

## Carta a nuestros lectores

El repaso que este número de **Chasqui** realiza a la actualidad de la comunicación arranca del fenómeno que ocurre como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías: el apareamiento del periodista digital y el rol que desempeñan los centros de educación superior en su formación académica.

La corrupción, la enfermedad social del planeta, pretende también sentar sus reales en la actividad de la comunicación. La voz de alerta la lanza, desde la columna opinión de **Chasqui**, Jaime López, de la organización Probidad, en la que expone una serie de pistas sobre los mecanismos que se deben aplicar para evitar la peste.

El colombiano Humberto López realiza un descarnado análisis de los errores en que incurrió la administración del presidente Alvaro Uribe, que le condujeron a la derrota en el referendo al que convocó a sus compatriotas el pasado 25 de octubre, cuando, presumiblemente, se hallaba en la "cresta de la ola" de la popularidad.

Manuel Ortiz Marín explica la experiencia mexicana en lo que denomina las "profesiones emergentes para los comunicadores", en tanto que el periodista español Rafael Jiménez Claudín, desde la óptica de "Reporteros sin fronteras", se explaya sobre los riesgos de la profesión en un mundo de guerra, terrorismo, abusos e intemperancia. El también español, Alfredo Arceo, pasa revista al manejo de las relaciones públicas por los clubes de fútbol de la península.

Abordamos la temática del cine, desde dos vertientes: la experiencia del cine indígena latinoamericano –por qué no mundial– como estrategia de resistencia cultural y la reciente desaparición de cuatro figuras emblemáticas del celuloide mundial y un director controvertido, y del aporte que dieron para construir el apasionante séptimo arte.

El fenómeno latino en el mercado norteamericano se expresa en su colorida música, para la que se ha creado una edición especial de los premios Grammy. En **Chasqui** abordamos el tema de la música como lo que es: un fenómeno de comunicación que conmueve a multitudes y que se ha convertido en un mercado que mueve millones.

Finalmente, y en el campo de las nuevas tecnologías y la comunicación, se inserta una nota sobre los objetivos que se han trazado para la Cumbre de la Sociedad de la Información, que se cumplirá en Ginebra, Suiza, entre el 10 y el 12 de diciembre.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación **Chasqui**

Nº 84 Diciembre 2003

## Director

Edgar P. Jaramillo S.

## Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

## Consejo Editorial

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

## Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Patricio Zuquilanda,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Ottón Morán R.,  
Ministerio de Educación y Culturas  
Juan Centurión,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos,  
Organización de Estados Americanos  
Gustavo López Ospina,  
Consejero Regional de la UNESCO  
Iván Abad, FENAPE  
Florha Proaño, UNP  
Rodrigo Pineda, AER

## Asistente de Edición

Jorge Aguirre

## Corrección y Estilo

Manuel Mesa

## Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

## Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: [chasqui@ciespal.net](mailto:chasqui@ciespal.net)

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

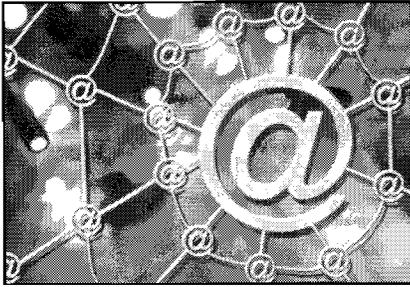
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

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

**Todos los derechos reservados.**

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



# CONTENIDO

## PORTADA

- 4**            **La formación del periodista digital**  
Koldobika Meso Ayerdi

## OPINIÓN

- 12**           **La prensa y el combate de prácticas corruptas**  
Jaime López

## ENSAYOS

- 18**           **Errores de comunicación del Presidente Uribe en el referendo**  
Humberto López López

- 26**           **El fútbol y las relaciones públicas en España**  
Alfredo Arceo

- 34**           **México: Profesiones emergentes para los comunicadores**  
Manuel Ortiz Marín

- 44**           **La libertad de prensa encarcelada**  
Rafael Jiménez Claudín

### *CINE*

- 50**           **Cine indígena y resistencia cultural**  
Antoni Castells i Talens

- 58**           **El bueno, el malo, el feo...de aquí a la eternidad**  
Edmundo Rodríguez Castelo

### *MÚSICA*

- 66**           **Los Grammy Latino, su meta inicial y su fin comercial**  
Marinés Arroyo

### *INFORMÁTICA*

- 74**           **Internet y la sociedad de la información**  
Octavio Islas y Fernando Gutiérrez

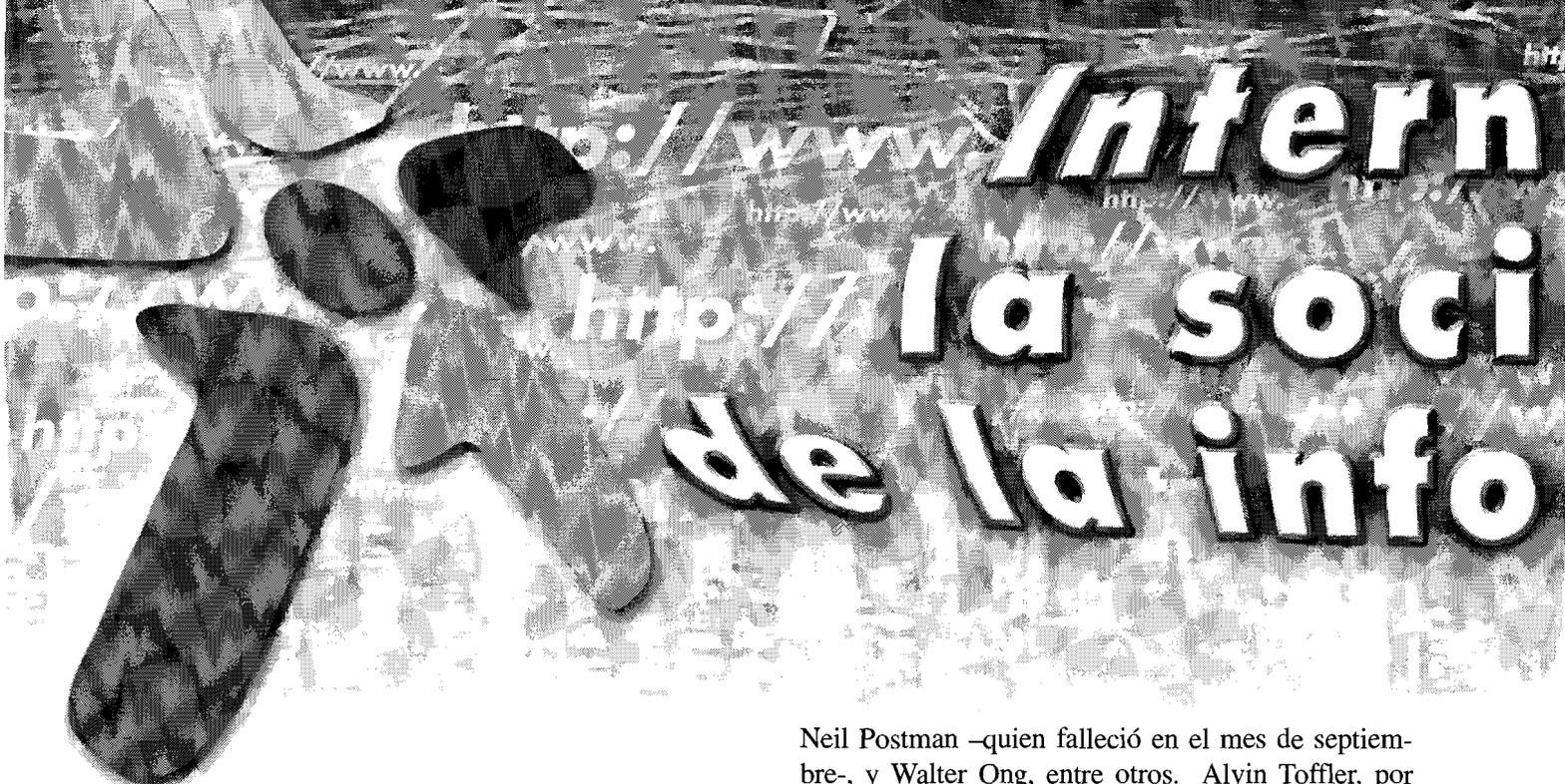
### *LENGUAJE*

- 76**           **Errores comunes en el lenguaje periodístico**  
**Nueva Colonización**  
Juan M.Rodríguez

- 78**           **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 84**           **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 90**           **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**



# Internet la soci de la info

**Octavio Islas y Fernando Gutiérrez** ■

Con cierta insistencia y en fechas relativamente recientes, el término “Sociedad de la Información” ha sido incorporado en los discursos académico político y mediático. Para estar a tono con las exigencias de los “nuevos tiempos modernos”, no pocos de los comunicólogos latinoamericanos, que a mediados de la década de los noventas se negaban a reconocer a Internet como un medio de comunicación, hoy pretenden afirmarse como expertos en el tema de la “sociedad de la información y el conocimiento”.

De acuerdo con el informe La Sociedad de la Información en España, 2002, documento que fue elaborado por expertos de la empresa Telefónica de España, la sociedad de la información:

“en realidad se trata todavía de un terreno poco firme, con nuevos conceptos que no están suficientemente asentados, con la carencia de un modelo plenamente definido en el espacio político, y con descripciones y análisis globales que en ocasiones resultan contradictorios”.

Claudia Benassini Félix, investigadora de la Cátedra de Comunicaciones Estratégicas del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, afirma que a Daniel Bell corresponde el mérito de haber introducido el concepto “sociedad de la información”. Algunos de los aspectos medulares de la llamada “Sociedad de la Información” fueron abordados con gran oportunidad por reconocidos analistas del cambio tecnológico, como Marshall McLuhan, Harold Innis,

Neil Postman –quien falleció en el mes de septiembre-, y Walter Ong, entre otros. Alvin Toffler, por ejemplo, en “La Tercera Ola” anticipó con singular claridad el advenimiento de “La Sociedad de la Información”. De acuerdo con Toffler, la “Tercera Ola” introduciría una nueva sociedad, la cual descansaría en la información, el conocimiento y la creatividad.

Para Toffler, la “desmasificación” representa la principal característica de los medios de comunicación de la “Tercera Ola”. Internet, efectivamente, no es un medio de comunicación “masiva”. Por esa razón algunos comunicólogos concluían que Internet no admitía ser considerado como un medio de comunicación. Es posible postular a Internet como el medio de comunicación “nativo” de la “Tercera Ola”, pues además de ser un medio eminentemente “desmasificador”, produce y reproduce entornos inteligentes en el desplazamiento de la “infosfera”.

## Tiempos modernos

Una de las principales características de nuestros “nuevos tiempos modernos” es la velocidad con la cual la información se genera, transmite y procesa. Hoy, a través de las múltiples herramientas de comunicaciones de Internet, es posible obtener información instantáneamente, y en no pocas ocasiones a partir de la misma fuente que la produce, trascendiendo fronteras y limitantes de espacio y tiempo. Un perfecto ejemplo de lo anterior son los “weblogs”.

Internet es el medio de comunicación que expresa, en su admirable complejidad y perfección, el sentido más amplio de lo que representa en nuestros días la convergencia tecnológica, instalándonos en una especie de versión más avanzada de aquello que Marshall

Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, Investigadores de la Cátedra de Investigación en Comunicaciones Estratégicas y Cibercultura, Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México.

# et y //www. edad //www. rmación

## INFORMÁTICA

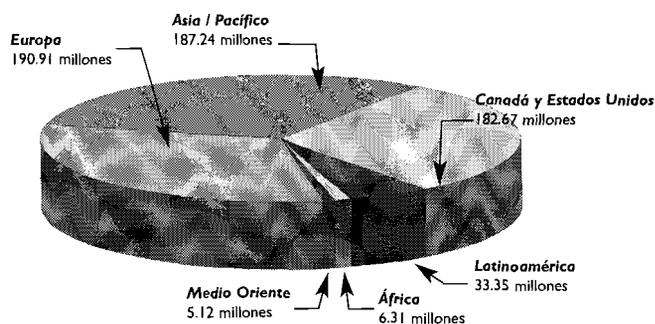
McLuhan acertó en designar como la “aldea global”. La convergencia digital que desplaza consigo el desarrollo de Internet, en buena medida define las posibilidades de innovación de industrias como la informática, la electrónica de consumo doméstico, la robótica, los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la realidad virtual, entre otras. A pesar del incipiente desarrollo de la llamada “economía virtual”, la convergencia digital admite ser considerada como un proceso irreversible.

De acuerdo con la información de NUA Internet Surveys, en septiembre de 2002, poco más del 10 por ciento de la población mundial (605.60 millones de personas) empleaba Internet.

### • Número de usuarios de Internet por regiones (Septiembre, 2002)

Total de usuarios en Internet: 605,60 millones

#### Número de usuarios de Internet por región



Fuente: NUA Internet Surveys. [http://www.nua.com/surveys/how\\_many\\_online/](http://www.nua.com/surveys/how_many_online/)

### Desarrollo exponencial

Conforme a las conclusiones de una investigación realizada por The AMD Global Consumer Advisory Board (GCAB), en la cual se analizó el desarrollo de

Internet en los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia, Corea, Japón y México, a pesar de que Internet ha registrado un desarrollo exponencial desde hace 10 años –en 1993 el número estimado de usuarios de Internet apenas rebasaba el millón y en septiembre de 2002 el número de cibernautas ascendía a poco más de 600 millones–, actualmente sólo el 10 por ciento de la población mundial emplea Internet. El 90 por ciento de los usuarios de Internet se concentra en naciones desarrolladas, y la tercera parte de los usuarios de Internet en naciones desarrolladas vive en los Estados Unidos.

Si aceptamos que Internet, efectivamente, representa la columna vertebral de la “sociedad de la información y el conocimiento, la asignatura pendiente es procurar la efectiva masificación del “medio inteligente”, con el propósito de que amplias capas de la sociedad disfruten de los beneficios que supone la “sociedad de la información”. Hoy los beneficios que implica la llamada “sociedad de la información y el conocimiento” representan el privilegio de una selecta minoría. Además, debemos tener presente que a partir del 11 de septiembre de 2001, el gobierno de los Estados Unidos fincó su economía en los negocios de la guerra y el petróleo. Desde entonces, el tránsito a la “sociedad de la información” quedó en suspenso. ☉

### La Cumbre de la Sociedad de la Información

Entre el 10 y el 12 de diciembre/2003, en Ginebra, Suiza, se realizará, en su primera fase, la cumbre mundial de las Naciones Unidas sobre el tema de “la sociedad de la información”. Del 16 al 18 de noviembre del 2005 se ha programado la realización de la segunda fase de la cita, en el estado africano de Túnez.

### Referencias en Internet

- “La Sociedad de la Información en España, 2002”. Disponible en línea en: <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/espana2002/partes/intro/index.html>
- Véase Robyn Grenenspan: “High usage countries experience divide” en: [http://cyberatlas.internet.com/big\\_picture/geographics/article/0,,5911\\_3101791,00.html](http://cyberatlas.internet.com/big_picture/geographics/article/0,,5911_3101791,00.html)
- Web Site oficial <http://www.itu.int/wsis/>
- Más información en [www.comunica.org](http://www.comunica.org)