa.

Los televidentes checos pasaron horas con un mensaje "transmisión interrumpida", pero quienes recibían la señal por satélite podían ver a los



El presidente bielorruso Alexander Lukashenko puede ser muy mal visto, pues los medios de comunicación subordinados a su oficina y los medio electrónicos independientes podrían dejar de existir; pero cuando se trata de comerciar no hay cómo impedirlo. Los checos han vendido carne y cereales a ese país y no hay periodista que pueda analizar a qué precios o si se usaron recursos del contribuyente checo para subsidiar esas ventas, pues el sigilo comercial las protege. No hay ley en la Rep. Checa que facilite al periodista el acceso a una información protegida por el sigilo comercial, incluso se puede extender al publicar un número de identidad nacional.

Pero en esta región además de la intervención oficial, directa o indirecta, sobre los medios (desde la dureza en Azerbaiyán hasta las mejorías en Yugoslavia) hay un factor no menos importante: el uso social. Es que hay cosas por esta región sobre las que la opinión pública tiene un acuerdo tácito y silencioso sobre lo que no se escribe. Es como si hace diez años un periodista ecuatoriano

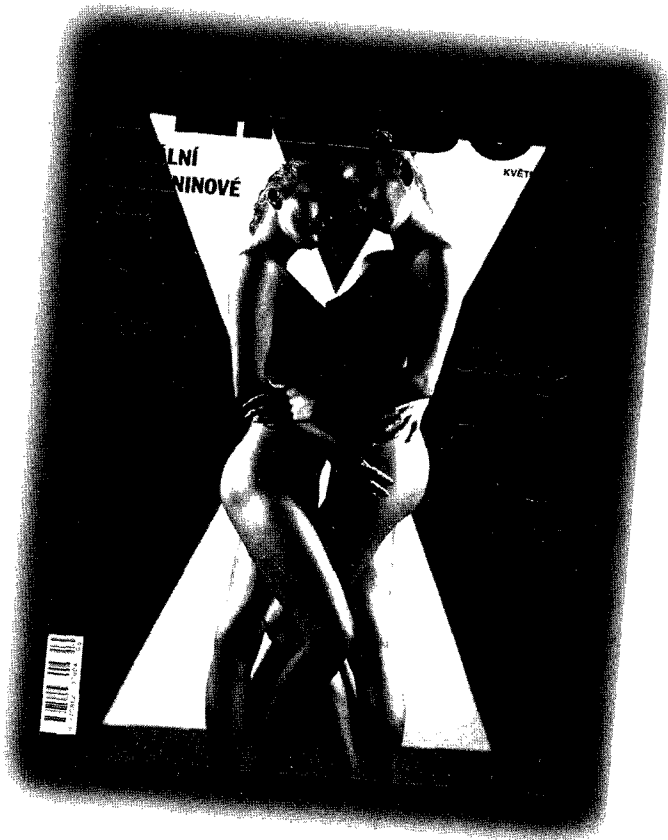
escribiese sobre la paz con el Perú, un venezolano sobre las bondades colombianas en el Golfo de Maracaibo y similares, sin esperar dictámenes al material preparado.

El tema de las minorías nacionales: alemanes expulsados de territorio checoslovaco tras la Segunda Guerra Mundial, húngaros en la zona sur de Eslovaquia, los problemas que causan las migraciones de los gitanos del Este a sus países que intentan ingresar en la Unión Europea, las fronteras, el irredentismo húngaro, los católicos y los musulmanes en la zona de Los Balcanes; son apenas unos pocos temas difíciles si no imposibles de tratar en la región.

Pero el periodista tiene, además, trabajo complicado, cuando los propios altos cargos constitucionales se encargan de denigrar su profesión. El primer ministro checo, Milos Zeman, ha descalificado a la prensa, la ha tildado de parasitaria y ha decidido no perder tiempo con ella y si lo hace preña sus palabras con sarcasmo. Zeman es la continuación del comportamiento del otrora ex primer ministro checo, Vaclav Klaus (hoy presidente de la Cámara Baja Checa).

Klaus durante una rueda de prensa con periodistas mexicanos, previa a su gira por México, (realizada a mediados de los noventa) al responder a nuestra averiguación de por qué lo consideraban los periodistas arrogante dijo: "Pero, dónde está la libertad. El periodista tiene la libertad de hacer una pregunta... y la mía es el responderla. Quién dijo que todas las preguntas están bien formuladas o que hay que responderlas."

Si el periodista, su trabajo y la libertad de prensa deben obrar como perro guardián de la democracia, en muchos países de la región podemos afirmar que el can ladra pero no muerde. En muchos casos por qué tiene bozal y en otros por qué no se atreve. Hay más libertad en la red Internet y esto gracias a que por los altos costos (ordenador, módem, teléfono y tasas de uso) está reservada a un grupo pequeño de personas. ❁





E C T

**La Comunicación  
en América Latina**

**Informe de**

**Argentina**

**Federico Rey Lennon  
y Gerardo López Alonso**

**E**n la década de los 90 se afianzó la tendencia a la concentración, la formación de grupos multimédios y la participación en el negocio de los medios argentinos (y en general en el sector de las comunicaciones) de capitales extranjeros. Entre muchos nombres que pueden mencionarse se cuentan Telefónica Internacional, el Grupo Hicks, Recoletos (y el Grupo Pearson), Prime (de Australia), Cisneros (de Venezuela), Globo (de Brasil), Televisa (de México), la News Corp. (de Rupert Murdoch), Goldman Sachs y otros. Esta participación de capitales extranjeros a veces se concreta en la compra de medios locales y en otros casos en negocios en los que grupos locales cruzan acciones con otros del exterior. Las fusiones y adquisiciones involucradas en este proceso se mantuvieron en el 2000 y en los primeros meses del 2001.

Hay la sensación generalizada de que la legislación argentina ha sido permisiva en cuanto a las condiciones para la admisión de inversores extranjeros, tanto en los medios locales como en el conjunto del negocio de las comunicaciones. De allí que en abril de 2001 se haya anunciado una nueva Ley de Radiodifusión, que entre otras cosas apunta a establecer un marco regulatorio en esta materia. Sin embargo, hay también evidencias sólidas de que se trata de un fenómeno mundial, a pesar de las restricciones que imponen, por ejemplo, países de Europa Occidental. En el mundo globalizado del presente, con grandes flujos financieros que se

## *En Argentina el año 2000 fue el del ascenso de la prensa gratuita*



trasladan de unos países a otros sin un efectivo control de los gobiernos, el negocio de las comunicaciones no es una excepción de lo que ocurre en el conjunto de la economía.

Este auge en el proceso de concentración no determinó, en el 2000, una sustancial modificación en el mapa de los medios como tales. Los cambios en el ownership no implican que los medios en términos generales desaparezcan, ni que haya una irrupción importante de medios nuevos.

Sin embargo, esto podría cambiar en un futuro próximo, en la medida en que surjan dificultades en algunos medios: caídas en la venta de diarios y revistas, idem en el rating de la TV abierta y discrepancias en la conducción de multimédios importantes.

### **Propiedad de los medios**

La cuestión de la propiedad de los medios lleva a una pregunta inevitable: ¿por qué se compran (y se venden) los medios de comunicación pública en la Argentina? La primera respuesta que surge es que los motivos no difieren de los que se observan en otras partes del mundo. La concentración obedece a un cúmulo de causas, pero en un lugar relevante se ubica la necesidad de lograr economías de escala. Casi todas las innovaciones en el campo de la comunicación conllevan la aplicación de tecnologías

de punta, lo que equivale a decir a la necesidad de grandes inversiones.

Grandes grupos, como el del magnate australiano Rupert Murdoch, se expandieron antes en el mundo desarrollado (Gran Bretaña, Estados Unidos, Australia) y luego en las economías emergentes de Asia: China, la India, el sudeste asiático, etc. En conjunto, esas economías están generando en la actualidad un nuevo segmento de consumidores del orden de los 700 millones de personas, con un ingreso per cápita comparable al de España (unos 14.000 dólares por año).

Si se tiene en cuenta que países emergentes de América Latina registraron crecimientos en sus economías en la década del 90, es fácil comprender por qué el mercado regional se ha vuelto interesante para esos inversores. Un caso típico es la formación de alianzas estratégicas que está ocurriendo justamente ahora entre grandes compañías internacionales y grupos multimedia de la región, con el fin de explotar el promisorio mercado de la TV satelital.

A medida que la Aldea Global de que habla McLuhan se va convirtiendo en realidad, la competencia se torna implacable. La lucha por capturar audiencias no tiene fronteras (la TV satelital es un ejemplo) y la supervivencia depende de la capacidad de las empresas para salir victoriosas en los dos grandes frentes en los que se libra esta batalla: el tecnológico, ya mencionado y el de los contenidos, que será, en el futuro próximo, el más relevante. Se ha dicho que el mundo actual es el de



**Grupo Clarín**

## ***En el 2000 se acentuó la "guerra" entre los diarios por ofrecer sus ediciones a precios cada vez más bajos***

las megaaudiencias (MTV, por ejemplo, convoca a 500 millones de televidentes).

### **La prensa gratuita**

En Argentina, el año 2000 fue el del ascenso de la prensa gratuita, una modalidad que no es nueva, pero que se convirtió en una presencia visible en el mercado. La prensa gratuita logró que mucha gente volviese a leer el diario, en un país donde se estima que casi el 70 por ciento de la población no compra ningún diario.

Entre tanto, también en el 2000 se acentuó la «guerra» entre los diarios, en especial en el interior del país, por ofrecer sus ediciones a precios cada vez más bajos. Algo que debe ser asociado con el estancamiento económico que vive el país desde hace cuando menos dos años y también con el hecho de que la caída en la circulación de diarios llegó en la Argentina a alrededor de un 15 por ciento en los cinco últimos años de la década de los 90, un porcentaje que, al parecer, es de los más elevados del mundo. Al mismo tiempo y sin que sea necesariamente una contracara crece Internet y también las ediciones on line de los principales diarios argentinos

# Página/12

## Prensa

### Los "reality shows"

En otro orden, y generando un espacio para la polémica encendida, los reality shows se instalaron en el escenario televisivo, con programas como El Gran Hermano, Expedición Robinson y otros, que siguen más o menos fielmente modelos ensayados en otras partes del mundo. La revista MedioMundo dijo en abril pasado sobre este tema: «si a un canal de TV se le ocurría importar el formato del Gran Hermano, no podría sucederle sino el más rotundo de los fracasos: un éxito de audiencia sin precedentes».

### Información general sobre los medios

Diarios	

La circulación de diarios es baja en Argentina: 56 ejemplares por cada mil habitantes adultos. Una cantidad significativa de países registró bajas en la venta de diarios en 1999, con respecto al año precedente. En el caso de Argentina, la disminución fue del orden del 10%. Esta tendencia se agudizó aún más en el año 2000. Según el informe de la Asociación Mundial de Diarios (WAN), los diarios argentinos perdieron el 23 % de su circulación.

- **Revistas** : circulación total : 223 millones de ejemplares por año.

- **Libros**: títulos registrados por año : 7.848.

- **Hogares con televisor** : 98.3%

- **Hogares con videocasetera** : 50%. Hay unos 5 millones de videocaseteras en la Argentina y unos

3.200 videoclubes, que alquilan 78 millones de películas por año y venden 1 millón de videos.

### Prensa

Los 5 mayores diarios

Nombre	Cant. lectores
Clarín	1.271.770
La Nación	812.670
Crónica	352.140
Diario Sur	288.190
Diario 12	241.180

### Consumo de Revistas (según especialidades)

Género	%
Quintas	8,9
Mujeres	15,7
Política	15,0
Humor	14,2
Deportes y tiempo libre	10,1
Experimentos y arte	9,3
Varios	8,2
Técnicas, científicas y profesionales	4,8
Ilustradas e historietas	3,8
Total	100

Las revistas	
Revistas editadas en Argentina	100
precio promedio	100
cantidad de venta de revistas en Argentina	100

### Lectores de Revistas dominicales

Clarín	1.000	2.000.000
La Nación	1.000	1.500.000
Total	2.000	3.500.000

***Circulan 56 diarios por cada 1.000 habitantes adultos***

### Diarios del interior

Diarios del interior	Propiedad	Ejemplares*
Diario del Interior de Córdoba	Sociedad conformada por los diarios Clarín/La Nación	65
La Gaceta de Tucumán	Familia García Hamilton	25
Los Andes de Mendoza	Sociedad conformada por los diarios Clarín/La Nación	10
Uno de Mendoza	Familia Silva	10
La Capital de Rosario	Familia Negro	10
La Nueva Provincia de Bahía Blanca	Familia Masari (también propietario de AME U2, radio de Bahía Blanca)	10
El Tribuno de Salta		10
La Capital de Mar del Plata	Aldrey Iglesias (proprietario de La Prensa)	10
El Negro de General Roca	Juli Ramer	10
El Límite de San Rafael		10
Diario de Cuyo de San Juan		10
El Territorio de Posadas	Familia Navajas	10
Norte de Cuyo		10
Diario de Cuyo de San Juan		10
El Liberal de Santiago del Estero		10
El Sur de La Plata	Gómez Gelsbard	10
Uno de La Plata	Manuel Bilfante	10

\* En miles

# Clarín.com

*Periodismo en Internet*





Existen algunos canales de aire locales, en el interior del país, pero de menor relevancia.

**Novedades recientes en la televisión**

Los programas de alto rating en la TV abierta superan los 20 puntos; un punto de rating en la Capital Federal y Gran Buenos Aires representa algo menos de 95.000 televidentes. Así, Video Match tiene 24.6 puntos y Hola Susana 22,2 puntos, los dos en Telefé y a horario seguido.

En la TV por cable, los programas de más alto rating superan un punto: el Cartoon Network tiene 1.32 puntos y Crónica TV (canal especializado en noticias en vivo las 24 horas del día), 1.2 puntos.

Según Ibope el encendido promedio de los últimos 6 años en Buenos Aires se mantiene en una franja del 70-73% (Hogares TNSE).

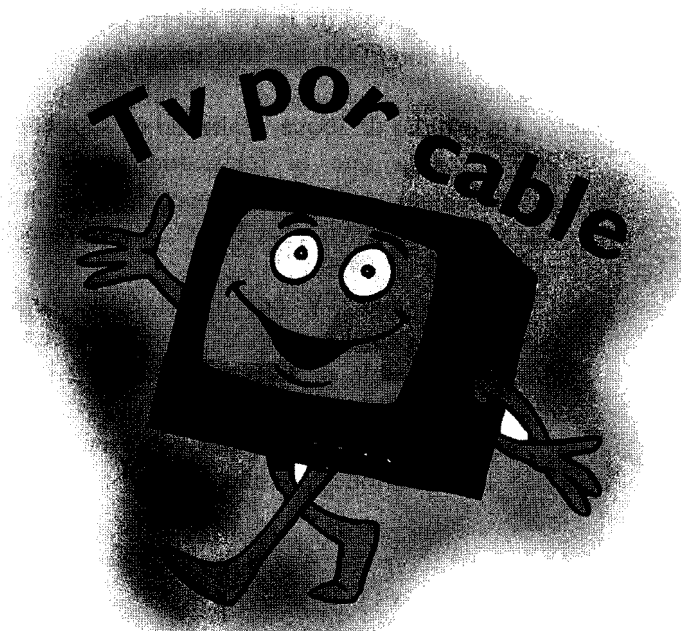
La actual crisis económica por la que atraviesa el país impactó fuertemente en

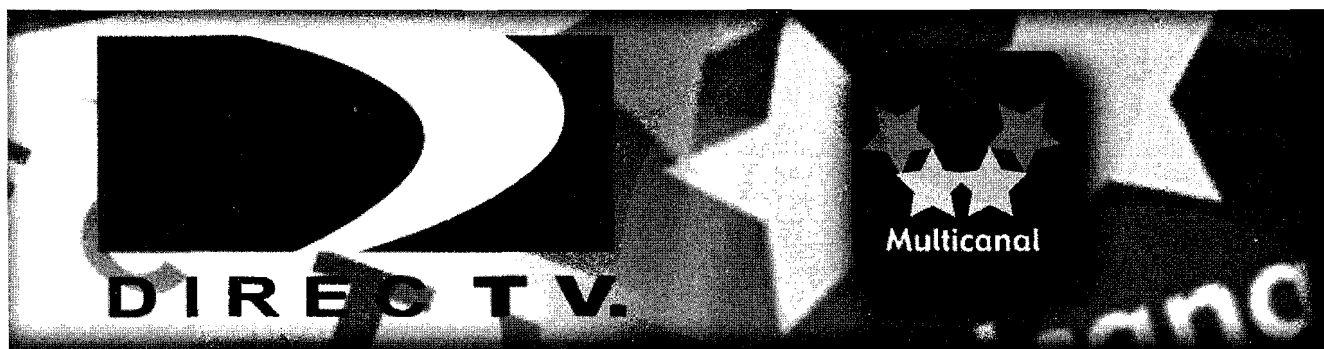
**Televisión**

En Argentina existen 5 canales de televisión abierta con cobertura nacional, que son:

**TV Abierta**

Canal	Propietarios
Canal 7	Grupo Clarín
Canal 9	Grupo Clarín
Canal 13	Grupo Clarín
Canal 22	Grupo Clarín
Canal 35	Grupo Clarín





## *Entre la TVCable y la satelital existen 5.5 millones de abonados*

los números de la TV abierta. Así, la facturación publicitaria global de la TV abierta en la Argentina fue, en el año 2000, un 18% menor que la del año anterior.

Un estudio de Ibope, realizado en septiembre de 2000, señala que la televisión abierta perdió aproximadamente 560.000 espectadores en la franja que va de las 19h00 a las 24h00, en comparación al mismo mes de 1999.

Hogares con TV por cable: 52%. Argentina ocupa el tercer lugar en el mundo, en cuanto a difusión del cable, después de Canadá (72.1% de los hogares) y Estados Unidos (63.6%).

Facturación de la TV por cable en Argentina: U\$S 1.600 millones por año.

### Televisión por cable y satelital :

Los datos no son del todo claros. Se estima que entre la TV cable y la satelital en la Argentina existen 5,5 millones de abonados, el mayor mercado de TV pagada de América Latina.

#### TV por cable

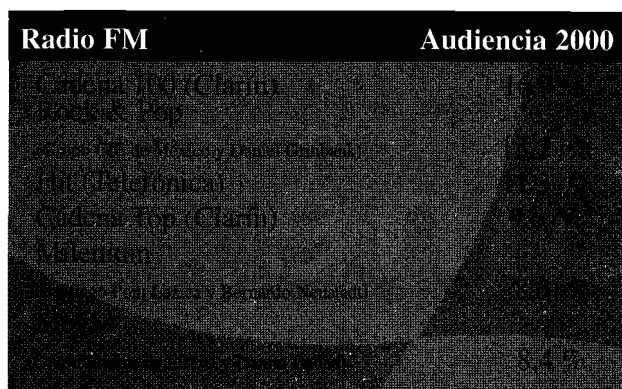
Nombre	Abonados
Multicanal (Cable)	1.4 millones
Cablevisión - (Cable)	1.5 millones
Direct TV (TV satelital)	300.000
Sky (TV satelital)	35.000
Otros TV cable (estimación)	1.6 millones

La inversión publicitaria creció un 12% en el último año.

#### Radio

Radios AM	Audiencia 2000
Radio 5 (AM)	
Grupo El Nueve - (Radio Hado)	
Radio 4 - (Radio Uno)	
Continental - (Radio)	
El Nueve - (Radio)	
Radio 7 - (Radio)	





En la Argentina hay unas 3.800 emisoras FM, en su gran mayoría funcionando con permiso precario, en los términos de la legislación vigente. En 1999 se inició un proceso de regularización.

**Novedades recientes en la radio**

El panorama de la radio argentina se vio modificado en los últimos meses con las siguientes incorporaciones:

- La Radio 10 AM (710) – Propietarios: el grupo norteamericano Emmis le compró el 75% a Daniel Hadad. Se trata de una antigua frecuencia de Radio Municipal.
- FM News (98.3)- Es una de las emisoras con mayor potencia instalada y se cuenta entre las de mayor audiencia.
- El Mundo AM (1070), FM Horizonte (94.3) (A.L.Fortabat). En agosto del 2000 hubo versiones en el sentido de que serían compradas por Gustavo Yankelevich, ex gerente general de Telefé y Constancio Vigil, de Atlántida.

- FM Tango
- FM La Isla (Gloria López Lecube).
- Radio Libertad (Alejandro Romay).
- FM Feeling (Alejandro Romay).
- FM Uno (Marcelo Tinelli).
- Radio Ciudad (Municipal) – 1110 -
- Radio Nacional (la emisora oficial del Estado)
- Radio Argentina

Con las emisoras de FM se plantea una situación delicada: en diciembre de 1999 el entonces interventor en el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), adjudicó 238 frecuencias muy poco antes de dejar el cargo. Hay un proceso normalizador, de larga data, que parece difícil de cerrar de manera satisfactoria.

**Computadoras**

El total de computadoras en la Argentina: 2.5 millones.

Computadoras en los hogares: 1 millón (10.6% de los hogares tienen PC).

**Internet**

Existen 123 proveedores, de los cuales los 8 principales controlan un 60% del mercado. En el 2000 se estima un total de 1'500.000 usuarios.

**Inversión publicitaria**

La inversión publicitaria en el 2000 fue de U\$S 3.412 millones. De ese total, un 42% corresponde a la gráfica (diarios 28% y revistas 10%); un 35% a TV, incluido el cable con un 3.4% de la inversión total; un 7% a radio, 7% a vía pública y 8% a cine y otros.

Los diez principales anunciantes (datos de 1999) fueron Carrefour, Easy Homecenter, Garbarino, Fravega, Ventura, Telefónica, Jumbo, Musimundo, BBV, Banco Francés y Coto.

El readership (datos de 1999) fue de 4.8 para Clarín, 4.2 para La Nación, 6.2 para Diario Popular, 3.9 para Crónica y también 3.9 para Olé. ●





# **El Niño Terrible del Cine Aleman**

Hanelore Döbler ■

**M**ovididos por las náuseas, la impotencia o el espanto, personas del público deciden súbitamente abandonar la sala durante una función de cine. Algunos, todavía en estado de shock, regresan, los más susceptibles esperan afuera. El ambiente dentro del cine se va tornando cada vez más incómodo y pesado, a medida que avanza la película. Al finalizar la misma, la gente permanece sentada en sus butacas, desconcertada, calmándose del impacto, y recuperándose del espectáculo que acaban de presenciar: la última obra cinematográfica de Lars von Trier, "Bailarina en la oscuridad".

Y no sería una exageración afirmar que todas las películas de este niño terrible del cine: El elemento del crimen (1984); Epidemic (1987); Europa (1991); Breaking the waves (1996) (en los países hispanohablantes, la película apareció bajo nombres distintos: "Contra viento y marea" y "Rompiendo las olas"); Los idiotas (1998) y Dancer in the dark (2000) han tocado fondo en el público. Y aunque este cineasta haya manifestado en varias ocasiones que no piensa en el público al rodar sus películas, difícilmente pasan desapercibidas por el entusiasmado o indignado espectador.

### Dancer in the dark

Sobre todo su último film, un melodrama musical protagonizado por la cantante islandesa Björk, desató una serie de polémicas, tanto dentro como fuera de los bastidores.

La trama se transporta a Estados Unidos de la década de los 60, y cuenta el viacrucis de Selma, una inmigrante checa, que trabaja incansablemente en una prensa fabril, para pagar una operación que salvaría a su hijo del mismo mal que ella padece y que la está volviendo ciega. Los caprichos del libreto: una cadena de desgracias convierten a la bondadosa Selma en la culpable de un homicidio, del cual es sentenciada a la pena de muerte. La tragedia que se cierne sobre esta mártir es aliviada por su fantasía, que la transportará del lúgubre mundo fabril, el triste destino de su enfermedad y su condena, a otro donde la música y el baile marcan el

paso. Los números musicales, llenos de colorido e intensidad son, en contraste con los destañidos colores de la realidad de Selma, filmados con 100 cámaras digitales fijas que se encargan de transmitir este cuadro maniqueo del paraíso y el infierno.

### Detrás de la ficción

Tras los bastidores, la producción de esta película destapó la conflictiva relación entre los dos grandes de su género Lars von Trier y Björk, quien después de la traumática experiencia con este director, afirmó no volver a querer aparecer en el celuloide, a pesar de haber sido galardonada en Cannes como la mejor actriz y haber cosechado inesperados halagos por parte de los críticos. Por su parte, von Trier, recolectó con este film, una serie de premios en festivales europeos (entre ellos, al mejor film en el penúltimo Festival de Cannes), pero también fue el centro de la polémica, al tener que confesar, que aunque la película critique al sistema judicial estadounidense, al fordismo y juegue con estereotipados personajes norteamericanos, él nunca ha pisado este

*Lars von Trier  
ha manifestado  
en varias ocasiones  
que no piensa  
en el público  
al rodar sus películas*

■ Hanelore Döbler, ecuatoriana, egresada de Sociología y residente en la ciudad alemana de Hamburgo  
Correo-e: <hanedobler@web.de>

# B E R L I N 2001

país. A pesar de ello, este cineasta danés anticipó, en una entrevista otorgada al diario El Clarín de Buenos Aires, que Bailarina en la oscuridad es el principio de una trilogía llamada USA.

Y no sería la primera trilogía para von Trier, ya que sus últimos filmes *Breaking the waves*, *Los Idiotas* y *Dancer in the dark*, también han sido considerados por la crítica como una trilogía, debido a las tres mujeres que han desempeñado los papeles estelares.

## **Breaking the waves**

Sobre todo, entre los melodramas: *Bailarina...y Breaking the waves* se han encontrado muchas paralelas, calificando el director a su última obra, como la versión musical de *Breaking the waves*. Esta película narra la historia de un milagro, y de cómo un sencillo hombre, tras sufrir un trágico accidente laboral que lo deja minusválido, pide a su pareja, que no se prive del placer sexual. Esta súplica es seguida con resignación por parte de la misma, que convierte cada encuentro con otro hombre en un acto de fe, por medio del cual recuperará a su esposo de la invalidez.

Además de que ambas se podrían comparar a parábolas religiosas, lo que más llama la atención son las similitudes en sus protagonistas femeninos, que destilan en ambos filmes fragilidad, inocencia, bondad y al mismo tiempo, una voluntad de acero. Tanto el perfil de sus personajes, la idea del sacrificio humano por una causa que puede llegar a ser más grande que la propia vida y las connotaciones religiosas son constantes en estas películas. Reafirmando este argumento, el mismo von Trier (nacido ateo y convertido hace diez años al catolicismo) ha admitido que gusta de historias arquetípicas, tomando como ejemplo el motivo del sacrificio humano, para inyectarles vida y realismo. Lo mismo no se puede decir de *Los Idiotas*, obra que se sale completamente del marco trilógico, en cuanto a estilo narrativo y técnica de filmación se refiere. ¿La razón? Esta obra fue creada siguiendo el decálogo de mandamientos *Dogma 95*, movimiento hiperrealista que busca, en aras de la pureza cinematográfica, darle un giro de 180 grados a las formas de hacer cine hasta hoy conocidas.

## **¿Qué es el Dogma 95?**

Por los años 1995, los cineastas daneses: Lars von Trier y Thomas Vinterberg deciden crear una nueva corriente, como respuesta al cine de confección que, sobrecargado de una parafernalia de artificios, luces, ambientación, efectos, montajes y

música, no hace más que distorsionar la trama en sí. Según los dogmáticos, este manifiesto busca rescatar la esencia del cine y "extraer la verdad de personajes y situaciones". Si bien el movimiento es considerado como único en su estilo, esta forma particular de narrar cine ya había sido implementada en producciones vanguardistas de los 60 y 70. El decálogo (Fuente: <http://www.dogme95.dk>) recoge manifiestos, que han sido hasta para sus propios ideólogos de imposible cumplimiento. Estos son:

- Los rodajes tienen que llevarse a cabo en locación. No se puede decorar ni crear un "set". Si un artículo u objeto es necesario para el desarrollo de la historia, se debe buscar una locación donde estén los objetos necesarios.
- El sonido no puede ser mezclado separadamente de las imágenes o viceversa (la música no se debe usar, salvo que ésta sea grabada en el mismo lugar donde la escena está siendo rodada).
- La cámara debe ser portada al hombro. Cualquier movimiento o inmovilidad conseguible con la mano es permitida.
- La película tiene que ser en colores. Luz especial o artificial no está permitida (si la luz no alcanza para rodar una determinada escena, ésta debe ser eliminada o, en rigor, se le puede enchufar un foco simple a la cámara).
- Filtros y trucajes ópticos están prohibidos. El mero objetivo de la cámara ya falsea la realidad.
- La película no puede tener una acción o desarrollo superficial (no pueden haber armas, ni pueden ocurrir crímenes en la historia).
- La ruptura de la linealidad temporal y geográfica está también prohibida. (El filme sucede aquí y ahora).
- Películas de "género" (genderfilm) no están aceptadas.
- El formato debe ser de 35 mm normal (academy format).



- El director no debe aparecer en los créditos.

Bajo el lema "las leyes se escriben para romperlas" estos innovadores se lanzaron al mundo con películas bastante destacables, a pesar de haber implementado técnicas no permitidas. Las más graves: haber utilizado una cámara digital, para después volcar la filmación a 35 mm, introducir música incidental o haber realizado una toma desde un tubo de pastillas. La intención de que el director no fuera acreditado, fue en vano para el manifiesto, ya que todas las distribuidoras se encargaron siempre de divulgar el nombre del mismo.

Las primeras películas Dogma fueron: La Celebración (1998) de Thomas Vinterberg, Los Idiotas (1998) de Lars von Trier y Mifune (1999) de Søren Kragh-Jacobsen.

### Las películas del Dogma 95

La primera impresión que causa un espectáculo Dogma se resume en algo que equivale a desconcierto. Las frenéticas y a veces zigzagueantes tomas de la cámara en mano, la débil iluminación, el

## *Su próxima obra será una película porno que revolucione a este desprestigiado género*

desenfoque y hasta la aparición del reflejo del camarógrafo en los cristales de una escena recuerdan a algún video de aficionado. La naturalidad prima en estas producciones, donde ni siquiera existe un vestuario especial para los actores, sino que ellos llegan al set con su propia ropa.

Sobre todo el film La Celebración, debido quizás a su trama y locación, transmite al principio el sentimiento de estar presenciando el video recordatorio de alguna fiesta privada, haciendo casi partícipe al público de la misma. El aniversario del patriarca de una respetable familia es, en este filme, el telón de fondo, que se desgarrar por el descubrimiento de un incesto por parte del agasajado y un suicidio. La que fuera una cómica festividad entre familiares un poco caóticos, se convierte en el transcurso de la película, en un fuerte enfrentamiento, que destapa el inmenable trauma infantil del hijo violado, y plantea, en resumen, una rebelión contra las convenciones e hipocresías.

Los Idiotas, en cambio, cuenta la historia de un grupo de jóvenes, que deciden poner en práctica su teoría sobre "el idiota interior" y representar papeles de retrasados mentales. Al principio, reclusos en una casa, para después



mezclarse con los "normales", llegarán a convertirse en un hostigamiento ambulante dentro de su localidad. Durante una de sus salidas convencen a una chica a unírseles, la que se convertirá en la heroína del cuento. No apta para todos los gustos, esta primera película Dogma de von Trier, fue recibida por el público como una verdadera provocación, menos por las tomas de sexo explícito en una escena orgiástica, que por su forma audaz de rebelarse contra el sistema. Esta película demostró una fidelidad minuciosa al Dogma 95, que a veces sacrificó la calidad de la misma.

Estas primeras producciones sobresalieron tanto, que crearon una increíble expectativa en el medio europeo. La fórmula Dogma de von Trier y Vinterberg, sin buscar un éxito comercial, llegó a producir películas taquilleras, con sello artístico.

Con respecto a este hecho, Pablo Salvador apunta acertadamente en su ensayo sobre el Dogma 95 (Salvador, Pablo, 2000: Cine Revelación: Reflexiones sobre Dogma 95, <http://www.rcci.net/globalizacion/2000/fg121.htm>), que así como no existen películas netamente artísticas, "tampoco existe el cine puramente comercial", pero las películas del decálogo se destacaron justamente por llegar a demostrar "ser eficiente como producto artístico".

Después de esta sorpresiva acogida, algunos críticos comenzaron a definir al Dogma como una inequívoca estrategia de marketing, sobre todo después de convertir el concepto en franquicia cinematográfica. En efecto, después del eco de las primeras producciones, muchos directores quisieron apostar por el manifiesto para implementarlo en sus películas. Interpretado como comercialización por unos, o democratización por otros, el Dogma 95 se convirtió en menos de cuatro años en una garantía de calidad, y se abrió a cineastas de todos los rincones



del mundo que se comprometieran a filmar bajo estas pautas.

Hoy en día se cuentan alrededor de veinticuatro películas Dogma, que han sido producidas en Corea, EE.UU., Argentina, Suiza, España, Italia, entre otros países.

Lars von Trier, después de haberle dado vida a esta corriente, parece haberse alejado de su propio hijo, y prefiere decir que su contribución al Dogma ha sido el Dogma mismo. Así, como ha prometido no volver a rodar un musical, este director ha dado a entender que no volverá a incursionar tampoco en el cine bajo el famoso decálogo. Refugiado en su estudio de producción Zentropa maquina su próxima obra. Será una película porno que revolucione a este desprestigiado género, el segundo filme de la trilogía USA, un nuevo códex cinematográfico, ¿acaso una película de ficción o un documental? Nadie lo sabe aún, pero todos esperan volver a ser sacudidos por este fenómeno cinematográfico llamado Lars von Trier. ☉



# PERÚ

Powered by  
Viasat videos





# *La atención de las campañas se trasladó a las provincias donde se definieron finalmente los resultados*

Fernando Palomino V

**L**uego de la caída del régimen de Fujimori y su fuga al Japón, el Gobierno de Transición Peruano convocó a nuevas elecciones generales (presidenciales y parlamentarias) para el 2001. Estas elecciones se caracterizaron por:

**1. La apertura de diversas posibilidades políticas para el electorado peruano:** después de varios años, nuevos partidos y movimientos políticos participaron en la contienda electoral, posicionando caras nuevas y haciendo olvidar, por un momento, la crisis que vivieron las organizaciones políticas. Sin embargo, estas candidaturas no lograron captar totalmente las preferencias del electorado durante la campaña, por lo que se mantuvo una tendencia significativa hacia el voto en blanco y nulo. Otro elemento que contribuyó a esta apertura fue la aplicación del Distrito Electoral Múltiple para la elección parlamentaria en la primera vuelta. Este factor descentralizó y trasladó la atención de las campañas a las provincias, donde se definieron finalmente los resultados.

**2. Los vladivideos:** un factor clave que distorsionó y a la vez condicionó el desarrollo de esta primera vuelta electoral fue la difusión pública



de videos que comprometían en casos de corrupción a numerosas personalidades, autoridades, políticos y empresarios vinculados al gobierno de Fujimori y también de la oposición. La cobertura diaria dada por la televisión a los vladivideos convirtió el tema de la corrupción en show y espectáculo de las masas, estableciéndose casi como una "agenda paralela" a las elecciones durante varios meses. Sin embargo, los vladivideos no solo escandalizaron o entretuvieron a la sociedad peruana, también influyeron en las decisiones del electorado y contribuyeron al derrumbe de algunas candidaturas presidenciales.

**3. La discusión programática:** a diferencia de otros procesos anteriores, en estas elecciones se promovió una amplia discusión programática, gracias a las demandas y presiones de diversos sectores de la sociedad civil (en numerosos foros, eventos, reuniones, debates). Sin embargo, esto tuvo poco eco y cobertura en los medios masivos de comunicación que priorizaron otros temas en su agenda (los problemas del gobierno de transición, nuevos vladivideos).

**4. Elecciones mediáticas:** los medios de comunicación fueron los protagonistas de las elecciones, definieron la agenda política y fueron determinantes en los resultados finales.

## **8 de abril: la primera vuelta electoral**

### **Antecedentes y posicionamiento inicial de los candidatos**

Uno de los candidatos importantes en la primera vuelta electoral fue **Fernando Olivera Vega (Frente Independiente Moralizador)** quien había sido parlamentario de oposición durante 15 años.

Fernando Palomino V, peruano, periodista, investigador de medios de comunicación del Centro de Educación y Comunicación (ILCA)  
Correo-e: <luisf@amauta.rcp.net.pe>

Durante ese tiempo, el tema de la moralización y lucha contra la corrupción caracterizó su labor pública, convirtiéndose en investigador de sonados casos de corrupción, durante los gobiernos de García y Fujimori, lo que le ganó las simpatías de un amplio sector del electorado. Olivera fue el que mostró públicamente el video en el que aparecía el asesor presidencial Vladimiro Montesinos y el parlamentario Alberto Kuori en un acto de corrupción, lo que desencadenó la crisis y caída del régimen de Fujimori.

Por su parte, **Lourdes Flores Nano (Unidad Nacional)** ha sido dirigente y parlamentaria de uno de los partidos tradicionales de "derecha", el Partido Popular Cristiano (PPC). Sin embargo, por su carácter y capacidades, se ha posicionado en los últimos años como una nueva líder política y la única mujer que ha tenido la oportunidad real de convertirse en presidenta del Perú. Ello le sirvió durante su campaña para canalizar un amplio porcentaje del voto femenino.

**Alan García Pérez (Partido Aprista Peruano)** fue secretario general del APRA y presidente del Perú entre 1985-1990, cuya gestión desastrosa permitió la llegada del gobierno de Fujimori. Durante los últimos años vivió autoexiliado en Francia, denunciando una persecución política en su contra. A la caída del gobierno de Fujimori regresó al Perú y se presentó como candidato presidencial, a pesar de los diversos juicios que lo comprometían en casos de corrupción y violaciones de DD.HH. Su experiencia anterior de gobierno y su gran habilidad política le han servido para impulsar su candidatura en estas elecciones.

Finalmente, **Alejandro Toledo Manrique (Perú Posible)** ha sido el líder de la resistencia contra el gobierno de Fujimori. Debido a su constancia, fue un factor fundamental para la caída del régimen, logrando aglutinar a los diversos sectores de la oposición. Promovió la "Marcha de los 4 Suyos" movilizando a miles de personas en todo el país por la defensa de la democracia. Participó como candidato en las anteriores elecciones, donde Fujimori se proclamó como presidente para un tercer mandato consecutivo. Sin embargo, estas

## *La cobertura diaria dada por la televisión a los vladivideos convirtió el tema de la corrupción en show y espectáculo de masas*

elecciones fueron declaradas fraudulentas, desacreditando al régimen y consolidando el liderazgo de Toledo.

### **Los vladivideos: el blockbuster de la corrupción**

En la primera vuelta se ubicaban como favoritos Alejandro Toledo y Lourdes Flores. Alan García y Fernando Olivera prácticamente no aparecían en las encuestas iniciales. Sin embargo, esta situación pronto cambiaría ya que la exposición de los vladivideos comprometía en casos de corrupción no solo a personajes del gobierno de Fujimori, sino también de la oposición.

En medio del escándalo desatado por los vladivideos, el electorado peruano estaba totalmente escéptico y desconfiado de los políticos y candidatos. La mayoría de la población pedía que se hicieran públicos todos los vladivideos ya que no se sabía por quién votar. Esto hizo crecer la tendencia al voto en blanco y nulo, como una expresión de protesta. Otros pensaban seriamente en extender el mandato del gobierno de transición, convirtiendo al presidente Valentín Paniagua en un improvisado y nuevo candidato que aparecía en los sondeos (sin

estar inscrito, ni habérselo propuesto).

Lo curioso es que los vladivideos solo afectaron a algunas candidaturas (Olivera y Flores) y a otras no (García). Esto se debió a que mucha gente comparaba el grado de corrupción en los gobiernos de García y Fujimori; a pesar de que consideraban que durante el gobierno del primero hubo corrupción, ésta no llegaba al impresionante nivel alcanzado con Fujimori.

### Estrategias, caídas y reacomodos políticos

Otro factor determinante fueron las estrategias aplicadas por los candidatos. En el caso de Fernando Olivera, su problema central fue que nunca logró superar su imagen como parlamentario: luego de 15 años en el Congreso, la gente lo veía e identificaba como un fiscalizador, pero no como un presidente. Asimismo, cometió errores estratégicos en los últimos tramos de la contienda electoral: trató de ponerse al nivel del ganador y por encima de los otros contendores, dirigiendo todas sus críticas contra Toledo y restándole méritos en la caída de Fujimori, lo que creó una reacción contraria en el electorado (ya que todos le reconocían ese esfuerzo a Toledo).

El caso de Lourdes Flores era distinto. Por sus cualidades y liderazgo innato, desde el inicio todos los analistas coincidían en que era la candidata con más opción para pasar a la segunda vuelta junto con Toledo (donde tenía muchas posibilidades de ganar). Sin embargo, errores en la configuración de su lista, en las alianzas establecidas y en su estrategia de posicionamiento la marginaron de esta posibilidad.

Flores tenía una imagen y pasado como líder de uno de los partidos más conservadores de la vieja derecha peruana, el PPC, que llevaba el sello o estigma de la clase alta y media alta que ha gobernado el país durante muchos años. De allí su dificultad extrema para conseguir el apoyo de los sectores socioeconómicos D y E. Para lograr ese acercamiento, incorporó en su plancha presidencial a José Luis Risco, un dirigente de amplia trayectoria

sindical, vinculado a la Confederación General de Trabajadores del Perú y al Partido Comunista Peruano.

El otro problema era la incoherencia de juntar a líderes con trayectorias políticas tan distintas: Flores venía del PPC (el ala más conservadora de la derecha peruana) y Risco del Partido Comunista. Eso era un entrevero político e ideológico que nunca pudo ser aclarado por Flores, a pesar de sus justificaciones en nombre de la unidad nacional.

Asimismo, Flores no era tan conocida a nivel nacional como sus principales contendientes, lo que la obligaba a realizar un doble esfuerzo y desgaste para compensar esa falta de información y posicionamiento en el electorado de provincias.

Otro problema a lo largo de su campaña fue la fragilidad y movilidad en la intención de votos. Mientras que Toledo y García llegaban casi al 70% de fidelidad de sus votantes (electorado que iba a votar por ellos y que no iba a variar de opinión), Lourdes Flores apenas bordeaba el 50%. Es decir, solo la mitad estaba seguro de votar por ella, lo que no ocurría con Toledo y García, quienes mantuvieron un núcleo "duro" e incondicional de votantes durante toda la campaña.

Pero, posiblemente el error más grave de la estrategia de Lourdes Flores fue el entraparse en una serie de ataques directos a Toledo en la última etapa. Eso la desgastó y distorsionó la imagen de estadista que quería proyectar, beneficiando a su contendor más cercano: Alan García.

Durante la campaña, García estableció una estrategia de perfil bajo y ensayó una autocrítica de su gestión anterior que para algunos sonó sincera.





**ALEJANDRO TOLEDO** recuperó la confianza

Sin embargo, ello no logró convencer a muchos sectores del electorado (especialmente a los empresarios) quienes recordaban la hiperinflación, la inestabilidad y la guerra sucia durante su gobierno.

Con mucha habilidad política, García se benefició de la guerra entre Toledo y Flores. Mientras los dos candidatos se desgastaban, él optó por "mirar desde el balcón", colocándose por encima de las disputas domésticas, proyectando una imagen de estadista y sumando puntos a su campaña.

Asimismo, utilizó las críticas a su gestión anterior y las volvió a su favor, asumiendo el papel de víctima para canalizar el voto sentimental. El sabía que el electorado peruano siempre se ha solidarizado con los candidatos más atacados, lo que también ocurrió en esta ocasión.

Por otro lado, García usaba un discurso populista y radical, ofreciendo medidas efectistas que impactaban rápidamente en los sectores más pobres, acostumbrados durante muchos años al pragmatismo y asistencialismo del gobierno de Fujimori (como la creación del banco agrario y la reducción de tarifas de servicios públicos). De esa manera, García también canalizó el voto de militantes y simpatizantes de la izquierda y centro izquierda, ante la ausencia de un candidato que hiciera suyas sus demandas y propuestas.

Lo que llama la atención es que durante gran parte de esta campaña, Alan García colocó los temas de la agenda política, obligando a los otros

## *Los medios de comunicación fueron los protagonistas de las elecciones, definieron la agenda política y fueron determinantes en los resultados finales*

candidatos a reorientar la discusión y ajustar sus programas de gobierno. En ese sentido, un error que cometieron la mayor parte de estrategas y analistas políticos fue subestimar la capacidad y habilidad de Alan García, un político profesional que llegó a ser elegido presidente del Perú con una alta votación y cuyo partido ha mantenido durante muchos años la tercera parte de las preferencias electorales.

Finalmente, un factor que benefició indirectamente a García fue la metodología aplicada por las agencias de investigación de opinión: la mayoría realizaban los sondeos nacionales en zonas urbanas (ciudades principales e intermedias) y solo faltando pocas semanas se hicieron también en zonas rurales. Esto es un error, ya que el 30% de la población peruana es rural y la mayor parte votó por Toledo o García. Eso explicaría, en parte, el "salto" que dio

Alan García en las dos últimas semanas y que le permitió pasar a la segunda vuelta.

En el caso de Toledo, su estrategia inicial remarcó los símbolos que identificaron la lucha por la democracia y sus raíces andinas (el Cholo, el Pachacútec). Sin embargo, pronto se dio cuenta que esa imagen que le dio buenos frutos en la etapa anterior, resultaba ahora insuficiente. El electorado no solo quería un defensor de la democracia o un líder de la resistencia. Quería fundamentalmente un presidente que resolviera los problemas urgentes, especialmente la falta de trabajo y la pobreza, dándole estabilidad y gobernabilidad al país.

Por otra parte, durante la campaña electoral, los opositores de Toledo habían hecho notar diversas inconsistencias en su discurso político (uso de un doble discurso), así como sobre determinados hechos de su vida privada que nunca llegó a explicar coherentemente. Ello le obligó a cambiar su estrategia; empezó a trabajar una imagen seria de estadista, con propuestas y un programa de gobierno, con un equipo de trabajo solvente, con un discurso que articulaba la defensa de la democracia y la lucha contra la pobreza y el desempleo.

Es importante remarcar el protagonismo de su esposa, Elian Karp, quien había contribuido a fortalecer su imagen en la etapa de resistencia, pero, luego empezó a opacarlo y restarle votos por sus opiniones en relación a ciertos temas. Ello determinó que Karp pasara a un segundo plano y que todo el peso de la campaña se centralizara en Toledo.

EL elemento favorable a la candidatura de Toledo fue que la mayoría le reconocía el importante rol que cumplió en la caída del régimen anterior. Gracias a su tenacidad y constancia se pudo lograr el cambio de gobierno, en momentos en que muchos habían perdido la esperanza y que otros celebraban el tercer gobierno de Fujimori.

Asimismo, gracias a las investigaciones y los vladivideos se pudo corroborar las denuncias hechas por Toledo sobre la corrupción y el fraude electoral, lo que reforzó su credibilidad.

Finalmente, Toledo era reconocido por un sector de la población como el presidente moral del Perú,

ya que había perdido con Fujimori en unas elecciones fraudulentas. Toledo aparecía como la víctima de un despojo injusto. En ese sentido, el voto sentimental también funcionaba a favor de Toledo. Los resultados de la primera vuelta confirmaron estas tendencias aunque sorprendieron a muchos: Toledo 36.51%, García 25.78%, Flores 24.30% y Olivera 9.85%.

### 3 de junio: la segunda vuelta electoral

Estos resultados generaron un terremoto político y económico en el Perú. El paso de Alan García a la segunda vuelta y la posibilidad de un nuevo gobierno aprista hizo que cayera la bolsa, se elevara el precio del dólar y que muchos inversionistas pensaran en retirarse del Perú. El efecto García no solo generó preocupación en diversos sectores económicos, sino también una amplia discusión y reflexión sobre la relación entre ética y política, los valores que se movilizan o que sustentan determinadas candidaturas, las responsabilidades de los electores y los candidatos, así como la necesidad de una gestión política transparente.

Inmediatamente se generó un reacomodo de las diversas fuerzas políticas, especialmente de los sectores fujimoristas y montesinistas que dieron su



ALAN GARCÍA, generó preocupación

# *Los medios de comunicación se realinearon buscando un acercamiento con ambos candidatos*

apoyo a la candidatura de Alan García con la esperanza de negociar la impunidad de los casos de corrupción que se iban descubriendo a diario. Por otro lado, los medios de comunicación se realinearon buscando un acercamiento con ambos candidatos. Esto no era casual, ya que los vladivideos evidenciaron la relación de Montesinos con los propietarios de los más importantes medios de comunicación.

Finalmente, el descontento de los sectores que habían perdido las elecciones incrementó la tendencia al voto en blanco y nulo, llegando en algún momento a hacer peligrar la segunda vuelta.

## **El tercer candidato: el voto en blanco y nulo**

El caso que más afectó la candidatura de Toledo durante toda la campaña fue el de Zarái, su supuesta hija no reconocida. La negativa de Toledo por hacerse la prueba del ADN fue asumido por el electorado como la confirmación del hecho y la mejor evidencia de su paternidad.

El caso de Zarái fue retomado en la segunda vuelta electoral por el periodista Jaime Bayli en su programa televisivo "El Francotirador". Bayli dedicó varios programas a tratar el tema, siendo criticado por Toledo de estar vinculado a Montesinos. Ello colocó en una situación incómoda a los propietarios y directivos del canal de televisión, que habían apoyado la resistencia contra Fujimori y la candidatura de Toledo.

El hecho coincidió con la renuncia del asesor principal de Toledo, Alvaro Vargas Llosa quien hizo varias denuncias sobre el financiamiento de su campaña y la "Marcha de los 4 Suyos", y sobre intentos de soborno a periodistas que involucraban a Raúl Diez Canseco, candidato a la primera vicepresidencia por Perú Posible. Las denuncias fueron cubiertas y seguidas por casi todos los medios de comunicación, especialmente por los canales de televisión, que tomaron posición y generaron corrientes de opinión a favor y en contra de Toledo.

Para entonces, la tendencia del voto en blanco iba en ascenso y era promovido por diversos sectores civiles. Esta situación quiso ser aprovechada por Alvaro Vargas Llosa y Jaime Bayli quienes lanzaron conjuntamente una campaña pública a favor del voto en blanco. Sin embargo, ambos tenían anticuerpos y antecedentes negativos entre la opinión pública, lo que originó un efecto contrario, reduciéndose la intención del voto en blanco y viciado. Al final, la campaña se desinfló, muchas personas que apoyaron inicialmente esta medida, optaron por votar a favor de uno de los dos candidatos (en esta repartición, Toledo fue el más favorecido) y el voto en blanco se mantuvo dentro sus niveles históricos.



Alejandro Toledo y su esposa, la belga  
Elián Karp



**ALEJANDRO TOLEDO** Presidente por cinco años

### No hay primera sin segunda: Toledo presidente

Para la segunda vuelta, Toledo se había estancado y García subía rápidamente en las encuestas, lo que le obligó a un replanteamiento de su estrategia. Ello coincidió con la realización del esperado debate entre los dos candidatos presidencial, que fue transmitido por todos los medios de comunicación. Esta era la oportunidad que Alan García había estado esperando, ya que por sus dotes de orador y habilidad política tenía una amplia ventaja sobre Toledo y proyectaba una imagen de ganador, mucho antes de realizarse el debate.

El equipo de Toledo lo sabía y puso numerosas condiciones técnicas que lograron mediatizar el impacto hipnótico de García sobre los públicos. Lo curioso son los resultados de los sondeos hechos después del debate: cuando se preguntaba a la gente por el ganador del debate decían García, pero, a la hora de preguntarles quién había presentado mejores propuestas sobre los temas debatidos, la gente señalaba a Toledo. Al final del debate se consideró un empate. Sin embargo, ello representó una derrota política para García quien desaprovechó esta oportunidad y una victoria para Toledo quien supo convertir su debilidad en una fortaleza.

El otro factor clave para definir los resultados en esta segunda vuelta fueron las estrategias orientadas a captar el voto de los otros candidatos (especialmente de Flores y Olivera) y de los indecisos. Para fines de abril el número de indecisos llegaba casi al 40% y la tendencia al voto en blanco y viciado se mantenía.

Por ese motivo, Alan García trasladó su discurso a los Medios Masivos de Comunicación, ganando un amplio espacio y cobertura, subiendo en las

## OPINIÓN PÚBLICA

encuestas. Toledo insistió en realizar giras por el interior del país, porque sabía que allí se definirían los resultados finales. Sin embargo, luego de la primera vuelta los mítines habían perdido efectividad y a pesar de que Toledo seguía llenando plazas, ello no le sumaba nuevos puntos. A esto se sumaron errores en la relación con los medios de comunicación: faltando dos semanas para las elecciones Toledo se había peleado con varios medios que habían sido sus aliados hasta la primera vuelta, lo que afectó y estancó su candidatura. Al darse cuenta de su error, Toledo se reubicó en los medios, reforzando su imagen con apoyo de su familia y de los parlamentarios más representativos de Perú Posible, quienes aparecieron masivamente en los medios de comunicación.

Curiosamente, la subida de Alan García y la posibilidad de que ganara la segunda vuelta hizo que muchas personas indecisas o que iban a votar en blanco, rectificaran su posición a última hora y votaran por Toledo, lo que le dio la victoria por 52.91% contra el 47.09% de García.

El pasado y el pasivo del Gobierno de García fue al final su peor enemigo. Sin embargo, Alan García había logrado con creces su objetivo político: retornar al Perú con un alto nivel de votación, como en sus mejores tiempos. Ahora solo era cuestión de ver y esperar los resultados de la gestión de Toledo y prepararse para las siguientes elecciones presidenciales donde definitivamente él será uno de los protagonistas. El tiempo juega a su favor.

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN CUESTIONADOS

La relación de propietarios y directivos de medios que aparecen vinculados a Montesinos en los videos e investigaciones es impresionante: Ernesto Shutz (Panamericana Televisión), José Crousillar (América Televisión), Julio Vera (Andina Televisión), Delgado Parker (Red Global), Eduardo Calmer del Solar (Cable Canal de Noticias y Diario Expreso), Augusto Bresciani (Diarios El Cusco y la Chuchi), Samuel Winter (ex propietario Precuencía Launa) sin contar diversos periodistas, publicistas y conductores de programas cuestionados.

**BBC**

**La BBC de Londres  
y su realidad actual**





Alberto Souviron ■

**E**n su introducción al anuario 2000-2001 del Servicio Mundial de la British Broadcasting Corporation (BBC), el director, Mark Byford, señala que la audiencia de radio ha llegado a niveles récord: 153 millones de oyentes.

Inmediatamente recalca los grandes avances que se han hecho los últimos años en el campo tecnológico, sobre todo en el área de Internet, y también el desarrollo o consolidación de nuevas estrategias para captar más oyentes, como la oferta del servicio a través de retransmisores, especialmente estaciones de FM.

Mark Byford tiene varias razones para sentirse satisfecho, la BBC es uno de los principales, si no el principal, servicio público de radio, televisión e Internet en el mundo. Además de haber alcanzado el récord de oyentes antes mencionados, se han registrado avances también en otras áreas: Internet ha registrado un crecimiento del 62%, hasta llegar a las 39,3 millones de impresiones de página mensuales (datos de marzo del 2001).

La BBC cuenta en la actualidad con más de 250 corresponsales y transmite en emisoras de FM en

más de 100 ciudades capitales de todo el mundo. A ello hay que sumar su llegada a través del servicio de onda corta, que hace que el servicio llegue a lugares recónditos del planeta.

Pero, como bien señala el director del Servicio Mundial, no es momento de dormirse en los laureles. Todos estos logros se han hecho a base de importantes transformaciones en los últimos años y mantenerse en este sitio privilegiado implicará aún más cambios en un mundo cada vez más cambiante y competitivo.

### Un servicio dinámico

En este contexto, uno de los departamentos que ha registrado un importante cambio y sigue mostrando un gran dinamismo, dentro del Servicio Mundial de la BBC, es el Servicio Latinoamericano. Como bien señala el director de este departamento, James Painter, el Servicio Latinoamericano de la BBC transmitía, en 1990, sólo por onda corta. En 1993, inició la transmisión vía satélite por espacios de seis horas.

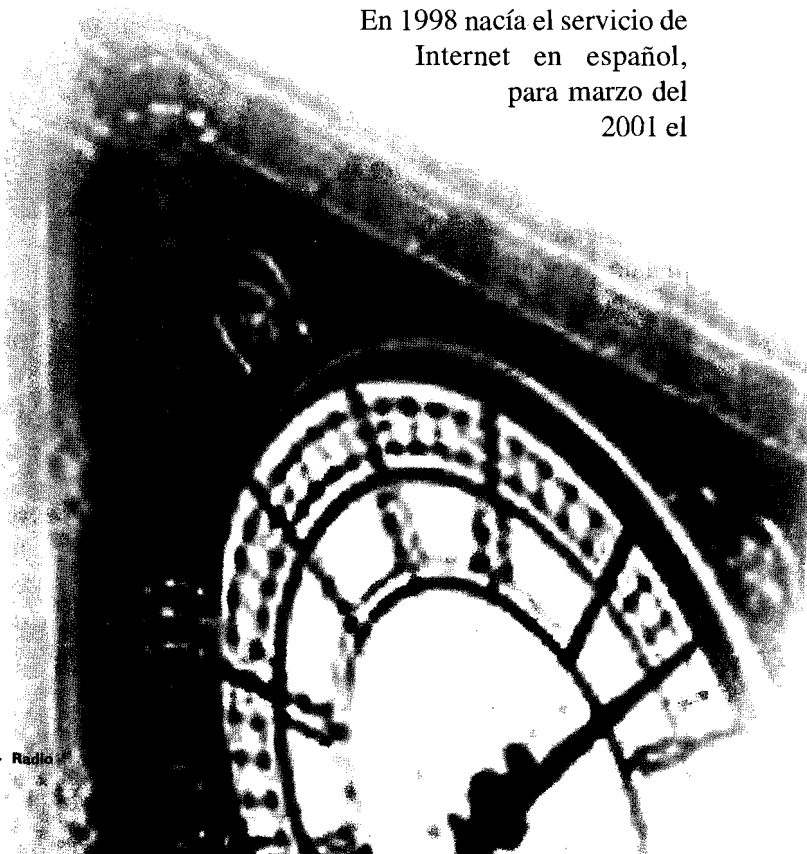
Siete años más tarde, el servicio de radio vía satélite se extendió a 24 horas.

En 1998 nació el servicio de Internet en español, para marzo del 2001 el

*La audiencia de la radio ha llegado a niveles récord: 153 millones de oyentes*

Alberto Souviron, boliviano, periodista del servicio mundial de la BBC y de la red de Internet.

Correo-e <alberto.souviron@bbc.co.uk>



servicio de Internet, conocido como BBC Mundo, comenzó a trabajar las 24 horas, durante los siete días de la semana.

En el espacio de una década, indica James Painter, la expansión del servicio ha llevado prácticamente a duplicar el número de periodistas. Un total de 70 que trabajan en las áreas de radio, Internet, la sede de Miami y los corresponsales en la región.

En el campo de la audiencia, el crecimiento ha ido de los 2,5 millones hasta más de 4 millones de oyentes en los últimos dos años.

En el campo de la Internet, los avances son también considerables. En efecto, se espera alcanzar el millón de hits mensuales y para abril del 2002 se tiene la meta de estar en los dos millones de hits por mes.

Esta expansión coincide, asimismo, con la decisión de la BBC de considerar al idioma español como uno de los cuatro idiomas prioritarios del Servicio Mundial, junto al ruso, árabe y chino, además del inglés.

Esta decisión no es de extrañar, tomando en cuenta que el idioma de Cervantes está expandiéndose en todas partes del mundo y en el mundo tecnológico, específicamente de la Internet, tiene la tercera tasa de crecimiento más rápida en el planeta.

### **Adaptarse sin perder la esencia**

Todo este proceso ha hecho que hoy la BBC esté brindando su servicio a por lo menos una emisora importante, en casi todos los países de América.

Este trabajo, sin embargo, no ha sido fácil. Los programas de radio, por ejemplo, se tienen que transmitir a las horas que convengan al retransmisor

y el servicio ha tenido que adaptar el producto a las necesidades latinoamericanas.

Todo esto, sin perder de vista los valores editoriales que caracterizan a la BBC.

James Painter explica que el estilo de la BBC se ha caracterizado por mantener una agenda internacional, con programas que intentan dar una buena y acertada explicación de los hechos. Esto lleva a la creación de programas de contexto, como es Enfoque.

Sin embargo, las emisoras latinoamericanas prefieren un formato más dinámico, con noticias cortas y rápidas.

Para superar el escollo, el Servicio Latinoamericano ofrece programas cortos de noticias, boletines dinámicos, pero que a la vez respetan la agenda internacional del estilo de la BBC y están bien ilustrados con las voces de los protagonistas de la noticia.

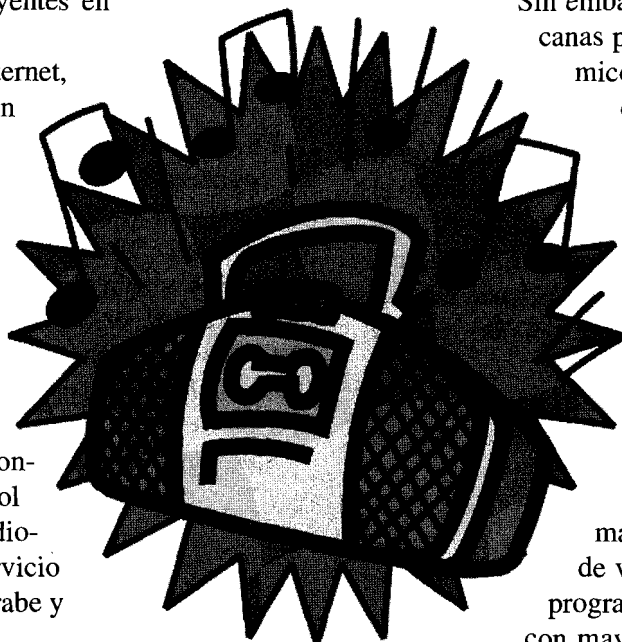
Junto a estos boletines, manifiesta James Painter, se trata de vender a los retransmisores los programas de más larga duración y con mayor análisis, para horarios más convenientes.

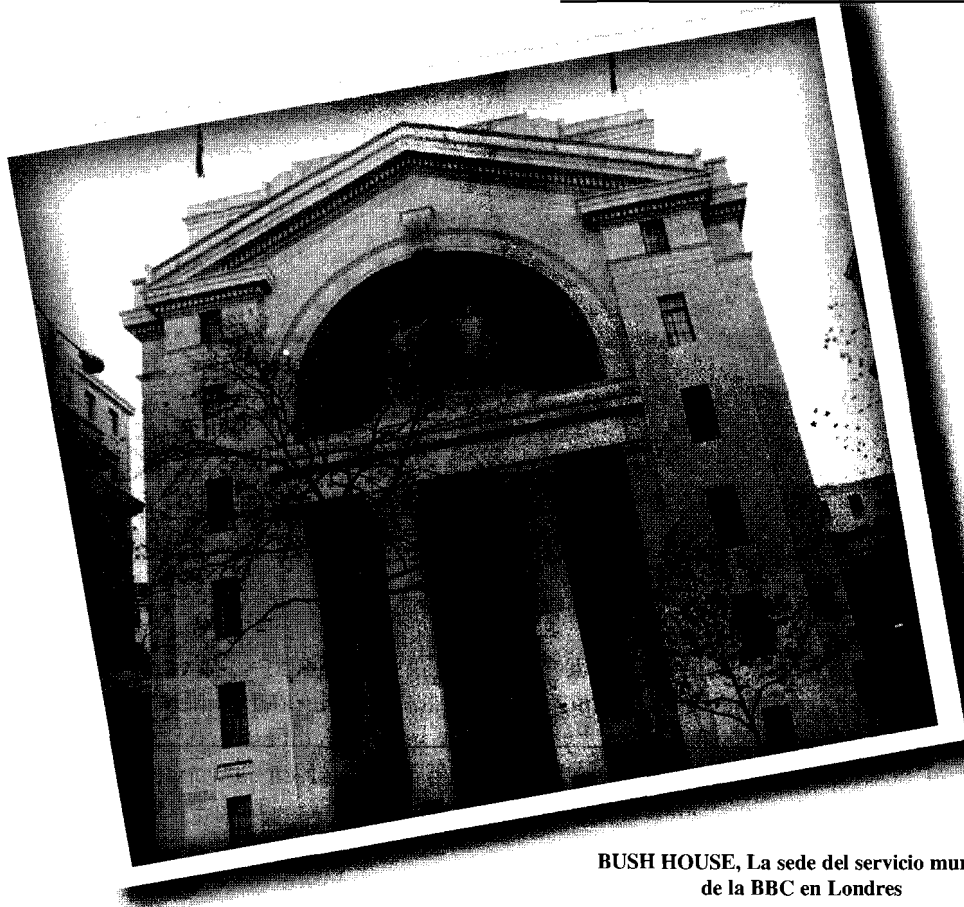
En este sentido, existen emisoras importantes como RCN de Colombia y Unión Radio de Venezuela que han adoptado este sistema, en el que toman los boletines y en otros horarios ofrecen los programas de análisis de la BBC.

### **Cuidando el estilo**

Si bien las exigencias del mercado obligan a cambios, la BBC está consciente de que estos se hagan sin dañar los valores editoriales de la corporación. Ello hace que existan sistemas de control estrictos.

De hecho, son dos las maneras, entre otras varias,





BUSH HOUSE, La sede del servicio mundial de la BBC en Londres

*La BBC es uno de los principales servicios públicos de radio, televisión e Internet en el mundo*

en que el Servicio Mundial procura mantener los estándares de calidad: manteniendo una agenda amplia y haciendo controles cruzados.

En el primer caso, todo productor, editor o jefe de servicio de la BBC cuenta con la guía editorial de la corporación, donde se explican claramente los criterios de imparcialidad, balance, consulta de fuentes, exactitud, etc.

Junto a ello, la agenda de cualquiera de los servicios procura ser lo más amplia posible. Se toma en cuenta que se ofrece un servicio internacional y se procura que esa información llegue a todas partes, cuidando que la noticia responda a las necesidades de información de cada región, pero también ofreciendo una agenda que abarque una comprensión cabal del mundo.

En cuanto a los controles cruzados, cada sección realiza una evaluación de su producción con otras secciones. Es decir que cada cierto tiempo, los miembros de otras secciones analizan el material que produce, por ejemplo, el Servicio Latinoamericano.



Este sistema ayuda a mantener los criterios de una agenda amplia que respete el campo internacional como las necesidades regionales, y permite comparar el desempeño de las secciones, haciendo que los buenos ejemplos se repitan en uno y otro lado.

### **Los desafíos**

Además de las exigencias del mercado y editoriales, las secciones de la BBC afrontan varios desafíos.

Uno de ellos, en el caso latinoamericano, es la competencia de CNN: Según explica James Painter, la BBC ofrece un buen servicio en la región y goza de un buen nombre, pero debe competir fuertemente con el nombre y prestigio de CNN, más allá del producto.

Por ser una radio pública, los contratos de la BBC son exigentes y con varias restricciones –por ejemplo, en el campo de la publicidad. En el caso de CNN, estas limitaciones parecen ser más flexibles.

Pero la competencia también viene de otros servicios públicos, que ofrecen su servicio gratuito, mientras que la BBC cobra por el mismo.

El director del Servicio Latinoamericano explica que el dinero obtenido se reinvierte en la mejora de la BBC y no tiene fines de lucro.

A pesar de estas limitaciones, la BBC ha logrado destacarse como una de las grandes corporaciones

públicas del mundo y su nombre se extiende por todos los rincones del planeta.

Ha generado un estilo de tradición, pero también trabaja por estar en la vanguardia de los cambios tecnológicos.

### **Mirando adelante**

En efecto, la corporación parece estar ligada a la vieja escuela, pero ha sabido mantenerse adelante en servicios como, por ejemplo, la Internet.

El crecimiento en este campo ha sido impresionante y hoy la BBC combina todo su potencial de imagen y audio en este nuevo medio.

Cuatro lenguas, además del inglés, han adquirido prioridad en el servicio de Internet: el árabe, el chino, el ruso y el español.

En este marco, se han dotado a las secciones en estos idiomas con el equipo necesario para ofrecer un servicio de 24 horas. En el futuro se espera ir ampliando cada vez más las ventajas que ofrece Internet.

Sin embargo, Internet no es la única forma cómo llega a los usuarios. En el caso latinoamericano, la corporación firmó un acuerdo con la empresa Merlin, a través del cual ofrece su servicio noticioso a través de celulares en Venezuela.

La oferta pronto se extenderá a Chile y República Dominicana y se espera que en un futuro llegue a toda la región.

En Estados Unidos se han firmado contratos con las empresas Sirius y XM, para ofrecer programas digitales en automóviles. El usuario podrá tener un visor en su automóvil y elegir y escuchar la programación de la BBC, tanto en inglés como en español, las 24 horas.

### Onda corta

Constantemente se están explorando nuevas plataformas para América Latina, tomando en cuenta los rápidos cambios que se vive no sólo en esta región, sino en el mundo.

Pero así como se exploran nuevas plataformas, se están revisando otras más antiguas. Es el caso de la onda corta. Este formato ha dejado de existir para las transmisiones en inglés a América pero, por ahora se mantiene en español.

En la BBC se tiene conciencia del costo de este servicio y se busca en el futuro reemplazarlo por otras plataformas que tengan el mismo o mayor alcance, pero que sean menos costosas.

### Televisión

En el caso de la televisión, la BBC tiene su canal por cable en inglés. James Painter señala que el Servicio Latinoamericano no ofrece programas televisados.

Añade, sin embargo, que ahora se ha formado un equipo que pondrá subtítulos a diez programas en inglés que están siendo transmitidos en América Latina.

Esto es considerado un principio y también el reconocimiento de la BBC de la importancia de este medio en la región y el mundo.

En general, dentro de la corporación se sabe que se ha avanzado bastante –sobre todo en la última década- pero existe la conciencia de que no hay que dormirse en los laureles y que se debe trabajar aún más duro para mantener y seguir aumentando el nombre de la BBC en un mundo cada vez más cambiante. ●

*La BBC debe  
competir fuertemente  
con el nombre y  
prestigio de la CNN  
más allá del producto*



# Errores comunes en el lenguaje periodístico

Simón Espinosa Cordero ■

Una piedra en el zapato puede ocasionarle una molestia, la pérdida del primer puesto en la carrera Últimas Noticias, una rotura de la media, el atraso a una cita importante, una mala caída o al menos una maldición contra el almacén que le vendió esos zapatos caros con cámara de aire, diseñados para la exclusiva comodidad de usted. El remedio es fácil: detener la marcha, volver la cabeza a la izquierda y a la derecha para comprobar que nadie lo esté mirando, agacharse, desatar los cordones, sacarse el zapato, recoger la piedra, masajearse la planta del pie, volver a calzarse, amarrarse los cordones, enderezarse, empezar a silbar y proseguir la caminata con aire triunfal, repitiéndose puedo caminar con alegría aquí y ahora y triunfar en la vida.

No de otra suerte, amigo comunicador que habla en radio y televisión o entrevista y es entrevistado: la lengua ordinaria lleva consigo piedrecillas que le pueden herir la planta del pie de su prestigio y hasta costarle el puesto si el jefe es miembro de la Academia de la Lengua.

Para sacarse las piedrecillas hay que reconocerlas. Porque las piedrecillas de la lengua no molestan al hablante sino al oyente. Reconozca, pues, las piedrecillas escondidas en las 10 frases siguientes.

## He aquí 10 errores. Reconózcalos

- La corriente del Niño arrastró a un miembro de la Compañía de Jesús hasta las Galápagos.
- El lobo de mar castrado por un criminal orientalista dijo a un miembro de la Fundación Charles Darwin: Déme avisando a la Marina Nacional que vigile las

playas de la San Cristóbal durante la madrugada que para eso les pagan.

- Si yo podría nadar, continuó el lobo marino, yo mismo lo podría hacer.

- Hubieron varios periodistas que reportaron este atentado contra los lobos marinos.

- Avisado el comandante general de la Marina, respondió: la crisis de los lobos marinos obedece a muchas causas, cuyas causas hay que analizar hasta las últimas consecuencias.

- El jesuita repuesto del arrastre y confortado por una taza de chocolate caliente dio gracias a Dios: Te alabamos, Señor del Universo, porque me libraste de las fauces del abismo y porque me enviaste estas pruebas tendientes a que mejore mi vida interior.

- Y oyó que su oración de alabanza traía una respuestas: Te he enviado estas pruebas, las mismas que te ayudarán a enderezar tu vida.

- El arrastre del jesuita jugó un gran papel en su conversión.

- En el ranking de su vida espiritual, el arrastrado puso el arrastre en el primer lugar de sus experiencias positivas.

- Es por esto que cuando se viaja a Galápagos hay que llevar un chaleco salvavidas.

- El superior le dijo al arrastrado: Pienso de que no fue la corriente del Niño sino la de Humboldt la que lo arrastró, padre mío.

**Estamos seguros de que reconoció los errores.**

**Niño, Compañía.** Con frecuencia se oye en algunas radios de Quito pronunciar **niño, compañía** en lugar de niño y compañía. Errores fonéticos fáciles de entender, difíciles de corregir, porque son hábitos inconscientes. Pídale a su compañera de locución

Simón Espinosa Cordero, ecuatoriano, periodista, profesor universitario, exmiembro de la Comisión Anticorrupción del Estado.  
Correo-e: spinoza@uio.satnet.net

que le pinche con una aguja la mano cada vez que lo escuche **ñiñeando**. Solo esta acupuntura lo corregirá de esta enfermedad.

**Déme avisando.** Ecuatorianismo muy amado por los serranos y de dulce uso en la intimidad familiar, porque es más cortés que avise. Distinto sería matizar el avise con un por favor. Pero en nuestra cultura, el please, el por favor brillan por su ausencia. En público evite ese déme haciendo, déme llevando, déme leyendo, pues lo crearán relacionador público del levantamiento indígena.

**Si yo sabría** por yo supiera. Error igualmente común de los serranos del Ecuador sean presidentes de la República, diputados, jueces de la Suprema, generales de Brigada, panaderos, taxistas, periodistas. Se trata del si condicional con un verbo en pasado. El si va siempre con la forma **ra** o **se** del subjuntivo. Si yo **fuera** presidente, ya me habría suicidado. Si tu **fueses** mi madrina, ya me habrías olvidado. Si **amáramos** la verdad, seríamos felices por dentro y tildados de tontos desde afuera.

**Hubieron por hubo.** El verbo haber con el sentido de existir, ser tenido o estar, celebrarse u ocurrir se usa siempre en singular aunque el nombre sea plural: "No **hay** animales en esta empresa. No **hubo** motivos para que lo insultaran de esta manera. Este año por la crisis no **habrá** vacaciones. **Había** tantos periodistas en esa rueda de prensa que el relacionador público tuvo que frenarlos.

**Cuyo, cuya, cuyos, cuyas** es un pronombre relativo muy útil sobre todo cuando se escribe. Cuyo/a /cuyos/as significa posesión referida al nombre inmediatamente anterior: Los **diputados cuyos nombres** constan en la sesión de hoy, pueden bajar a cobrar la dieta. **Cuyos nombres** significa los nombres de los diputados que constan en la sesión de hoy. Pronombre relativo porque se refiere al antecedente diputados al cual sustituye, posesivo porque se trata del nombre de los diputados. No está bien decir: la crisis de los lobos marinos obedece a muchas causas, cuyas causas hay que analizar hasta las últimas consecuencias. Se debe decir: la crisis de los lobos marinos obedece a muchas **causas cuyo análisis** exige responsabilidad.

**Tendientes:** "Y porque me enviaste estas pruebas **tendientes** a que mejore mi vida interior". El adjetivo **tendiente** en el sentido de lo que tiende a la cosa que se expresa, tan usado en Ecuador, es anticuado. Dígase **tendente**.

**Las mismas que.** Basta el **que**, sin más, pues el relativo **que** significa los cuales, las cuales, el cual, la cual. -Y oyó que su oración de alabanza traía una respuesta: Te he enviado estas pruebas, **las mismas que** te ayudarán a enderezar tu vida. No, no y no. Te he enviado estas pruebas que ( las cuales) te ayudarán a enderezar tu vida

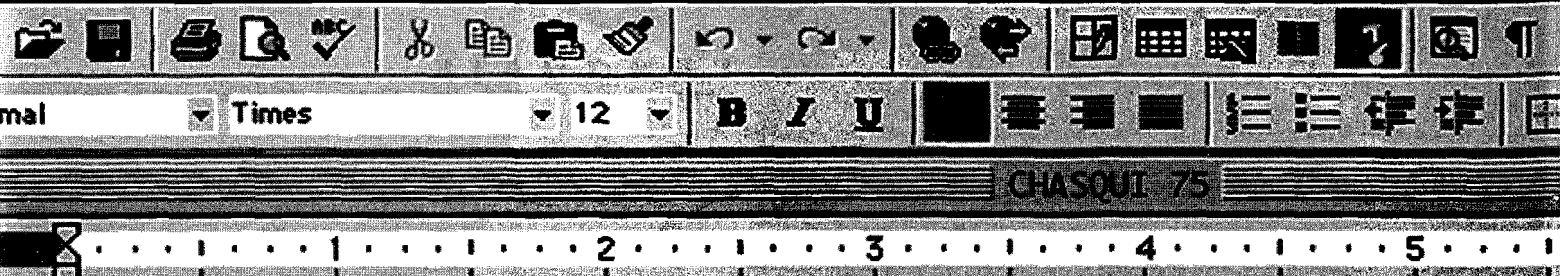
**Jugó un gran papel.** El arrastre del jesuita **jugó un gran papel** en su conversión. La expresión jugar un papel no es castellana, sino francesa o inglesa. En estos idiomas, un papel en una obra de teatro se juega. En español **se representa o se desempeña**. El arrastre **desempeñó** un gran papel en la conversión.

**Ranking.** En el **ranking** de su vida espiritual. Ranking no es castellano. Debe sustituirse por **clasificación o lista**.

**Es por esto que.** Es por esto que cuando se viaja a Galápagos hay que llevar un chaleco salvavidas. **Es por esto que**, construcción francesa. En español: por esto.

**Pienso de que.** El superior le dijo al arrastrado: **pienso de que** no fue la corriente del Niño sino la de Humboldt la que le arrastró a usted, padre mío. **Pienso de que.** Error de dequeísmo. No decimos en una oración simple: **pienso de esto**, sino **pienso esto**. Asimismo en la oración compuesta: **pienso que le arrastró**. (Que le arrastró es igual a esto).

Estas son piedras en el zapato. Hay que descalzarse y sacárselas. Cuando se cometen en un escrito, la corrección es fácil: basta revisar el escrito con un ojo en la sintaxis y el otro en el léxico. Cuando se cometen al hablar es casi imposible corregirse a no ser que alguien apunte los errores o que quien habla se los grave. Si usted es locutor o lector de noticias, está en la obligación profesional de corregirse. Le deseamos una marcha suave. ●



# El Word de Microsoft su importancia y mejor utilización

Francisco Ficarra <sup>■</sup>

**D**esde siempre, la difusión de la palabra escrita ha servido para comunicar y promover ideas, conocimientos y experiencias que se desarrollan entorno a las personas. La humanidad realizó un paso de gigante con la invención de la imprenta. En 1980 se alcanzó otro hito histórico en la evolución de la comunicación de nuestros tiempos, con el procesador de textos para los computadores.

Hoy ese procesador de texto pertenece al grupo del software de la ofimática (oficina automática) y la domótica (hogar informático). Sin embargo, en función de estudios recientes, se ha detectado que los usuarios utilizan un 30 % de las capacidades del mismo. Muchas opciones, comandos y combinaciones a través de macro instrucciones son desconocidos por millones de seres humanos, pero que diariamente están detrás de una pantalla del computador. En algunos casos este desconocimiento obliga a re-

currir a otras aplicaciones, lo que implica pérdida de tiempo, dinero e inclusive genera estrés.

A partir de ahora se pretende potenciar el conocimiento de una herramienta de trabajo indispensable para todo comunicador del siglo XXI como es el editor de textos Word 2000 de Microsoft.

En nuestro caso, el motivo de tal elección está en que tiene una gran difusión en el contexto internacional. En próximas entregas el lector encontrará un sinnúmero de consejos y trucos para agilizar las tareas delante del computador. En esta ocasión, comenzamos por conocer los principales pormenores de la interfaz del Word 2000, cómo beneficiarse del comando ayuda para resolver las dificultades, cómo se da uniformidad a un documento creado a partir de otros y cómo se crea un estilo propio de plantilla de documento.

Francisco V.C. Ficarra, italiano, profesor, periodista y escritor  
Correo-e: ficarra@ctv.es, f\_ficarra@libero.it



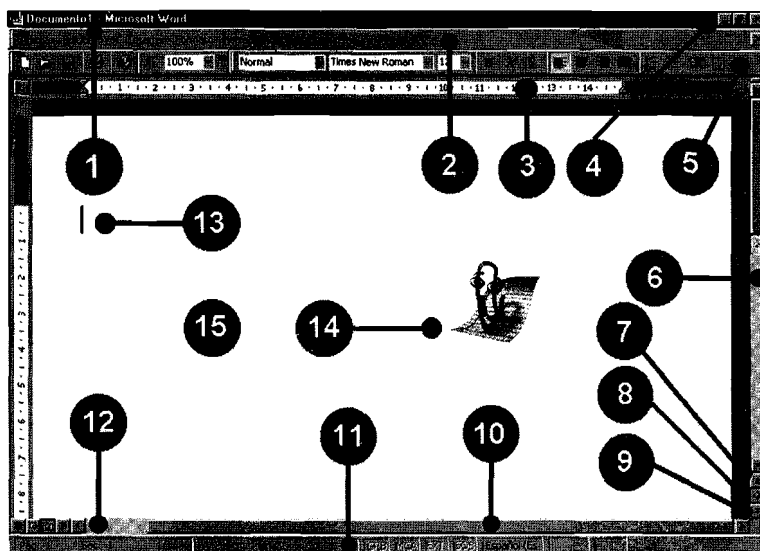


Figura 1

### El procesador de textos: Evolución y primeras consideraciones

El procesador de textos de mayor popularidad en la historia de la informática fue el Wordstar, creado por Rob Barnaby en 1978. Los anuncios publicitarios de ese procesador de textos colocaban a la máquina de escribir en la papelera o cesto de los desperdicios. Además, en ese entonces nacía un nuevo soporte hardware que era el microprocesador 8088 de Intel. Dicho procesador pasaría a formar parte del IBM PC en 1981 que funcionaba con el sistema operativo MS-DOS (Bill Gates y Paul Allen ya habían fundado Microsoft). El auge del Wordstar duró hasta mediados de 1980, cuando apareció otro gran procesador de texto denominado WordPerfect, el cual ha llegado hasta nuestros días como WordPerfect Office.

Sin embargo, el Word de Microsoft es el que tiene en la actualidad el liderato en el mercado internacional. Con el mismo se puede generar páginas Web, consultar bases de datos, incorporar tablas con fórmulas financieras, traducir textos y un largo etcétera. Por consiguiente, es imprescindible el conocimiento del 100 % de la aplicación por parte de los futuros profesionales, especialmente aquellos que pertenecen al ámbito de las ciencias sociales.

El Word 2000 es una aplicación que se comercializa dentro del Office 2000. La nueva versión (beta en castellano en el momento de escribir estas líneas) denominada Office XP (letras extraídas del término experiencia en

inglés eXPerience) incorpora una serie de importantes novedades. Ahora bien, el eterno dilema en este sentido está en la renovación del hardware ante el nuevo software. Una cosa son los requerimientos mínimos para la instalación del software y otra muy distinta es que funcione correctamente.

Generalmente, estos cambios de versiones pueden implicar la compra de un nuevo ordenador. Empero, el factor costo se hace sentir en todos los bolsillos de los usuarios honestos del planeta, pertenezcan o no a economías desarrolladas. Tal es así que en varios países de Europa aún se sigue utilizando en el trabajo, los centros de estudios y el hogar el sistema operativo Windows 98.

Además, aquí hay que tener presente que todavía son muchos los comunicadores que han tenido un primer contacto con un teclado a través de las "clásicas" máquinas de escribir de principio del siglo pasado, como eran las famosas Remington u Olivetti por citar un par de nombres-. Con ellas han aprendido mecanografía e incluso han redactado sus primeros artículos.

Sin embargo, que a nadie le sorprenda en la actualidad encontrarse con directivos de entidades públicas, con formación en el ámbito de las ciencias sociales, pero no tienen ni idea en donde están ubicadas las teclas en el ordenador.

Consecuentemente, uno de los primeros objetivos de todo comunicador social es la mecanografía. Para tal fin, no hace falta el último modelo de computador, ni la última

versión del Word, sino más bien el deseo de estudiar y progresar. Esa función didáctica puede subyacer aun en las tradicionales máquinas de escribir de nuestros abuelos

## La interfaz del Word 2000

Sin entrar en grandes detalles teóricos se puede decir que una interfaz es un conjunto de elementos que están en la pantalla del computador (textos, iconos, teclas de navegación, fondos en forma de gráficos, dibujos, fotografías, etc.). La finalidad de la misma es la interacción persona-computador. En nuestro caso, en la **figura 1** podemos ver cada uno de los principales componentes de la interfaz del Word:

1. **Nombre del archivo.** Word inserta de modo automático el término "documento" seguido de un número. Lo más importante del nombre es que sea nemotécnico.
2. **Barra de menú.** En el mismo están todos los comandos, algunos de los cuales se pueden acceder con el ratón, o presionado una combinación de teclas. Esto último puede resultar muy práctico ya que permite ganar velocidad en el momento de la escritura.
3. **Regla horizontal.** Muestra los márgenes de los documentos y permite insertar márgenes, tabuladores y sangrías. En el margen izquierdo de la **figura 1** está la regla vertical (muy útil en el momento de incorporar cambios en las celdas de las tablas, por ejemplo).
4. **Botones de reducción, restauración y cierre de la aplicación.** Los dos primeros relacionados con la interfaz de la aplicación. Antes de cerrar el programa es importante recordar si realmente se desean los cambios sobre el documento que se ha estado trabajando (no hay modo de recuperar el estado original de ese documento una vez superada la etapa de guardar y cierre del fichero).
5. **Barra de los instrumentos estándar del Word.** El conjunto de comandos que se utilizan de modo más frecuente. Aquí el usuario puede personalizar dicha

barra, es decir, quitar o poner los comandos bajo la forma de iconos. Dichas transformaciones se suelen hacer en función de la rutina diaria de tareas: traducción de textos, inserción de dibujos, realización de organigramas, etc.

6. **Barra para el desplazamiento vertical de la página del documento.**

7. **Icono para ir a la página anterior.**

8. **Buscador de un objeto.** Por ejemplo, la localización de una palabra o una cifra determinada en una tabla.

9. **Icono para ir a la página siguiente.**

10. **Barra de desplazamiento horizontal de la página.**

11. **Barra de estado.** Allí se puede ver cuál es la página en donde actualmente está el cursor, el total de páginas que componen el documento, la línea y la columna del mismo.

12. **Conjunto de iconos que sirven para activar y desactivar diversas modalidades de visualización.**

13. **Punto de inserción o cursor en el texto.**

14. **Asistente.** Muy eficiente en la presente versión del Word y aconsejable mantenerlo activo para aquellos usuarios que empiezan a trabajar con el presente procesador de texto.

15. **Área de texto.** Aquí es menester recordar que en Word se pueden incorporar gráficos, fotografías, tablas, hojas de cálculo, etc. En otras palabras, que no solo se puede encontrar un texto en documento creado con el Word.

Con estos componentes básicos hemos realizado un anclaje de los conceptos para que en las futuras entregas no se produzcan ambigüedades de tipo lingüísticos.

## Ayudas

Para aquellas personas que empiezan a escribir por vez primera con el Word es aconsejable visitar la opción "ayuda". Afortunadamente, las actuales aplicaciones comerciales insertan unos interesantes tutoriales de lectura secuencial y con enlaces hipertextuales para ampliar los conceptos presentados. El contenido de las ayudas pueden estar

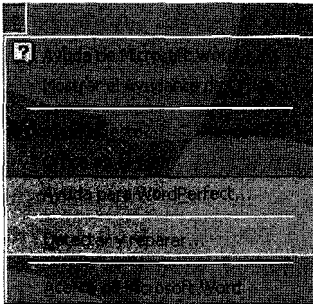


Figura 2

en el disco duro del computador o en Internet. En el caso concreto del Word existen varios modos de acceder a la misma, mediante un simple "clic" con el ratón sobre el signo de cierre de interrogación (es el último comando de la barra de menú de la figura 1). De esa manera automáticamente se despliega el contenido de la ayuda (figura 2).

En la primera de las opciones listadas en la figura 2 es factible acceder al glosario de temas. Es importante saber que en todas las aplicaciones del Office, si se presiona la tecla F1 siempre se accede al mismo. El glosario es presentado por el simpático ayudante, el cual puede cambiarse por otro, siguiendo las instrucciones que aparecen en un conjunto de ventanas o tutorial (figura 3).

También dentro del grupo de ayudas y para ir directamente sobre aquello que deseamos profundizar está la opción. ¿Qué es esto? Es allí en donde el cursor viene acompañado del signo de

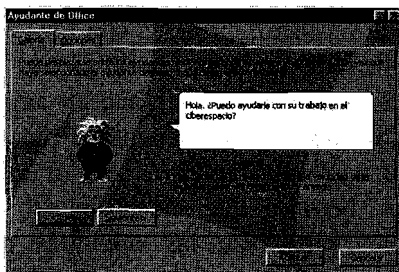


Figura 3

cierre de la interrogación. Cuando el operador se sitúa sobre un componente de la interfaz, inmediatamente el Word emite la información al respecto (figura 4). En nuestro caso, el formato del párrafo y el formato de la fuente (tipografía). Además, se puede observar en el margen superior el

cambio del asistente de ayuda (antes "Clipo" ahora "Ridondo").

### Estilos de textos

El formato de la fuente o tipografía del texto es trascendental para lograr la homogeneidad final de un documento sin perder tiempo. Diariamente se suele recuperar desde Internet trozos de textos, los que deben ser incorporados en otros documentos de

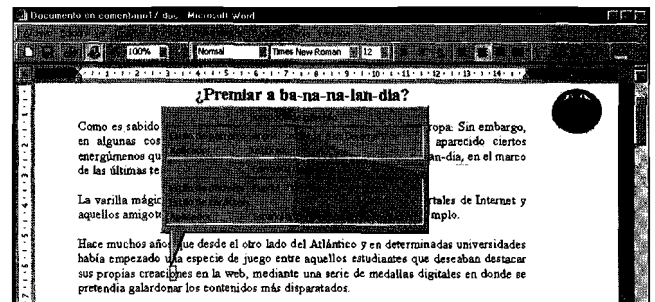


Figura 4

mayor dimensión. Sin embargo, la operación copiar y pegar del procesador de texto hace que el resultado final no sea el deseado

El motivo son las diferencias entre la dimensión de los caracteres, los espaciados entre las líneas, los márgenes, las sangrías, los tabuladores, entre tantas otras variables. Todos estos aspectos pertenecen al estilo del documento. No obstante, para solucionar estos inconvenientes Word dispone del comando "Formato" en la barra de instrumentos. Lo que se pretende a continuación es examinar los principales pasos para unificar el documento y crear un estilo propio.

En primer lugar, para indagar si está activo o no el comando, basta con ir a la opción "ver" de la barra de instrumentos (figura 5). En dicho menú se puede activar la opción "formato" y desplazar el contenido del mismo, en la parte de la interfaz en donde se desea ubicar estos comandos (figura 6). Además, existe la alternativa de obviar algunos de ellos porque no son de uso frecuente, ahorrándose así espacio en la pantalla. Para esto se quita el símbolo

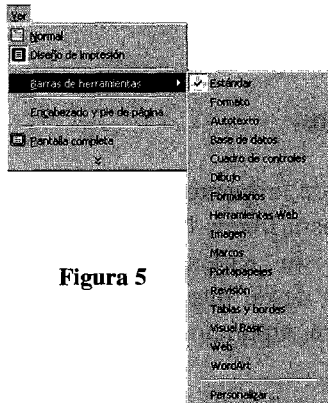


Figura 5

un documento con un estilo diverso, ahora es el momento de seleccionar previamente todo el documento (también puede ser una parte del mismo) y se opta por uno de estos estilos. De esta manera el documento adquiere un único estilo.

Ahora bien, hasta aquí se ha visto un pequeño grupo de estilos. Existe la posibilidad de activar todos aquellos que contiene el Word y que se encuentran dentro de "formato" en "estilo". A modo de ejemplo, en las figuras 9 y 10 se puede constatar cómo el estilo "normal" de una página de texto de un documento es diferente del estilo de una página Web.

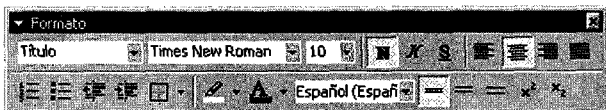


Figura 6

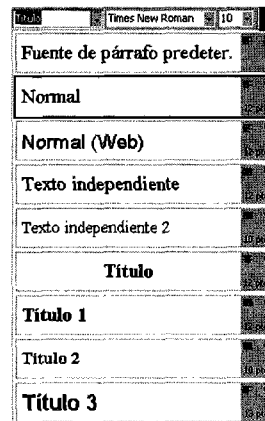


Figura 8

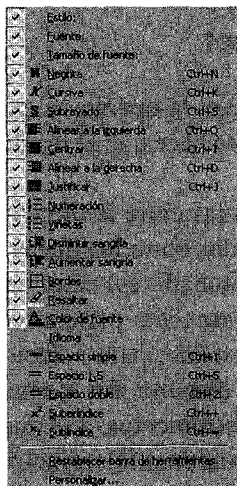


Figura 7

√ con un mero "clic" del ratón. Por ejemplo, en la figura 7 ninguna de las opciones que están debajo del color de la fuente se encuentran activadas.

Por defecto, el Word tiene activo el formato "normal". Para conocer los otros estilos disponibles tan solo hay que situarse con el ratón y presionar sobre la flecha que apunta hacia abajo. Acto seguido, se muestran las diversas alternativas (figura 8). Por lo tanto, si se ha pegado un trozo de

A partir de este momento se está en condiciones de crear un propio estilo para los documentos. Hay dos alternativas al respecto: empezar con un estilo nuevo (personalizado), o bien, modificar el ya existente. Aquí es menester aclarar que en ambos casos el procedimiento es prácticamente el mismo. Si vemos las figuras 9 y 10 en la parte inferior de las mismas hay dos botones que dicen "nuevo" y "modificar". Pues bien, son las opciones que permiten abrir las ventanas de diálogo de la figura 11 y generar un nuevo estilo. Desde las mismas es posible introducir las variables que se crean oportunas.

Además, dentro de la opción "formato" se puede incorporar al nuevo estilo otras variables como son: tabuladores, bordes de las páginas y/o los párrafos, numeración de las páginas, etc. Ciertamente que ello

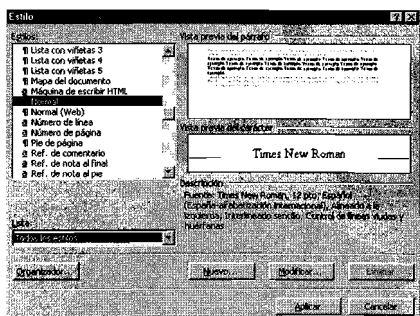


Figura 9

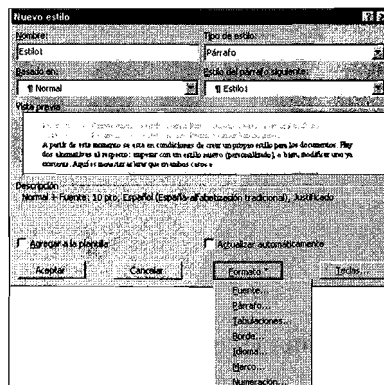


Figura 11

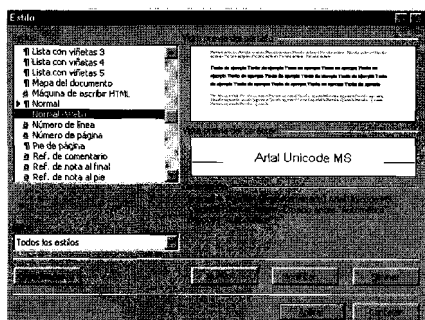


Figura 10

librería a nuestra disposición se incrementa de manera considerable. Además, la compatibilidad entre ambas aplicaciones -Word y Corel- es del 100% cuando se habla de fuentes tipográficas.

**A modo de cierre ...**

En estas líneas se ha planteado un tema que se irá ampliando en sucesivas entregas. El factor descriptivo (de allí las figuras) predominará sobre la palabra. Evidentemente, que poco a poco se irá introduciendo una serie de consejos y trucos para hacer del Word un instrumento de trabajo, del que se conoce hasta el mínimo detalle. Sin embargo, en esta primera entrega desearía recalcar dos factores básicos para un comunicador del siglo XXI: el primero, estudiar mecanografía. En segundo término, no correr detrás de las últimas versiones del software. Lo importante es conocer el 100% del que se tiene a mano. Las novedades de una actualización se aprenden en cuestión de pocas horas, con la práctica y con las ayudas del mismo sistema.

En la próxima entrega se creará con el Word una base de datos en donde se almacenarán los artículos de un periódico que está en Internet y se indagará sobre los principales aspectos para una búsqueda avanzada. Además de otros consejos y trucos. ☺

implica abrir otras ventanas e insertar nuevos valores como se puede ver con la opción "marco" de la figura 12. La previsualización de los resultados a esas modificaciones es interactiva (gracias a las ventanas de "vista previa"). Además, en la parte inferior de la misma hay una descripción al respecto que sirve de guía al usuario.

Sin embargo, crear un nuevo estilo es algo idóneo para aquellos que deben trabajar con artes gráficas, en donde se deben insertar imágenes, recuadros, etc., pero en el caso de simples textos es mejor recurrir a un estilo ya existente e incorporar las modificaciones más oportunas. En ambos casos, lo que sí es fundamental es insertarlo a la lista de estilos predefinidos. Para que ello ocurra es menester activar las opciones de "agregar a la plantilla" y "actualizar automáticamente" (parte inferior de la figura 11).

Uno de los aspectos que pueden ser muy interesantes dentro de un procesador de texto, para generar un nuevo estilo, es disponer de una amplia librería de tipos de caracteres. Si bien el Word 2000 tiene un elevado número de "fuentes", sin embargo, sí es posible instalar en el computador la aplicación Corel Draw (la versión del mismo es una cosa secundaria para este objetivo) y veremos cómo la

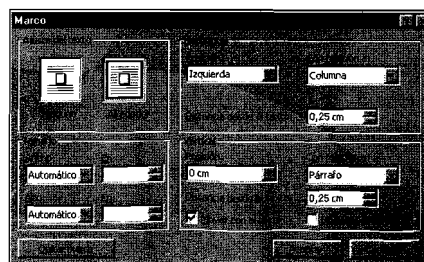


Figura 12

# Periscopio Tecnológico

## FAO impulsará Internet en el mundo rural pobre

La Organización de la ONU para la Agricultura y la Alimentación (FAO) firmó un acuerdo con el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) para desarrollar un programa que impulse el uso de Internet en las comunidades rurales de las zonas más remotas y subdesarrolladas del planeta, se informó en Roma.

La FAO explicó que pretende contribuir así a reducir la denominada "brecha digital" entre los países desarrollados y los que han perdido el tren de las nuevas tecnologías de la información, desigualdad que se concreta en que cuatro mil millones de personas carecen del libre acceso a Internet, según la ONU.

Sólo el 1% de usuarios de Internet viven en Africa y Oriente Medio, mientras EEUU y Canadá concentran al 57% y en un pequeño país como Finlandia existe el mismo número de webs que en toda América Latina.

## Centros sanitarios aislados del Perú conectados con el mundo

Un grupo de Ingenieros españoles, investigadores de la Universidad Politécnica de Madrid y de Ingenieros sin Fronteras, han establecido en Perú el denominado Proyecto EHAS (Enlace Hispano Americano de Salud).

El proyecto consiste en una red de radio que permita a los 93 puestos de salud ubicados en un numero igual de pueblos de la amazonía peruana comunicarse entre sí, a través de conversaciones o por correo electrónico.

El informe oficial dijo que los pueblos interconectados son demasiado pobres para pagarse

una línea telefónica, ante lo cual se optó como solución la radio, que es un sistema de comunicación barato en el que incluso, no hay que pagar a ninguna operadora.

Los puestos de los pueblos se han dotado de un equipo de radio, un ordenador portátil y paneles solares conectados a baterías para suplir la falta de electricidad. "A veces piensan que hemos ido como unos lunáticos con computadoras en mitad de la selva, pero no es así, porque donde llega la línea telefónica llega Internet", dijo Andrés Martínez del EHAS,

## Crean en la Argentina la "Pcarta"

La empresa Correo Argentino lanzó un servicio denominado "Pcarta", consistente en una carta electrónica que puede enviarse durante las 24 horas del día y los siete días de la semana y que llega impresa y ensobrada hasta el domicilio postal del destinatario, en cualquier punto del país.

A través de la página <[www.correoargentino.com.ar](http://www.correoargentino.com.ar)>, los usuarios redactan el mensaje, que luego Correo Argentino se encarga de imprimir, ensobrar y distribuir como si se tratara de una carta tradicional. El tiempo de entrega de la PCarta varía entre dos días - si el destinatario reside en la Capital Federal o Gran Buenos Aires- y cinco para las ciudades del interior del país.

El pago del servicio, previo al envío, se realiza por medio de Tarjetas Prepagas o tarjetas de crédito.

## Lanzamiento <[www.paraComunicadores.com](http://www.paraComunicadores.com)>

La empresa Metáfora Digital puso a punto esta dirección en la red, como un nuevo epicentro de la actualidad del sector de la comunicación en España y Latino América.



El sitio tendrá por objeto seleccionar los contenidos que sirven de nexo entre los distintos países de habla hispana, y ofrecer así un material selecto, multicultural y original que favorezca la reflexión sobre el pasado, presente y futuro del sector de la comunicación.

**www.paraComunicadores.com** contendrá noticias, reflexiones, entrevistas, making off's, artículos, tendencias, etc. que recogerán la amplitud de la comunicación desde un punto de vista dinámico, original y fresco, para crear una plataforma ágil de desarrollo de contenidos por y para los distintos agentes que forman parte del sector de la comunicación.

### Univisión y RCN de Colombia se unen

Univisión, la compañía líder de medios de comunicación de habla hispana en los Estados Unidos, y la cadena colombiana RCN Televisión anunciaron un acuerdo de programación exclusiva por 5 años, por el cual, la programación de RCN será transmitida por Univisión, Tele-Once y Super Siete de Puerto Rico, Galavisión y la nueva cadena de televisión de Univisión, cuyo lanzamiento está previsto para enero del 2002.

Bajo el acuerdo, Univisión tendrá los derechos

exclusivos para transmitir 300 horas de nuevas novelas, como mínimo, cada año; así como los derechos exclusivos para transmitir toda la programación de RCN, incluyendo series dramáticas, "talk-shows" y eventos especiales. Univisión también adquirió los derechos para la continuación de la novela "Betty La Fea", titulada "Eco Moda" que se estrenará este otoño en horario estelar y los derechos para retransmitir la historia original de "Betty La Fea", así mismo como el estreno de numerosos especiales basados en los personajes de la novela. Dichos especiales y retransmisiones comenzarán a partir del 2002.

La alianza incluirá la división de noticias RCN, con lo que Univisión tendrá acceso al amplio sistema noticioso de RCN, considerada como la más prestigiosa y avanzada organización noticiosa de Colombia.

### Univisión contrata con RCTV de Venezuela

Univisión Communications Inc. y Coral International, el agente de distribución de Radio Caracas Televisión (RCTV), firmaron un contrato de licencia de programación exclusiva por diez años.

Los programas de RCTV se transmitirán en Univisión Network, Tele-Once y Super Siete de Puerto Rico, Galavisión, y la nueva red de emisiones de Univisión, cuyo lanzamiento está previsto para enero del 2002.

Como parte del contrato, Univisión goza de los derechos exclusivos de al menos 800 horas anuales de novelas originales de estreno, al igual que los derechos exclusivos de todos los demás programas de RCTV, incluidos los programas de juegos, los entretenimientos de variedades y las comedias para Estados Unidos y Puerto Rico.

### Varig ofrece acceso a la red desde sus aviones

Varig se convirtió en la Primera Aerolínea Sudamericana que ofrece acceso a la red y correo electrónico a 33.000 pies de altura, tras llegar a un acuerdo con Tenzing Communications, que de esta

forma extiende su alcance global a Sudamérica,

La empresa Tenzing Communications, Inc. implementará sus servicios de conexión a la red y correo electrónico en la flota de los nuevos aviones 777 de VARIG que comenzará a instalar el servicio en el cuarto trimestre del 2001.

Los pasajeros podrán acceder al servicio enchufando sus computadoras portátiles en el sistema de entretenimiento a bordo de VARIG, el nuevo MÁS 3000 suministrado por Matsushita y equipado con un servidor Tenzing, y conectándose a la red de Tenzing Global.



En virtud del contrato de asociación firmado entre ambas empresas, Reuters y Planeta Networks serán pioneras en la distribución diaria de contenido noticioso en video, en español y portugués, para usuarios de Banda Ancha en la región.

Los usuarios tendrán acceso al contenido noticioso de Reuters a través de una completa y variada selección de segmentos en video, actualizada regularmente varias veces por día con los hechos más importantes que acontecen en el mundo. Ambas empresas asumieron conjuntamente la tarea de comercializar el producto en todos los países de la región, que estará disponible exclusivamente a través de Reuters y Planeta Networks.

### Suben ventas de teléfonos móviles

Un estudio de la empresa Global Information Inc pronosticó en junio que en el 2001 se venderán un total de 491 millones de teléfonos móviles, un incremento de aproximadamente 86 millones con respecto a las ventas del 2000.

Este año los fabricantes de teléfonos informaron que las ventas del año 2000 habían ascendido a aproximadamente 405 millones de unidades, el 2% menos de los pronósticos "pesimistas" publicados en enero de ese año.

El año 2001 será indudablemente calificado como "optimista". Las ventas de teléfonos móviles durante el tercer y cuarto trimestre deberían ser favorables en 2001 y elevar en forma significativa los resultados relativamente malos que se observaron durante el primer y segundo trimestre en algunas regiones, se informó.

### Espacio ilimitado gratuito para alojar páginas web

Desde junio los internautas en idioma español ya no tienen que preocuparse más por las limitaciones de espacio de su web personal.

El sitio de Galeon <<http://www.galeon.com>> anuncio que ofrece espacio ilimitado real, gratuito, sin previa solicitud, para todos sus usuarios. Junto a ello, Galeon completa sus prestaciones con la gestión de archivos a través de FTP (File Transfer Protocol).

Galeon.com es el servicio de alojamiento gratuito de páginas web del portal HispaVista. Desde su puesta en marcha, en 1999, Galeon.com se ha convertido en el sitio español líder de alojamiento gratuito de páginas web, con más de 350.000 usuarios únicos y más 4,5 millones de páginas vistas mensualmente.

### Reuters y Planeta Networks distribuirán noticias

La agencia internacional de noticias Reuters y Planeta Networks cerraron un acuerdo para la producción y distribución de noticias en video en América Latina.



## Lanzan la "red de redes" en el Brasil

Abronet, un consorcio de proveedores de servicios de aplicaciones, proveedores de servicios de Internet y portadoras de Internet de Brasil, seleccionó a la empresa SAVVIS para desarrollar y operar el primer punto de acceso privado a la red (NAP) en ese país y para ofrecer intercambio entre los miembros del consorcio.

La instalación en Sao Paulo enlazará un consorcio de 250 proveedores para crear la primera verdadera "red de redes" en Brasil. Este consorcio en la actualidad ofrece 6.1 gigabits u ochenta y cinco por ciento del tráfico de datos en Brasil. La conexión con la principal red primaria en la industria de Internet que pertenece a SAVVIS también mejorará la velocidad y la calidad del servicio de Internet brasileño y proporcionará acceso de alto rendimiento a los mercados globales.

"Abronet está dedica a la creación de una verdadera Internet pública en Brasil, de modo que más brasileños y no brasileños puedan beneficiarse con el uso de Internet", dijo Roque Abdo, presidente de Abronet.

El consumo de ancho de banda de las compañías brasileñas se duplicará en los próximos dos años, según el informe sobre la evaluación de la demanda de redes empresariales brasileñas titulado "Brazilian Corporate Networks Demand Assessment" publicado por el grupo "Yankee Group". Este grupo pronostica que el uso total de Internet en Brasil aumentará a 275 gigabits en el año 2005.

## Correo electrónico puede ser violado

Un informe reciente reveló que existen programas especiales para detectar password o contraseñas y el más conocido se llama "Password Craker", que funciona ingresando el login de alguna cuenta para luego, conectándose a altas velocidades y utilizando un algoritmo, va probando secuencias de letras y palabras al azar hasta que encuentra el password.

Esto lleva a concluir que el gran error a la hora de elegir una clave es utilizar una palabra de uso común, ya que programas como el mencionado pueden detectarla fácilmente. "Password Craker", si bien es el programa más conocido, no es el único, existiendo otros que pueden hacer el proceso con múltiples conexiones para apresurar la detección de la clave.

Ante la falta de seguridad y el requerimiento de un password confiable, hay que tomar unos minutos para crear uno que nos dé seguridad y confianza. Si sólo son ocho caracteres, tienen que usarse todos y si son más, aún mejor. Para la elección de los caracteres, tienen que decidirse por combinaciones de letras mayúsculas, minúsculas, números y si es posible símbolos. Por ejemplo un buen password sería: \$a9j&B3h

En lo posible no se tienen que utilizar fechas de cumpleaños, edades de familiares, iniciales, ni cualquier parentesco. Lo mejor es simplemente escoger caracteres al azar hasta ver qué resulta. Claro que este tipo de claves son algo confusas y difíciles de recordar, pero es preferible anotarlos en un lugar seguro antes que cualquier persona ingrese a nuestra cuenta y viole nuestra privacidad.

## Chile líder en penetración de Internet

Chile consolidará su liderazgo como la nación latinoamericana con la tasa de penetración de Internet más alta en la región y el tercer país con más usuarios de la Red precedido por Brasil y México y seguido por Argentina, de acuerdo a los datos de una investigación empresarial.

Según un estudio de la Cámara de Comercio de Santiago, 12 por ciento de los chilenos, alrededor de 1,8 millones de personas de un total de 15 millones de habitantes utilizarán Internet al final del 2001, en comparación con nueve por ciento del 2000.

Las cifras correspondientes al año 2000, que tienden a mantenerse, indican los siguientes porcentajes para los tres países con más cantidad de habitantes y mayor acceso a Internet de

Latinoamérica: Brasil (167 millones de habitantes) 5,7% -9,51 millones de personas-; Argentina (36 millones de habitantes) 2,8% -1,008 millones de personas y México (99 millones de habitantes) 2,5% -2,47 millones de personas.

El informe "Economía Digital 2001" pronosticó que los usuarios chilenos llegarían a 2,37 millones en el 2002 y a 3,01 millones en el 2003, luego de que el año pasado sumaron 1,4 millones de personas.

Consultoras privadas señalan que Argentina, Brasil, México y Chile son los países de América Latina donde se registran los mayores índices de acceso y comercio en la Internet. Sin embargo, globalmente en la región de 520 millones de habitantes sólo el cuatro por ciento de los hogares tienen computadora y menos del 12 por ciento de la población cuenta con teléfono.

### Echelon en la mira de los activistas

El 3 de julio, activistas de Greenpeace invadieron una base militar de Estados Unidos en Gran Bretaña, en donde funcionan instalaciones de radiocomunicación del sistema de defensa nacional "Star Wars", así como equipos para interceptar teléfonos internacionales, fax y comunicaciones vía email que forman parte del sistema Echelon.

De acuerdo a los informes, Echelon esta dirigido por Estados Unidos en colaboración con Gran Bretaña, Canadá, Australia y Nueva Zelandia y fue creada a comienzos de la Guerra Fría, para interceptar información, habiéndose transformado en una red de estaciones de intercepción esparcidas por todo el mundo.

Echelon salió a luz publica en 1996 tras ser descubierta por el científico Duncan Campbell cuando seguía los cables de un supuesto radiotelescopio que apuntaba donde no debía y concluyo deteniéndose en una base militar. El tema llegó en fecha reciente al Parlamento Europeo que presentó un "Informe-borrador de la comisión provisoria sobre Echelon".

### ¿Cómo obtener su dirección e-mail?

Si Usted está interesado en abrir una dirección e-mail personal, puede hacerlo accediendo, entre otras, a las siguientes páginas de la red y siguiendo las instrucciones que allí se dan:

[www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)  
[www.terramail.com](http://www.terramail.com)  
[www.latinmail.com](http://www.latinmail.com)  
[www.estaentodo.com](http://www.estaentodo.com)  
[www.rincondelvago.com](http://www.rincondelvago.com)  
[www.ecuabox.com](http://www.ecuabox.com)

### Se realizará cumbre mundial de Internet

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) convocó para el 2003 una "Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", que en la red se conoce ya como la "Cumbre Mundial sobre Internet".

El 8 de junio, en Ginebra, se anunció que la cumbre tendrá dos partes, la primera en diciembre del 2003 en Suiza y la segunda, en el 2005, en Túnez.

Mayor información sobre el tema puede obtenerse en [www.itu.int/wsis](http://www.itu.int/wsis)

### AVISO IMPORTANTE

A fin de ampliar sus redes de telefonía fija y móvil celular, Ecuador introdujo cambios en la numeración telefónica, que entrarán en vigencia a partir del 2 de Septiembre del 2001.


A la numeración actualmente en uso se antepondrá el dígito 2 a los números de telefonía fija en las provincias de Pichincha (capital: Quito) y Guayas (capital: Guayaquil).


A la numeración de la telefonía celular se antepondrá el dígito 9 en todo el país.

Los números de telefonía fija en el resto del país no registrarán cambios, sino que se modificarán en una segunda etapa.

Ejemplos:

 Llamada desde el extranjero a un teléfono fijo de Guayas:  
(ANTES: 593-4-834040 AHORA: 593-4-2834040)

 Llamada desde el extranjero a un teléfono fijo de Pichincha:  
(ANTES: 593-2-471200 AHORA: 593-2-2471200)

 Llamada desde el extranjero a un teléfono celular:  
(ANTES 593-9-404040 AHORA: 593-9-9404040)

## La mejor forma de trabajar en un computador

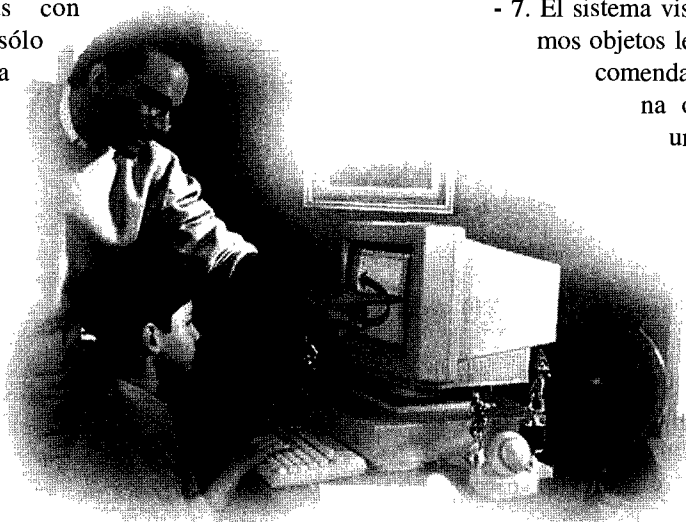
El Departamento de Investigaciones del Instituto Argentino de Computación divulgó el catálogo para trabajar en computador.

- 1. Si puede elegir la mesa y la silla trate de conseguir las que se adapten a una postura cómoda y que tengan la cualidad de ser móviles y ajustables. Adopte una postura correcta tratando de mantener recta la espalda y bien apoyados los pies. Los hombros deben estar relajados y las manos lo más bajo posibles, con el teclado cerca de las piernas. Los codos deben quedar doblados a una altura de 90 grados.

- 2. La espalda debe estar recta pero no rígida, apoyada completamente contra el respaldo, para que la tensión se descargue en forma homogénea. No son recomendables las sillas con respaldos cortos, que sólo cubren la región lumbar de la columna.

- 3. Los pies deben estar apoyados en el suelo, para evitar que la tensión recaiga únicamente sobre la espalda. Los de baja estatura pueden ayudarse con una plataforma, siempre cuidando que la cadera esté a la misma altura que las rodillas para favorecer una buena circulación.

- 4. El monitor tiene que estar delante, y hay que evitar que el cuello gire para ver la pantalla. La altura del monitor respecto a la altura de los ojos es también muy importante. Es más difícil acomodar y converger en objetos que están más arriba que nuestra línea de horizonte. En general, los que tienen el monitor más altos que sus cabezas llevan el cuello hacia atrás (con el consiguiente dolor). Se ha demostrado también que la posición más cómoda para leer es la que hace que los ejes oculares estén unos 10 a 20 grados por debajo de la línea horizontal que une el conducto auditivo con la comisura externa del ojo. Por esta condición los monitores no deben sobrepasar en altura la cabeza del operador. O sea que la altura ideal del monitor indica que el borde superior de la pantalla debe coincidir con los ojos. Si está por arriba, o por debajo, se tensionan los músculos



posteriores del cuello provocando contracturas.

- 5. Cuide sus ojos con el uso combinado de protector de pantallas y de lentes especiales, además de observar que el monitor se ubique a la altura de sus ojos y a una distancia no menor de 50 centímetros.

- 6. Las actividades que exigen grandes cuotas de atención visual producen una disminución en la frecuencia del parpadeo y una sequedad ocular relativa, debido a dicho fenómeno. Esto es muy manifiesto en los que trabajan con computadoras y perturba en especial a los usuarios de lentes de contacto. Acostúmbrese a parpadear seguido y con regularidad. Puede ayudarse también con gotas de lágrimas artificiales, de esta forma mantendrá sus ojos frescos y lubricados.

- 7. El sistema visual se relaja cuando miramos objetos lejanos: en las pausas le recomendamos dirigirse a una ventana o, mejor, salir a caminar unos minutos mirando a lo lejos.

- 8. Las sillas, escritorios, teclados, ratones y accesorios, más allá de verse "raros" o "bonitos", tienen una razón de ser al estar especialmente diseñados para proteger las partes de su cuerpo más susceptibles a sufrir lesiones.

- 9. Cuide su circulación y nivel de tensión al alternar frecuentemente períodos de trabajo con otros de descanso. Es importante que se dé el tiempo de relajarse, descansar su vista, cambiar el enfoque de su atención, incorporarse y caminar al menos unos pasos, dedicando uno o dos minutos de descanso por 20 o 30 minutos de trabajo.

- 10. Por último, el espacio juega un rol fundamental a la hora de prevenir enfermedades y lesiones. Es indispensable que el lugar de trabajo esté bien iluminado, con luces que no estén ni detrás de la pantalla (porque encandilan), ni delante (se reflejan en el monitor), sino a los costados, y que no sean tubos fluorescentes. También es muy importante la suficiente renovación del aire. ●

# Bibliografía sobre Comunicación

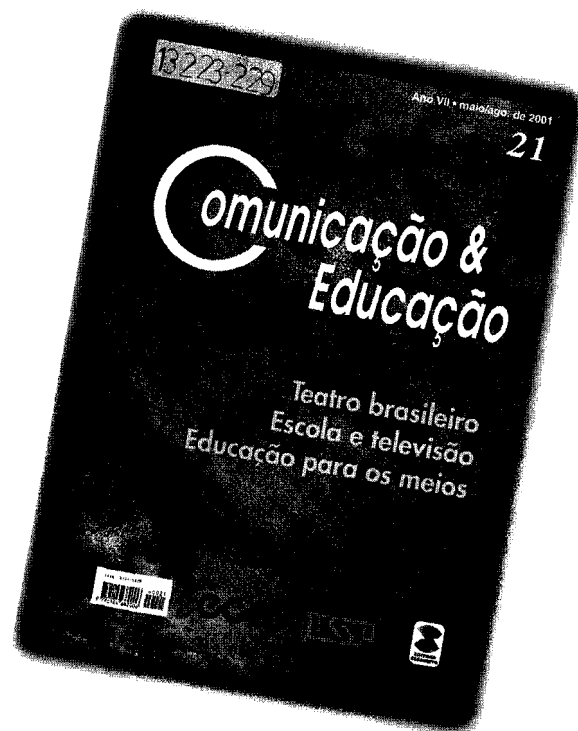
La siguiente es la información sobre libros, revistas y otras publicaciones de temas de comunicación y asuntos sociales, que han sido enviados al Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

## **Comunicação & Educação, VII (21) mayo-agos., 2001**

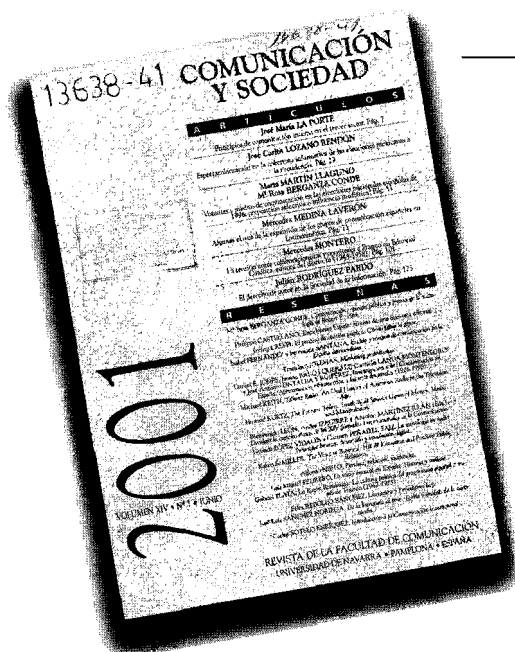
El contenido de este número ha sido planificado a partir de una concepción de la comunicación como un fenómeno que afecta profundamente al ser humano, a la comunidad y a la vida misma. Bajo esta perspectiva aborda, entre otros, los siguientes temas: Escuela y televisión; La imagen pedagógica, una pedagogía de la imagen; El papel de los medios de comunicación en la escuela; El ciberespacio una violencia simbólica.

## **Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, IX (16) marzo, 2001.**

Aborda una diversidad de temas relacionados con la comunicación, la educación y la comunidad, en particular, como: Solidaridad y medios de comunicación: hacia una pirámide de colaboración; Comunicación para un proyecto de comunidad, participación y desarrollo; Filmes etnográficos: La



construcción audiovisual de las "otras culturas"; Las organizaciones gubernamentales y la comunicación de masas: posibilidades de movilización. Nuevas corrientes educativas, nuevos escenarios didácticos; La prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios; Los medios de comunicación en la educación social: el uso de la radio, entre otros.



1996. En un cuarto artículo se analiza la estrategia de expansión que los grupos españoles de comunicación iniciaron en América Latina, a partir de 1996, amparados en la estabilidad democrática de algunos países de esta región, la liberalización de los sectores audiovisuales y la consolidación de grandes grupos multimedia españoles.

**Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura (26), 2001.**

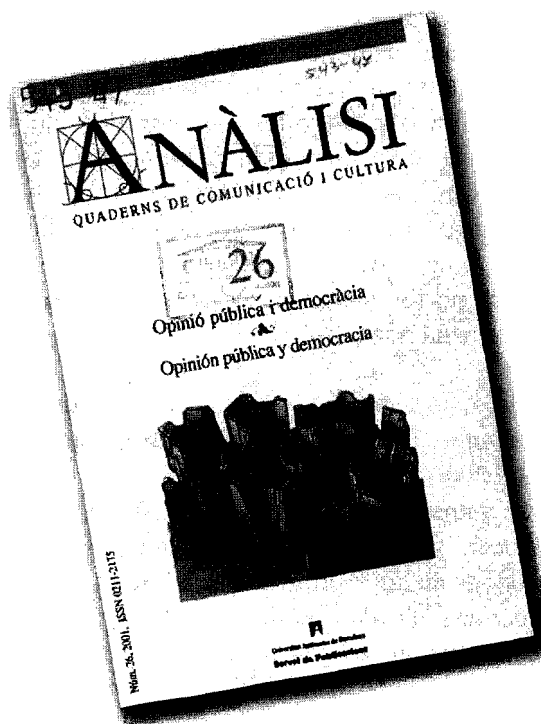
Este número monográfico está dedicado a analizar el nexo entre opinión pública y la sociedad democrática y sus instituciones; o sea, la íntima relación entre los procesos de formación de la opinión pública, decisivamente condicionada por los medios y las mediaciones comunicativas contemporáneos, y las condiciones de posibilidad para la existencia de una democracia cabalmente considerada. En fin, se trata de un abanico de aportaciones suficientemente diverso y significativo.

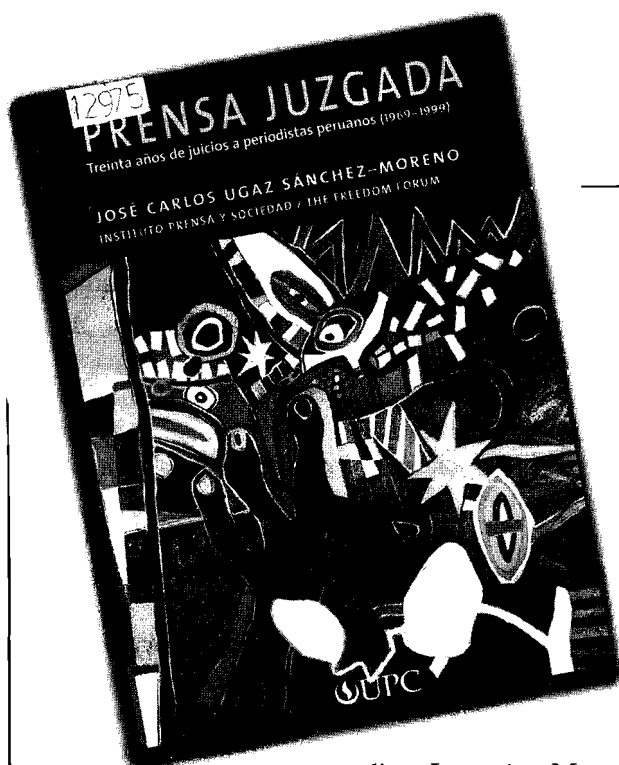
**Ulloa, Camilo. Por una Libertad de Expresión Social = Derecho a la Información.** Caracas: INCE, 2000.

La obra contribuye, con novedosos aportes científicos, a la fijación de metas precisas para el logro, a través de una lucha sostenida, de una concientización orientada a lograr la incorporación, en la Constitución y en las leyes, de normas adecuadas que establezcan, con criterios igualitarios, la responsabilidad del Estado de socializar la libertad de expresión y el derecho a informarse y a estar informado y la facultad inequívoca del ciudadano a gozar de tales derechos.

**Comunicación y Sociedad, XIV (1) junio 2001.**

El primer artículo identifica algunos principios que ayudan a diseñar la comunicación interna de una institución sin ánimo de lucro, para lograr el éxito deseado. El siguiente es el resultado de una investigación de análisis de contenido de tres diarios mexicanos para determinar el nivel de cobertura de las elecciones presidenciales. Se concluye que si bien la cobertura fue equitativa y equilibrada en general, los medios mexicanos produjeron el fenómeno de la trivialización y espectacularización de las noticias. El siguiente artículo es un estudio que comprueba la teoría de la exposición selectiva durante las elecciones nacionales españolas de





Medina Laverón, Mercedes.

#### Algunas claves de la expansión de los grupos de comunicación en Latinoamérica, 2001.

A partir de 1966, los grupos españoles de comunicación iniciaron una estrategia de expansión hacia Latinoamérica. La estabilidad política y económica de algunos países americanos, la liberalización del sector audiovisual y la consolidación de grandes grupos multimedia españoles contribuyó a la expansión hacia nuevos mercados. Para España, Latinoamérica es un lugar natural de crecimiento dadas las raíces históricas y culturales comunes. Por este motivo, España se ha convertido en un lugar estratégico para otros grupos de comunicación europeos que quieren invertir en América. Además de estudiar las ventajas económicas, resulta necesario reflexionar sobre las posibles implicaciones informativas que esta estrategia trae consigo.

Calero, José María; Ronda, Javier. **Manual de Periodismo Judicial**. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2000.

Los autores, un periodista y un fiscal, intentan establecer puentes de comunicación entre sus respectivos ámbitos profesionales, con el propósito de crear una herramienta de consulta para todos los profesionales que tengan interés en la información judicial. Un manual de fácil comprensión que recoge buena parte de los problemas a los que los periodistas se enfrentan, diariamente, en este

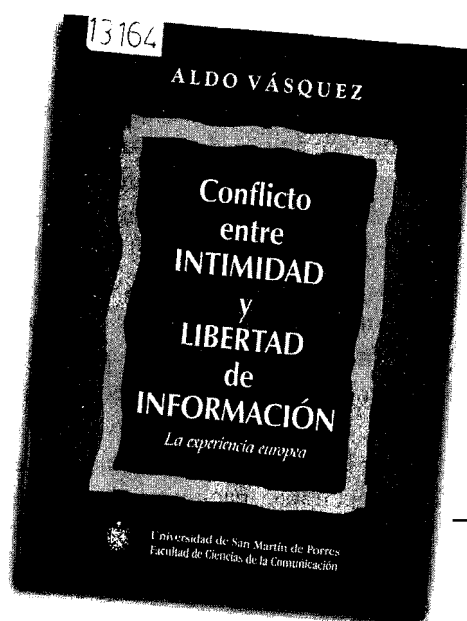
ámbito. Se complementa con una sección de glosario jurídico.

Vásquez, Aldo. **Conflicto entre Intimidad y Libertad de Información: La experiencia europea**. Lima: Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, 1998. 181p.

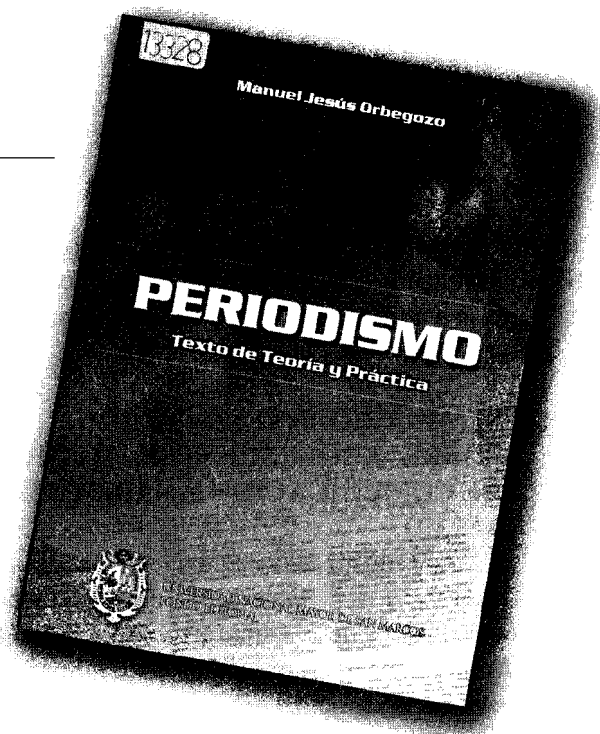
Se parte de una investigación sobre el tema tratado, que tiene el propósito de contribuir a la difusión de un asunto que es de actualidad y trascendencia, en el que se maneja tanto el respeto a la intimidad que tiene todo ser humano como el derecho a la libertad de información, base fundamental de toda democracia. Con detenimiento se abordan las posibilidades para solucionar conflictos y concretamente se revisan varios casos europeos. Se adjunta una importante bibliografía.

Ugaz Sánchez-Moreno, José Carlos. **Prensa juzgada: Treinta años de juicios a periodistas peruanos, 1969-1999**. Lima: UPC, 1999. 218p.

El autor y su equipo de investigadores trabajaron arduamente, durante un año, en los archivos judiciales del Perú para lograr descubrir y presentar una selección de casos, que hoy constituyen un primer gran avance en el análisis de la casuística judicial peruana en materia de delitos contra el honor. Se encuentran procesos de



## BIBLIOGRAFÍA



gobernantes, particulares, funcionarios y hasta de periodistas contra periodistas. En una especie de conclusión se afirma que: a más autoritarismo, más severidad en los juicios contra la prensa.

Orbegozo, Manuel Jesús. **Periodismo: texto de teoría y práctica**. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Fondo Editorial, 2000. 391p.

Conocimientos fundamentales para el oficio. Con lenguaje sencillo, ejemplos didácticos y la presentación de casos de su propia experiencia, el autor aborda, con una visión y un matiz muy personal, todo los géneros periodísticos y ofrece una serie de recomendaciones tanto para quien se inicia en la profesión como quien ya ha recorrido un buen trecho.

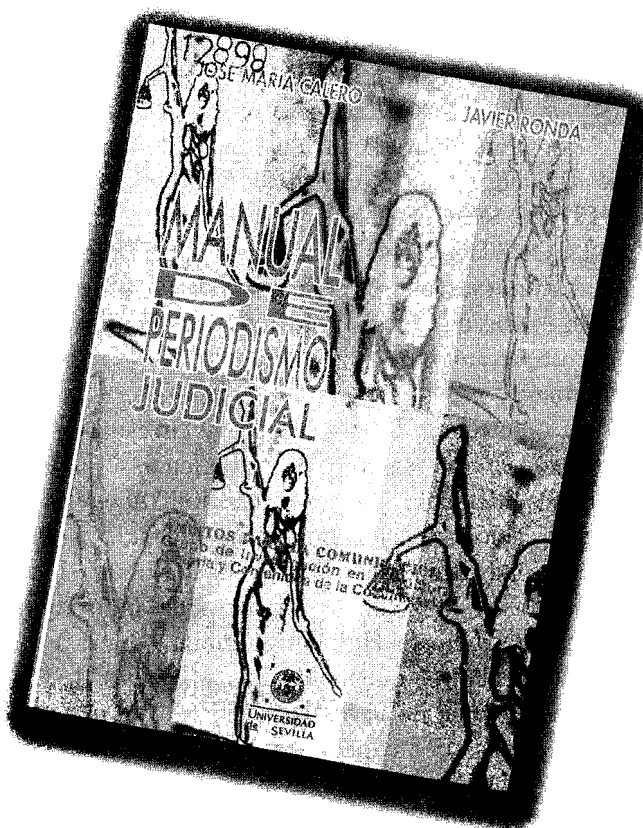
Gerbaldo, Judith. **Medios, organizaciones sociales y producción de realidad: sistematización de una experiencia de capacitación desde la comunicación popular**. Córdoba: CECOPAL, 2001.

El documento rescata algunas de las experiencias desarrolladas en CECOPAL con el propósito de que sirvan de punto de partida para futuros proyectos sociales. Afirman que más allá de las teorías y las evaluaciones técnicas manejadas en el proceso, estos ejercicios apuntaron a fortalecer el reconocimiento

de los derechos sociales y el ejercicio pleno de la ciudadanía, a menudo en conflicto. Pero, sin duda, también constituye un valioso aporte para los programas de capacitación y formación, teniendo como eje conductor la comunicación.

El Centro de Documentación de CIESPAL 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 puede ser consultado 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

## ENCUENTRO BINACIONAL ECUA- DOR - COLOMBIA: COMUNICA- CIÓN Y CULTURA DE PAZ

El 7 y 8 de julio se realizó en Tulcán, el Encuentro Binacional de Comunicadores de Ecuador y Colombia: DESAFÍOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ, al que asistieron periodistas de las provincias ecuatorianas de Carchi, Imbabura y Sucumbíos, y de los departamentos colombianos de Nariño y Putumayo.

El objetivo de la cita fue propiciar espacios de reflexión e intercambio de experiencias para el manejo adecuado de temas periodísticos y de comunicación relacionados con: violencia social, inseguridad ciudadana y violación de los derechos humanos en la zona de conflicto de la frontera común afectada por el Plan Colombia.

El Encuentro, que contó con el apoyo de la Unión Nacional de Periodistas (UNP), fue parte de los eventos de capacitación organizados por CIESPAL, el Instituto de las Naciones Unidas para la Prevención del Delito y Tratamiento del Delincuente ILANUD, la Fundación para la

rehabilitación integral de Víctimas de la Violencia PRIVA, destinados a incidir desde la comunicación en el impulso a una cultura de tolerancia, solidaridad y respeto a los Derechos Humanos.

## SEMINARIO-INVESTIGACIÓN SOBRE ADOLESCENTES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y HÁBITOS DE SALUD

La Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS) y la Federación de Facultades Latinoamericanas de Comunicación Social (FELAFACS), realizaron en Ecuador un Seminario-Taller para la revisión técnica del protocolo de investigación que se realizará en 13 países latinoamericanos sobre la influencia de los medios en los hábitos de salud en los adolescentes.

La cita se cumplió en Chorlaví y concurren representantes de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Argentina, Colombia, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Venezuela y CIESPAL representando a Ecuador.

Dirigieron el Taller el doctor Robert Valdez, Consultor, Decano de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Philadelphia, Pennsylvania, con la doctora Gloria Coe, Asesora Regional de Comunicación y Periodismo en Salud de la OPS, la doctora Matilde Maddaleno, Asesora Regional en Salud del Adolescente/OPS, el doctor Rafael Obregón del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte de Barranquilla, Colombia y Jesús Becerra, Director Titular de FELAFACS para la Región México.

## CULMINA IMPORTANTE PROCESO DE CAPACITACIÓN PERIODÍSTICA

Desde enero del 2001, los periodistas norteamericanos **Charles Leyton** y **Mary Walton**, recorrieron el Ecuador dictando seminarios, charlas, talleres y pasantías a varios centenares de periodistas de los medios impresos ecuatorianos.



El programa de asistencia técnica se efectuó por acuerdo entre CIESPAL, la Fundación Knight de los Estados Unidos y el Centro de Capacitación de Periodistas Extranjeros (ICFJ) de Washington, por el cual, ambos periodistas norteamericanos asumieron la formación técnica y ética de sus colegas ecuatorianos.

El programa llevó a los periodistas Leyton y Walton por aulas, redacciones de periódicos y salas gremiales de capacitación de Esmeraldas, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay, Loja, El Oro, Guayas y Manabí.

La capacitación abordó los nuevos géneros informativos, con especial atención en la nota periodística, la investigación periodística y la ética profesional; la búsqueda de las fuentes, su tratamiento, la fidelidad de las mismas; la contrastación de la información, la ubicación de los aspectos centrales, así como la protección de fuentes, datos y el tratamiento adecuado de los mismos.

Las prácticas sobre reportajes, entrevistas, y el papel de los personajes en las notas periodísticas, fueron también parte del contenido de los cursos.

Otros gremios de periodistas profesionales han solicitado continuar con la capacitación, al tiempo que las redacciones de importantes diarios nacionales han efectuado consultas sobre la posibilidad de proseguir con la asesoría.

Los diarios Hoy de Quito, El Mercurio de Cuenca y El Universo de Guayaquil, recibieron la

visita de los dos periodistas norteamericanos y se beneficiaron de sus recomendaciones y sugerencias.

Charles Leyton y Mary Walton participaron en el Seminario Internacional sobre los Diarios en América Latina, que se realizó en Quito, en diciembre del 2000, con la exposición de los resultados de una investigación que ellos efectuaron con los auspicios de la Fundación Knight sobre determinadas tendencias del diarismo norteamericano.

### **CIESPAL AUSPICIÓ EL SEGUNDO ENCUENTRO BINACIONAL DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN, ECUADOR - PERÚ**

CIESPAL, el Centro Nacional de Investigaciones Sociales y Educativas (CENAISE) de Ecuador y la Asociación de Publicaciones Educativas (TAREA) del Perú, realizaron en Lima, del 25 al 27 de abril, el Segundo Encuentro Binacional de Comunicadores y Educadores.

El evento se inscribió dentro de los esfuerzos que diferentes organizaciones de ambos países desarrollan para propiciar acercamientos entre los profesionales de la educación y la comunicación de Ecuador y Perú, aprovechando el ambiente de paz, concordia y buenas relaciones existentes.

La delegación ecuatoriana mantuvo reuniones con colegas y medios de comunicación públicos y privados del Perú y concurrió al Congreso de la nación y a varias universidades y gremios de la capital peruana. En la Presidencia de la República la delegación fue recibida por Mario Razzeto periodista ex -becario de CIESPAL, Secretario Nacional de Prensa del Ejecutivo y por Hernán Villar Zerpa, Presidente de la Confederación Latinoamericana de la Prensa Turística, CLAPTUR.

Durante la cita en la capital peruana participaron alrededor de 200 maestros y maestras de todo el país, con los que se dialogó sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos educativos.

Marco Villarruel, delegado de CIESPAL, presentó una ponencia sobre la relación comunicación-educación y los crecientes roles de ambas disciplinas en el desarrollo autónomo de los



Mary Walton y Charles Leyton

pueblos, así como en los procesos de construcción de la ciudadanía y la consecución de modelos democráticos.

La presidenta de la Unión Nacional de Periodistas, Núcleo del Azuay, licenciada Marina Merchán, representó a los gremios de periodistas del Ecuador y presentó una ponencia sobre la libertad de expresión en su relación con la educación.

En mérito a la exposición de la colega Merchán, el Encuentro de Lima solicitó a CIESPAL, CENAISE Y TAREA, que la sede de la próxima reunión sea Cuenca en el 2002.

### **TALLER INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN COMUNICACIONAL**

El profesor Francisco Blanco Calderón, de la Universidad Veracruzana de México, dictó en CIESPAL un taller sobre "Investigación y Gestión Comunicacional", entre el 2 al 6 de abril del 2001, a 37 periodistas ecuatorianos.

El taller se cumplió a base de exposiciones y ejemplos, lectura de documentos, reflexiones generales y construcción de modelos de proyectos. Los asistentes desarrollaron temas como las técnicas de la investigación cuantitativa y cualitativa, la observación, la encuesta, la entrevista y grupos focales aplicados a procesos comunicacionales.

Además, se elaboraron módulos de gestión educacional y gerencial para procesos de autofinanciamiento o de financiamiento con organismos internacionales.

En la reunión participó un grupo de estudiantes del doctorado en comunicación social de la Universidad Nacional de Loja, interesados en la formulación de propuestas de investigación orientadas a la estructuración de sus tesis. El profesor Blanco asistirá tutorialmente en algunas de las investigaciones.

### **CURSOS DE COMPUTACIÓN E INTERNET**

Durante los meses de junio, julio y agosto, CIESPAL fue la sede de varios cursos de computación, Internet y diseño gráfico, que se realizaron en el aula virtual que la institución inauguró a fines del 2000.

Asistieron periodistas de diferentes medios de comunicación y otros que laboran de manera independiente, junto a estudiantes de escuelas y facultades de comunicación.

Se desarrollaron talleres de "Elementos, Estética y Herramientas del diseño gráfico", "Comunicación, políticas y herramientas en Internet" y "Fundamentos teóricos y prácticos de la informática aplicada a la comunicación".

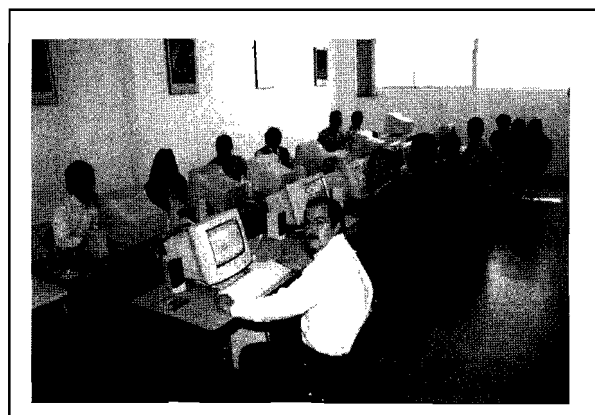
Para el desarrollo de los cursos se utilizó la infraestructura de Internet con conexión directa a satélite por antenas Visat.

CIESPAL ha incluido dentro de su oferta de capacitación los cursos de edición digital y animación en tercera dimensión.

#### **Próximas actividades**

Durante los meses de septiembre y octubre CIESPAL proyecta dictar cursos similares para periodistas, cuando la demanda de profesionales con mayor preparación tecnológica se incrementa.

Cualquier información puede obtener los interesados en las siguientes direcciones: e-mail <fprofesional@ciespal.net> o <formprof@ciespal.org.ec>, directamente en CIESPAL o al teléfono 2567966 del Departamento de Formación Profesional de la Institución,



**CURSO INTERNACIONAL DE LA VOA**

Un curso internacional de producción de radio se desarrolló del 18 al 22 de junio, en las instalaciones de CIESPAL, con el auspicio de la radio mundial La Voz de los Estados Unidos (VOA).

Asistieron 14 periodistas corresponsales de la emisora estadounidense, procedentes de Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia, Argentina y Ecuador, quienes trabajaron bajo la conducción de los instructores Betty Endara ecuatoriana, coordinadora de noti-



cios de la VOA en Washington D.C., y Julio César Camacho, experto internacional de nacionalidad venezolana y corresponsal de la VOA en Miami.

Las actividades incluyeron la redacción, revisión y producción de notas informativas, según los estándares de esta emisora internacional.

**TALLER DE DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA**

El periodista que, desde su escritorio, realiza toda la investigación periodística y el trabajo documental que requiere para sustentar sus notas; aquel, que dotado de ciertas herramientas tecnológicas como el Internet, funge como su propio documentalista, se acercan, cada vez más, al perfil del periodista de la postmodernidad.

En un intento por responder a estos

requerimientos del nuevo profesional de la comunicación, CIESPAL realizará un taller de Documentación Periodística dirigido a estudiantes de comunicación, de todo el país, al igual que a los periodistas en ejercicio de la profesión que estén interesados en adquirir las destrezas básicas que les permitan manejar adecuadamente toda la masa informativa a la que tienen acceso.

**PRÓXIMAS ACTIVIDADES**

**Seminario Internacional de Comunicación Política**

Con los auspicios de CIESPAL y el Instituto para la Comunicación Política (ICP) de los Estados Unidos, se desarrollará un Seminario Internacional de Comunicación Política, entre el 3 y el 5 de octubre próximos.

El evento contará con la asistencia de expositores de Argentina, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, España, Guatemala, México, Paraguay, Perú y Venezuela y abordará, entre otros tópicos, el fenómeno reciente de las campañas electorales ganadoras en varios países latinoamericanos.

**Seminario Internacional de Radio**

Del 26 al 30 de noviembre se desarrollará el Seminario Internacional "Proyecciones de la Radio para el Nuevo Milenio", con el auspicio de CIESPAL y la Organización de Estados Americanos (OEA).

La cita permitirá intercambiar conocimientos y experiencias sobre la actividad radiofónica, sometida a un proceso de cambio y renovación por la tecnología del ordenador, la banda ancha y el Internet y, en general, por las innovaciones que la han transformado por completo.

Para obtener una beca los interesados deben comunicarse con las Oficinas de la OEA en cada país.

**Mayor información en CIESPAL, Quito, Ecuador.**

- Email: [ciespal@ciespal.org.ec](mailto:ciespal@ciespal.org.ec)**
- [formprof@ciespal.org.ec](mailto:formprof@ciespal.org.ec)**
- [radioytv@ciespal.net](mailto:radioytv@ciespal.net)**
- [fpofesional@ciespal.net](mailto:fpofesional@ciespal.net)**



**II Congreso Mundial de Redes Ciudadanas**  
Buenos Aires/Argentina /5 al 7 de  
diciembre de 2001

"Renovando comunidades en la era digital"

En la sociedad digital, las redes ciudadanas tienen un claro rol democratizador como fortalecedoras del tejido social, en la inclusión de la población a los saberes y oficios de la Sociedad de la Información, en la generación de condiciones de empleabilidad y la creación de empresas con nuevos perfiles productivos y de servicios. Estos temas se pondrán a debate en el II Congreso Mundial de Redes Ciudadanas que se realizará en Argentina en diciembre y que reúne al sector político, académico y empresarial en un debate de altísimo nivel.

[www.globalcn2001.org-secretariado@globalcn2001.org](http://www.globalcn2001.org-secretariado@globalcn2001.org)

Comunica organiza Mixed Media para el desarrollo y la democracia, uno de los 19 talleres que se desarrollarán durante el congreso - un momento para reflexionar sobre las implicaciones sociales, culturales, económicas, y políticas de la "convergencia" de los medios independientes y comunitarios tradicionales e Internet.

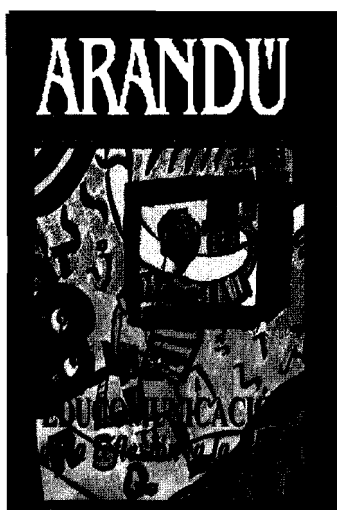
[www.comunica.org-info@comunica.org](http://www.comunica.org-info@comunica.org)



Una herramienta de reflexión  
teórica al servicio del trabajo  
práctico de los comunicadores  
latinoamericanos.

**ARANDU**

Ofrece una perspectiva ecuménica,  
con una visión constructiva y  
solidaria de la Comunicación.



PUBLICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN CATÓLICA  
LATINOAMERICANA Y CARIBEÑA DE COMUNICACIÓN



**OCLACC**  
SIGNIS-AL - UCLAP

Alpallana 581 y Whimper • Apartado Postal 17-21-178  
Quito - Ecuador • Telfs.: (593-2) 548046 501654  
Fax: (593-2) 226839 • Email: [scc@uio.satnet.net](mailto:scc@uio.satnet.net) • Página Web: [www.oicc-al.org](http://www.oicc-al.org)

**Suscripción Anual: US\$ 10 + Correo**