

Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº69 Marzo 2000

Director

Edgar Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Guadalupe Fierro

Nelson Dávila Villagómez

Lolo Echeverría

Washington Bonilla

Francisco Vivanco

Héctor Espín

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, UNESCO

Luis Espinoza, FENAPE

Flora Proaño, UNP

Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Eugenia Avalos

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada, maquetación e ilustración

garabato@uio.satnet.net

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito Ecuador

Telf.: (593-2) 506 149 - 544 624

Fax (593-2) 502 487

e-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente
la opinión de CIESPAL

Se permite su reproducción siempre
y cuando se cite la fuente y se envíen
dos ejemplares a Chasqui.





Han transcurrido 28 años de la publicación de la revista CHASQUI. Durante ese tiempo los temas y artículos estuvieron orientados principalmente al campo especulativo y abstracto de la comunicación más que a su práctica. Queremos ahora cambiar el énfasis e insistir más bien en los aspectos prácticos de la comunicación para estimular su calidad y estar al día en las innovaciones tecnológicas que la garantizan.

El número que presentamos ahora nos habla de **Pedro Almodóvar**, las características de su cine, su impacto y relación con América Latina. La reseña de su obra es completa y nos hace comprender mejor la personalidad de este singular y controversial español.

Sebastián Cordero, productor de la película "**Ratas, Ratones y Rateros**," que sirvió para rescatar al Ecuador del anonimato, al obtener varios premios iberoamericanos, nos hace conocer su opinión sobre la inquietante pregunta de si el cine latinoamericano es escaso y de baja calidad.

Un tema de moda en América Latina y el mundo es el de la **corrupción**. Poco o casi nada, sin embargo, se habla de la corrupción en los profesionales de los medios de comunicación. Lolo Echeverría, de amplia experiencia como ejecutivo de televisión, y Enrique Roldós, enfrentan este problema con entereza y penetración.

Paco Velasco nos narra lo que hizo Radio La Luna para cubrir la caída del **Presidente Mahuad** mientras desde Chile otro colega ecuatoriano nos descubre los cambios en el manejo de imagen en la campaña electoral de **Lagos y Lavín**.

Simón Espinosa inicia una columna que se mantendrá en todos los números de la revista y cuyo propósito es el de ayudar a nuestros periodistas a evitar los errores más comunes y frecuentes en el manejo de la lengua castellana. Un anticipo de las actividades futuras de CIESPAL y la nómina de sus nuevas publicaciones cierran la edición de este número.

CHASQUI

Javier Esteinou Madrid Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. Maestro en Sociología, Departamento de Sociología y Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Iberoamericana, Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Información, Estudios de Filosofía.

Enrique Roldós, periodista uruguayo, profesor graduado de Literatura. Posee también estudios universitarios de Derecho y Humanidades. Desde 1986 integra el cuerpo de periodistas del semanario BRECHA y colabora con diversas publicaciones extranjeras. Es miembro de Uruguay Transparente, sección uruguaya de Transparencia Internacional

Carmen Alicia Fernández, comunicadora social venezolana, coordinadora de la edición diaria en español de The Wall Street Journal Americas, responsable de la cobertura de temas tecnológicos y de Internet. Corresponsal para diarios y revistas de habla hispana, editora jefe del Servicio de Noticias de la Agencia EFE para la comunidad hispana de EE.UU., Editora para el Servicio en español de la Agencia Reuters, Corresponsal Intinerante en América Latina para Inter Press Service, Venpres.

Simón Espinosa, periodista de diario HOY de Quito, ex profesor de lengua española en la Universidad Católica de Quito y fundador del Centro de Investigación y Cultura del Banco Central del Ecuador. Ex miembro de la Comisión Anticorrupción del Estado. Escribió sobre lengua y periodismo en la revista Vistazo de Guayaquil.

Sebastián Cordero
Guionista y director de "Ratas, Ratones, Rateros", película ecuatoriana que se estrenó en Venecia. Obtuvo varios premios en el Festival Latinoamericano de Trieste, el Festival Iberoamericano de Huelva y el Festival Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana.



OPINIÓN

- 4 **PRENSA CORRUPCIÓN Y PODER**
Lolo Echeverría

ENSAYOS

- 10 CINE
TODO SOBRE ALMODÓVAR
Juan Fernando Jaramillo
- 16 CINE
**ECUADOR Y AMÉRICA LATINA
¿ES SU CINE ESCASO Y DE MALA CALIDAD?**
Sebastián Cordero
- 22 PERIODISMO
EL PERIODISTA CORRUPTO
Enrique Roldós
- 28 IMAGEN ELECTORAL
**NUEVA IMAGEN ELECTORAL EN CHILE:
Campaña de Lagos y Lavín**
Jacobo Velasco
- 36 TELEVISIÓN
**VERIFICADORAS DE AUDIENCIA:
¿Son confiables los estudios de sintonía?**
Sergio Gaete
- 42 RADIO
LA LUNA: Una experiencia radial en la caída de Mahuad
Paco Velasco
- 48 SOFTWARE
WINDOWS ME: un sistema operativo mejorado
Carmen Alicia Fernández
- 54 DERECHO
**AUTORREGULACIÓN DEL PERIODISMO:
Por qué se opone el Estado Mexicano
a la reglamentación del derecho a la información.**
Javier Esteinou
- 62 LENGUAJE
ERRORES EN EL LENGUAJE PERIODISTICO
Simón Espinosa



ACTIVIDADES CIESPAL

- 66 Lo que pasó y lo que vendrá



**prensa
corrupción
y poder**

Lolo Echeverría,
Director de Noticias de Televisión. Quito

Un comandante militar acusado de corrupción aparece en un programa periodístico de televisión, la entrevista es pregrabada, pero mientras ella se difunde, un grupo de sindicalistas proclama a gritos la inocencia del comandante frente a las puertas de la estación televisora.

Las cámaras, de tiempo en tiempo, muestran a los manifestantes, recogen sus opiniones y leen los carteles que portan.

El conductor del programa le plantea al comandante unas preguntas serviciales acerca de las acusaciones.

Los más ingenuos, probablemente, habrán hecho la lectura que los autores

**Los tiranos no tenían amigos
entre los periodistas ni
los periodistas se podían
dar el lujo de ser
"comensales de Palacio"**

del programa descrito pretendían. Otros, tal vez, dudaron de la sinceridad de los sindicalistas, sospecharon manipulación por parte del comandante o creyeron que los periodistas utilizaron a los actores...

Los más suspicaces, con seguridad, vieron en el episodio un complot entre sindicalistas, comandantes y periodistas para engañar a la opinión pública y escribir un capítulo más en la historia de la corrupción.

Aquellos que estamos embarcados en el trajín diario de la comunicación y que hemos visto pasar mucha agua bajo el puente, no somos ya capaces de juicios tan categóricos porque sabemos que todo se va haciendo más y más complejo y que, de una manera u otra, la corrupción está ligada al poder.

La corrupción por seducción

En tiempos de las dictaduras y las tiranías, algunas cosas eran más claras; al menos se sabía que los tiranos odiaban la verdad y odiaban a los periodistas que buscaban verdades en los pasillos del poder para trasladarlas al pueblo. Los tiranos no tenían amigos entre los periodistas, ni los periodistas se podían dar el lujo de ser "comensales de Palacio".

En los tiempos de los estadistas ya no se persigue a la prensa. Ya no hay cárcel para los periodistas; al contrario, son buscados, se los rodea de halagos y adulos, se les hace partícipes de los problemas insolubles de Gobierno y miembros del círculo de conocedores de los secretos del poder.

Los periodistas "prestigiosos" son bien informados y se convierten rápidamente en celebridades. Aquellos que incomodan, son excluidos del círculo, quedan desinformados y, a la larga, "desprestigiados". Ya no es necesaria la cárcel para los periodistas indeseables, basta para ellos el olvido.

La fórmula de conquistar a los perio-

distas con halagos no es utilizada únicamente por los gobiernos, también se valen de ella las instituciones y las empresas. Es la fórmula que usa el poder para convertir a los periodistas en cómplices de sus objetivos.

Los pocos periodistas que sobreviven a las lisonjas del poder y a las vanidades de la estelaridad, alcanzan liderazgo intelectual y autoridad moral, su trabajo adquiere solidez y credibilidad, pero los demás se deshacen con los halagos y devienen en propagandistas de los gobiernos y panegiristas de los figurones de turno.

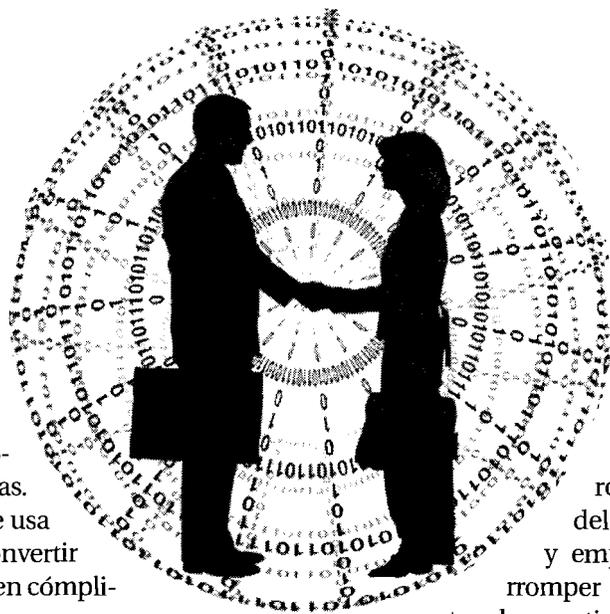
La corrupción por perversión

En los manuales resulta muy clara y simple la definición del rol del periodista, pero la vida real plantea siempre situaciones inéditas y el poder ha descubierto las fórmulas para pervertir los objetivos fundamentales.

Desde el punto de vista de los gobiernos el problema es lograr aquiescencia de los gobernadores y para ello les conviene exponer los logros y ocultar los errores.

Pero el periodismo se ocupa de lo contrario. Lo que funciona bien, lo que puede concebirse como normal, no llama la atención del periodista; lo que funciona mal, aquello que se sale de la regla y la norma es lo que el periodismo concibe como noticia potencial.

Cuando los gobiernos, las instituciones, las empresas y los políticos empeza-



ron a contratar a periodistas para la tarea de relacionados públicos, desnaturalizaron los objetivos del comunicador y empezaron a romper a los periodistas al pervertir sus fines.

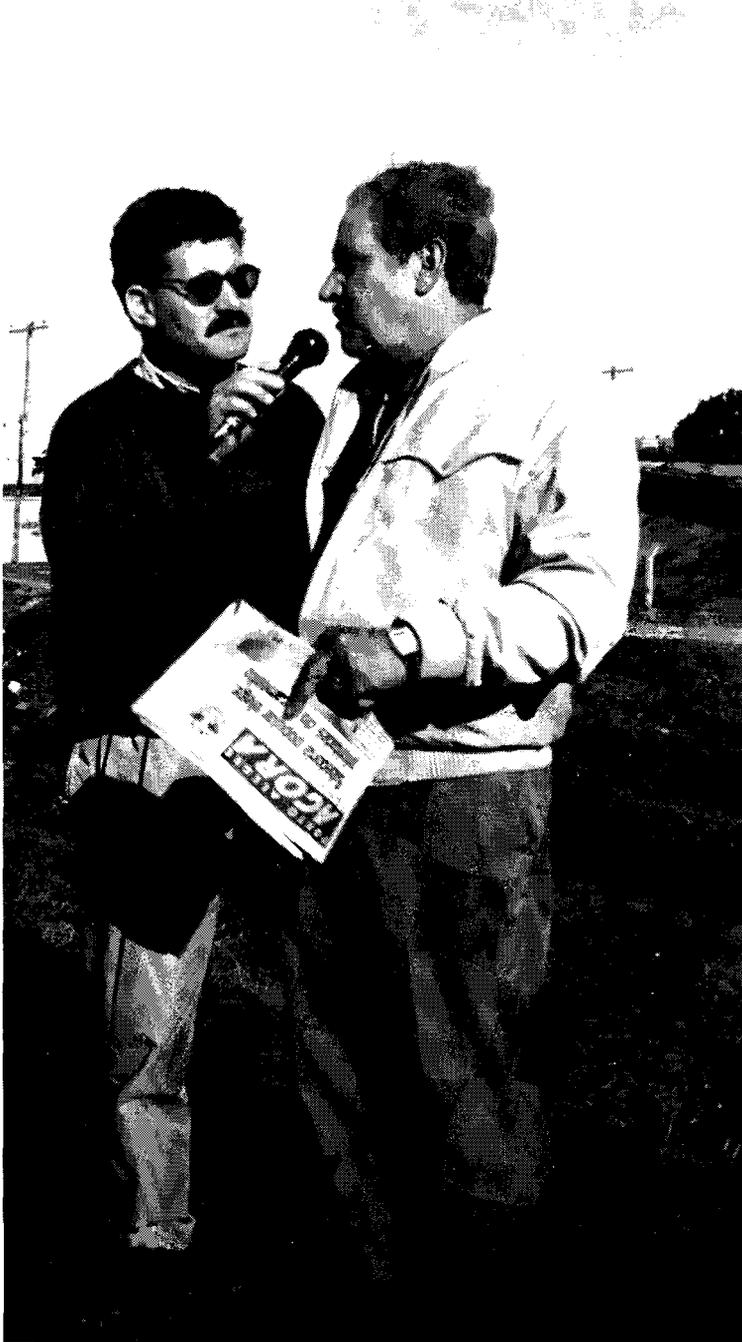
El relacionador público se ocupa generalmente de cultivar la buena imagen de la persona o de la institución ocultando lo negativo y exponiendo lo positivo, manipulando la información, construyendo una verdad.

Pero el periodismo busca más bien revelar, descubrir, exponer lo que está oculto, lo negativo, lo anormal. En este

Desde el punto de vista de los gobiernos el problema es lograr aquiescencia de los gobernadores y para ello les conviene exponer los logros y ocultar los errores

sentido el relacionador público y el informador trabajan a contrapelo, van en contravía. El periodista de instinto y vocación siempre estará como "la espina en la carne" cuando se ve obligado a ejercer como relacionador público.

Los periodistas tenían claro su papel cuando estaban como mediadores entre el poder y el pueblo. Cuando la mediación se realiza a través de la empresa de comunicaciones: el periodista acomodó su papel al exigir a la empresa un marco de libertad, un código



de ética y el respeto al ejercicio profesional. El problema se complica cuando aparecen otros mediadores entre el poder y la empresa de comunicaciones; los expertos en imagen, en políticas de comunicación y en relaciones públicas que trabajan del lado del poder y pretenden ma-



nejear los medios a conveniencia del poder. Y todavía se complica más la mediación cuando por la vía de leyes de colegiación y ejercicio profesional se le asignan estas tareas al periodista.

Los profesionales de la imagen y de políticas de comunicación que trabajan para la política, se han convertido en algunos países, en instrumentos neutros de gobierno. La inestabilidad política les ha obligado a adecuarse a gobiernos de distinta ideología, diversos estilos y consistencias. Se racionaliza la situación señalando que se trata de un trabajo "profesional" que trasciende las veleidades de la política.

La corrupción por filtración

Buenas fuentes de información hacen buenos periodistas. Esta simple verdad esconde otra forma de corrupción relacionada con el poder.

Las fuentes informativas son buenas cuando están bien ubicadas y son importantes, es decir que son jefes, ejecutivos o agentes de prensa. El problema es que, con frecuencia, no se sabe quién se sirve de quién. El político cultiva al periodista dándole buenas informaciones que lo hacen destacar en el campo profesional. El periodista cultiva la fuente evitando críti-

Los políticos están fascinados con el rol de periodistas, los hay en la televisión, en la radio y en la prensa escrita

cas que pueden poner en peligro la confianza. En esta dinámica se desarrolla una relación íntima entre el periodista y su fuente.

El político que está en el poder y que tiene conocimiento y autoridad para filtrar informaciones, desgraciadamente, lo que busca es servirse del periodista dándole primicias a cambio de un buen trato, a cambio de la difusión de globos de ensayo y eventualmente a cambio de llanas mentiras.

La corrupción por imitación

Mientras más se degrada la política y se desprestigian los políticos, más imitadores tienen y entre ellos están los periodistas. Las relaciones del poder tienen entre sus desviaciones la alteración de los roles de los políticos y los periodistas.

Los políticos están fascinados con el rol de periodistas, los hay en la televisión, en la radio y en la prensa escrita.

Así mismo, los periodistas que eran los controladores de los políticos, se convierten en sus competidores y se lanzan a participar en la lucha electoral. A los políticos les fascina el periodismo porque sueñan con tener en sus manos el instrumento de pu-



blicidad de los medios masivos y porque envidian la popularidad positiva de las celebridades de la prensa. A los periodistas, probablemente les encandila la política como paso de la contemplación a la acción. El análisis, el diagnóstico, la crítica de los aciertos y errores pueden condu-



cir a la ilusión de que ya tienen el secreto del buen gobierno, pero también esta for-

ma de corrupción surgió desde el poder cuando los políticos llevaron a los periodistas a los equipos de gobierno como asesores o confidentes, primero y luego sirviéndose de la popularidad de las celebridades del periodismo para asegurar triunfos políticos, cuando empezaron a escasear los líderes; los políticos no son buenos en el periodismo. No buscan la verdad, porque creen que ya la tienen y no son li-

Los periodistas no son buenos como políticos,

lan a las audiencias, caen en la auto presentación subjetiva y terminan haciendo demagogia barata.

Ahora que los políticos están acusando de corrupción a la prensa se hace necesario, en homenaje a los periodistas "caídos", advertir que son los mismos políticos los que, disfrazados de sirenas, se apostan en los recodos del camino de los periodistas.

bres porque dependen de sus partidos.

Tampoco los periodistas son buenos como políticos. Manipu-

Juan Fernando Jaramillo
Periodista ecuatoriano



**"En la vida hay
que ser auténtica,
ser la imagen
que una siempre
ha querido de
sí misma"**

La frase es de Agrado, uno de los personajes travestis de "Todo sobre mi madre", la décimo tercera película de Pedro Almodóvar. Fuera del contexto del filme, es una frase que de alguna forma resume la carrera de este cineasta español, quizás el más importante desde Luis Buñuel.



Todo sobre **ALMODÓVAR**



Un sendero libre de encasillamientos

Para Almodóvar, *todo sobre mi madre* no es solo su película más trabajada y sentida, sino la que le ha valido el mayor reconocimiento. En 1999 lo ganó casi todo: mejor director en Cannes, el Goya español, director europeo del año y el ansiado Oscar de Hollywood, en marzo pasado.

Fue un camino labrado a contracorriente a partir de una cámara Super 8 en varios cortos, antes de dirigir su primer largometraje en 16 mm: **Pepi, Lucy, Bom y otras chicas del montón** (1980), un fenómeno de culto que estuvo cuatro años en cartelera. Almodóvar marca un antes y después en el cine español, no solo porque construyó su cine al margen del establishment y como autodidacta, sino porque sus referencias están en su propia realidad, no en el pasado franquista, como ocurre en el cine de Saura, Garcí y otros. De hecho antes de **Carne Trémula** (1997), Almodóvar no había hecho ni una sola referencia a la dictadura.

Sin embargo, es innegable que es un producto de la transición española: el hijo predilecto de la "Movida", una época en la que la sociedad española era libre y tenía el dinero para disfrutar la banalidad.

Frívolo, progresista, libérrimo, todas esas cualidades son aporte de Almodóvar, abiertamente homosexual, pero lejos de permitir que se lo encasille por ese motivo en algún estereotipo.

En un principio, el impacto que causó el cine de Almodóvar no fue por sus dotes de cineasta sino por su alma de provocador y

por ser un fiel testigo de su tiempo. Cuando filmó **Pepi, Lucy y Bom**, Almodóvar integraba el dúo de música pop Almodovar y McNamara: escribía cómics y artículos firmados por su alter ego: Patty Difusa, una ficticia estrella internacional del porno.

Llegó a Madrid a los 16 años, procedente de Calzada de Calatrava, La Mancha. No pudo estudiar cine porque Franco cerró la escuela de cine, por lo que reemplazó en un trabajo en Telefónica y por la noche hacía teatro con un grupo vanguardista Los Galiardos.

Al frente de las oficinas de la empresa de teléfonos quedaban los cines Alphaville, que financiaron su primera película *Pepi, Luci y Bom* que se mantuvo cuatro años en cartelera.

No obstante, su primer filme más que una ópera prima es una anécdota. Frédéric Strauss, crítico de *Cahiers du Cinema* reconoce la poca destreza técnica del este filme.

En **Laberinto de Pasiones** (1982), su segundo largometraje, la narración es más caótica, sostiene Strauss, pero sus características sonoras y visuales marcan un progreso claro. Asimismo la temática de su cine ya está definida: melodramas kitsch, con memorables personajes femeninos: mujeres oprimidas, transexuales, prostitutas, monjas pecaminosas...

Ya entonces Almodóvar era una gran director de actrices. Hay más personajes femeninos en mis películas, porque las mujeres son más fuertes, autónomas; se arriesgan más, tienen menos pudor, sufren mejor y son más divertidas", dijo el director a El Universal de México.

Para 1984, con **Entre Tinieblas**, Almodóvar demostró que estaba dispuesto a romper cualquier tabú, como lo evidencian las monjas libérrimas y drogadictas de este filme. "Entre Tinieblas" es, sin embargo, un filme menor en su cinematografía.

Lo positivo es que marca una evolución en su relación con Carmen Maura, la actriz que lo acompañó desde su primer filme hasta **Mujeres al borde de un ataque de nervios** (1987).

Quizás el mejor momento de Carmen Maura es en **Qué hecho para merecer esto** (1985), una comedia negra y, al mismo tiempo, heredera del neorrealismo italiano en donde una madre de clase trabajadora tiene un esposo que la maltrata y que

además falsifica memorias de Hitler. Ni hablar de los hijos: el uno vende drogas y el otro seduce a los padres de sus compañeros de escuela. El descabro social de la familia retrato quince años antes de American Beauty. Hasta "Qué hecho yo para merecer esto", Almodóvar no había sido exactamente un mimado de la crítica, pero ahora empezaban a prestar atención. Además este filme fue su primer éxito internacional.

En 1986, el director ya era conocido ampliamente en su país y era el secreto mejor guardado en los ámbitos europeos.



Almodóvar dirigiendo a Miguel Bosé en "Tacones Lejanos"

¿Hasta donde podía llegar su capacidad de a sombrar?

En su país saben muy bien la respuesta, pues Almodóvar, fiel a su fascinación por los tabúes de España decidió hacer un filme sobre la tauromaquia: **Matador** (1986), con una secuencia inicial memorable y evocadora de lo mejor de Saura, se adentra en el tema de la muerte y en el placer sexual a través de ella.

No obstante, este filme fue pobremente recibido y vilipendiado por sus más acérrimos críticos. El español respeta mucho más el mundo de los toros que el de la religión. Si tuviera que decidir, no beatificaría al inventor del Opus Dei, sino a un torero. Por eso en España, Matador creó un efecto escalofriante, dijo el director entrevistado por Frédéric Strauss en el libro Almodóvar, un cine visceral. (Alfaguara, 1995). El cineasta ha reconocido que se trata de su película más abstracta. Matador fue bastante mejor recibida fuera de España, y, además, es la primera película con Antonio Banderas, otro de sus actores fetiche.

La evidencia de que a Almodóvar le importa poco lo que digan de él es la película que hizo después de "Matador": "La ley del Deseo",

Cuando presentó "Todo sobre mi Madre" en Cannes, quienes lo habían seguido durante toda su carrera supieron enseguida que acababa de filmar su mejor trabajo



donde se describe un triángulo de amor homosexual con pasión, fantasía y tragedia. "Habla de algo a la vez muy duro y muy humano, que es mi visión del deseo" dijo Almodóvar a Cahiers. Me refiero a la necesidad absoluta de sentirse deseado y al hecho de que, en esa ronda de gente que desea a gente, rara vez los deseos coinciden. Esa es la gran tragedia del ser humano", sostiene Almodóvar. Un filme hedonista y al mismo tiempo satírico.

El siguiente paso sería una comedia de enredo melodramática que le debe mucho al cine de Billy Wilder: **Mujeres al borde de un ataque de nervios** (1988), filme que le valió su primera nominación al Oscar de Hollywood. Fue la última película con Carmen Maura, pero llena de personajes femeninos típicos de su cinematografía.

El haberse co-deado con la meca del cine hizo que Almodóvar se interesara en hacer una película en Hollywood. Aunque no lo reconocía públicamente, el Oscar parecía obsesionarlo. De he-



cho, cuando filmó **La Flor de mi Secreto** (1994) confesó que esperaba que ese filme llamara la atención de la academia ya que era lo más *establishment* que había hecho.

Después de "Mujeres" Almodóvar encontró una nueva musa: Victoria Abril, una actriz española radicada en Francia. **Atame** (1989), una suerte de relación tipo síndrome de Estocolmo entre secuestrador y secuestrada, fue la primera película de la nueva etapa de Almodóvar. La evolución del personaje de Abril, del ocio hacia el amor, es uno de los mayores deleites de esta cinta. Según Almodóvar este filme también puede ser visto como los matrimonios por conveniencia, que eventualmente se transforman en amor.

La exploración en la psicología femenina es cada vez más profunda en el cine de Almodóvar. En su siguiente filme, **Tacones Lejanos** (1990). Abril interpreta a una peridista obsesionada por la imagen de su madre, una famosa cantante (Marisa Paredes). El personaje de Abril se enamora de un juez (Miguel Bosé) que en las noches se

Con Carmen Maura.
La primera chica Almodóvar.

convierte en el travestido Letal, que personifica al personaje de Paredes.

La décima película de Almodóvar fue "Kika", quizás el punto más flaco en su carrera cinematográfica. La cinta es un verdadero rompecabezas de difícil comprensión, entrecortada y desconcertante.

La respuesta a este confuso filme fue el extremo total. La película más aristotélica de Almodóvar: "La Flor de mi Secreto" en donde una escritora de novelas rosa, Amanda Gris, no puede encontrar la inspiración porque su matrimonio está quebrando.

La redención de Leo (Marisa Paredes) o Amanda Gris es lo que le interesa al director cada vez más preocupado por el plano estético de su películas: la cinematografía de este filme estuvo a cargo de Antonio Beato (ganador de la Cámara de Oro de Cannes por Antonio das Mortes de Glauber Rocha). La importancia de los colores va a estar mucho más marcada en "Todo sobre mi madre".

"La Flor de mi Secreto", pese a su riqueza visual, no está entre lo mejor de Almodóvar. Al preguntársele por qué se había alejado de su clásica provocación, el cineasta confesó a El País: "Me estoy haciendo viejo"

No obstante, Almodóvar volvió por sus fueros en "Carne Trémula", una película con un trama muy parecida a la de Atame. pero con una historia bastante más compleja. Al-

Almodóvar filmará este año The Paperboy, basada en un libro de Pete Dexter. Por cierto, anuncia una nueva chica Almodóvar: Faye Dunaway

modóvar estaba ya muy cerca de su madurez como cineasta, pero aún le faltaba una obra maestra.

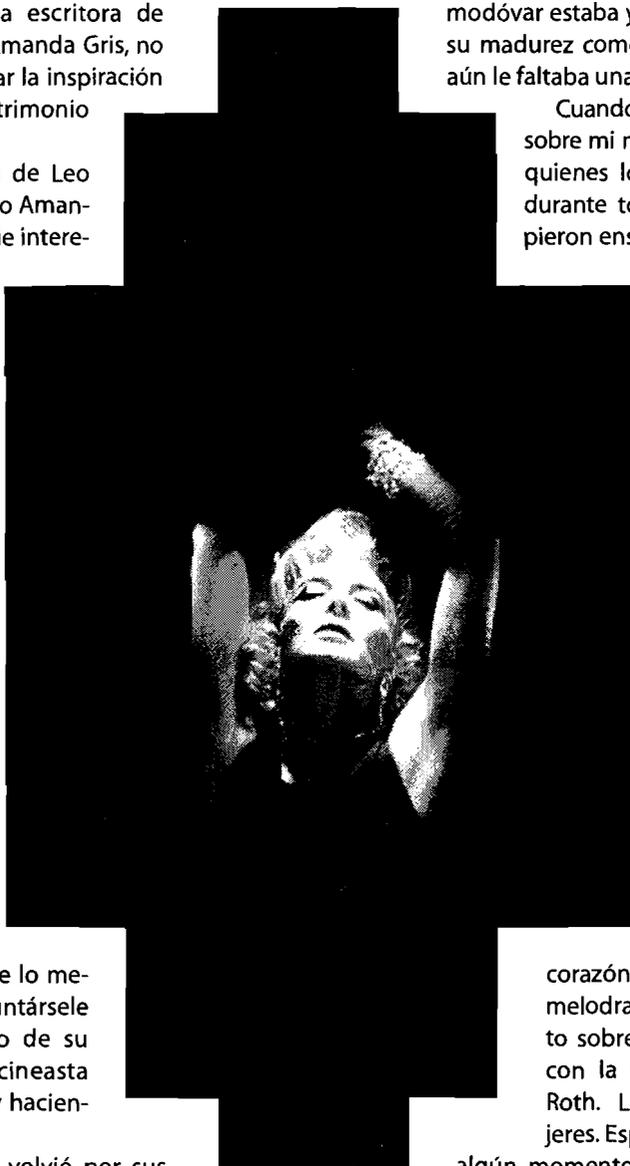
Cuando presentó "Todo sobre mi madre" en Cannes, quienes lo habían seguido durante toda su carrera supieron enseguida que acaba-

ba de filmar su mejor trabajo, el que venía amenazando desde que tomó la primera cámara Super 8 en sus manos. Para entonces ya no le interesaba la bendición de Hollywood, pero llegó de todas formas el grito de ¡Pedro! en la voz de una de sus actrices, Penélope Cruz quien, junto a Antonio Banderas le entregó la presea que le faltaba: el Oscar.

"Todo sobre mi madre" un filme en el que Almodóvar pone todo su

corazón y se aleja de la ironía y del melodrama kitsch para pintar un retrato sobre la solidaridad de las mujeres, con la soberbia actuación de Cecilia Roth. La cinta está dedicada a las mujeres. Especialmente a las actrices que en

algún momento han hecho de actrices, porque siempre me han interesado las películas que reflejan el mundo del cine, por eso en la dedicatoria final nombró a tres de las actrices que más emoción



Marisa Paredes interpreta la canción. "Piensa en mi de Luz Casal.

Madrid afirma tener vocación de bastón y la acompaña para todas partes. Chavela Vargas contribuye con la escena de amor y, al mismo tiempo, el momento clave de "Carne Trémula" con su bolero "Somos".

me han dado: Gena Rowlands, Bette Davis y Romy Schneider". Después del Oscar, Almodóvar difícilmente podría encontrar un nuevo reto. Pero aquel deseo de filmar en Hollywood aún lo atrae. Justamente, se acaba de anunciar que Almodóvar filmará este año *Paperboy*, basada en un libro de Pete Dexter. Por cierto, anuncia una nueva chica Almodóvar: Faye Dunaway.

No hay que esperarse otro "Todo sobre mi madre", películas como esa solo se hacen una vez en la vida. Pero seguro, la experiencia hollywoodense tendrá el sello inconfundible del auténtico Almodóvar.

El cineasta le confesó hace poco a El Universal que su amante de la bossanova brasileña y espera filmar algún día una película en Brasil. La música brasileña es la banda sonora de mi intimidad. De hecho, considero a Tom Jobim, uno de los genios de este siglo. Siempre me ha gustado la estética y la cultura brasileña". Pero el cineasta manchego tiene otro nexo latinoamericano: Cecilia Roth. La actriz argentina realiza la mejor interpretación de su carrera en "Todo sobre mi madre". La madre desgarrada que busca al padre de su hijo fallecido es, quizás, el personaje más trabajado y realista de toda la cinematografía almodovoriana, repleta de seres que, en muchos casos, pueden ser tildados de caricaturescos o exagerados si se los saca del contexto del melodrama.

¿Qué toma Almodóvar de Latinoamérica?

Las referencias latinoamericanas de Pedro Almodóvar no se hallan en su juego visual sino en la música que utiliza en varios de sus filmes. El bolero ha sido su fiel acompañante desde "La ley del deseo" cuando la secuencia final tiene como fondo a "Lo dudo", el famoso tema de Los Panchos.

la música es sumamente importante en el cine de Almodóvar. Los temas reflejan la situación de sus personajes como la tristeza de Leo (Marisa Paredes) en "La Flor de mi Secreto" a través de la música de la mexicana Chavela Vargas y del cubano Bola de Nieve. Almodóvar es un amigo muy cercano de la Vargas. De hecho, cada vez que va a

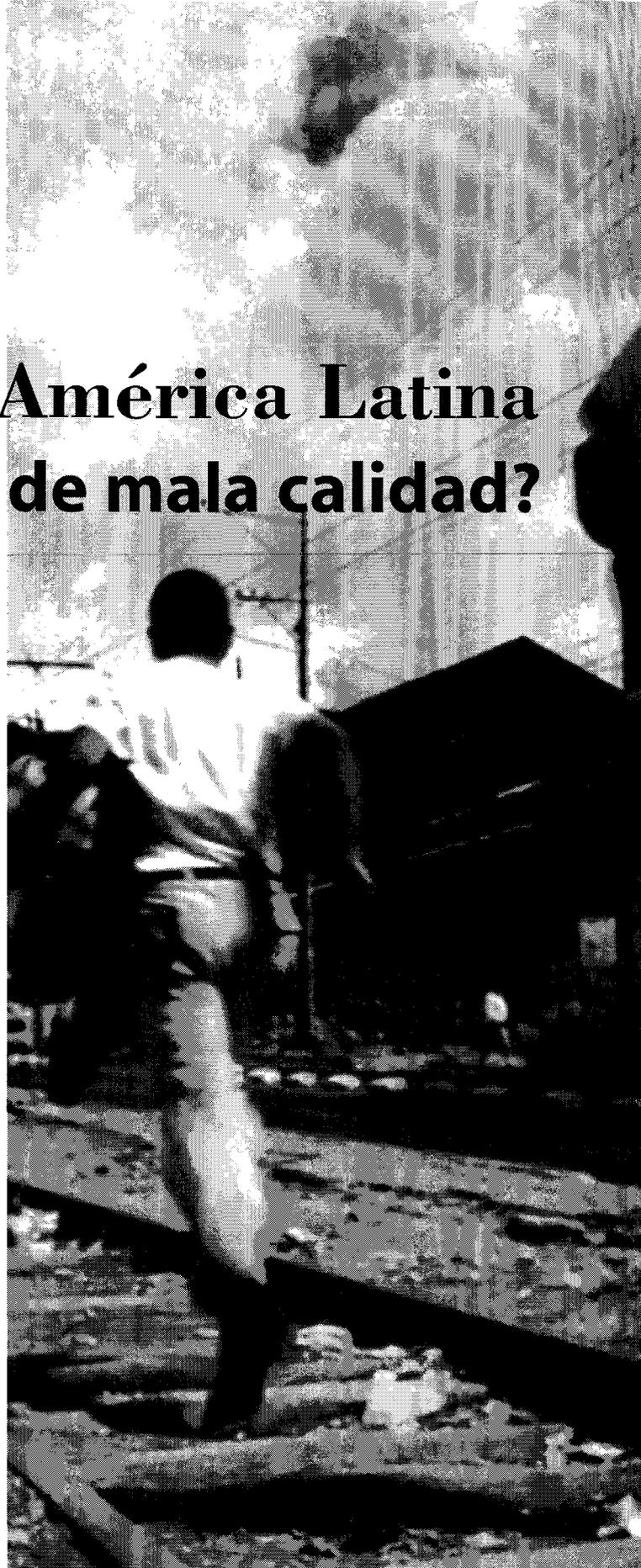


Antonio Banderas y Victoria Abril en "Atame"

Sebastián Cordero
Cineasta ecuatoriano

Ecuador y América Latina ¿Es su cine escaso y de mala calidad?

Históricamente, el cine ha funcionado siempre en muchos niveles. Inicialmente creado como curiosidad y tal vez como una forma de capturar y reflejar una identidad, rápidamente se desarrolló al convertirse en una forma de entretenimiento económico para el público y sobre todo, rentable para los productores. El cine tiene una fuerza muy grande, que ocasionalmente se ha usado con sabiduría al fomentar la identidad y diversidad cultural, pero también ha sido objeto de abuso, al mezclarlo con propaganda política e ideológica. Sin embargo, algo con lo que todo director, productor o escritor de cine juega, es con la necesidad de entretener al público que asiste a una sala de cine para distraerse unos momentos de su cotidianidad



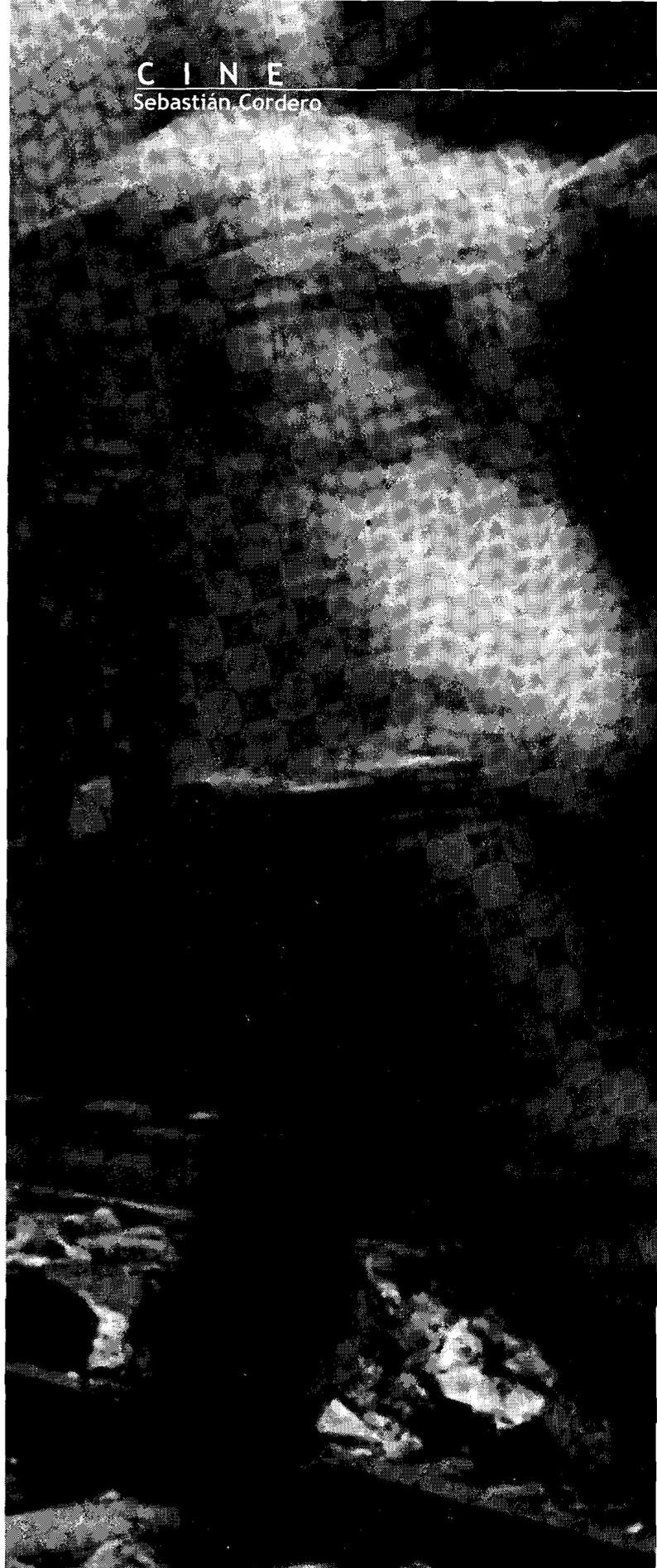
Fotografías de la película "Ratas, Ratones, Rateros"

Hoy en día existe en el mundo un nivel mínimo de calidad y creo que un porcentaje de cine latino lo alcanza. Sin embargo, mucha gente tiene prejuicios en cuanto al cine producido en Latinoamérica, empezando por el público, quien definitivamente prefiere una superproducción norteamericana o europea. Existe un problema en cuanto a la imagen y percepción que tenemos los latinos acerca de nuestro propio cine y éste es el obstáculo más grande que enfrentan los cineastas locales al momento de exhibir sus películas.

Latinoamérica tiene un mercado potencial gigantesco, que todavía no ha sido explotado: no solo tenemos un idioma en común, sino que compartimos una misma identidad, además de problemas similares. No creo que falten películas para exhibirse; si solo tomamos en cuenta las que han participado en los festivales de cine latinoamericano este año, se podrían estrenar una o dos películas hispanoamericanas nuevas cada semana, y muchas de éstas merecen ser vistas. Cabe resaltar que el cine es una de las formas más efectivas para dar un sentimiento de identidad a una cultura, y el espectador definitivamente responde a esto.

Tradicionalmente, los cineastas latinos solemos culpar al cine norteamericano como causante de la falta de interés del público hacia nuestro cine. De hecho, la maquinaria de mercadeo que maneja la industria norteamericana es impresionante y achica cualquier tipo de publicidad a la que aspire una película latina. Sin embargo, es absurdo criticar a un tipo de cine por tener demasiado éxito.

En Estados Unidos, la competencia interna es gigante: dentro del cine independiente (inclusive el de los grandes estudios), hay muchas películas que nunca llegan a estrenarse y que tienen la misma suerte que cualquier película latina de festival sin distribución. Ellos han desarrollado un sistema de promoción muy exitoso a nivel mundial y esta inversión adicional (muchas veces más costosa inclusive que la misma película), la hacen porque resulta rentable. La competencia en definitiva, es favorable, siempre y cuando sea leal. Sigo haciendo cine en mi país porque creo que no es imposible que una película latina entre al mercado mundial; más aún, creo que es posible generar un mercado latinoamericano unificado y fuerte. Solo es cosa de tiempo para que esto suceda y todos salgamos favorecidos.





Financiamiento y producción: ¿hacia un cine auto-sustentable?

A nivel mundial, el cine se ha financiado de dos maneras: la primera es, tal vez la más obvia, que la industria cinematográfica ha probado ser muy rentable en muchos lugares del mundo; solo basta observar su desarrollo en Estados Unidos para darse cuenta de que esta forma de expresión existe principalmente porque es un buen negocio y no necesariamente por su valor cultural o artístico. Por otro lado, hay muchos tipos de cine que por una razón u otra no han logrado alcanzar esta rentabilidad y para que siga su producción necesitan algún tipo de subvención. Esta segunda opción implica razones de identidad, de cultura o de arte; la subvención puede provenir de fondos estatales, de fundaciones, empresas e inclusive de individuos dedicados a apoyar la cultura. Este tipo de mecenato ha tenido variantes en diferentes países, pero su meta siempre ha sido la misma: producir más cine.

Irónicamente, la calidad de las cintas que se producen no tiene ninguna relación con la forma cómo fueron financiadas. En el caso de la producción de filmes con fines de lucro, pueden existir presiones comerciales que pongan en peligro la integridad de la cinta. Vienen a mi mente los cam-

bios de guión por las supuestas "preferencias del público", o el casting de un actor, no tanto por su capacidad de interpretación, cuanto por su popularidad. En el caso de las películas subvencionadas por algún mecenas, puede suceder que al no tener tanta necesidad por conquistar al público, la película puede ser difícil, o sea accesible solo para un grupo pequeño de gente. Un crítico inglés me comentaba que en países como Francia, la industria cinematográfica de hoy está en una gran crisis porque el financiamiento es muy "accesible" para los productores, aunque sea muy reducido el público que vaya a ver sus películas.

La situación del cine Latinoamericano es peculiar, ya que muchas películas no llegan a ser rentables. Las películas consideradas "taquilleras" son sin duda pocas y sin ayuda estatal; incluso las que tienen esta ayuda, pueden tener graves problemas si no logran autosustentarse. En los últimos años, aun los países latinos que más producen se quejan de la escasa producción que ha habido recientemente; esto se debe en parte, a que mucho del cine subvencionado por el estado no ha sido rentable.

En Argentina, un país con una de las mejores leyes de cine en Latinoamérica, el fondo destinado a subsidiar las películas estrenadas este año no les alcanzó. En Brasil, el gobierno tuvo que cortar, hace varios años, todo el apoyo que daba a su cine,

que no llega a ser del todo rentable. Lo que sí prueban estas pocas películas es que el público existe, y está dispuesto a ver cine latino si el tema le atrae lo suficiente. Y aquí viene el problema principal del cine latinoamericano: el público está convencido de que lo que producimos es de baja calidad, y en consecuencia no ve nuestro cine con la misma frecuencia que ve una película norteamericana.

En Estados Unidos, esta forma de expresión existe principalmente porque es un buen negocio y no necesariamente por su valor cultural o artístico

El mercado cinematográfico ecuatoriano

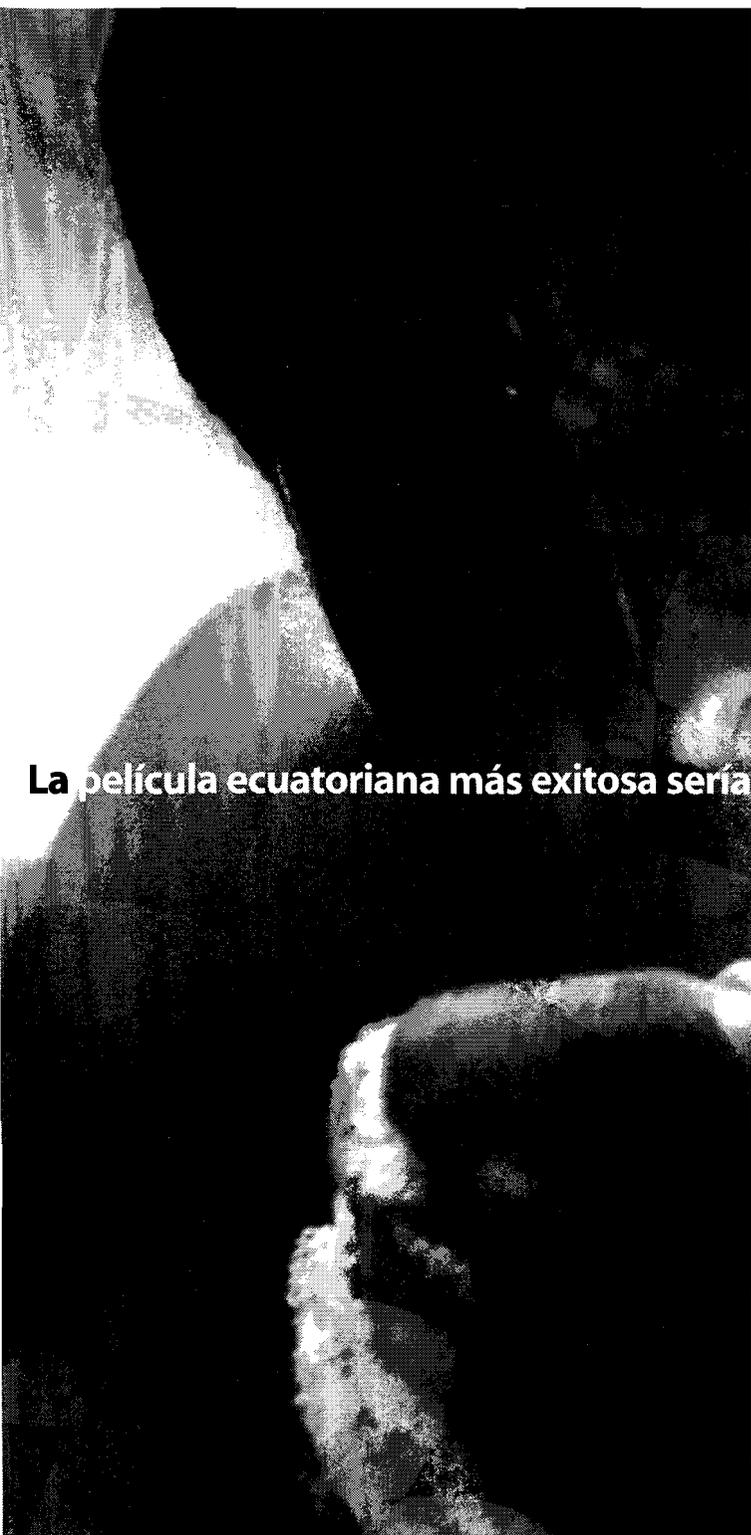
Producir cine en el Ecuador es casi un milagro. Con un promedio de un largometraje cada tres años, hablar de una industria cinematográfica ecuatoriana es algo aún muy lejano. No existe ningún tipo de ayuda gubernamental para la producción, lo que dificulta mucho las cosas, pues el cine local no ha podido todavía ser rentable. "Ratas, Ra-



forzando a la producción local a disminuir radicalmente la cantidad de películas. Adicionalmente, hay varias películas de gran calidad que ni siquiera se han estrenado en sus propios países, ironía que sucede en México, Brasil, Bolivia, Venezuela, Argentina, entre otros.

Son raras las películas latinas de estos últimos dos años que han demostrado ser un buen negocio: "Sexo, Pudor y Lágrimas" (México), "Todo el Poder" (México), "La Estrategia del Caracol" (Colombia), "El Chacotero Sentimental" (Chile), o "Manuelita" (Argentina), películas de mucho éxito en sus propios países, pero son solo excepciones en una industria

tones, Rateros" ha logrado convocar a cerca de 110.000 espectadores en Quito y Guayaquil, con más de quince semanas en cartelera. Esto la convierte no solo en la película ecuatoriana más exitosa de la última década (y posiblemente de la anterior), sino también en una de las diez películas más taquilleras de los últimos años. Sin embargo, a pesar de tener tan buenos resultados y de haber tenido un costo relativamente bajo, inferior a US\$ 250.000, la película va a ser un fracaso económico si no consigue una distribución importante en el extranjero, pues el mercado ecuatoriano no logra sustentar por sí solo al cine nacional. Con un bole-



La película ecuatoriana más exitosa sería un fracaso económico a nivel local

to de cine que se promedia en menos de un dólar, la situación hoy en día es realmente dramática. A raíz de la terrible devaluación de nuestra ex-moneda el sucre, se ha dado una absurda guerra de precios entre los cines, que ha logrado mantener el boleto en Ecuador como el más bajo de Latinoamérica (excepto tal vez en Cuba), a pesar de tener uno de los porcentajes de asistencia mas altos del continente. Al dividir los ingresos entre productor y exhibidor, lo que queda a duras penas cubre una cuarta parte del costo de la película.

Puede parecer increíble que la película ecuatoriana más exitosa sea un fracaso económico a nivel local, por esta misma razón hay que poner la mira hacia afuera. De hecho, en el momento que el precio del boleto regrese al valor que tenía antes de la devaluación (hace un año y medio), se podrá contar con una película que genere entre cien y doscientos mil dólares en el Ecuador, con lo cual se cubriría un gran porcentaje de su costo (asumiendo que se trabajará con un presupuesto mínimo). Adi-

cionalmente, en Ecuador se maneja mucho la venta de paquetes publicitarios o de auspicio a empresas interesadas en tener una imagen pública favorable, con lo cual se puede cubrir el porcentaje restante e inclusive tener ganancia. Cualquier venta adicional hacia el extranjero, pequeña o grande, sería también una ganancia. De cualquier manera, esta visión un poco optimista no cambia el hecho de que el cine es un negocio de alto riesgo (aquí y en todas partes).

En el caso de "Ratas, Ratones, Rateros", el éxito obtenido en el Ecuador responde a que el público local se vio retratado en la pantalla. Una película puede tener muchos ganchos, y siempre es esencial que el guión y la dirección sean sólidos, al igual que las actuaciones y el lado técnico, pero uno de los mayores atractivos para el espectador es el poder identificarse con personajes y situaciones familiares.

El tener una ley de cine o un apoyo estatal ayudaría mucho a minimizar el riesgo implícito en es-



ta actividad, pero en las condiciones tan variables que tienen nuestros países, esta ley debe ser de alguna forma también auto-sustentable, de manera que logre perdurar. Entre las propuestas más interesantes que se discuten hasta ahora, se ha planteado el que un porcentaje de los impuestos a espectáculos públicos (por cierto, uno de los más altos en Latinoamérica, algo que se tienen que reducir ya) vaya hacia un fondo de producción local de cine. Habría que definir si un porcentaje de las ganancias de las películas deberían regresar a este fondo (algo lógico), de manera que se pueda continuar produciendo. Otra alternativa es que la empresa privada que invierte en una película (un producto cultural), pueda deducir esa inversión de sus impuestos. En realidad, fórmulas existen: es la burocracia y la corrupción de nuestros gobiernos lo que frena su realización. El único apoyo que brinda hoy el Estado al cine ecuatoriano es la exoneración de los impuestos altísimos que tienen los espectáculos públicos. Afortunadamente, los cines locales están interesados en mostrar películas ecuatorianas, ya que no existe un monopolio entre los exhibidores y los distribuidores. Esto no es así en toda Latinoamérica, pero como en todo sistema de oferta y demanda, en el momento que el público demuestre más interés por nuestro cine, los distribuidores y exhibidores tendrán que mostrarlo.

¿Una visión demasiado optimista?

No haría cine en mi país si pensara que no hay un futuro positivo para esta industria. Creo que es esencial para todos los países latinos tener material en las pantallas con el que nos identifiquemos y por eso siento una cierta obligación y orgullo por tratar de desarrollar nuestra industria cinematográfica. La competencia es igual de dura en todo el mundo y entrar al mercado norteamericano o europeo no es fácil, ni para los cineastas de esos países. Por naturaleza, el cine implicará siempre un riesgo muy grande, pero el reto está en encontrar la manera de minimizar las posibilidades de fracaso para seguir produciendo y eso se aplica tanto a Ecuador como a Latinoamérica y el resto del mundo.



En ausencia de reglas legales que la defiendan, la actividad periodística en América Latina está controlada por políticos y empresarios.

Este escenario alienta la corrupción de los comunicadores y condiciona a la prensa independiente

El periodista corrupto

Enrique Roldós
periodista uruguayo

Una de las materias preferidas de la prensa es la corrupción de los otros y escasas veces los periodistas nos interrogamos públicamente sobre qué sucede dentro de nuestra profesión. Esta situación condujo a que en Uruguay, hace pocas semanas, el director y propietario de la revista Posdata se agraviara porque algunos órganos de prensa informaron sobre las instancias judiciales en que se encontraba involucrado por delitos económicos. De inmediato se le contestó con un dato obvio: su revista difundía muy frecuentemente información surgida de los tribunales. No podía pretender ser una excepción.

Este caso es representativo de un fenómeno bastante extendido en el mundo, el del «periodista dueño de medios». Se trata de un híbrido profesio-

nal en el que se confunden la libertad de prensa con la libertad de empresa. Equilibrar en una misma persona el interés de lucro con el afán de verdad parece una tarea difícil, dado que los mismos se encuentran en permanente tensión. La situación se agrava en medios de pequeño o mediano porte sin demasiada solvencia económica.

Trabajo insalubre

En cambio el periodista profesional no padece esta tensión: recibe un salario y de él no se espera que hable de un mundo imaginario o recordado, sino que refleje e interprete la realidad. Sin embargo, no siempre el producto que recibe el público es el esperado, porque los medios no funcionan en ambientes de laboratorio. La posición política de la empresa, su inserción en un conglomerado multimedia y el peso de sus avisa-

dores -con gritos o susurros- ponen trabas a su línea periodística. En estas circunstancias -presentes en la mayoría de los medios latinoamericanos- el profesionalismo retrocede hasta embotarse, refugiándose en lo oficial y en aquello que afirman las fuentes interesadas. La investigación propia se transforma en una rareza y, cuando existe, muchas veces no está comprometida con el público sino que es funcional a los intereses de determinados grupos de poder.

¿Es corrupto el periodista que trabaja dentro de este esquema? No lo es necesariamente, ni la mayoría de las veces, pero sin dudas podría desarrollar su profesión en un medio que le proporcionara mayores libertades. Aun con las limitaciones que la empresa impone, se debe aspirar a un ejercicio honesto de la profesión; a que el periodista refleje la verdad, que actúe con equilibrio en los reportajes y en los espacios de opinión, en lugar de plegarse a los intereses del medio periodístico para el que trabaja.

Es corrupto aquel que, para ascender en su carrera, un día se encarniza interrogando a un candidato presidencial y al siguiente le sostiene el

**Es corrupto aquel que,
para ascender en su carrera,
un día se encarniza
interrogando a un
candidato presidencial
y al siguiente le sostiene
el micrófono a otro,
para que declare
lo que se le ocurra**

micrófono a otro, para que declare lo que se le ocurra. En Uruguay son varios los periodistas que han obtenido permisos para operar emisoras de radio como recompensa por su parcialidad en los reportajes. Obviamente, estas recompensas tienden a reproducir las adhesiones políticas y las restricciones a la información.

La falta de compromiso con la profesión y con la realidad -que evidencian las conductas antedichas- tienen un límite impuesto por las nuevas tecnologías y la globalización. El ingreso de la televisión para abonados alcanza, en algunos departamentos del país, una penetración del 80 por ciento y muestra otros ejemplos de periodismo, si no modélicos en sí mismos, largamente avanzados respecto a la situación uruguaya.

Política y negocios

El departamento donde la corrupción de los periodistas ha llegado más lejos en Uruguay es el de Maldonado, centro de blanqueo de dinero proveniente de Argentina, Brasil y Paraguay. Los pesados impuestos que afectan a los propietarios de residencias de veraneo llenaron las arcas municipales de Maldonado y dieron amplio margen de manejo a la administración para comprar medios y periodistas. Radioemisoras de color partidario opuesto a la administración municipal del Partido Nacional se volvieron repentinas partidarias de la misma, y siete periodistas locales fueron contratados en dependencias municipales. También en Maldonado, un periodista de la prensa escrita apareció de la noche a la mañana como dueño de una radioemisora de FM. Una grabación, presentada ante la Junta Departamental de Maldonado por un edil, evidenció la práctica de esta política; probó que a las radios y semanarios se los compraba con avisos y a los periodistas con empleos. De esta forma se clausuraba todo espacio para la expresión discrepante con el oficialismo, tanto local como nacional.

Existe asimismo otras formas menores de corrupción periodística, como la venta de tapas de revistas y suplementos para mejorar la cotización de algún jugador de fútbol o aumentar la de una

actriz, recurso muy utilizado en Argentina. En este proceso intermedian inevitablemente los periodistas. En Uruguay se constata abundantes casos de venta de tapas y notas «atadas» en suplementos económicos, a cambio de publicidad en los mismos o en los diarios a los que estos pertenecen. Los citados son subproductos periodísticos donde la calidad de redactor se une a la de productor publicitario, con un claro predominio de esta última condición, de modo que la nota que se publica es la que aporta publicidad.

En muchos países se utiliza también la venta de impunidad: en posesión de una noticia se negocia su no publicación a cambio de fuertes sumas de dinero. Claro que en estos casos la corrupción del industrioso empresario periodístico no tiñe necesariamente al periodista que obtuvo la información. Por el contrario, tiende a frustrar sus motivaciones y lo incita a buscar aires más propicios.

La vinculación entre propaganda y periodismo se advierte igualmente en la radio, detrás de reportajes a empresarios en espacios que no se definen

como «de negocios» o «de empresa», sino que parecen formar parte de los programas periodísticos.

En una importante cantidad de medios argentinos la crítica de libros, asociada a los intereses de las grandes editoriales, es un «clásico» del mismo calibre que la cinematográfica. El favoritismo de los cronistas se traduce luego en fajas elogiosas para los libros o extractos convidadores en los avisos de películas o cajas de videos. En estos casos el sobre de fin de mes, proveniente de los elogiados, llega a ser más voluminoso que el del diario para el que trabajan.





Corrupción del periodismo deportivo

El interés subalterno no se limita a la política sino que también se aprecia en el fútbol. Cuando la Asociación Uruguaya de Fútbol contrató con la firma Torneos y Competencias la exclusividad para la transmisión de los partidos de fútbol, los canales privados de televisión aérea uruguayos perdieron la posibilidad de emitir gratuitamente imágenes de los goles de los partidos de fin de semana. (En cambio, lo hizo un espacio privado contratado en el canal estatal). Este hecho les produjo un importante daño económico, razón por la cual comenzaron una campaña tendiente a revertir esta situación. Al cabo de los años, los mismos periodistas que argumentaron fogosamente en defensa de la «libertad de prensa» y se lamentaban de las privaciones que sufriría el público, dejaron de tratar el tema aunque la situación fuera la misma de antes. Sucede que sus canales adquirieron los derechos de transmisión, pero son dueños también de la televisión para abonados y los emiten por este medio.

En muchos países se utiliza también la venta de impunidad: en posesión de una noticia se negocia su no publicación a cambio de fuertes sumas de dinero

El periodista deportivo tiene el mismo deber de objetividad que quien se ocupa de asuntos políticos; sin embargo, mientras el cronista político tiene el trabajo más o menos asegurado, el deportivo depende del entusiasmo del público: a mayor entusiasmo, mayor audiencia y más lectores. Entre los que se desempeñan en este ámbito pocos se sustraen a la tentación de «inflar» a equipos y jugadores e ingresan así en una zona bastarda de la profesión. De esta manera, una aislada actua-

**Un caso uruguayo, que supera a todos los otros,
es el de un periodista cuya línea editorial consiste
en defender a un poderoso contratista de jugadores quien,
mediante el chantaje, ha llegado a controlar las decisiones
de los clubes y de la misma Asociación Uruguaya de Fútbol**



ción destacada de un jugador es juzgada como «consagración definitiva» y las especulaciones sobre su cotización millonaria en dólares están a la orden del día. La inflación alcanza a las consideraciones previas a partidos de selección que se aprecian difíciles. En estos casos se considera que el equipo es capaz de ganar «siempre que sus individualidades logren conjuntarse» o aparece el uso de alguna frase por el estilo. En las valoraciones posteriores se explican las malas actuaciones por el fallo individual de algún jugador que se hizo expulsar, la malignidad del árbitro, el fixture que favoreció al adversario, el estado de la cancha o el error del técnico. Son escasos los antecedentes de cronistas deportivos, respetados en el Río de la Plata, que se hayan animado a afirmar reiteradamente que hay cosas más importantes que el fútbol, ubicándolo en su verdadero lugar de entretenimiento en el que no se juega ni la patria, ni el honor, ni la identidad nacional.

¿Cuál es el móvil de este exceso? El traslado a otro país para transmitir la actuación de un equipo uruguayo. Esto representa la venta de publicidad en las transmisiones radiales y salarios extras y viáticos para los periodistas que se desplazan. Implica asimismo la venta de pasajes en charters organizados para «acompañar a Uruguay a ...».

Un caso uruguayo, que supera a todos los otros, es el de un periodista cuya línea editorial consiste en defender a un poderoso contratista de jugadores quien, mediante el chantaje, ha llegado a controlar las decisiones de los clubes y de la misma Asociación Uruguaya de Fútbol.

El caso de este deporte vale para otros como el automovilismo o el básquetbol y es fácilmente trasladable a otros países. Quizá sea esta la zona donde cuesta más reconocer al periodismo por debajo del negocio. Ello no implica que no existan quienes encaren este trabajo con profesionalismo, que atiendan el lado humano de los deportistas y juzguen con ecuanimidad las actuaciones de los equipos y jugadores. Pero pierden trece a cero frente a la enorme mayoría.

Raíz de la corrupción periodística

Aquí cabría preguntarse en qué es corrupto el periodista. Tal vez no lo sea tanto por el hecho de recibir dinero de terceros, como por el de engañar

ción del habeas data. Es justamente la ausencia del fuero periodístico -unida a una débil presión moral del gremio y la sociedad- quien permite que, impunemente, la corrupción se instale en la profesión. Solo la consagración de normas éticas, la colegiatura de los periodistas y la existencia de un cuerpo legal fuerte serán capaces de jerarquizar el trabajo periodístico. Ellos sí podrán crear reglas de juego que consagren el derecho a la información y el derecho a informar como un valor principal por defender.

Allí donde ya existan algunas de estas normas de-



a miles o millones de personas que no reciben lo que esperan de él, esto es una explicación sincera y exacta de la realidad.

¿Estuvimos refiriéndonos a la fatalidad, a un juego de buenos y malos? No; en realidad nos ocupamos de un problema estructural. La corrupción en la profesión periodística -fenómeno con el que convivimos habitualmente en América Latina- es el producto de democracias débiles en las cuales la prensa independiente es un bien escaso. Son las propias empresas quienes alientan la corrupción profesional y ésta se transforma, muy a menudo, en condición para el ingreso y el progreso laboral.

La corrupción de los periodistas es un fenómeno «ambiental» que no podrá erradicarse sin el establecimiento legal del fuero periodístico y la consagra-

berá darse la lucha por su profundización, con el fin de lograr -al cabo de los años- la creación de una cultura al respecto. Este resultado no será, por supuesto, fruto de un año ni de una década de esfuerzos.

Pero, debe entenderse, mientras la función de la prensa en la sociedad no sea estatuida legalmente y el rol de empresarios y periodistas no esté definido, la elevación del profesionalismo no será posible; menos aún la defensa de los periodistas que son perseguidos por cumplir con su deber.

Juan Jacobo Velasco
Periodista ecuatoriano

Parte crucial de ese fenómeno es el enfoque que desde la segunda parte de los noventa ha tomado la derecha en el ámbito proselitista. Y dentro de ese viraje, el eje se ha centrado en la concepción de una política "de logros" impulsada por el mentor de este cambio, el ex-alcalde de la comuna de Las Condes y ex-candidato presidencial de las recientes elecciones, Joaquín Lavín. Con una dinámica menos política y más administrativa, que se centra en la concreción de obras y, sobre todo, en su difusión, Lavín trató de forjarse la imagen del ejecutor que lleva a cabo lo que consensualmente desean los ciudadanos. Así, por lo menos, se proyectó a través de las ruedas de prensa convocadas para cada inauguración y lanzamiento de propuestas que generó como jefe de cabildo. Pero lo más impactante en términos de esa estrategia, fue el sistema de "consultas comunales", una especie de referéndum local que brindó a los ciudadanos la oportunidad de opinar acerca de decisiones administrativas, como la construcción de parques,

Nueva Imagen Electoral en Chile

Campañas de Lagos y Lavín

A partir del año 2000, como si se tratara de una renovación cronológicamente programada, la forma de hacer política en Chile no sería la misma. Esa es la gran conclusión a la que llegó el conglomerado social chileno luego de las últimas elecciones, las que demostraron que los mecanismos de mercado que han operado en el país durante las últimas dos décadas han influido de manera decisiva en el comportamiento electoral de la ciudadanía

centros comunales, etcétera.

El resultado fue la reelección de Lavín como alcalde de la comuna -uno de los municipios más ricos de Chile- con más del 70% de los votantes. Su éxito fue muy persuasivo para su partido, la Unión Demócrata Independiente (UDI), el ala más conservadora de la derecha chilena, que adoptó su estrategia para la campaña parlamentaria de 1997. Los candidatos se presentaron con una imagen más ejecutora que política, repitiendo mensajes claros y sencillos y, sobre todo, apareciendo al lado de Lavín como apadrinador de su futura gestión. Dado el esquema de representación chileno, en el que existe un sistema bipartidista, es decir, hay una garantía de que tanto la derecha como la centro-izquierda alcancen una representación. Esto obliga a los partidos definidos en una u otra línea a agruparse y a postular candidaturas acordadas en conjunto. Nuevamente la estrategia fue exitosa porque la UDI logró romper la hegemonía de sus socios más liberales, Renovación Nacional (RN), para aumentar de manera considerable su participación tanto en el Senado como en la Cámara de Diputados.



IMAGEN ELECTORAL
Juan Jacobo Velasco

Arriba simpatizantes de Lagos. Abajo simpatizantes de Lavín



El enfoque de la Concertación

Por su lado, la Concertación, como se denomina a la coalición que agrupa a demócrata cristianos, socialdemócratas y socialistas, también experimentó un cambio importante en su composición en dichas parlamentarias. Por primera vez desde el retorno a la democracia en 1990, las dos facciones de izquierda de la alianza, el Partido por la Democracia (PPD) y el Partido Socialista (PS), en conjunto alcanzaban una votación mayor que la Democracia Cristiana (DC), el partido que había liderado la Concertación y al que pertenecían los dos presidentes elegidos durante la vuelta a la democracia. Esto generaba un claro indicio en las huestes gobiernistas de la necesidad de un cambio, tanto en el enfoque como en el discurso y, a la vez, impulsaba las aspiraciones presidenciales del socialista Ricardo Lagos, líder natural de la izquierda concertacionista. Los nuevos patrones llevaron a que el candidato oficialista se dirimiera, por primera vez, a través de un proceso de primarias universales en las que podía participar cualquier ciudadano simpatizante de la alianza. Lagos utilizó un mensaje de cambio, haciendo énfasis en la necesidad de políticas sociales más progresistas, especialmente en el campo de la salud y la educación. Como referente tenía su exitosa experiencia como ministro de las carteras de Educación y Obras Públicas durante los gobiernos de Patricio Alwyn y Eduardo Frei, respectivamente. Su contrincante, Andrés Zaldívar (DC), fundamentó su discurso en los éxitos del gobierno bajo la égida democristiana y en una imagen más conciliadora que la de Lagos, lo que le permitió llegar a ser, primero senador y, posteriormente, Presidente del Senado. El resultado obtenido a mediados de 1999, luego de tres meses de campaña a nivel nacional, fue una victoria aplastante de Lagos, quien obtuvo el doble de la votación que Zaldívar y se consolidó como líder de la alianza, además de generar la percepción de su casi segura victoria para las elecciones de diciembre.

Las "Caravanas de Cambio" de Lavín

Con ese panorama, el futuro político de Joaquín Lavín parecía sellado, pues tenía la difícil misión de vencer a una Concertación que se mostraba unida luego de las primarias y, además, debía recuperar el terreno perdido frente a Lagos. Sin embargo, lejos de amedrentarse, diseñó su campaña extrapolando su concepción política desde el ámbito local al nacional. Decidió llevar el mismo mensaje concretista a todos los rincones del país, para lo cual empezó anticipadamente su participación proselitista recorriendo Chile a través de las denominadas "Caravanas del Cambio". La frase anticipaba el eje central de su campaña, porque deseaba mostrar una dimensión totalmente distinta de hacer política. Visualmente se presentaba más como un candidato a la directiva de un colegio que a la primera magistratura, con una comparsa que tocaba batucada en concentraciones repletas de jóvenes, llenas de los colores azul, rojo y blanco chilenos que engalanaban los camiones y las largas piernas de los zanqueros que encabezaban sus desfiles. Por un lapso de dos meses, Lavín se dedicó a estrechar manos, a bailar con las amas de casa más humildes, a fotografiarse con cuanto transeúnte asomaba en sus mítines, lo que generó una percepción totalmente contraria a la de una "derecha reaccionaria".

Por primera vez desde el retorno a la democracia en 1990, las dos facciones de izquierda de la alianza, el Partido por la Democracia (PPD) y el Partido Socialista (PS), en conjunto alcanzaban una votación mayor que la Democracia Cristiana (DC)

Adicionalmente adoptó una postura muy acorde al Chile de hoy: escuchar y responder al mercado. No en vano, al inicio del proceso electoral, mostraba un gráfico de barras en el que aparecían los principales problemas según los chilenos. Los más importantes: desempleo y seguridad pública. Los menos importantes: reformas constitucionales y reestructuración del Esta-



do. Dándole la vuelta al gráfico, Lavín señalaba que la clase política tradicional daba prioridad a lo menos importante para la gente, mientras que él veía el gráfico en su verdadera dimensión, asegurando luchar por solucionar lo más urgente. Esta primera etapa significó la aproximación del candidato, sin otro recurso que la publicidad que obtenía de la prensa que reportaba sus visitas y grababa sus comentarios, los que se apreciaban meditados por su claridad y concreción.

El manejo de la "imagen"

En octubre la campaña arrancaba oficialmente, con los dos contendientes exponiendo de manera creciente el grueso de sus propuestas. Adicionalmente, cuatro candidatos, representando posturas más alternativas (comunistas, humanistas, ecologistas, centristas) participaron con campañas mo-

destas en términos de los recursos de que disponían, pero interesantes en cuanto al tratamiento de los temas en los que centraron sus discursos, especialmente en la parte de medio ambiente y protección social. Por su parte, si bien en el contexto general Lavín y Lagos tenían más puntos coincidentes que discordantes, las aparentes similitudes eran más superficiales que medulares. Esta característica fue la que marcó sus mensajes y sus campañas en la primera vuelta.

Lagos trató de mostrar una imagen de estadista, la que si bien había sido forjada a través de sus ejecutorias ministeriales, debía refrendarse con su visión global del país y sus soluciones. Durante la franja electoral (espacio televisivo en el que todos los candidatos tienen derecho a exponer sus spots al mismo tiempo que los demás) fue pormenorizando en el tratamiento de los temas que le competen al Gobierno, en concordancia con su propio

discurso, que se percibía extenso y hasta cierto punto tortuoso porque concatenaba muchas ideas que para la generalidad de los electores eran difíciles de percibir como una totalidad. Además implementó más de cinco frases como cuñas, lo que empeoraba el acercamiento al contenido de su propuesta a la hora de publicitarla.

Los dos candidatos tocaron marginalmente un tema que en apariencia iba a incidir en las elecciones: la detención de Pinochet en Inglaterra



Una de sus debilidades era la percepción de la opinión pública de ser un hombre de carácter poco conciliador y, hasta cierto punto, prepotente. Esto empezó el día que emplazó a Pinochet de manera desafiante en un programa de televisión, en plena dictadura. Si bien una parte del público lo consideró valiente, dentro del espíritu conservador y de bajo perfil característicos de los chilenos, su acción fue considerada muy beligerante. Esta imagen la suavizó con una actitud más contemporizadora en sus entrevistas y discursos, lo que unido a la permanente compañía de su esposa y su hija, consiguió disminuir los temores de un mandatario poco afecto al diálogo.

De su lado, Lavín proyectó un esquema de campaña en el que la imagen fue el punto central. Nunca se apartó de un guión que se podría sintetizar en tres aspectos:

1. Su discurso respondía punto por punto a las exigencias del "mercado": seguridad ciudadana,

trabajo, dureza con la delincuencia, salud y crecimiento económico. Su mensaje era simple y se sustentaba en la capacidad ejecutiva del candidato. Sin embargo, también mostraba tintes populistas que se contradecían de su concepción económica, que como máster de economía de la universidad de Chicago, se centraba en la disminución del rol del Estado.

2. La extraordinaria publicidad que le dio a la única frase que empleó: "el cambio". Desde la música, la caravanas, los mítines, hasta las pancartas que superpoblaron las aceras de ciudades y pueblos chilenos, contenían al cambio como subtítulo a su nombre y apellido. Y es que Joaquín Lavín pudo apropiarse de esa frase tan poderosa y persuasiva, para presentarse como la alternativa que podía vencer y mejorar lo hecho por la Concertación en sus diez años de gobierno.

3. Lavín consiguió, de tanto repetirlo, convencer a buena parte de los electores de su inocencia

política. En todo momento fustigó al stablishment y su manera de determinar a base de negociaciones los acuerdos cruciales para el país. El candidato se autocalificó como apolítico, reiterando su deseo de pedir la colaboración de profesionales de todos los sectores.

A la aceptación de estas ideas contribuyeron una

imagen atractiva en lo físico e intachable en su gestión como alcalde, además de la presencia de su esposa y sus siete hijos en todos los eventos en los que participó, lo que marcó distancias respecto a Lagos (separado y vuelto a casar) en un aspecto frente al cual la sociedad chilena es muy sensible: el valor tradicional de la familia. Si bien manejó un bajo perfil



La extraordinaria publicidad de Lavín se basó solo en una frase: "el cambio".

Desde la música, la caravanas, los mítines, hasta las pancartas que superpoblaron las aceras de ciudades y pueblos chilenos, contenían al cambio como subtítulo a su nombre y apellido

en cuanto a su postura religiosa (es miembro activo del Opus Dei), Lavín utilizó su visión conservadora y católica como una herramienta a la hora de definir su posición en temas teñidos de un fuerte contenido moral, como el divorcio o el aborto.

Los dos candidatos tocaron marginalmente un tema que en apariencia iba a incidir en las elecciones: la detención de Pinochet en Inglaterra. Por el lado laguista, su postura debía estar en concordancia con la del gobierno, el que en esos momentos abogaba por el retorno del ex general fundamentándose en la no extraterritorialidad de la justicia y la posibilidad de un juicio justo en Chile. Lavín tenía que marcar distancias definitivas con Pinochet, para demostrar que su apolitismo no era nominal. Por eso los dos candidatos apoyaron la gestión del gobierno y garantizaron su total independencia frente a las decisiones del Poder Judicial en el caso de ser electos.

Conforme se acercaba la fecha de la elección,



la necesidad de una definición en segunda vuelta se volvía más una certeza que una posibilidad. La táctica empleada por Lavín, que creció en cuanto a las preferencias durante todo el proceso, lo ubicaba a escasos tres puntos de Lagos en la mayoría de las encuestas, con un entre ocho y diez por ciento por repartirse entre los demás candidatos. Los resultados de los sondeos simplemente ratificaban la sensación generalizada de un Lagos difuso y de una Concertación desgastada por el ejercicio del poder, y la potente llegada del discurso del cambio de un candidato que, en apariencia, lo representaba. Sin embargo, las expectativas apuntaban a una victoria laquista relativamente estrecha, pero que incluso podía llevarlo a vencer en la primera vuelta.

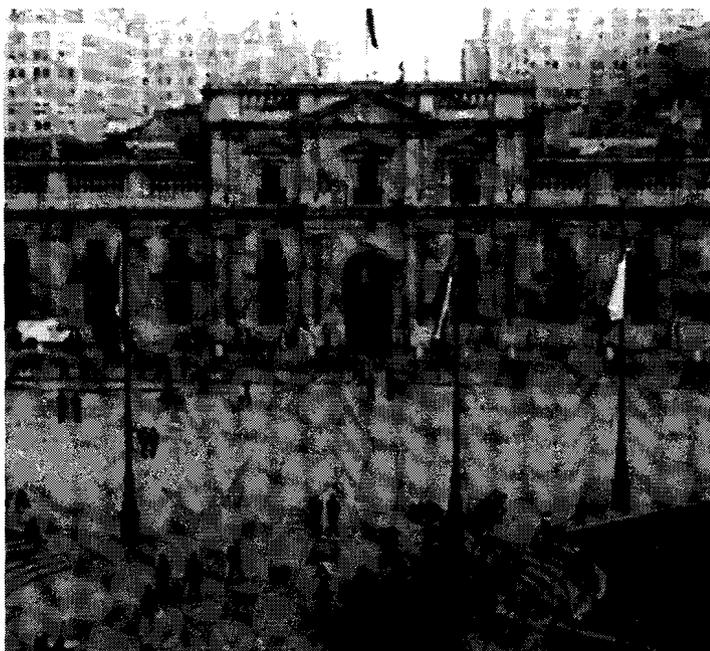
El resultado del domingo 12 de diciembre causó conmoción cuando Lagos apenas aventajó a Lavín con cuatro décimas, dejando al resto de candidatos un modesto cuatro por ciento. Si bien se esperaba una fuerte competencia, lo que sorprendía era el escaso espacio que quedaba en disputa, quedando en claro la polarización a la que se había llegado entre "cambistas" y "continuistas". Y en este sentido se abrían aún más las incertidumbres porque si bien tres de los cuatro outsiders eran de izquierda, de alguna manera también representaban una postura de cambio. Tampoco dejó de llamar la atención la ventaja que había alcanzado Lavín en el voto femenino -seis por ciento- lo que evidenciaba que su ima-

gen generaba un compromiso en el inconsciente de las mujeres. Como manifestaba el psiquiatra Marco Antonio de la Parra "las mujeres prefieren a alguien que como Lavín después de trabajar se ponga a jugar con los hijos, que a un hombre como Lagos que está demasiado ocupado pensando en cómo solucionar los problemas del país". Otro aspecto aleccionador de la primera vuelta fue que las regiones donde Lavín había ganado eran las más afectadas por el desempleo. Su discurso había sido especialmente efectivo en un año que como 1999 estuvo marcado por la alta cesantía (el desempleo aumentó de 6% a 11%) producto de la crisis económica y el proceso de ajuste.

Nuevas estrategias

Este éxito le imprimió al representante de la derecha un espíritu ganador y lo convenció de lo asertivo de su estrategia, generándose un refuerzo en cuanto al eje de la campaña (el cambio) y una actitud más "comunitaria" frente al electorado, con el slogan "tu voto más un voto", en el que se mostraba a la vez de agradecido, necesitado del apoyo de un gran sector del electorado, ése que mostraba inconformidad frente al gobierno de la alianza. Prosiguió con su esquema intimista frente a un electorado que ya lo conocía, reiterándoles el compromiso de un gobierno eficaz y, sobre todo, "capaz de escuchar a la gente".

Por su parte, Lagos cambió radicalmente su estrategia. La misma noche en que la pírrica victoria ennegrecía el panorama inmediato, nombraba a Soledad Alvear (DC) -una de las figuras descollantes de la administración Frei- como su nueva directora de campaña. Esta acción tenía dos propósitos: generar un mayor compromiso por parte de los demócratas populares, quienes hasta ese momento se mostraban poco activos, y establecer un vínculo más estrecho con el voto de la mujer a través de una figura femenina atractiva. Además modificó el formato de sus slogans y su imagen en los



spots, utilizando una frase que si bien no era tan poderosa como la del cambio, daba a conocer su propuesta y lo comprometía frente al país: "crecer con igualdad". En este sentido, si su propósito era atraer al electorado en disputa, que si bien era escaso no dejaba de tener importancia, la idea estaba mejor perfilada porque concretaba una aspiración latente en ese segmento electoral luego de más de una década de crecimiento económico: justicia social.

El resultado final, luego de un mes de campaña adicional, fue la victoria de Lagos por 51 a 49 por ciento

Los resultados

Esta vez las empresas encuestadoras no se atrevieron a dar un pronóstico porque las diferencias estadísticas eran mínimas, lo que hablaba de un eventual empate. Sin embargo, se abrigaban más esperanzas en un triunfo de Lagos debido a que del cuatro y medio por ciento que se disputaba, tres y medio correspondían al Partido Comunista, el cual, si bien se manifestó por el voto nulo para la segunda vuelta, era más factible que apoyara a Lagos por su antagonismo con la derecha. Además, se observaba un mayor compromiso de todos los partidos de la Concertación motivado por el temor real de una derrota y un paulatino agotamiento de "el cambio" como frase diferenciadora porque a la postre su concepto era muy abierto y Lavín no se esforzaba en concretarlo.

El resultado final, luego de un mes de campaña adicional, fue la victoria de Lagos por 51 a 49 por ciento. Quizás, el principal "resultado" fue la lavinización del candidato concertacionista y de los partidos de la alianza -y, por qué no, de la clase política chilena- porque en la segunda vuelta utilizaron una estrategia muy parecida a la del candidato derechista en cuanto a aterrizar sus conceptos y a personalizar las propuestas. Por otra parte, el manejo de la imagen y el discurso simple, la utilización de las encuestas y el diseño de estrategias a base de los requerimientos de "el mercado", constituyeron un cambio acorde al nuevo esquema, bajo el cual funciona la sociedad chilena contemporánea. Independientemente del resultado, Joaquín Lavín demostró que los patrones de mercado y las dualidades que provocan serán una constante en la vida política de los chilenos de principios de siglo.

Verificadoras de audiencia
*¿Son confiables
los estudios
de sintonía?*



En las últimas décadas, varias han sido las denuncias en torno a la veracidad y objetividad de los estudios de opinión de sintonía de televisión, donde se asegura que los rating no reflejan la real aceptación de la población ante un programa determinado

Sergio Gaete Martínez

Periodista chileno

Esto ocurrió recientemente en Ecuador, cuando un programa de televisión, de corte sensacionalista, acusó a la empresa que desarrolla los estudios de sintonía de perjudicarlo ante su competencia, pues dicho espacio era situado por debajo de otros que se transmitían a la misma hora en otros canales.

El hecho, que no afectó a los televidentes, sí generó un revuelo entre los involucrados, es decir, los canales de televisión, las agencias de publicidad y los auspiciantes, ya que se puso en tela de duda el método utilizado, así como la tecnología para realizar la encuesta de sintonía.

La acusación fue dirigida directamente contra la empresa americana ACNILSEN, que desde 1998 está asociada a la brasileña IBOPE-GROUP, que dieron paso así a un monopolio multinacional que controla los principales mercados en América Latina y el Caribe.

Pero, ¿qué son los rating...existe una medición real para saber qué ve la población a una determinada hora del día?

Historia de los Rating

Los estudios de sintonía se vienen realizando desde hace más de cuatro décadas en la región, y la metodología utilizada ha ido variando con el pasar del tiempo y el desarrollo de las tecnologías en el área de las comunicaciones.

En un principio, se aplicó el método Considen-

tal, que consistía en visitas diarias a los hogares seleccionados y a través de llamadas telefónicas. La información obtenida era anotada en un cuadernillo, para luego, ser procesada manualmente.

Posteriormente, se introdujo el método Diario, mediante el cual se dejaba en cada hogar una libreta o cuadernillo donde constaba el día y la hora, para que la familia seleccionada llenara los datos sobre los programas que veía durante la semana.

“En ambos métodos, la empresa encuestadora dependía completamente de la familia seleccionada. En muchos casos, los cuadernillos eran llenados en un solo día, lo cual no garantizaba una real fidelidad”, reconoció Edgar Duque, Gerente General de la empresa IBOPE-TIME del Ecuador.

Por ello, agregó, cuando se desarrolló en la década de los 70 el Meter (un equipo electrónico) estos problemas se solucionaron en gran medida, ya que la dependencia de la empresa dejó de ser tan directa del grupo familiar.

Actualmente, el sistema People Meter se ha perfeccionado y mide segundo a segundo el encendido y cambio de canal. Este equipo está compuesto de tres partes: una computadora con display alfanumérico; una fuente de poder; y, una unidad de control remoto, que permite registrar automáticamente a la persona que se encuentra viendo un programa de televisión a una hora determinada.

Con este aparato se puede registrar a los miembros de la familia y sus visitas, hasta un máximo de 16 televidentes, por sexo y edad, con una confirmación periódica de audiencia durante el transcurso del día. A ello se suma la información previa obtenida por la empresa encuestadora sobre el nivel socioeconómico y profesional, entre otros datos, de cada integrante del núcleo seleccionado, lo cual se anexa -de ser el caso-, a estu-

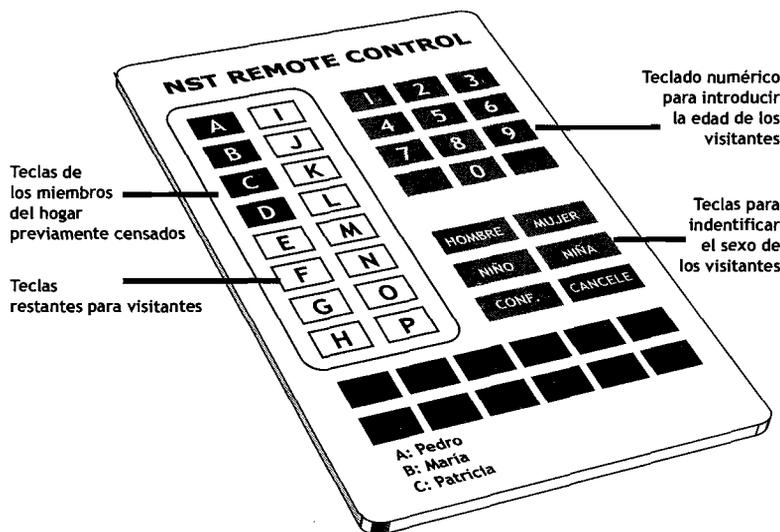
dios específicos que se requieran.

El mecanismo en este sentido es simple. Cuando un miembro de la familia enciende un televisor, éste debe identificarse y registrarse colocando su letra en el control remoto, que previamente le fue asignado y que está en la memoria del Meter instalado y que corresponde a su nombre.

Cuando un hogar tiene más de un televisor, se instala un Meter en cada aparato, excepto en los portátiles, los cuales están conectados a uno que hace la función de matriz para guardar toda la información. Por ello, el estudio de sintonía de televisión "es por hogar y por persona".

La información se guarda durante todo el día con su hora, fecha y canal seleccionado. Estos datos son almacenados y enviados vía telefónica de manera automática a una computadora cen-

En el caso del Ecuador, por ejemplo, el estudio de sintonía se realiza en 550 hogares, y debido al poco desarrollo de las telecomunicaciones, la empresa IBOPE ha instalado 300 teléfonos celulares



Localización de los estudios

Los estudios de sintonía se realizan en las principales ciudades y centro urbanos de un país, ya que en ellos se concentra el mayor número de habitantes, y por ende, de los potenciales consumidores.

Para ejecutar esta muestra, las empresas encuestadoras de sintonía utilizan una serie de metodologías, para sacar una muestra maestra de la población por estudiarse, la cual incluye a los sectores de altos, medios y bajos ingresos, y que a su vez, sean representativos de sus respectivos estratos sociales.

Por ello, la población objeto de estudio está integrada por hogares particulares, que deben mantener su anonimato para garantizar la seriedad del trabajo.

Las características de la población son proporcionadas generalmente por las direcciones nacionales de estadísticas y censos de cada país, y la selección de los hogares se realiza con metodologías y estadísticas matemáticas con estándares internacionales, cuyo margen de error se sitúa alrededor de un 3%.

tral que procesa la información durante la noche, para que en las primeras horas de la mañana, llegue vía Modem directamente a los clientes.

Cuando un hogar seleccionado no tiene una línea telefónica, la empresa encuestadora instala una línea celular para uso exclusivo del estudio.

En el caso del Ecuador, por ejemplo, el estudio de sintonía se realiza en 550 hogares, y debido al poco desarrollo de las telecomunicaciones, la empresa IBOPE ha instalado 300 teléfonos celulares.

Con la muestra operativa, es decir, hogares que tienen el People Meter, se obtiene la información cuantitativa sobre la sintonía de cada hogar y de cada miembro de él, y la "máquina registra lo que cada uno de ellos ve, mas no el por qué se ve un programa X", sostiene el gerente de IBOPE-Ecuador.

Agrega que el tamaño de la muestra depende de cada país, pero la selección de los hogares responde a una metodología internacional, es decir, los hogares escogidos deben tener características comunes: región, nivel socioeconómico, número de televisores y de miembros, con las respectivas diferencias que dividen a los estratos sociales.

Por ejemplo, en Ecuador se estudian las ciudades de Quito y Guayaquil, porque concentran más del 50% de la población y más del 70% del poder adquisitivo del país. La muestra a la vez, se divide y representa a un 48,8% de la población de bajo ingresos, a un 41,5 % de ingresos medios y, a un 9,7% de ingresos altos.

En Chile, en cambio, el rating de sintonía se lo realiza en la capital Santiago, donde vive cerca del

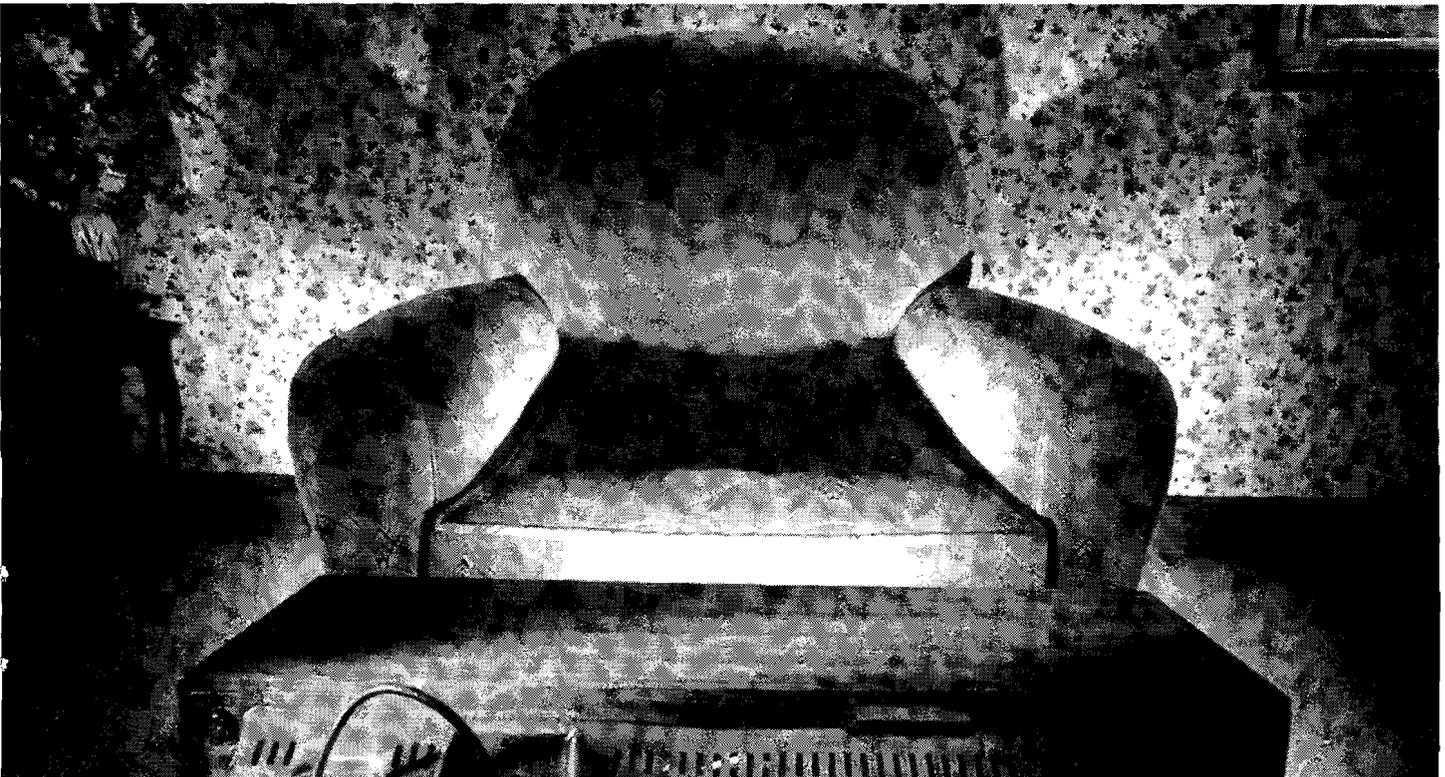
50% de la población. En Colombia, este estudio se ejecuta en diez ciudades.

Por ello, señala el gerente de IBOPE-Ecuador, el tamaño del universo por estudiarse varía en proporción de país en país y responde a las necesidades del mercado. Por ejemplo, la muestra en Ecuador abarca a 550 hogares; en Chile 300, en Colombia 660; y, en los Estados Unidos a 5000.

"Ello determina que cada hogar tipo elegido para el estudio, represente, según el tamaño de la población, un número determinado de familias", agrega Duque.

En Ecuador, los 550 hogares seleccionados representan cada uno a cerca de 1.200 familias, para una población estimada de 12 millones de habitantes. En cambio, en los Estados Unidos, cada hogar escogido representa a 48.000 familias, para una población estimada en 240 millones de personas.

Actualmente, los estudios de sintonía se realizan en todo el mundo y en los principales mercados de la región como Argentina, Brasil, Chile,



Colombia, Costa Rica, México, Panamá y Venezuela, así como en varias naciones de El Caribe, por parte de la empresa brasileña IBOPE y su socia, la norteamericana ACNILSEN.

ACNILSEN e IBOPE, se sitúan, según los últimos estudios de mercado, en el primer y décimo octavo lugar, respectivamente, entre las 25 empresas más importantes del mundo que desarrollan este tipo de trabajo.

La credibilidad en las encuestas

Aunque los estudios de sintonía en TV están altamente tecnificados, ello no implica que no se puedan cometer errores, pues ningún sistema es infalible, reconoce el directivo de IBOPE, quien sostiene que su empresa descarta el 10% de las encuestas, pese a tener un 95% de confianza entre sus clientes.

Los errores en este sentido, asegura, pueden ser técnicos al no poder comunicarse con un hogar seleccionado vía telefónica, o porque se daña el People Meter; o simplemente porque un miembro de una familia no se registró al encender un televisor y que ingresó mal su identificación, agrega.

En este sentido, el Vicepresidente de Noticias de la estación de televisión "Gamavisión" de Ecuador, Lolo Echeverría, canal asociado a la cadena mexicana Televisa, dijo confiar en un 90% en los estudios de sintonía.

"Este estudio es bueno, ya que funciona en todos los países y es aceptado por todos los interesados, así como por la firma que lo realiza", afirmó Echeverría, quien recordó que en el pasado, cuando más de una empresa realizaba los rating, cada canal utilizaba el que más le convenía para atraer a los auspiciantes. Ahora, agregó, "todos nos regimos con el mismo informe".

Por su parte, el gerente de IBOPE-Ecuador, aseguró que con las nuevas tecnologías y metodologías, "es imposible cambiar la información para perjudicar a un cliente X y beneficiar a su competencia, ya que los miles de datos obtenidos cada día, son procesados automáticamente y los clientes tienen acceso directo a ella vía Modem".

Sin embargo, para mantener la metodología aplicada y prevenir problemas de colaboración, las

empresas encuestadoras realizan auditorias internas cada vez que los clientes las soliciten y cada cuatro años, como máximo, cambian los hogares de la Muestra Operativa de estudio, es decir a las familias que tienen los Meter instalados en sus casas..

CompanY	HQ	Research revenue (U.S. \$mn)	%Change 98/97	
1	AC Nielsen Corp.	USA	1,425	0.8
2	MS Hea'th Inc.	USA	1,084	7.6
3	The Kantar Group 2	UK	675	13.6
4	TN Sofres plc	UK	549	10.7
5	Information Resources Inc.	USA	511	12.1
6	NFO Worldwide 3	USA	424	8.3
7	Nielsen Media Research	USA 4	02	12.1
8	GfKGroupAG	Germany	353	6.5
9	IPSOS Group SA	France	226	12.8
10	WestatInc	USA	205	12.9
11	The Arbitron Company	USA	195	10.0
12	United Information Group	UK	182	6.9
13	Maritz Marketing Research Inc.	USA	169	18.3
14	TheNPDGroup	USA	139	24.7
15	Video Research ltd.	Japan	138	3.7
16	Market Facts Inc.	USA	137	21.4
17	Marketing Intelligence Corp.	Japan	80	4.4
18	IBOPE Group	Brazil	73	28.1
19	J.D. Power and Associates	USA	65	25.8
20	AuditsandSurveysWorldwideInc	USA	58	-15.4
21	Opinion Research Corp International	USA	58	7.2
22	Dentsu Research lflC.	Japan	55	10.0
23	Burke Inc.	USA	52	19.6
24	Sample Institut GmbH & Co. KG	Germany	52	3.9
25	Roper Starch Worldwide	USA	51	13.6
Total			7,358	- 8.6

Aunque los estudios de sintonía en TV están altamente tecnificados, ello no implica que se puedan cometer errores

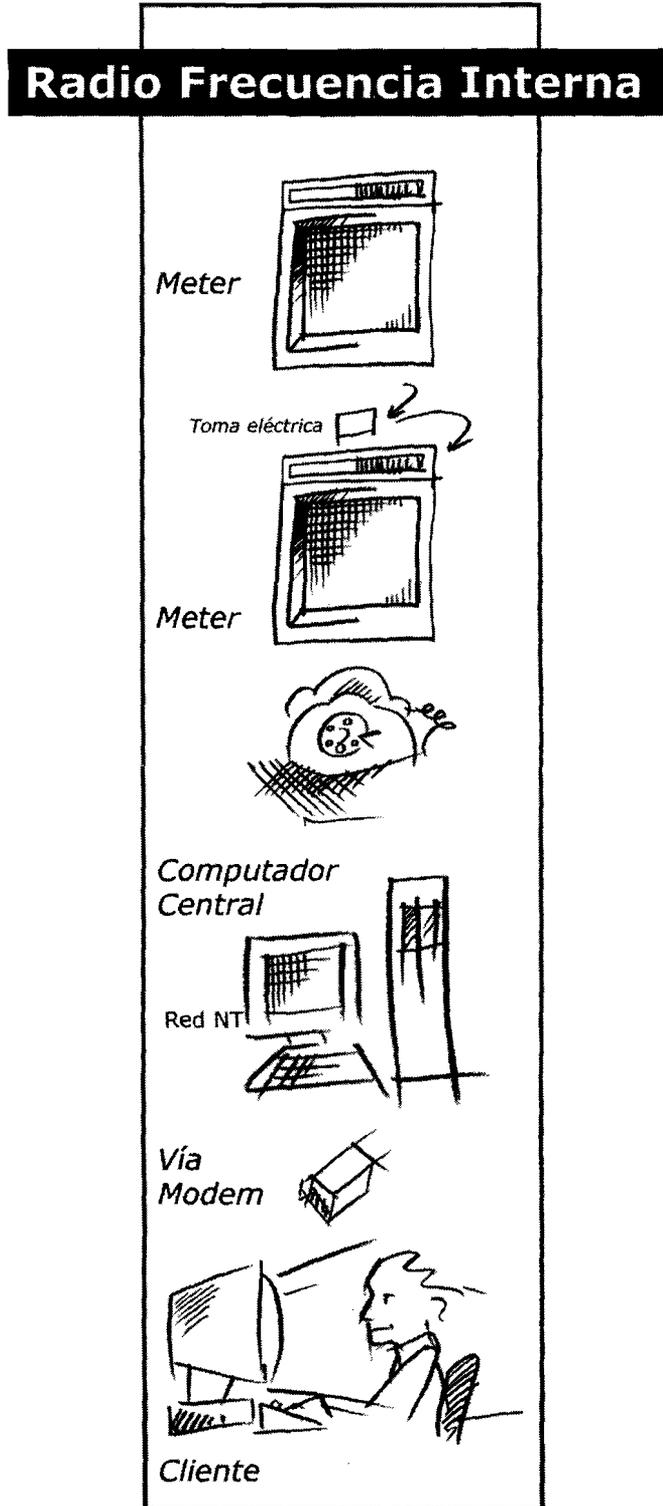
Para qué sirven los estudios de sintonía

Quienes utilizan estos estudios de sintonía son las empresas de televisión, las agencias y los auspiciantes, ya que con ellos pueden determinar qué hacer para introducir un producto determinado a una población específica.

En el caso de la televisión, señala el Vicepresidente de Gamavisión-Ecuador, estos estudios "nos permiten saber cómo están nuestros programas y su nivel de aceptación y audiencia y así, podemos decidir si los mantenemos, cambiamos de horario o los sacamos de la programación general".

Situación similar sucede con los auspiciantes y agencias de publicidad, sostiene el gerente de IBOPE, quien señala que con estos nuevos métodos y tecnologías, una empresa puede elegir el horario ideal para dar a conocer sus productos, porque conocen qué personas ven televisión a una hora determinada.

Sin embargo, y pese al alto grado de credibilidad de los estudios de sintonía, las estaciones de televisión realizan periódicamente sus propios sondeos, mediante las llamadas telefónicas que reciben por parte de los televidentes ante un programa X.





¿Quién oye?

*¿Los del norte de Quito ¿Los del centro?
¿Los hinchas de la Liga? ¿Los taxistas?
¿Una élite sin prejuicios raciales, ni sexuales?
¿Es La Luna una radio de aniñados? Si y no.*

*Lo que es la vida: La Luna debió ser
una radio popular, en cambio la escuchan
ciertas capas medias y altas, un sector "progre".*

*Es una audiencia que aborrece la oligarquía,
el autoritarismo, la chabacanería, y al mismo tiempo detesta
el ortodoxo y anquilosado discurso de algunos sindicaleros*

La Luna:

Una experiencia radial en la caída de Mahuad

Un médico decía el otro día: "Los movimientos sociales" seguramente se sienten identificados con La Luna, pero la audiencia de la radio no se siente representada por esos "movimientos sociales" sino por la emisora misma.

Cuando nació La Luna el entonces alcalde de Quito Jamil Mahuad fue uno de los padrinos. Luego llegó a la presidencia y la emisora respaldó la firma de la paz con el Perú. Nos parecía lo correcto. Le tenemos terror al costo de la guerra y a los falsos patrioterismos. Apoyamos la paz aun a costa de nuestra audiencia. En las "Tribunas Ciudadanas" que son los programas de teléfono abierto algunos oyentes nos criticaron llamándonos "mahuadistas, peruanófilos". Asumimos el riesgo.

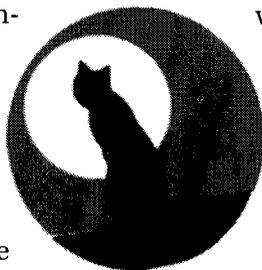
La antesala del desencanto

El pacto del Mahuad con Nebot para lo del 1% a la Circulación de Capitales, fue el primer paso de la gran decepción. De allí en adelante cada "metida de pata", cada indecisión, contribuía a hundirle más y más al régimen. Y a nosotros nos iba aumentando la desgana, la incertidumbre: ¿Qué le pasa a este hombre que parecía tan sensato?

Aun así, en la crisis de marzo del 99 con los taxistas tomados la capital y en la de julio con la presencia de más de 15 mil indios en Quito, la radio abonó el terreno para la caída de Mahuad. La prisión del ex-banquero Fernando Aspiazu hizo que en los sondeos ciudadanos, entre el 40 y el 50 por ciento de las llamadas telefónicas todavía le dieran "chance" pidiéndole rectificación al presidente, no su renuncia.

Una de las caricaturas musicales que hizo La Luna decía así en ritmo de son:

"No me dolorices Jamil,
no me dolorices,
cuando aún no sanan muy bien
viejas cicatrices"



**Apoyamos la paz aun a costa
de nuestra audiencia.
En las "Tribunas Ciudadanas"
que son los programas
de teléfono abierto
algunos oyentes
nos criticaron
llamándonos
"mahuadistas, peruanófilos"**

Y no por los dólares o anuncios de la dolarización sino por el dolor que causaba cada mal paso del presidente que era peor que el anterior. Pero el desencanto se convirtió en ira. Las noticias de la plata entregada a los banqueros corruptos, los tres millones de dólares que le regaló Aspiazu a Mahuad para la campaña más el feriado y el congelamiento, hizo que se virara la tortilla. A las

vacaciones navideñas fuimos con la sensación de que el ambiente olía a comida para gallinazos.

"Prepara todo el equipo de emergencia" recuerdo que le dijo Luis Ramirez Pozo, coordinador informativo del noticiero a Ingrid Coba, productora ejecutiva: "Celulares, minidisk..." Los primeros diez días de enero del 2000 tuvimos como entrevistados a los dos lados de un conflicto que crecía. Jaime Durán, Teodoro Peña, Benjamín Ortiz, Juan Falconí, representando la perspectiva oficial. Ofrecían una imagen sólida, ingenuamente sólida del gobierno. No estaban ni preocupados. Antonio Vargas, Guillermo Landázuri, Salvador Quishpe entrevistados desde el otro sector, decían que la crisis recién comenzaba. Una entrevista que hizo crecer los rumores fue la de Francisco Huerta. El convocaba a una Asamblea de Quito para "tomar cartas en el asunto".



**Los shamanes
invocaban fuerzas
naturales y sobrenaturales,
la multitud corría, saltaba,
gritaba; arriba
la blanca diosa jugaba
a las escondidas**

Claro que había rumores. Que los militares le habían dicho a Mahuad que tenía que decir tres cosas en el mensaje de año nuevo:

1) Que no regresaba Bucaram, 2) Que no salía de la prisión Aspiazu y 3) Que metería en la cárcel a "unos banqueros más". Mahuad no hizo ninguno de esos anuncios.

En cambio decretó la dolarización. Se cruzaron apuestas. ¿Se había salvado? En la radio pensamos que no. Para debatir la dolarización y las circunstancias en las que fue tomada planificamos debates. Lo del jueves 20 de enero nos tomó de sorpresa.

Entre lunas y shamanes

Esa noche se producía un eclipse de luna. La radio diseñó una jornada especial de cobertura de ese evento astronómico. Desde los estudios se llevaba a cabo una aproximación más cultural. Desde el observatorio en La Alameda estuvimos un grupo de periodistas para informar sobre la dimensión más científica del fenómeno. Entre telescopios e interferómetros presenciábamos el asedio indígena al Palacio Legislativo. Un momento de la transmisión en vivo lo dedicábamos a seguir las incidencias del ocultamiento de la cara visible del asteroide selenita y otro a "perseguir", micrófono en mano, los mitines y marchas desde la Maternidad Isidro Ayora hasta la Iglesia de El Belén.

Acá abajo los shamanes invocaban fuerzas naturales y sobrenaturales, la multitud corría, saltaba, gritaba; arriba la blanca diosa jugaba a las escondidas.

A la una de la mañana concluimos la transmisión. Y llevamos todos los equipos a la estación. No sabíamos que al día siguiente los íbamos a necesitar y de manera urgente.

Ese viernes 21, estaban invitados como entrevistados los dirigentes petroleros, pero ellos mismos no sabían que pasaba.

Abrimos nuestra famosa tribuna ciudadana. La gente en las llamadas telefónicas no sabía si apoyar a los indígenas que asediaban a ese desprestigiado con-

greso o hacer caso de algunas imágenes de televisión que los hicieron aparecer como unos salvajes que pintarrajeaban las caras de funcionarios que habían quedado atrapados en algunas dependencias. De todas maneras las llamadas telefónicas que salían al aire decían que Mahuad debía salir ya. Había insultos, que ya se habían dado demasiadas oportunidades, que alguien que había entregado la plata a Aspiazu no merecía más confianza. Hubo gente que lloró por la radio. Nunca ha habido censura en La Luna cuando hay llamadas al aire y menos ese día.

Una fuente fidedigna nos alertó de la inminente toma. Se refuerza el equipo noticioso en el legislativo y se decide transmitir en vivo las incidencias. "Se logró meter la Sandy al plenario" nos cuenta Ingrid. Se refería a Sandy Chávez que formaba parte de ese grupo de cinco reporteras en torno al Palacio Legislativo. Janeth Ganán, en cambio, estaba en el Palacio Presidencial y Carlota Iñiguez en el Ministerio de Defensa, "por siaca..."

Luis Ramiro interrumpe su reporte para el satélite de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALRED "Perdón, perdón, los indios entraron a Palacio".

Ahora sí parecía cierto. Lo que pasó es que el sábado anterior 15 de enero nos hicieron ir de gana a la radio. Dijeron que miles de indígenas llegaban a Quito y total nada. Lunes 17 nadie en el Arbolito. Martes, pocas personas en El Ejido. El miércoles 19 reportamos desde la madrugada que la gente "había entrado a lo bestia" más de cinco mil entre adultos, "guaguas", mujeres y jóvenes.

Cobertura en vivo

Volvamos al viernes 21. La decisión de que Ingrid Coba, nuestra productora ejecutiva y una de las periodistas más experimentadas reforzara el equipo informativo en el Congreso fue acertada y nos dio resultados. Ella narró desde su perspectiva lo que ocurrió ese día.

"Cuando llegué vi gente con banderas. Las puertas por donde yo siempre he entrado estaban cerradas y los indios escogían quienes debían entrar.

-Es de La Luna, déjenle entrar- oí desde fuera.

Celular en mano corrí tras unos militares. Se iban a reunir. ¡No pasan los medios! fue la orden. En medio de gritos, órdenes y contraórdenes, paso con Bernardo Abad de Ecuavisa. Todavía al día siguiente, recuerdo, tenía moretones en mis brazos producto de empujones y halones de civiles y militares. Dirigentes y militares suben al despacho de Pons. Entran los militares y entra el Bernardo.

-Retírese señorita periodista- me gritan desde el lado derecho.

-No me voy a retirar- les contesto, y me siento arimada a una de las paredes del corredor.

-Retírese- me repetían una y otra vez. Tenía miedo que me empujaran y me sacaran a empujones. Me agarré de una puerta. ¡Estoy en vivo, estoy en vivo, dame el paso inmediatamente Paco! -casi gritaba por el celular-.

La Luna FM estaba en vivo y el Bernardo solo grabando para su canal. -¿Estás en vivo?- me preguntan, les contesto afirmativamente haciéndoles escuchar en mi radio receptor portátil la señal de la estación. Los canales de televisión no podían pasar por microonda algunas cosas, porque les habían cortado los cables. Ahí dimos un buen golpe en la radio que fue como un pequeño premio al trabajo de seguir todo paso a paso, de sacar todo en vivo rompiendo la programación habitual. Ese golpe sucedió en cuanto hizo su ingreso el Coronel Fausto Cobo, director de la Academia de Guerra del Ejército, sólo nosotros difundimos en vivo y en directo sus primeras declaraciones. Además quedó como la única y exclusiva grabación, como bien lo reconoció el diario El Comercio, porque a Bernardo Abad le arrebataron el video cassette y se lo dañaron. Había corrido el rumor entre los manifestantes de que alguien le llevaba información a Mahuad y este buen periodista (Abad) pagó los platos rotos por ese rumor. Eso pasaba arriba ¿Y abajo?

Los medios reclamaban con justo derecho que las declaraciones se dieran a todos. Indios y militares ya monitoreaban. -"Si no está sacando en vivo, no le hables- se decían los unos a los otros".

A las trece horas se produce la primera baja en el equipo periodístico. En una de las escaramuzas



Parte del equipo del noticiero

Al frente de la manifestación iba gente de la calle, jóvenes que se iban sumando, luego estaban algunos soldados con sus armas en ristre

entre policías y manifestantes en el centro de Quito nuestra periodista Monserrath Astudillo viéndose atrapada en una nube de gases lacrimógenos y ya sin poder respirar intenta romper el vidrio de una casa. Quería refugio. Con la mano en la que tenía el handy rompe el cristal y se hiere profundamente con la consiguiente hemorragia y sutura posterior.

En el reporte desde Carondelet, Janeth relata que los soldados dijeron que tienen que salir todos los periodistas y que si se quedaban era por su propia responsabilidad. Janeth se queda.

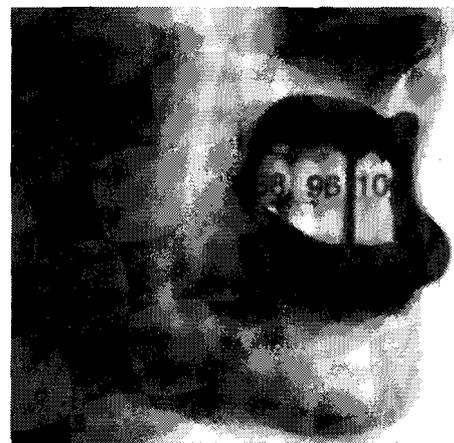
Durante todo el día mantuvimos la transmisión en el aire; por supuesto que también recibíamos la opinión de la gente. Vecinos del edificio del Banco Central, haciendo de reporteros contaban lo que allá ocurría. "Que hay gente que está saliendo con unas maletas, que ya llega un

helicóptero". Lo que pasaba era que había llegado parte de la reserva monetaria internacional dos días antes y se organizaban operativos de seguridad para poner a buen recaudo ese dinero.

En la tarde, para la marcha hacia el Palacio Presidencial también desplegamos todo el equipo periodístico reforzado. Ingrid nuevamente es designada para ir a cubrir desde el centro de ese multitudinario mitin que iba a Carondelet. Nuevamente ella recuerda lo que pasó:

"Al frente de la manifestación iba gente de la calle, jóvenes que se iban sumando, luego estaban algunos soldados con sus armas en ristre. Cada cuadra paraban, había desacuerdos, tensión y nerviosismo.

-Que no encabezen la marcha los que tienen armas, que nos vean que llegamos sin armas-



Programación Educativa:

- Cultura de Paz
- Derechos humanos
- Equidad
- Sustentabilidad
- Economía solidaria

La mayor cobertura informativa de América Latina. Noticias hechas en América Latina

Red Quechua Satelital:

Quichuas y quechuas unidos en una sola programación del satélite

Programas Musicales

Insumos:

- Música
- Programas especiales
- Efectos de sonido

Programación evangelizadora: La vida cotidiana con ojos de buen cristiano



ALRED: Tecnología de punta en tu radio
asociación latinoamericana de educación radiofónica



-No, hay que resguardar la marcha, que vayan adelante los militares-

Las alambradas cerca a Palacio estaban abandonadas y las fuerzas militares de la guardia presidencial se concentraron en la propia Plaza Grande. Allí podrían sonar los tiros. Yo estaba con la periodista Lucila Donoso del diario El Universo. Un militar joven y guapo me regaló el pañuelo y nos dijo que cuando nos hale del brazo debíamos lanzarnos al piso".

Mientras tanto en el Congreso otra odisea vivía Sandy Chávez. A las seis de la tarde les dijeron a cuatro periodistas incluida Sandy que no les podían dejar salir porque eran la garantía de que no iban a atacar con los comunicadores dentro. A las 8 y media en cambio les dicen que hay noticias de que se planea un ataque para desalojar el congreso y que los hombres ya estaban en la terraza con las armas y que les recomendaban a los periodistas meterse bajo las bancas. Comida en tarrinas -disculpen nomás- y a chuparse la mala noche dentro.

En el corredor que da a la García Moreno, Janeth Ganán pasaba su reporte colgada en la ventana con teléfono en mano desde la sala de prensa. Habían "palmado" las pilas de los celulares.



Personal de Radio La Luna

Carlota Iñiguez que cubría Defensa tuvo que pedir por favor prestado un celular a los militares para pasar su reporte. En la cabina master en la radio acabamos teniendo cinco números distintos de celular para llamar a Carlota y pedirle las noticias de última hora.

A la una y media de la madrugada termina la rueda de prensa con la decisión del coronel Lucio Gutierrez de no aceptar nada y que se subordina a su mando natural el general Carlos Mendoza. Ingrid, Janeth y Carlota conocen por primera vez el baño del salón del gabinete.

Al otro día la sorpresa de las siete. Noboa nuevo presidente, pero esto es materia de otro cuento.

ECUADOR DEBATE

NUMERO 49
QUITO - ECUADOR, ABRIL DEL 2000

COYUNTURA:

Nacional: La crisis económica y el "gran salto al vacío" de la dolarización. Wilma Salgado Dolarización: Vacuna para la hiperinflación? Alberto Acosta y Jurgen Sachulcdt. Política Ecuador, enero 21, de la movilización indígena al golpe militar. Equipo Coyuntura CAAP.

El salto al vacío y el asalto al cielo Reflexión sobre los acontecimientos del viernes 21 y sábado de enero del 2000. Jorge Dávila Looz Conitividad socio-política: Noviembre 1999-Febrero 2000. Marco Romero C. Internacional: Incertidumbre y fragilidad caracterizan a la economía mundial. Marco Romero C. El plan Colombia: El escalamiento del conflicto social y armado. Piedad Córdova Ruiz.

TEMA CENTRAL

Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia. Carlos de la Torre. Medios, imágenes y los significados políticos de "machismo". Xavier Andrade. El liderazgo menemista, los massmedia y las instituciones. Marcos Novato Telenovelas, política e identidad nacional en Brasil. Mauro P. Porto. Intereses privados vs. bienes públicos. El problema de los oligopolios de los medios de comunicación para la teoría democrática en los Estados Unidos. Brett Gary.

DEBATE AGRARIO

Gestión ambiental y construcción de nuevos sujetos sociales en América Latina? Dand a Fabre Platas

ANALISIS

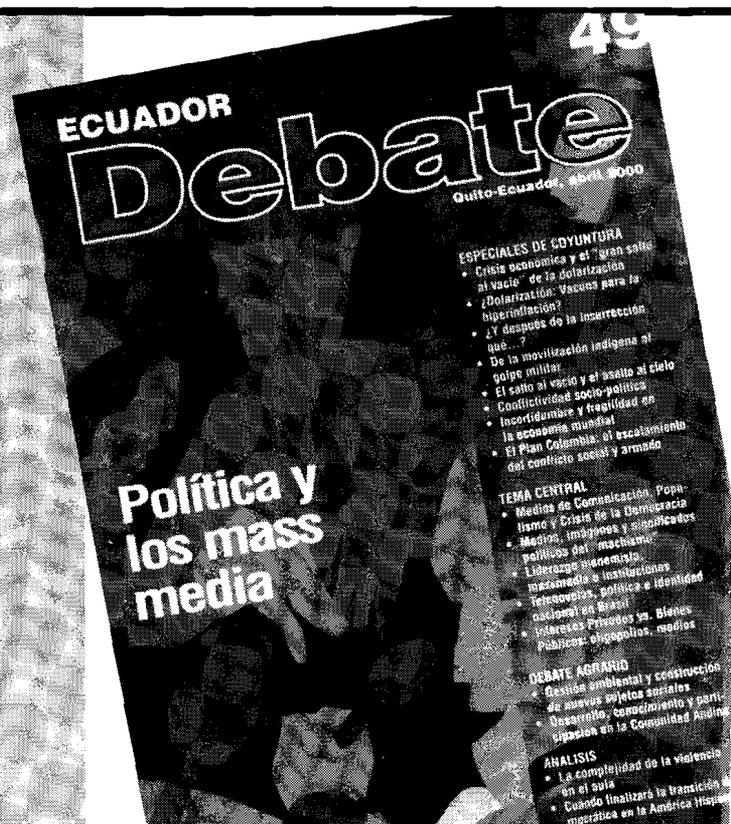
La complejidad de la violencia en el aula. Freddy Alvarez. Cuando finalizará la transición democrática en la América Hispánica? angel Rodríguez Kauth

CRITICA BIBLIOGRAFICA

La crisis del presidencialismo. Santiago C. Leiras

Suscripciones

Valor anual 3 números exterior: US\$ 24- Ecuador S/ 85.000
Ejemplar, suelto: Exterior US\$ 9 - Ecuador: S/ 30.000
Redacción: Diego Martín de Utreras 733 Selva Alegre - Telf: 522763



ECUADOR

Debate

Quito-Ecuador, abril 2000

ESPECIALES DE COYUNTURA

- Crisis económica y el "gran salto al vacío" de la dolarización
- Dolarización: Vacuna para la hiperinflación?
- ¿Y después de la incurrección que...?
- De la movilización indígena al golpe militar
- El salto al vacío y el asalto al cielo
- Conflictividad socio-política
- Incertidumbre y fragilidad en la economía mundial
- El Plan Colombia: el escalamiento del conflicto social y armado

TEMA CENTRAL

- Medios de Comunicación, Populismo y Crisis de la Democracia
- Medios, imágenes y significados políticos del "machismo"
- Liderazgo menemista: mediocranía e instituciones
- Telenovelas, política e identidad nacional en Brasil
- Intereses Privados vs. Bienes Públicos: oligopolios, medios

DEBATE AGRARIO

- Gestión ambiental y construcción de nuevos sujetos sociales
- Desarrollo, conocimiento y participación en la Comunidad Andina

ANALISIS

- La complejidad de la violencia en el aula
- Cuando finalizará la transición democrática en la América Hispánica

Windows ME

un sistema operativo mejorado

No vale la pena solo para escribir documentos o intercambiar correos electrónicos en su PC. Pero los usuarios de Internet y de las imágenes digitales tendrán un sistema operativo más estable



Carmen Alicia Fernández
periodista venezolana

A Microsoft le gusta dividir su comunidad de sistemas operativos en dos áreas: la corporativa y la del consumidor individual.

Tradicionalmente las empresas colocan en sus redes de computadoras el sistema Windows NT 4.0, que es bastante estable y permite establecer conexiones en red con relativa facilidad. ¿Por qué sólo es para empresas?, principalmente porque el sistema es más complicado de configurar que los destinados al individuo y requiere de cierto conocimiento en informática tanto para su instalación, como para la suma de periféricos y otros programas.

El famoso Windows 2000, lanzado este año por Microsoft con bombos y platillos, es el sucesor de Windows NT, por lo que aun cuando se haya creado cierta confusión al respecto, no está diseñado para las PC individuales. No obstante, tanto en los Estados Unidos como en el resto del mundo hay millones de usuarios interesados en actualizar su Windows 98 con este nuevo producto. No sólo porque parece una lógica sucesión del nombre, después de todo, el gigante del software nos dio Windows, luego Windows 95 y después Windows 98, sino porque en los oídos de algunos aún resuenan las palabras de Bill Gates prometiendo que el 98 sería la última versión para el usuario individual.

Pero en los dos últimos años han pasado muchas cosas dentro y fuera de la sede de Microsoft, en la ciudad de Redmond, y la empresa se ha flexibilizado. El verdadero sucesor de Windows 98 todavía no ha salido al mercado. Se trata de Windows Millenium Edition, ya apodado como Windows ME.

¿Cuándo llega al mercado el ME?

Para ser un sistema operativo supuestamente sencillo, que puede ser instalado por cualquier persona, el Windows ME ya ha comenzado con bastantes complicaciones. Para empezar aún no se sabe la fecha de su lanzamiento. Anne Bui, analista de Inter-

national Data Corporation (IDC), una de las más prestigiosas firmas del mercado tecnológico, dice que "hasta ahora no ha aparecido en mi radar una fecha precisa".

Los expertos del sector dicen que podría ser entre mayo y septiembre, pero no hay nada concreto, aunque quizá no debería ser motivo de sorpresa. Después de todo, con el fallo del

juez Thomas Jackson en contra en el caso antimonopolio, la gente de Relaciones Públicas de la empresa de Bill Gates tiene sin duda, cosas más urgentes de las que preocuparse.

Los rumores en Internet insisten en que la fecha de lanzamiento será el 26 de mayo. Lo cierto es que si Microsoft quiere que el sistema operativo cumpla con su nombre, tiene que entregarlo a los fabricantes de PC a principios del tercer trimestre del año. Sólo así estará en las máquinas que salgan a la venta para Navidad. Pero la verdadera gran pregunta es si una vez que esté en el mercado, valdrá la pena comprarlo para sustituir Windows 98. Microsoft ha dicho que Windows ME superará a Windows 98 en cuatro áreas: medios digitales y de diversión, la experiencia "online", las redes informáticas domésticas y la compatibilidad del software, así como la confiabilidad general del sistema.

**El famoso Windows 2000,
lanzado este año por
Microsoft con bombos
y platillos, es el sucesor
de Windows NT, y no
está diseñado
para las PC individuales**

Microsoft: El juicio del Siglo

Microsoft es la compañía más grande del mundo, en términos de valor de mercado. Proporciona el sistema operativo de más del 80% de las computadoras personales del mundo. Un sistema operativo es el programa básico que hace funcionar las PC. Para que cualquier software funcione, como los procesadores de palabras o los juegos, debe ser compatible con el sistema operativo.

Microsoft, además de producir los sistemas operativos Windows, también fabrica una gran variedad de programas, como Word y Excel, que funcionan sin problemas en su sistema operativo.

Como Windows es tan dominante, las empresas y los individuos que diseñan software tienden a escribir programas para este sistema y no para los que usan sus rivales, como la serie de PC de Apple Computers.

Tras un juicio de más de dos años, el magistrado Thomas Penfield Jackson señaló en su fallo contra el gigante Microsoft que el dominio de Windows tiende a crecer porque cada vez más personas escogen su sistema operativo, al haber muchos más programas en el mercado que funcionan con él.

Su presencia también aumenta a través de los fabricantes de PC, que deciden instalar el sistema operativo de Microsoft en sus máquinas, porque saben que esto facilitará sus ventas.

El departamento de Justicia de Estados Unidos afirma que Microsoft ha usado esta situación dominante en el mercado para restringir la competencia.

Microsoft dio licencias más baratas de su sistema operativo a fabricantes de PC como Compaq y Dell, que lo instalaron en sus computadoras. Cuando IBM se negó a suspender la venta del sistema operativo rival y paquetes de software, perdió millones de dólares por no conocer detalles cruciales de Windows 95, hasta 15 minutos antes de su lanzamiento. Otros fabricantes de PC ya lo tenían en sus máquinas, listas para salir a la venta.

La cruz del problema

Pero el elemento clave de la disputa legal estuvo relacionado con la forma en que Microsoft forzó su navegador Internet Explorer al mercado, cuando el líder era el Navigator de Netscape.

Durante el juicio se conoció que Microsoft, no sólo regaló el Explorer, sino que lo puso dentro de Windows, obligando a los fabricantes a precargarlo en sus computadoras.

Incluso si los usuarios hubiesen querido usar el Navigator, el software no era tan veloz como el Explorer y éste tenía un mecanismo que lo hacía reaparecer como la primera opción entre los navegadores instalados en la PC. Microsoft también instó a Apple a preinstalar el Explorer en sus computadoras, aunque éstas usaban un sistema operativo distinto.

Microsoft logró triunfar y dominar también el mercado de los navegadores.

También se le acusó de haber modificado los productos Java de Sun Microsystem para que sólo funcionaran en Windows. Java había sido diseñado para ser un lenguaje que podía correr en todos los sistemas operativos, algo que Microsoft no quería.

Defensa y dictamen

La empresa asegura que tiene una fuerte competencia y que su comportamiento lo refleja. Afirma que el consumidor se benefició de sus prácticas al recibir un navegador de Internet gratis, cuando tenían que comprar el Navigator.

Asimismo, insiste en que el crecimiento de Internet y la fusión de rivales como AOL y Netscape, y ahora Time Warner, demuestran que Microsoft no tiene una posición monopólica.

El juez dictaminó que Microsoft se ha comportado de una forma monopólica. Su fallo de 207 páginas determinó que los consumidores habían sido perjudicados y que la empresa había usado su poder para castigar a sus rivales. Después de varias semanas de negociaciones, con la esperanza de llegar a un acuerdo extrajudicial, se determinó que no había posibilidad de un convenio entre el gigante, el departamento de Justicia y los 19 estados que presentaron la demanda en su contra. Microsoft fue encontrado culpable de violar las leyes antimonopolio de Estados Unidos. El juez debe dictar su sentencia.

Las principales opciones del juez son:

- 1) División – Separar a Microsoft en empresas distintas, que vendan sistemas operativos, aplicaciones y contenido de Internet. Esta es la opción más discutida y a la que la empresa se ha negado rotundamente. Si se concreta, la empresa perdería el control de las ventas de su Office Suite, el grupo de programas que incluyen Word, Excel, Power Point y Outlook, entre otros, lo que representa un tercio de sus ingresos
- 2) Código abierto de fuente – Los competidores podrían añadir elementos o modificar a Windows para usar su propio software.
- 3) Precio Justo – Prohibir a Microsoft que otorgue descuentos a las empresas que usan exclusivamente su software.
- 4) Baby Bills – Crear varias versiones idénticas de Microsoft, pero más pequeñas.

El juez ha pedido a las partes acusatorias que presenten sus propuestas de cómo se pueden remediar los abusos de Microsoft. El castigo se puede conocer durante el mes de junio. Microsoft ha prometido apelar la sentencia.

Qué esperar del ME

Hasta ahora los informes de los que han probado la versión experimental, conocida como beta, indican que el sistema operativo (OS, por sus siglas en inglés) tiene una interfaz mucho más amigable y limpio que el de Windows 98, pero que el software no ha logrado eliminar los congelamientos o la aparición de las pantallas azules, tan comunes en Windows 98.

Fuentes de Microsoft han reconocido que sus diseñadores aún están luchando para poner fin a incompatibilidades con algunas aplicaciones populares que deben correr en el sistema operativo. Estos incluyen aplicaciones como Page-Mill y Premiere, de Adobe Systems, America Online 5.0, el Atlas de Encarta Atlas, el Norton AntiVirus 5.0, y Word 2000. También se están registrando problemas con algunos juegos y programas que tratan de correr en MS-DOS, como Partition Magic y Drive Copy.

Para mejorar la experiencia multimedia, Microsoft ha introducido el Windows Media Player 7, como parte del producto, y ha prometido que también instalará el Internet Explorer 5.5, la última versión de su navegador de Internet, que en estos momentos también está en su etapa de pruebas. Además, Microsoft ha incorporado apoyo a formatos de música digital como MP3 y a la edición digital de vídeo en el desktop, así como apoyo a archivos comprimidos en el popular formato Zip. Los archivos comprimidos aparecen como carpetas y pueden ser abiertas fácilmente sin tener que recurrir a terceros programas- herramientas como WinZip.



¿Vale la pena actualizar el sistema?

Pese a todas estas novedades, los expertos insisten en que no son suficientes como para provocar una compra masiva del OS. "No hay de-

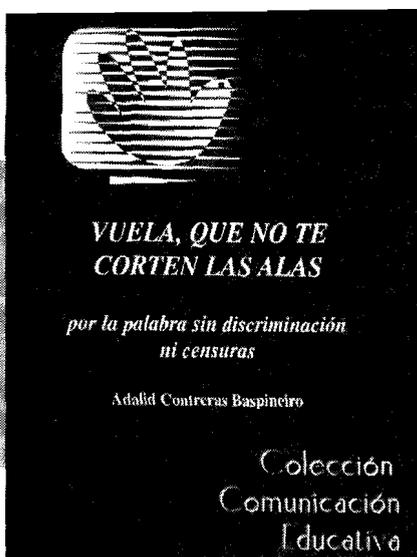
masiadas diferencias entre Windows ME y Windows 98", afirma Michael Gartenberg, del Grupo Gartner, una empresa de investigaciones tecnológicas".

Walter Mossberg, considerado uno de los gurús tecnológicos de Estados Unidos y experto de The Wall Street Journal, indica que mientras Microsoft no ofrezca un sistema operativo para el usuario que sea verdaderamente

más estable que Windows 98 "no veo una razón para un upgrade".

Pero Shawn Sanford, gerente de grupo para Windows ME, insistió en una entrevista el mes pasado, que "nuestra meta es dar un paso pequeño que se vaya incrementando para cumplir metas más a largo plazo".

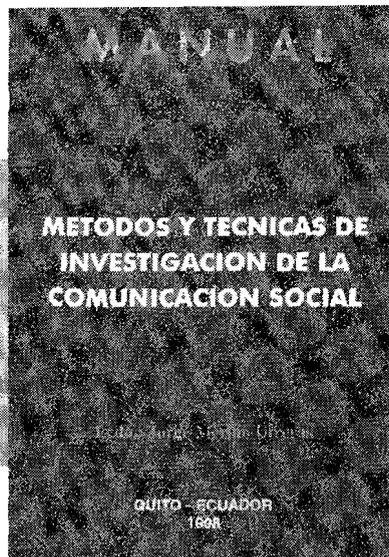
Mientras que los analistas han aplaudido a Windows 2000 por su estabilidad y su alto nivel



VUELA, QUE NO TE CORTEN LAS ALAS

Autor: Adalid Contreras Baspineiro
 Primera Edición
 Colección Comunicación Educativa
 Editorial Artes Gráficas Silva
 96 pág. Octubre 1999. Quito

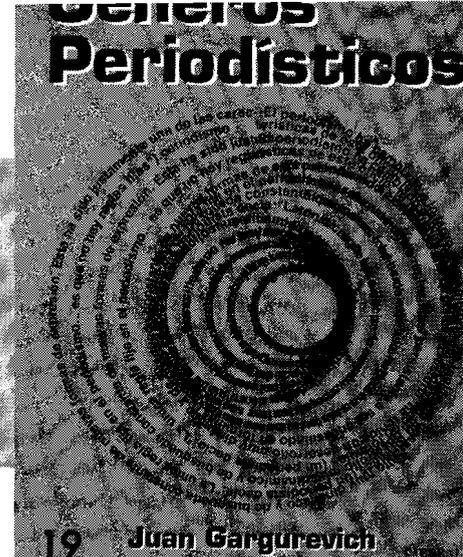
A las palabras del título el autor dice considerarlas, sin saber por qué "extraño embrujo", como compañeras inseparables de despedida en sus recorridos "por aires, caminos y calles plurales de nuestra América Latina". En tres segmentos, habla de temas tales como: Escribir en las paredes es gráfficante; Si la gente fuera más interesante que la TV; No queremos medios de comunicación, ¡queremos enteros! Trata luego de las Políticas Nacionales a las Políticas Ciudadanas de Comunicación y de las "Politegias" de Comunicación. Prosigue con: La Pasión por la Dignidad y ¿Comunicadores del Nuevo Milenio o del Siglo pasado?. Concluye el libro con varias reflexiones acerca de los Desafíos para seguir el Vuelo.



METODOS Y TECNICAS DE LA INVESTIGACION

Autor: Jorge Merino Utreras
 Primera Edición,
 Talleres Gráficos "Ulloa"
 104 pag. Quito

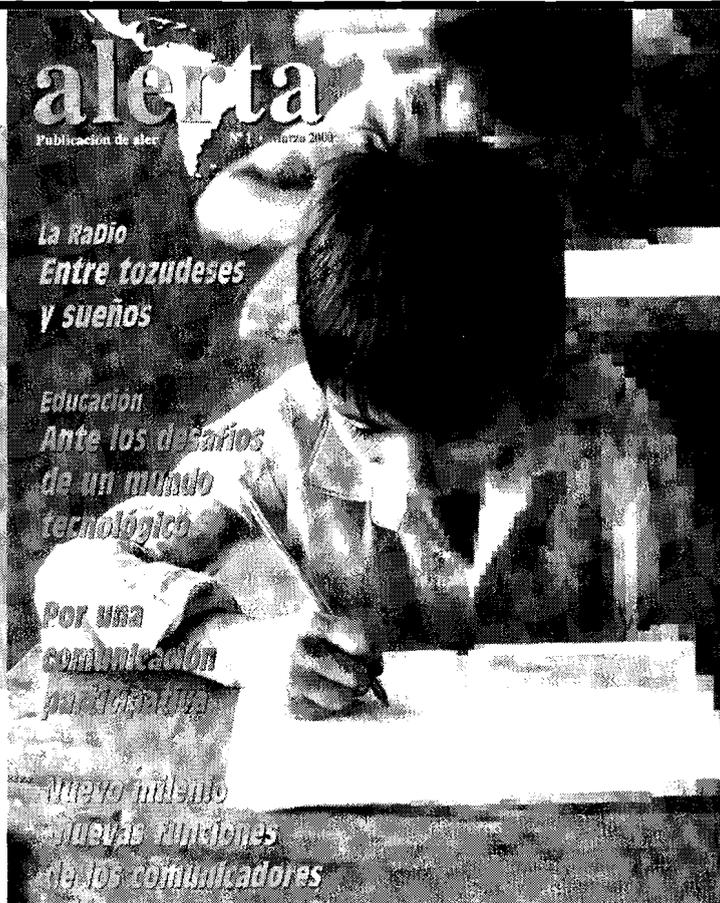
Esta obra del experimentado catedrático e investigador ecuatoriano constituye un auxiliar sumamente útil para los estudiantes de Comunicación Social. En cuatro módulos de orientación, trata de las generalidades y clasificación de la metodología. Luego muestra la diversidad de métodos, partiendo del empírico y concluyendo en el dialéctico. Describe, además las técnicas desde el fichaje hasta el análisis de los resultados tras 14 pasos de labor. Cierra el tema refiriéndose a las perspectivas e indiscutible importancia de la investigación de la comunicación en la época actual.



GENEROS PERIODISTICOS

Autor: Juan Gargurevich
 Colección: "Intiyan", Vol 19
 Editorial: "Quipus"
 278 pag. Enero 2000. Quito, Ecuador

Esta es la segunda edición, dentro de la Colección "Intiyan" (Camino del Sol), de un libro que desde su primera incursión hace varios años, se ha convertido en herramienta didáctica de primera mano para facilitar el aprendizaje de los estudiantes de Comunicación Social, y más de quienes se orientan hacia la prensa escrita. Trata minuciosamente las características distintivas de cada uno de los géneros que, en el ejercicio de la profesión, se emplean para informar a la colectividad. Así, habla de la nota informativa, la entrevista, la crónica, el reportaje y los gráficos, considerados como géneros principales y también de otros como la reseña, el testimonio, etc., ampliando con ejemplos y sugerencias las formas de concebir, estructurar y redactar apropiadamente los hechos para transmitirlos en forma comprensible a los lectores.



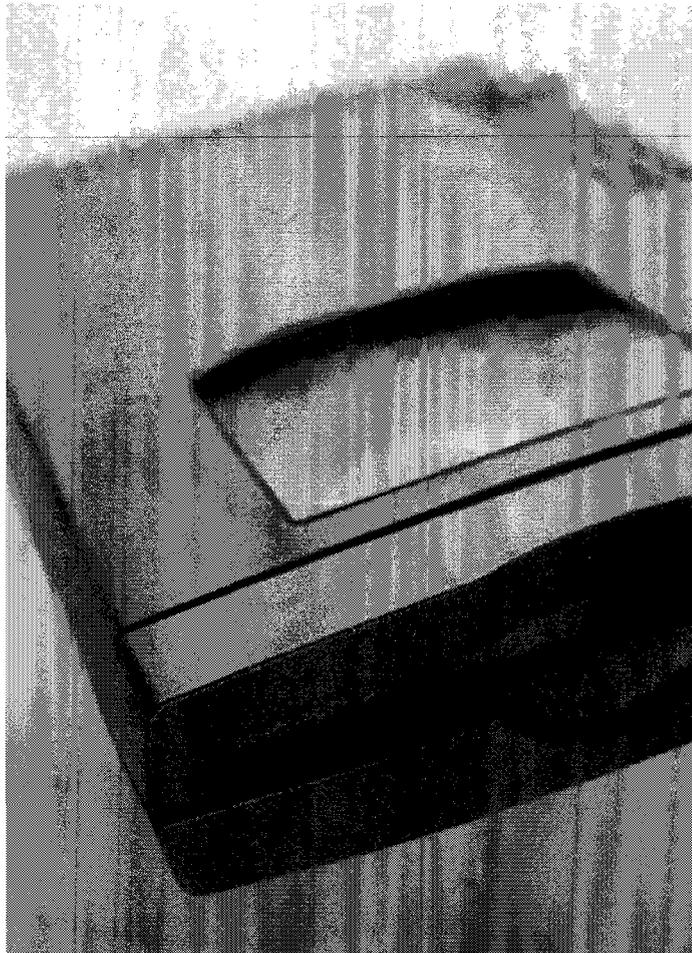
- La radio entre tozudeces y sueños
- El mundo es un pañuelo
- Educación ante los desafíos de un mundo tecnológico
- Cambia, todo cambia...
- Darnos en red, para no enredarnos
- Por una comunicación participativa
- La radio en tierra de nadie los editores digitales de audio
- Nuevo milenio - Nuevas funciones de los comunicadores-

Suscripciones:

Asociación Latinoamericana de Educación
 Radiofónica
 Telefax: (593-2) 559 012
 email: aler@aler.org

de seguridad, Microsoft insiste en qdo diseñado para funcionar con muchos productos de entretenimiento, como los rápidos juegos de vídeo. Con sus iconos tridimensionales, menús menos abarrotados y una forma más suave de abrir las ventanas, el ME se parece mucho al 2000, pero está basado en una tecnología de programación diferente. ME está enraizado en el código DOS, en el que están basados Windows 95 y Windows 98, mientras que el 2000 está construido del código NT, más avanzado y resistente a colapsos.

El cambio "es principalmente cosmético. Han tomado muchos de los aspectos visuales de Windows 2000 y los han insertado en Windows ME", aseguró Andy Rathbone, quien ha sido contratado para escribir la guía "Windows ME para tontos". Pero Sanford asegura que el software trae distintos mecanismos que reducirán los congelamientos. Una nueva función "restaurar el sistema", será una palanca de seguridad cuando una instalación de un software va por mal camino, o si programas o configuraciones son alterados o borrados accidentalmente. "Uno puede regresar a la máquina a la forma en la que estaba el día antes, la semana pasada, o la semana antes de instalar el software", indica Sanford.



No obstante, el ejecutivo insistió en que lo que la empresa ha buscado es "simplificar la experiencia alrededor de películas, fotos, música y juegos".

Otros bonos del OS incluyen apoyo para la tecnología "conector universal y funciona", que conectará entre sí a refrigeradores, televisores y otros electrodomésticos.

En resumen. La respuesta a la pregunta de si valdrá la pena actualizar Windows 98 con Windows ME es: depende de para qué use la computadora. Si para usted la máquina es poco más que un procesador de palabras y un vehículo para intercambiar correos electrónicos, realmente no valdrá la pena a menos que en los últimos días Microsoft haya encontrado la

fórmula mágica para hacerlo un OS mucho más estable. Pero si usted es de los que están inmersos en Internet y el mundo digital, y usan la PC como fuente de entretenimiento, no pierda tiempo una vez que Windows ME llegue a su país, su experiencia será mucho más intensa.

- Requerimientos básicos para instalar Windows ME
- Un CPU con un Pentium 150, o un chip equivalente
 - 32 Megas de RAM
 - Entre 200MB y 550MB, de espacio de disco

Autorregulación del Periodismo

¿Por qué se opone
el estado mexicano
a la reglamentación
del derecho de
información?



Garabato

Fotografías; revista "Capcalera"

Javier Esteinou Madrid
Investigador mexicano

El contexto de apertura política que ha creado el gobierno mexicano en este sexenio para realizar la Reforma del Estado, ha demostrado que los diagnósticos, las demandas e iniciativas fundamentales de políticas de comunicación que ha presentado la sociedad mexicana para la transformación del Estado nacional, vía foros, seminarios y consultas públicas, han sido desconocidas y marginadas por la esfera del poder. Con ello, una vez más, vuelve a surgir la profunda desilusión y desencanto de la sociedad civil para considerar que los espacios de "apertura" del Estado sean los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales

La única iniciativa que parcialmente ha prosperado, aunque y con muchos obstáculos, ha sido la propuesta de *"Ley Federal de Comunicación Social y el Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6 y 7 Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información"* preparada por la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVI Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión y que ha sido retomada por la XLVII Legislatura del Congreso para discutirla y perfeccionarla.

Dicha iniciativa ha propuesto entre otros los siguientes cinco objetivos generales:

- Promover la democratización de los medios de información y de comunicación en todos los niveles de organización, operación y difusión.
- Fomentar el ejercicio pleno del derecho a la información y libertad de expresión en un marco plural y participativo que coadyuve a la conformación de una opinión pública bien informada.
- Promover que toda persona, organización y grupo social sean sujetos activos, participantes y con efectivo y libre acceso a la información.
- Estimular el respeto al libre ejercicio profesional del informador y facilitar su acceso a las fuentes de información, y
- Proteger la libertad, la dignidad de la persona y el respeto a la vida privada e impulsar la defensa y el fortalecimiento de la cultura nacional en todas sus manifestaciones.

El Estado mexicano ha aceptado la existencia de diversas regulaciones para normativizar y supervisar todas las áreas del funcionamiento social como la banca, la industria, el comercio,

la educación, la agricultura, la cultura, la política, etc., excepto la comunicación social. Así, el único terreno donde el gobierno y el mercado sostienen que no debe de reglamentarse la acción pública del Estado es en el de la información y la comunicación colectiva, esgrimiendo los siguientes argumentos:

- *La libertad de información es un derecho y una garantía universal inalienable de todos los hombres que no debe limitarse, pues se atentaría contra la esencia humana. Incluso, se ha afirmado que "pretender reglamentar el Derecho a la Información entrañaría más riesgos que beneficios"; y que "no*

corresponde al Estado fijar las normas de conducta ética de los medios, porque se correría el riesgo de coartar la expresión de la pluralidad, por lo que toca a ellos, a partir de consensos entre los profesionales del sector, establecer su propio código ético".

- La libertad de información es la base de la "democracia", por lo tanto, si se le limita se está afectando directamente el sano equilibrio democrático de la sociedad.

- En un mundo sistémico, sin fronteras, compe-

ternas crecientemente competitivas es el libre flujo de la información y no su restricción.

- El Derecho a la Información no debe reglamentarse con normatividades rígidas, sino solo se deben crear mecanismos muy flexibles que permitan la autorregulación de los medios de difusión, como son los Códigos de Ética, los Tribunales de Honor y los Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional, etc.

Ante estos argumentos para defender sus concesiones de poder económico y político, el sector con-



titivo y globalizado, para que la dinámica del mercado se pueda realizar se requiere libertad de información. Por ello, no deben ponerse más regulaciones que las necesarias a la libertad de expresión en México, so pena de caer en burocratismos extremos o lo que es peor, en la inoperancia de la ley. La sobre reglamentación se opone al avance económico. Por consiguiente, lo que se debe fomentar en las sociedades mo-

servador del Estado así como los empresarios de los canales de información, han desconocido las siguientes realidades:

- Efectivamente, la libertad de información es un derecho inalienable de todos los hombres, pero la única forma de convertirla en una verdadera garantía para todos los ciudadanos es normatizarla con precisión jurídica, pues de lo contrario lo que se ejerce es una interpretación



que requieren para actuar sobre la población o para expandir sus empresas; y la sociedad civil mexicana no cuenta con el mínimo acceso a la información estratégica elemental para decidir sobre su futuro.

La sociedad civil que le entregó al Estado los medios para que los concesionara en favor del bien común, hoy no cuenta con la garantía de dicho derecho universal.

subjetiva, caprichosa y discrecional de cada empresa o funcionario según los intereses coyunturales que debe defender.

• La libertad de información es la base de la democracia y por consiguiente, para que se pueda realizar, debe ser reglamentada como un derecho estratégico de todos los ciudadanos. Para operar socialmente, la libertad de expresión debe recibir el mismo tratamiento normativo de cualquier otra área de actividad de la sociedad. Es una falacia afirmar que por tratarse de la libertad de opinión esta realidad sea un campo más difícil de abordar que otros terrenos de la acción social. Así como la agricultura, el comercio, la cultura, la banca, la industria, la educación, la política, etc., son actividades delimitadas jurídicamente para conocer su naturaleza y límites para poder funcionar colectivamente; el Derecho a la Información debe ser reglamentado para que alcance sustento social real.

En el escenario de final del milenio el único sector que hoy tiene amplio Derecho a la Información es sólo el gobierno y los grandes grupos del poder que pueden obtener toda la información



En un mundo globalizado y expuesto a la competencia, nuestras estructuras culturales de nación deben estar abiertas al permanente contacto con los avances de otras culturas, pero deben existir límites jurídicos elementales de protección y conservación de nuestra riqueza cul-



tural y mental que han tardado muchos años en formarse. De lo contrario, lo que sucede es la devastación de nuestra cultura básica por los intereses del mercado, como ha sucedido en las últimas décadas de la historia nacional. Hay que recordar que el mercado por sí mismo no tiene moral, ética, corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social. Su objetivo es la rápida y creciente acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funciona autónomamente, sin

sólidos contrapesos planificadores, puede introducir en las comunidades una relación social de comunicación salvaje.

La propuesta del gobierno y los concesionarios sobre la "autorregulación absoluta" vía los Códigos de Ética, los Tribunales de Honor, los Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional, etc., cae en la concepción liberal extrema

de crear el "Estado Cero" que plantea que el Estado no es necesario como instancia rectora para dirigir a la sociedad, ya que ésta se puede autoconducir por las leyes, de la mano invisible de las lógicas del mercado. Así, el Estado debe reducirse a su mínima expresión (fórmula cero), para dejar que la sociedad se conduzca por otros mecanis-

mos de autorregulación del poder. Dicha teoría y práctica económico-social ha demostrado, a lo largo del siglo XX su enorme fracaso y límites al reflejar que, finalmente, toda sociedad moderna requiere la presencia de un sólido Estado rector que equilibre los desajustes y las crisis que produce el funcionamiento autónomo de la dinámica del mercado. Si seguimos el razonamiento de la lógica autónoma del mercado por sobre el orden social regulado colectivamente, también podemos demandar que no existan reglamentos de los cuerpos de policía, pues las comunidades pueden autorregular espontáneamente sus delitos; ni se requieren leyes para normar el servicio de recolección de basura, porque la sociedad por sí misma puede autorregular como tirar sus desperdicios orgánicos; tampoco se requiere una legislación de



comportamiento bancario, pues los banqueros se pueden autorregular a sí mismos en beneficio de la sociedad; no es indispensable una legislación sobre la educación básica, pues cada ciudadano puede asegurar por sí mismo su formación educativa, ni un reglamento fiscal, pues todos los ciudadanos pueden autorregular voluntariamente el pago de sus impuestos, etc. En suma, el Estado sobra como órgano de regulación colectiva, pues la sociedad se puede autorregular en todos los órdenes de la vida. Debemos considerar que la ética no puede substituir o suprimir al derecho, sino enriquecerlo y complementarlo. No podemos cambiar el estado de derecho por la aplicación de un "eticómetro" de los concesionarios y empresarios de los medios de comunicación que es un instrumento subjetivo de buena voluntad, absolutamente vulne-

nable ante las fases de presión económica y política reales, como lo ha demostrado la historia de la comunicación nacional a lo largo del siglo XX.

La autorregulación de los medios de comunicación vía los Códigos de Ética y otros recursos morales, son mecanismos colegiados muy útiles que pueden ayudar a garantizar complementariamente la existencia del Derecho a la Información, pero nunca deben operar como elementos únicos o solos para normar y conducir socialmente esta estratégica acción colectiva. Una garantía tan central para construir una sociedad democrática, equilibrada y participativa no puede quedar expuesta a los altibajos subjetivos, caprichosos o discrecionales de los intereses políticos del poder o sujeta a la dinámica de la "Mano Invisible del Mercado". Es necesario recordar además que todos los Códigos de Ética, Tribunales de Honor, Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional, etc. que han existido en el Estado y las agrupaciones de los informadores en México, han sido recursos totalmente insuficientes para abrir los archivos políticos y militares sobre la mascare estudiantil de 1968 y 1971, los archivos de los sacadólars que generaron una fortísima devaluación del peso mexicano en el sexenio del Presidente López Portillo, los motivos por los cuales se cayó el sistema electrónico de cómputo en las elecciones presidenciales del sexenio del



Presidente Salinas de Gortari, los sectores beneficiados ilegítimamente con el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (FOBAPROA) en el sexenio del Presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, la exposición de series televisivas, cada vez más violentas y sangrientas para obtener un rating más exitoso en la fase de apertura de mercados globales, etc.

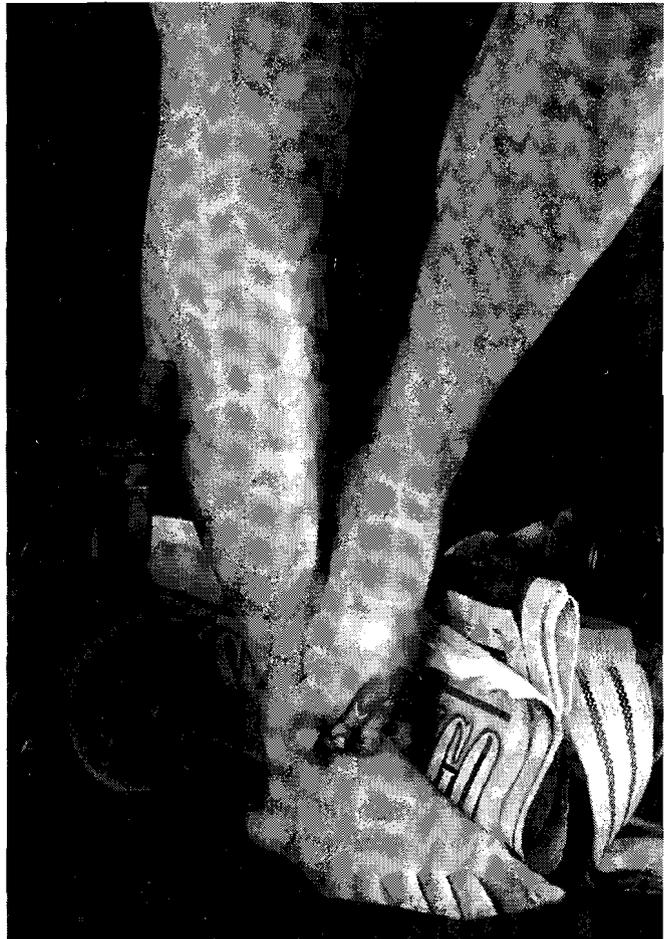
Para evitar avanzar en este terreno estratégico de reglamentación al Derecho a la Información el sector más conservador del Estado y los empresarios de los medios de información en conjunto han creado a través de sus propios canales de difusión masiva campañas permanentes de satanización y boicot a dichas iniciativas democráticas de la sociedad civil, argumentando artificialmente la existencia de un conflicto entre libertad de expresión y reglamentación de la misma. Dicha campaña ha constado de dos fases de desinformación y manipulación. La primera fase se ha concentrado en no difundir por los medios de información masivos aquellas posiciones ideológicas contrarias a las tesis de la autorregulación. En los pocos casos en que se han considerado, siempre se relegan a lugares de 5º o 6º nivel informativo para que se pierdan en el océano de datos que diariamente se transmiten. La segunda fase ha consistido en una repetitiva presentación colectiva de juicios y valores a priori que descalifican de entrada el intento de propuesta legislativa, sin pasar por la discusión o reflexión pública. Así, se ha señalado reiteradamente que las iniciativas regulatorias del Derecho a la Información son fascistas, que amordazan la libertad de comunicación, que son paralizantes de la iniciativa humana, que evitan la libre competencia, que censuran el libre fluir del pensamiento, que se intenta controlar a los medios, que se

busca reprimir a los periodistas y comunicadores, que son leyes mordazas, etc; con el fin de evitar que se regulen por el interés colectivo, los privilegios desmesurados con los que cuentan los propietarios de los medios dentro de la caduca legislación mexicana de final de siglo. A diferencia de estrategias anteriores, en esta segunda etapa se han incorporado un conjunto de comunicadores de reconocido prestigio nacional para darle mas peso a la ingeniería desinformadora y calumniadora y evitar que los medios de información colectivos sean regidos por la ley.

De esta manera, así como el sector bancario ahora practica una acción de "anatocismo" económico al cobrar intereses sobre intereses; con el despliegue de esta campaña desinformadora y calumniadora sobre la regulación del Derecho a la Información, los concesionarios de los medios de difusión colectiva en México practican un "anatocismo comunicativo" desde el momento en que aprovechan el poder persuasivo de sus canales de información colectiva para conservar la estructura de poder de todos sus medios.

Ante esta monumental pobreza de rescate del espíritu del "México Profundo" por parte de la estructura de gobernabilidad nacional a partir de las consultas públicas sobre comunicación social, es necesario preguntarnos, por ejemplo, ¿Dónde quedó la solicitud ciudadana de revisar el otorgamiento y la revocación de las concesiones de los medios de comunicación, especialmente de los electrónicos?. ¿Por qué no se consideró la formación de la figura jurídica del Ombudsman de la comunicación colectiva?. ¿Por qué se marginó la revisión de la legislación referente a la constitución de los super monopolios comunicativos que se volvió a encarnar con la bárbara fusión entre TELMEX y TELEVISIÓN?. ¿Por qué no se abordó la urgente necesidad de abrir más espacios de participación democráticos en los medios de comunicación?. ¿Por qué se olvidó la formación del Código de Etica Profesional de los comunicadores? ¿Por qué se marginó la iniciativa del Derecho de Réplica solicitada ampliamente por la sociedad mexicana desde hace varias décadas para evitar los abusos informativos de los propietarios de los medios?. ¿Dónde quedó la propuesta de formar un Consejo Plural de Comunicación Social que supervisara el funcionamiento de los medios de información en nuestro país?. ¿Por qué se desconoció

La Reforma en materia de comunicación, no es una reforma jurídica más para modernizar al Estado mexicano; sino que por su naturaleza vertebral que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana



la petición colectiva de emplear el 12.5 % del tiempo oficial en los medios de comunicación de forma más democrática y racional?. Dónde quedó la inquietud de otorgar con toda transparencia los recursos gubernamentales y paraestatales de apoyo financiero a los medios de comunicación?, ¿Por qué se descartó la propuesta de crear una Red Nacional de Televisión Cultural a partir del empleo de la infraestructura de los sistemas estatales de comunicación establecidos



en cada entidad y del otorgamiento de dos frecuencias en la banda UHF y del aprovechamiento de los tres canales de cable que por ley tiene derecho el Estado en cada una de las entidades federales?, ¿Dónde quedó la iniciativa educativa de incorporar en la Ley Federal de Educación, en los Libros de Texto Gratuitos, en el Libro del Maestro y en los planes de estudio de las Escuelas Normales, una normatividad

y un análisis sobre el papel educativo de los medios de comunicación?. ¿Por qué se olvidó la sugerencia de realizar las adecuaciones legales correspondientes para salvaguardar las particularidades regionales y la identidad nacional?, ¿Dónde quedó la idea de apoyar el proyecto de la descentralización y regionalización cultural y comunicativa del país?., ¿Por qué se sepultó la propuesta de legislar sobre la obli-

El sector bancario ahora practica una acción de "anatocismo" económico al cobrar intereses sobre intereses

gatoriedad y solvencia de una certificación pública del tiraje real y de la circulación de los periódicos y revistas, en favor de una mejor competencia en el mercado y de la claridad y veracidad con respecto a los lectores?, etc.

Ninguno de estos reclamos básicos de la sociedad civil han sido contemplados en el proyecto comunicativo del mercado y del poder al final del siglo XX. Es por ello, que es necesario repensar qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para democratizar a la sociedad mexicana.

Debemos reconocer que la Reforma en materia de comunicación, no es una reforma jurídica más para modernizar al Estado mexicano; sino que por su naturaleza vertebral que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana, es la más importante de la sociedad mexicana de finales del siglo XX, pues es a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de final de milenio. De ello dependerá si se crean las bases político-sociales para generar una conciencia para el avance de la República o para su retroceso mental, social y civilizatorio en el nuevo siglo.

Errores comunes en el lenguaje periodístico

Simón Espinosa
periodista ecuatoriano

La española es la lengua, la lengua materna de casi todos los periodistas que la mamaron con la leche de su madre. Suele haber en la familia unas niñas que temen a su madre porque alguna vez les alzó la voz o no las escuchó con atención. Y suele haber periodistas que le temen a la lengua por culpa de algún avinagrado maestro o simplemente porque carecen de inteligencia verbal. Para ellos va esta columna. La escribirán alternadamente Juan Manuel Rodríguez, un escritor bilbaíno vecindado en Ecuador y Simón Espinosa, un periodista ecuatoriano, vecindado en los arrabales de la eternidad.

En Ecuador, muchos periodistas jóvenes se sienten incómodos con la inofensiva palabra "previo" que no significa sino lo que precede y sirve de preparación para algo. Con "previo" construyen frases de esta laya: *"Previo a la firma de la paz con Perú, el presidente Jamil Mahuad viajó a Brasilia"*; en vez de *"Previa la firma de la paz, el presidente ..."*

Previo

"Previo, previa, previos, previas", es un adjetivo calificativo y va antes o después del nombre al que califica. Concuerta con él en género y número.

Por ejemplo: *"El jefe de Redacción celebró una consulta previa con el director"*. (Se supone que antes de subir el sueldo al reportero que tan bien manejaba la lengua de García Márquez"). Nótese, por favor, que "previa" en este ejemplo no solo califica a "consulta" sino al objeto de la consulta: la subida del sueldo.

El uso más común del adjetivo "previo" es en construcciones como la siguiente: *"Previo consentimiento de la novia, el futuro marido viajó a La Paz, Bolivia, cinco días antes del matrimonio"*. "Previo consentimiento" significa "una vez que el novio había consultado a la novia y que ella le había dicho que sí". Estas 18 palabras han sido reemplazadas por dos: "previo consentimiento" que dice todo eso y mejor y más rápido.

El adverbio "previamente" significa "antes" y va con un verbo: *"Prohibido entrar sin lavarse previamente las manos"*. Aquí "previamente" está bien usado, pero es redundante. Basta con decir: "Prohibido entrar sin haberse lavado las manos". Podría ir con un adjetivo u otro adverbio. Sin embargo "previamente" es una palabra larga y fea. Basta con usar "antes".

En suma, pues, "previo, previa, previos, previas" van montados en un sustantivo. La preposición "a" sobra y hay que mandarla al basurero de la computadora.

Dequeísmo

Los diccionarios de las computadoras no subrayan con línea roja expresiones como *"dijo de que después de atajar seis tiros libres, tenía las manos agarrotadas y el corazón hecho un panal de miel"*. Pensaba de que no había portero como él ni siquiera en los altos cielos, donde San Pedro ataja todos los tiros del diablo". ¿De qué de que

jeto directo). Pero no: quiero de que vivas a mi lado. Ese maldito de espantará a cualquier mujer aunque no sea feminista y liberada.

Algunos adjetivos por su significado admiten un "de" seguido de un "que" y una proposición subordinada para completar el sentido del adjetivo. "*Pelé está seguro de que Brasil clasificará al próximo campeonato mundial de fútbol*".

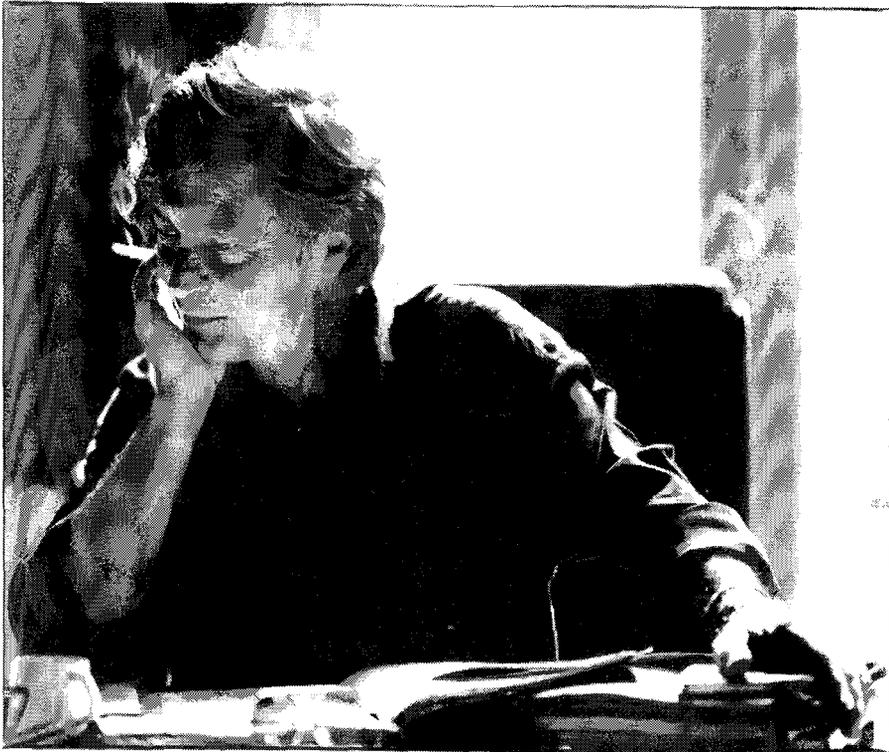
"*Los bolivianos no se sienten seguros de que Bolivia clasificará*". Estas expresiones correctas han contagiado a los verbos "pensar", "decir" y parecidos.

El dequeísmo es como el mal aliento en el español hablado; pero en el escrito huele a letrina. El periodista que se permita un dequeísmo en su reportaje o en su nota informativa debería ser colgado de una viga en forma de durante tres horas y veinte minutos.

No tengamos miedo a la lengua española; y si lo tenemos consultemos un

buen diccionario. El de doña María Moliner "Diccionario de uso del español" es sumamente práctico y útil para curarse de estos miedos.

¿Quién temería a Moliner que se pasó la vida armando su diccionario y tejiendo unas calzas para sus tías eternas?



me hablas, colega dequeista? Esos de sobran por inútiles, por feos, por descuidados. Digo que, pienso que, espero que y las construcciones similares son limpias, puras y españolas.

El dequeísmo o defecto de meter un de antes de la conjunción que regida por el verbo principal y seguida por una proposición de complemento directo es un vicio que nació por contagio. "Quiero (verbo principal), que (conjunción) vivas a mi lado (proposición subordinada con función de ob-

LA MARIONETA

Carta de Gabriel García Márquez
al enterarse que padecía cáncer

Si por un instante Dios se olvidara de que soy una marioneta de trapo, y me regalara un trozo de vida, posiblemente no diría todo lo que pienso, pero en definitiva pensaría todo lo que diga.

Daría valor a las cosas, no por lo que valen, sino por lo que significan.

Dormiría poco, soñaría más, entiendo que por cada minuto que cerramos los ojos, perdemos sesenta segundos de luz.

Andaría cuando los demás hablan, y ...¡¡¡como disfrutaría de un buen helado de chocolate!!!

Si Dios me obsequiara un trozo de vida, vestiría sencillo, me tiraría de bruceas al sol, dejando al descubierto, no solamente mi cuerpo sino mi alma.

Dios mío, si yo tuviera un corazón, escribiría mi odio sobre el hielo, y esperaría a que saliera el sol.

Pintaría con un sueño de Van Gogh sobre

las estrellas un poema de Benedetti, y una canción de Serrat. Sería la serenata que le ofrecería a la luna.

Regaría con mis lágrimas las rosas, para sentir el dolor de sus espinas, y el encarnado beso de sus pétalos...

Dios mío, si yo tuviera un trozo de vida...No dejaría pasar un solo día sin decirle a la gente que quiero, que la quiero.

Convencería a cada mujer u hombre de que son mis favoritos y viviría enamorado del amor.

A los hombres les probaría cuán equivocados están al pensar que dejan de enamorarse cuando envejecen, sin saber que envejecen cuando dejan de enamorarse.

A un niño le daría alas, pero dejaría que él sólo aprendiese a volar.

A los viejos les enseñaría que la muerte no llega con la vejez sino con el olvido.

Tantas cosas he aprendido de ustedes los hombres...

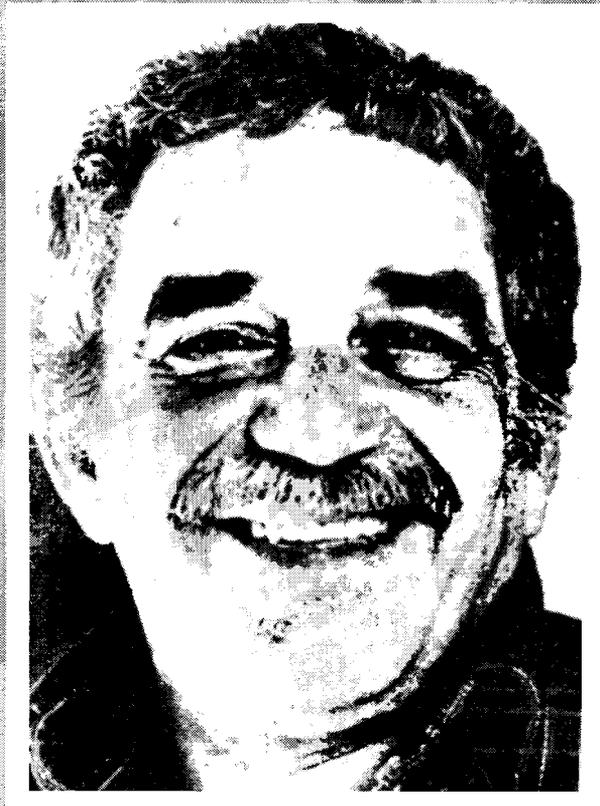
He aprendido que todo el mundo quiere vivir en la cima de montaña, sin saber que la verdadera felicidad está en la forma de subir la escarpada.

He aprendido que cuando un recién nacido aprieta con su pequeño puño por vez primera el dedo de su padre, lo tiene atrapado para siempre.

He aprendido que un hombre únicamente tiene derecho de mirar a otro hacia abajo, cuando ha de ayudarlo a levantarse.

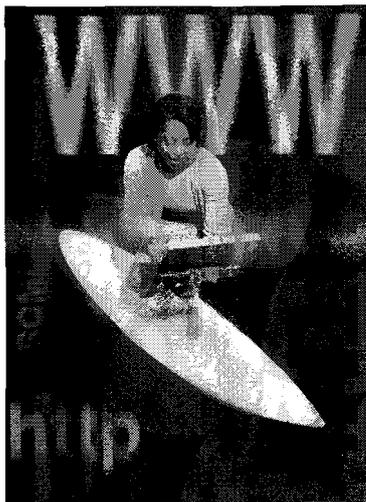
Son tantas cosas las que he podido aprender de ustedes, pero finalmente de mucho no habrán de servir porque cuando me guarden dentro de esta maleta, infelizmente me estaré muriendo.

GABRIEL GARCIA MARQUEZ



ACTIVIDADES

SEMINARIO INTERNACIONAL "CULTURA Y DESARROLLO"



PRODUCCION RADIAL Y COMUNICACION

Del 23 al 27 de febrero se realizó un Seminario de Producción Radial para el Programa de Manejo de Recursos Costeros del Ecuador PMRC, destinado a comunicadores que trabajan en el área de protección medioambiental y desarrollo comunitario, dirigido por Sammy de la Torre.

Con gran éxito se realizó del 14 al 16 de marzo el Seminario-Taller Internacional "Cultura y Desarrollo", destinado a profundizar la agenda social de la región desde la perspectiva cultural y local. La organización del evento estuvo a cargo de FLACSO-Ecuador, IADAP, ESPE, PRODEPINE y CIESPAL.

Participaron como expositores destacadas personalidades en el campo de la cultura y la comunicación. Del Perú: Luis Repeto, Director del Instituto Nacional de Cultura, Rafael Roncagliolo, investigador y periodista, Teófilo Altamirano, estudioso de las culturas andinas y especialmente del fenómeno de las migraciones.

Representando a Panamá estuvo José Mendoza, destacado dirigente indígena especialista en comunicación y cultura; de Argentina, José Luis Coraggio, Rector de la Universidad de Buenos Aires y especialista en temas de desarrollo urbano y local; Andrés González, Secretario Ejecutivo del Consejo Internacional Cultura y Desarrollo de Cuba, entre otros.

120 participantes de varios países, abordaron en los talleres una amplia temática cuyo eje fue la interculturalidad como factor



trascendente para la modernización de las estructuras sociales, la construcción de la gobernabilidad y la gestión de proyectos de desarrollo propios, que permitan avanzar a nuestros pueblos hacia una realidad más humana, tolerante y respetuosa de la diversidad.

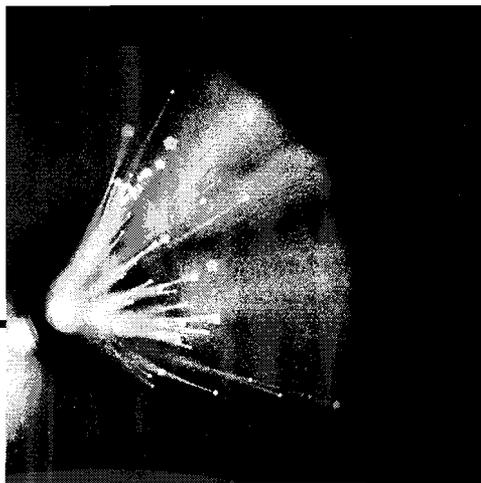


SEMINARIO SOBRE OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA

Del 29 al 31 de marzo CIESPAL, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca y la UNP Azuay, realizaron el Seminario: "La objetividad periodística, alcances y límites", dirigido por el Dr. Luis Eladio Proaño. Se abordaron temas de preocupación cotidiana en el ejercicio profesional, como la influencia de los juicios de valor de los comunicadores en el uso del lenguaje periodístico.

PERIODISMO ECONÓMICO

La Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión AER y CIESPAL programaron un ciclo de conferencias sobre temas de periodismo económico, destinados a los comunicadores de la radio. Temas de actualidad, como la dolarización, el déficit fiscal, la estructura de la banca, la globalización y el comercio internacional, el manejo de los recursos petroleros, técnicas de entrevista para la radio, fueron analizados por destacados especialistas en estas áreas.

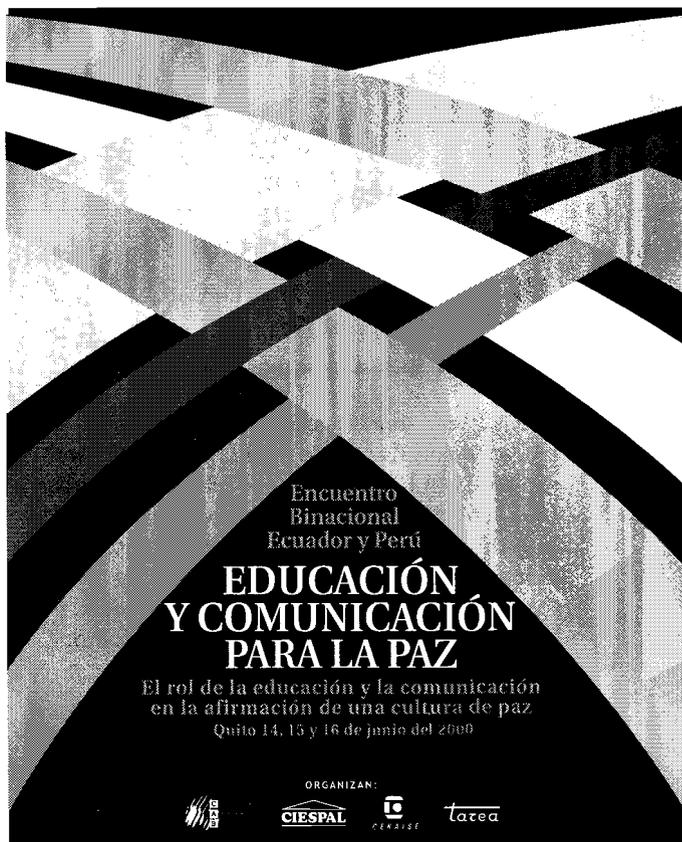


CAMPAÑA TELEVISIVA DE DERECHOS HUMANOS EN EL ECUADOR

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador, con el auspicio de la Embajada de Gran Bretaña y el apoyo técnico de CIESPAL, realizaron una serie de 12 spots en versión español, quechua y shuar sobre temas de Derechos Humanos, difundidos por la televisión ecuatoriana para sensibilizar a la colectividad y promover una cultura de tolerancia y respeto.

COOPERACION CON EL CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDADES

Mediante un convenio de cooperación entre el CONADIS - Consejo Nacional de Discapacidades- y CIESPAL, el Departamento de Radio y Televisión produjo documentales sobre inserción laboral de discapacitados y promoción de objetivos institucionales, de este importante sector de la población ecuatoriana.



ENCUENTRO BINACIONAL ECUADOR-PERU: "EDUCACION Y COMUNICACION PARA LA INTEGRACION Y CONSTRUCCION DE UNA CULTURA DE PAZ"

Con el auspicio de la Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello -SECAB- y la organización de CIESPAL y el Centro Nacional de Investigaciones Sociales Educativas, CENAISE, se realizará el 14, 15 y 16 de junio un Encuentro Binacional de trascendental importancia, para promover la solidaridad y amistad de maestros y comunicadores de Ecuador y Perú, países de comunes raíces étnicas y culturales, en los cuales la firma de la paz brinda la oportunidad de fortalecer nexos de cooperación y el intercambio de experiencias, para aportar al mejoramiento de la calidad de la

educación y de la comunicación. El evento abordará una amplia temática sobre la producción de materiales educativos y la práctica de valores de convivencia entre nuestros pueblos; el papel de la educación en la construcción de la paz, y el aprendizaje de la Historia desde una perspectiva científica; el rol de los medios de comunicación en los procesos de desarrollo educativo y cultural.

SEMINARIO "DESAFIOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL PARA LA CONSTRUCCION DE UNA CULTURA DE PAZ"

¿Cómo pueden los medios de comunicación brindar una información veraz, oportuna y objetiva enmarcada en los Derechos Humanos? En este Seminario-Taller, a realizarse el 2 y 3 de mayo, se tratará con expertos del área el papel de la comunicación y los medios para difundir permanentemente los Derechos Humanos y contribuir a la construcción de una cultura de paz. El evento es organizado por ILANUD - Instituto Latinoamericano de Naciones Unidas para la Prevención del Delito, PRIVA -Fundación para la Rehabilitación Integral de Víctimas de Violencia, la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central y CIESPAL.

SEMINARIO DE PRODUCCION RADIAL

Con el auspicio de la Unión Nacional de Periodismo UNP, CIESPAL realizará del 24 al 28 de abril un Seminario de Producción Radial dirigido por el periodista francés Eric Samson, está dirigido a comunicadores, con el fin de actualizar sus conocimientos sobre los nuevos formatos de la radio.

CURSO DE CAMAROGRAFIA

Del 17 al 19 de abril, un curso de camarografía para comunicadores de la Fuerza Naval, orientado al apoyo audiovisual para tareas de desarrollo nacional y comunitario.