

Carta a nuestros lectores

Chasqui dedica su artículo de fondo al esclarecimiento de una posible manipulación de la información por parte del Gobierno de Aznar, sobre el ataque terrorista del 11 de marzo en Madrid, para evitar una reacción popular adversa que diera al traste con su anticipada victoria electoral. Quisimos saber, en función de esta inquietud, cuál fue el papel que jugaron los medios de comunicación, privados y públicos, cual fue la actitud de los partidos políticos y cual la reacción del pueblo español. Los maestros Salvador Alsius, desde Barcelona, y Angel Rodríguez Kauth, desde Argentina, nos presentan dos visiones del caso, la una española y la otra latinoamericana.

Nuestra casa matriz, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina -CIESPAL- cumple en octubre 45 años de vida. En la columna de opinión, el Director General de la institución resume la actividad cumplida en los últimos nueve lustros y avizora el futuro.

Una de las consecuencias de las nuevas tecnologías es el menor interés que, día a día, tienen los niños y jóvenes por la lectura en los medios tradicionales de comunicación escrita. Esta tendencia hace nacer en muchos la pregunta sobre la permanencia del libro o su eventual desaparición, más aún con la reciente aparición del e-book. Ivana Basset analiza este fenómeno muy propio de la actual época.

También las nuevas tecnologías crean novísimas disciplinas como la del ciberperiodismo, cuyas particularidades las analizamos en este número, al igual que la realidad presente de la prensa gratuita, que crece imparable en todo el mundo, y las nuevas modalidades de programación en la radio dirigida a todos los públicos.

Una película, "La pasión de el Cristo", provocó en los primeros meses del año una polémica que continúa con singular persistencia. En este número analizamos ese filme e informamos sobre el lauro que el Festival de Cannes otorgó a un documental también polémico: Fahrenheit 9/11.

Finalmente, Chasqui desarrolla, desde la óptica de la informática, dos temas de gran actualidad: los derechos digitales y el control del ciberespacio y la contagante penetración que Internet tiene para facilitar la adquisición de bienes y la utilización de servicios que facilitan el bienestar de la comunidad.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 86 Junio 2004

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial

Violeta Bazante

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco

Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Patricio Zuquilanda D.,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Roberto Passailaigue,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,

Organización de Estados Americanos

Gustavo López Ospina,

Consejero Regional de la UNESCO

Iván Abad, FENAPE

Héctor Espín, UNP

Rodrigo Pineda, AER

Asistente de edición

Jorge Aguirre

Corrección y estilo

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

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

y de la Red de Revistas Científicas de América Latina y

el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado 17-01-584

Quito - Ecuador

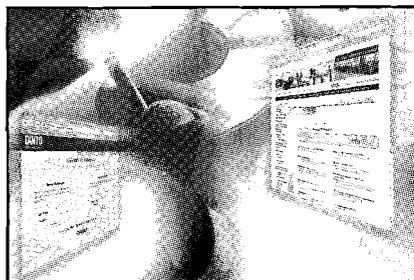
Registro M.I.T., S.P.I.027

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 versión de los medios, Terrorismo en Madrid**
Salvador Alsius
- 14 **El caso Aznar, Fabricando mentiras en los medios**
Angel Rodríguez Kauth

OPINIÓN

- 22 **CIESPAL: 45 años de influencia pionera y fecunda en el mundo de la comunicación**
Edgar Jaramillo S.

ENSAYOS

- 26 **¿Matará el Internet al libro?**
Ivana Basset
- 32 **Marshall McLuhan, 40 años después**
Octavio Islas
- PRENSA*
- 38 **Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo**
Ramón Salaverría
- 46 **La prensa gratuita se reivindica**
Francisco Fernández Beltrán
- RADIO*
- 52 **España, Programación radial para todo público**
María Gutiérrez García - Amparo Huertas Bailén
- CINE*
- 58 **“La pasión de el Cristo”: su controversia**
Edmundo Rodríguez C.
- INFORMÁTICA*
- 66 **Derechos digitales y control del ciberespacio**
Carlos Cortés
- 74 **Internet en la gestión pública y municipal (I)**
Francisco Ficarra
- LENGUAJE*
- 80 **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
La pluma es lengua del alma
Juan M. Rodríguez

82 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

86 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

92 **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**

Errores comunes en el lenguaje periodístico

La pluma es lengua del alma

Juan Manuel Rodríguez ■

El 11 de abril, a un mes de la tragedia provocada por el terrorismo en los trenes madrileños, el equipo de fútbol Real Madrid perdía el juego contra el Osasuna, de Navarra, por un marcador apabullante: tres a cero. En medio del relato y cuando la suerte estaba echada, el locutor del canal ecuatoriano Telesistema, con toda la cachaza del mundo y creyendo que había encontrado una analogía perfecta, declaraba que este desastre se asemejaba al acto terrorista ocurrido hacía treinta días. La fecha, el lugar y el drama parecen avalar la comparación. Sin embargo, el comentarista Muñoz lo interrumpe de inmediato y amonesta ante los televidentes: la relación es descabellada, pues no deben igualarse dos eventos tan desemejantes. Con sensatez y cordura, le aconseja que se retracte. Pero el locutor no se inmuta. Convencido tal vez de su ingenio o sin entender por qué debe disculparse, prosigue el relato de las escaramuzas, haciendo caso omiso de la insinuación del compañero. Ante tamaño disparate, un locutor profesional se hubiera excusado, consciente de la burrada y de su responsabilidad social como comunicador. ¡Qué gol hubiera cantado si con honradez y grandeza de espíritu se hubiera disculpado! Pero no

lo hizo. El error es triple: primero, por su temeridad, segundo por no tener la valentía de reconocer la falta, y tercero por desconocer las responsabilidades de su oficio ante las cámaras.

En una entrevista acerca de la televisión, concedida a una revista quiteña y tijeñeteada o censurada por el editor, me referí a las pavorosas contradicciones que vive este medio de información. Así, mientras el comentarista del noticiario invita a practicar valores como la honestidad y el respeto, a continuación se transmite una telenovela que promueve el robo, la violencia, el asesinato y la pendeñencia. La tele no crea necesidades sino que se aprovecha de ellas, inaugurando nuevos deseos. Volar, poseer un teléfono digital no son necesidades creadas por el medio de información, por el contrario, son respuestas a las necesidades naturales de comunicarnos y desplazarnos. En televisión, confundir es el juego. Suponer que el medio produce necesidades, es como creer que la batidora genera la necesidad de comer papillas. La televisión incita, llama, persuade, entretiene, a veces entrega información de dudosa validez. La televisión promueve deseos que se basan en nuestras necesidades de supervivencia, autoestima y socialización.

Juan Manuel Rodríguez, español por nacimiento, ecuatoriano por adopción. Decano del Colegio de Comunicación de la Universidad San Francisco de Quito, novelista y escritor.

■ Correo-e: juan@mail.usfq.edu.ec

Los contenidos de la tele responden unas veces a las expectativas de los espectadores, y siempre a los intereses comerciales y empresariales de los dueños del medio. “Cada sociedad tiene su propio circo y espera que, concluida la función, los asistentes vuelvan con menos desgana a una anodina vida cotidiana” (Brown). La televisión es parte de la industria del entretenimiento, por ello divierte, distrae, desprecupa, camufla, relaja y maquilla. Los efectos de estas intenciones tienen nefastas consecuencias en los televidentes: alelamiento, vagancia mental, alienación, desinformación, conformismo y ceguera. La televisión, como otros entretenimientos, forma parte de la *cultura coprológica*, que consiste en producir heces fecales culturales que son alimento de los consumidores de mierda cultural. Si se vive en una cultura coprológica, entonces los coprófagos se alimentan de excrementos, y a ello responde la televisión como una forma de cultura.

Los programas del género *talk show*, en los cuales se pueden incluir algunos noticiarios, son el moderno reemplazo del antiguo confesionario, lugar donde los creyentes descargaban sus culpas a Dios para alcanzar el perdón. La diferencia con ese sacramento es que ahora los pecados se hacen públicos y no existe el secreto de confesión ni la intimidad. El atractivo de estas confesiones, además del morbo y el escándalo, responde a un proceso cultural denominado *catarsis*, o sea, a la purificación grupal. Los griegos usaban la *catarsis* en el teatro clásico, suponiendo que se lavan las culpas mediante procesos de imitación, proyección y atribución de iguales enredos, en donde la acción mimética nos libera. La gran diferencia con el teatro griego es que los argumentos narrados en las confesiones televisadas son estúpidos, mal actuados y, sobre todo, sin un análisis de los problemas representados. Si en esos programas existiera un estudio de los casos y una interpretación cultural de ellos, el público sacaría algo de provecho. Pero ¿pueden los presentadores de televisión analizar algo?

Todo programa televisado es cultural y lingüístico, pertenece al mundo de la cultura de una sociedad. La calidad de los programas es directamente proporcional a la *calidad de los televidentes*.

Ahora bien, cultura no es un sinónimo de educación. Si por cultural nos referimos a productos culturales con esa intención, debemos considerar que el aprender y reflexionar es siempre un trabajo individual, a veces divertido, siempre esforzado. Una sociedad que oscila entre la mojigatería y la hipocresía para señalar lo educado, y lo burdo y vulgar para indicar lo grosero y vulgar, genera el tipo de televisión que padecemos si somos tan valientes como para prenderla.

En un acto de audacia, prendo el aparato. Es una entrevista sobre el TLC (Tratado de Libre Comercio.) En diez minutos escucho las siguientes perlas idiomáticas del periodista: “Como se dice *vulgarmente*, el *quid* del problema es... Es un carro *full* equipo. Ya trataremos este problema en *un acápite* especial. ¿Cuáles serían los peligros *potenciales* de esa negociación? Ahí habrá que *potenciar* la negociación. Se deberá hacer una difusión *a nivel* popular. ¿Cómo hacemos un esquema *paulatino* sobre esto? Vamos a ver las imágenes de video y *audio* que hemos preparado. Pasemos a *pensar de que* es el Ecuador del futuro.” Por fin apago y salgo de la calamidad informativa. Si usted, amigo lector, es capaz de resolver y advertir esos errores, ya sabe por qué la televisión atonta.

En el capítulo dieciséis de la segunda parte de *El Quijote*, el caballero andante se topa con Diego de Miranda, hidalgo manchego al que apodará “el caballero del Verde Gabán”. Ante una pregunta de éste sobre el oficio de las letras, don Quijote responde que “la pluma es lengua del alma”. Cosa semejante se debiera atribuir al profesional que se coloca frente a las cámaras. Con frecuencia el micrófono se convierte en el esfínter del alma. Un uso responsable del micro respeta la corrección idiomática y el contenido del mensaje para que el efecto de imitación nos invite a hablar y a pensar con juicio. El buen uso del idioma es parte de nuestra identidad. Sin ella no hay imagen real que mostrar, solamente existe máscara, maquillaje, apariencia e imágenes televisadas que, desde luego, son sensaciones y signos, no pensamientos. Qué juicioso era el loco don Quijote y cuánto conocía de la naturaleza humana. Indudable. ●



En el mismo portal están disponibles otros dos informes que pueden ser de interés:

Todo lo relativo al mundo de las tecnologías de la información y la comunicación (tic's), puede encontrarse en la dirección <http://iblnews.com/noticias/05/107705.html> y para quien quiera enterarse sobre las novedades en materia de la conexión inalámbrica a Internet o *wi-fi*, la información está en <http://iblnews.com/noticias/05/107572.html>

Lanzan Topix el buscador de noticias

Noticias locales, noticias por temas, todas las categorías, personalizables y con búsqueda al instante en más de 6.000 fuentes informativas norteamericanas. Esto es Topix.net, la nueva generación de buscadores de noticias que quiere acabar con el caos abrumador y las dificultades de navegación y personalización de otros buscadores como Google News o Yahoo! Noticias.



Topix.net incluye todos los servicios de sindicación y personalización más usados:

XML, RSS, ventanas con titulares en webs ajenas y seguimientos personalizados de compañías o sectores.

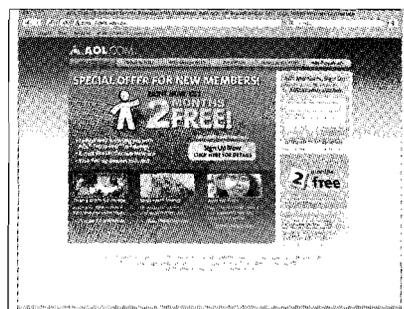
El nuevo buscador informativo, que ofrece más de 150.000 páginas ordenadas por temas y áreas geográficas, es un invento de parte del equipo fundador del Open Directory Project, el primer directorio abierto y gratuito de la Red, y el más grande de los editados por humanos.

Bloqueados con virus mil millones de correos electrónicos

America Online (AOL) anunció que en el 2003 bloqueó hasta mil millones de correos electrónicos

que contenían algún tipo de virus y que iban dirigidos a sus clientes, lo que supone una media aproximada de un ataque cada diez días, según informó la compañía en un comunicado.

La filial de Internet del grupo Time Warner comenzó a escanear de forma automática todos los archivos adjuntos que sus usuarios --alrededor de a 24 millones-- reciben o envían, con el fin de minimizar los riesgos de que se difundan virus informáticos. AOL informó que durante el pico de difusión del virus *Sobig.F*, en agosto del 2003, sus sistemas constataron un registro histórico de virus bloqueados en un solo día, al detectar 24 millones de códigos maliciosos en apenas 24 horas.



Infección generalizada por programas espías

Un 70 por ciento de los ordenadores en el mundo están infectados por algún programa espía (spyware) que se dedica a observar las acciones que realiza un usuario en su ordenador e informa a terceras personas.

El informe fue divulgado en la tercera jornada del Internet Global Congreso, por el responsable de AT&T, Steve Bellovin, quien alerta sobre los problemas educacionales de la sociedad.

Bellovin explicó que la mayoría de usuarios accede voluntariamente a descargarse este tipo de programas al no leerse las licencias y ser *engañados* sobre el uso de estos programas. El experto en Internet ha alertado sobre *nuevos fenómenos* que afectan a la seguridad en la red y entre los que ha citado el *phishing*, un sistema que roba las identidades de los usuarios y que va en aumento. Bellovin también ha advertido que los *hackers* envían correos en los que piden la renovación de la clave y aprovechan para hacerse con el número de identidad de los ordenadores.

Publicistas chinos recurren cada vez más a niños

El mercado publicitario chino tiene nuevos protagonistas: los niños. Su gran capacidad para influir en las decisiones de sus padres, quienes gastan en ellos grandes cantidades de dinero, está convirtiendo a los menores en las grandes estrellas de esta industria.

Toda clase de productos -alimentos, dentífricos, ordenadores, coches, etc.- son anunciados por niños en la televisión. Se trata de una nueva tendencia en el país asiático, donde estos anuncios apelan a los tradicionales valores familiares del pueblo chino.

Además de humanizar los anuncios, los niños también influyen cada vez más en las decisiones de sus padres, según Yao Jingyuan, economista de la Oficina Nacional de Estadística china.

Tecnología para escuchar las palabras que no se pronuncian

La NASA anunció el desarrollo de un programa informático para escuchar la palabra pensada a través de las señales nerviosas enviadas a la garganta para controlar el habla, un método que podría ser útil para

los astronautas, los trabajadores de lugares ruidosos y los minusválidos.

"Una persona que utiliza este sistema subvocal piensa frases y las pronuncia para sí

misma, tan bajo que las palabras son inaudibles, pero la lengua y las cuerdas vocales reciben las señales del habla que envía el cerebro", dijo Chuck Jorgensen, responsable del programa de la Agencia Espacial estadounidense.

El investigador y su equipo descubrieron que pequeños captadores ubicados bajo el mentón y a cada lado de la nuez permiten recoger señales nerviosas

que son analizadas por un programa que las convierte en palabras.

"Cuando leemos o cuando nos hablamos a nosotros mismos, con o sin movimiento de labios o de la cara, se generan señales biológicas", explicó el investigador, cuyo programa registró una precisión de 92 por ciento en los ensayos de reconocimiento de palabras.

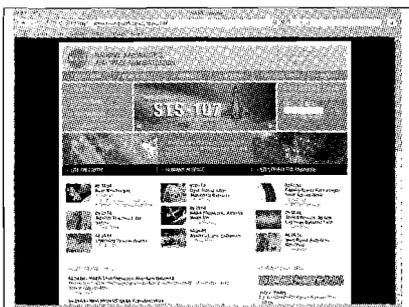
Pentium M para PC portátiles

Intel, el mayor fabricante de microprocesadores del mundo, lanzó en mayo un nuevo procesador para computadoras portátiles, en un esfuerzo por acelerar la creciente tendencia de accesos inalámbricos a Internet. Los procesadores Pentium M son los primeros de Intel, contruidos con una tecnología de fabricación de 90 nanómetros, que ayuda a los nuevos chips a funcionar más rápido consumiendo casi la misma cantidad de energía. Un nanómetro es equivalente a la milmillonésima parte de un metro.

Intel lanzó en 2003 su tecnología Centrino, que combina procesadores eficientes en términos de consumo de energía con capacidad de comunicación inalámbrica.

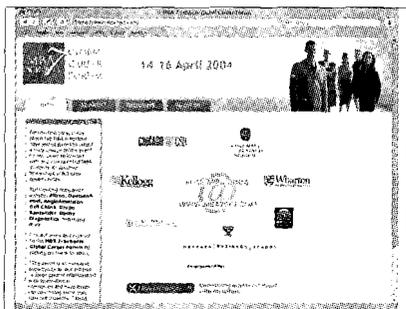
Poco más de un año después del lanzamiento, más de 150 modelos de computadoras portátiles están equipados con la tecnología Centrino, dijo Intel.

Los nuevos procesadores estarán disponibles en velocidades de entre 1,7 y 2,0 giga hertz.



Primer foro en línea de la carrera de Economía

Siete de las mejores facultades de economía de los Estados Unidos se unieron en abril en un foro en Internet, para ofrecer a las empresas internacionales la oportunidad para reclutar estudiantes de MBA (master en administración de empresas), para que realicen pasantías de verano u ocupen puestos de tiempo completo.



El foro denominado *MBA 7-School Global Career Forum*, unificó al Columbia Business School, Harvard Business School, Kellogg School of Management, MIT Sloan School of Management, Stanford Graduate School of Business, la University of Chicago Graduate School of Business y la Wharton School de la Universidad de Pennsylvania.

El sitio Web del evento fue: <http://www.mba7gcf.com>

Suben compras de cámaras digitales

Los pedidos mundiales de cámaras digitales aumentarán un 39 por ciento en 2004 y alcanzarán los 100 millones de unidades hacia 2008, impulsados por el entusiasmo de los aparatos sin rollo fotográfico, según un informe de la industria.

Los envíos de cámaras digitales han aumentado hasta 68,6 millones de unidades este año, desde 47,9 millones en 2003, según dijo el jueves la firma de investigación IDC.

Los fabricantes de cámaras digitales prevén competir ofreciendo cámaras más potentes, con mayor resolución, a precios comparables con los actuales.

Sony lideró el mercado global de cámaras digitales en 2003, con un 18 por ciento de las ventas. Canon fue segundo con un 16 por ciento, seguida de Olympus y Eastman Kodak.

Construirán el ordenador más rápido del mundo

El Departamento de Energía de los Estados Unidos reveló sus planes para construir la supermáquina en el Estado de Tennessee y tres empresas privadas participarán en el proyecto denominado DOE.

Los científicos tratarán de construir una computadora que sea capaz de realizar 50 mil billones de cálculos por segundo en una base constante. En el

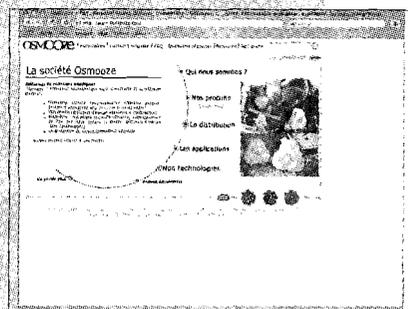
proyecto DOE participarán las empresas Cray Corp., IBM Corp. y Silicon Graphics Inc.

Las computadoras superrápidas no solo resuelven complicadas ecuaciones, también permiten ejecutar simulaciones sofisticadas que facilitan descubrimientos científicos, además de otras cosas.

Inventan los olores para la PC

Cuando pensábamos que ya todo estaba creado, otra novedad llega al mundo. Si algo le falta a una computadora es reproducir olores. Pero parece que ese ya no será el caso gracias al USB P@d de Osmooze.

El USB P@d trabaja con cartuchos intercambiables de gel 100 por ciento natural, fabricados a partir de esencias de aceites. Una corriente de viento es generada para que atravesese los cartuchos y así los aromas alcanzan nuestras narices.



Más información está disponible en: www.osmooze.com

Revelan nuevo fallo en Windows XP y Windows Server 2003

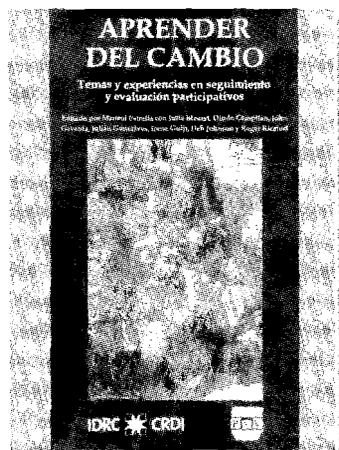
Microsoft advirtió de un nuevo fallo en la seguridad de sus sistemas operativos Windows XP y Windows Server 2003, que puede permitir que un pirata informático se introduzca en un ordenador y ejecute códigos.

Microsoft describió el problema como *importante* -un nivel por debajo de *crítico*, el más preocupante- mientras que la compañía de seguridad informática Symantec señaló que se trata de una vulnerabilidad de *alto riesgo*.

En su boletín mensual de mayo, Microsoft informó que lanzó el correspondiente parche para remediar el problema y pidió a sus clientes que lo instalen cuanto antes. Symantec recomendó a "los usuarios que apliquen el parche de seguridad para eliminar la vulnerabilidad cuanto antes les sea posible".

Bibliografía sobre Comunicación

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



Blauert, Jutta; Estrella, Marisol. (2003). **Aprender del cambio: temas y experiencias en seguimiento y evaluación participativos**. México: Plaza y Valdés. 270 p.

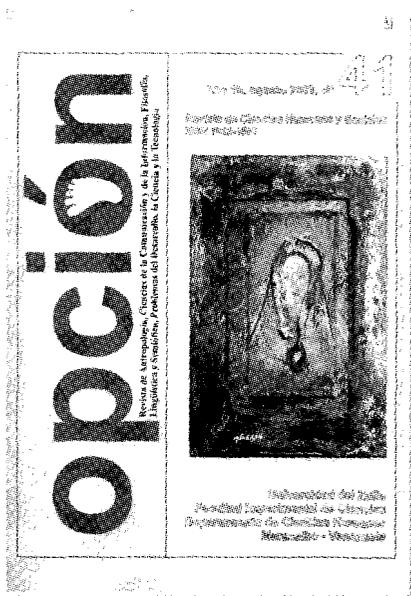
La participación se ha transformado en un concepto crítico del desarrollo, cada vez más usado en la planificación y la ejecución de programas de desarrollo. *Aprender del cambio* reúne una amplia gama de estudios de caso y discusiones entre practicantes, académicos, donantes, elaboradores de políticas, planificadores y personas que trabajan en el desarrollo. Explora los aspectos conceptuales, metodológicos,

institucionales y políticos del seguimiento y evaluación participativos. En suma, trata de mostrar las diferentes ópticas a través de las cuales los distintos grupos y personas pueden ver, describir y actuar sobre los cambios.



Borgaminck de De la Torre, Lidia; Baquerin de Riccitelli, Ma. Teresa. (2003) **¿Internet: un medio de sociabilidad o de exclusión?** IN: *Comunicación y Sociedad*, v. XVI, (2) Diciembre, pp. 95-118

Esta investigación busca explicar cómo Internet es una nueva tecnología que no tiene una difusión homogénea en la estructura social y, por lo tanto, podría profundizar las diferencias entre los actores sociales, provocando que algunos tengan una percepción diferente del tiempo y del espacio, desarrollen nuevas habilidades comunicativas, mientras otros no tienen esta posibilidad. Este trabajo se propone indagar si se puede hablar de *tecnorricos* y *tecnopobres* entre jóvenes que, habiendo alcanzado un mismo grado de educación formal, no han desarrollado iguales habilidades comunicacionales.



Deusdad, Blanca. (2003). **El concepto de liderazgo político carismático: populismo e identidades.** IN: Opción, (41), pp. 9-35.

Este trabajo se enmarca en el campo de la Historia de las Ideas y destaca la aportación crucial del sociólogo Max Weber. Intenta definir qué se entiende por carisma político, para clarificar el concepto y plasmar su transformación a lo largo del siglo XX.

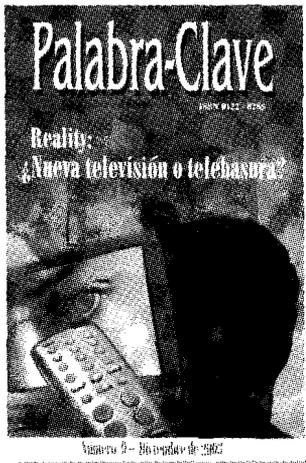
Se advierte que el término *carisma*, característica inseparable del liderazgo político, ha sufrido

una banalización, sobre todo, a través de su difusión en los medios de comunicación, donde se lo factura como un producto más, por ser fácilmente manipulable debido a la falta de cultura política de la población.



Fara, Carlos. (2004). **Comunicación política en América Latina: tendencias, factores y problemas prácticos.** IN: Diálogo Político, (1), pp. 79-99.

La política en la región presenta varias interrogantes: ¿Hay un giro a la izquierda?, ¿vuelven los caudillos populistas?, ¿desaparecen los partidos? Las respuestas a estas preguntas afectan a las reglas de juego de la comunicación política. En primer lugar, deben delimitarse las características del electorado en la región. En segundo término, describir los factores que afectan el desarrollo de la comunicación política en América Latina; luego, identificar los problemas en la construcción de imágenes políticas y, por último, visualizar cómo se construye una diferencia en términos político-electorales. Se concluye señalando que hay necesidad de que las organizaciones políticas replanteen el desarrollo de sus actividades



Llano, Sergio. (2003). **Nuevas tecnologías y dilemas éticos.** IN: Palabra Clave, (9), pp. 137-151.

El desarrollo de la tecnología y, en particular, de las tecnologías de información alcanza un ritmo de avance que supera con creces la velocidad del desarrollo social. En un entorno así, el papel de la persona humana se diluye fácilmente. Con una postura neutra (ni pesimista ni optimista en extremo) se analizan algunos dilemas éticos que se empiezan a plantear y otros que sobrevendrán en el futuro, en un escenario donde la acción humana cotidiana depende cada vez más de las máquinas.



Lozano, José Carlos. (2004). **Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México.** IN: Diálogo Político, (1), pp. 101-116.

La mercadotecnia política, la búsqueda de rentabilidad y las batallas cada vez más feroces por las audiencias entre los medios electrónicos, han propiciado que la información en los noticieros televisivos se oriente mayormente a lo espectacular, lo frívolo y lo tendencioso. Este artículo, basado en un análisis de contenido de dos semanas de programación de los principales noticieros nacionales de México, Estados Unidos y Canadá, presenta evidencias empíricas del grado en que la información política, transmitida por esos programas, presenta rasgos de espectacularización y discute las implicaciones de esta tendencia en la conformación de la cultura política de públicos cada vez más aceptados por los medios electrónicos como consumidores y no como ciudadanos.



Paz, Martha. (2003). **Poder y fuentes de información.** IN: Diálogos de la Comunicación, (68), pp. 37-44.

Refiere el estudio realizado en cuatro diarios bolivianos de Santa Cruz de la Sierra, considerados como medios de poder o de élite: *El Deber*, *El Nuevo Día*, *El Mundo* y *La estrella de Oriente*.

Estos cuentos con pocas fuentes de información, en las que no se reflejan los intereses de la mayoría de la población y, por el contrario, se muestra únicamente la realidad que le interesa al poder establecido.

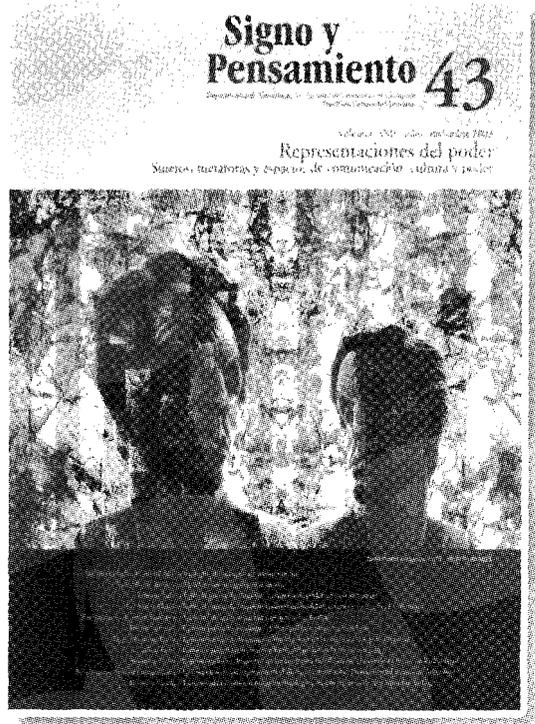
Se detecta que entre las fuentes de información y la noticia hay una relación directa. De las primeras depende que las segundas tengan el *valor agregado* y sirvan a la población.



Pérez, Rafael. (2003) **¿Por qué necesitamos una nueva teoría estratégica?** IN: *Mediaciones*, (2), pp. 81-96.

Los cambios ocurridos en los colectivos sociales y la crisis que han provocado en las diversas sociedades son el objetivo de este estudio.

Por lo mismo, es pertinente tener una propuesta teórica y científica que hable de nuevas maneras de ver los acontecimientos, acotar lo que se constituye en lo incierto, remover los cimientos sobre los que se erigen nuestras visiones del mundo; en síntesis, adelantarnos y prepararnos para el cambio, mediante las estrategias.



Siqueira, César. 2003. **Sociedad de la información y proyecto intelectual.** IN: *Signo y Pensamiento*, v. XXII, (43), pp. 71-77

Armand Mattelart, reconocido investigador de la comunicación, plantea, en la entrevista concedida al director de la revista *Eptic On Line*, César Siqueira, la necesidad de repensar el papel de los intelectuales en la sociedad contemporánea, con la finalidad de que éstos no queden sometidos al determinismo tecno-mercantil y a la ideología del orden. Se refiere también a la pertinencia de una agenda de investigación sobre la economía política de la comunicación y los estudios culturales, que ofrezcan respuestas innovadoras a los desafíos locales, regionales y globales de la llamada sociedad de la información.

Ruiz, Sandra. (2003). **La trivialización de la información televisiva.** IN: Palabra Clave, (9), pp. 67-80.

La globalización, el avance tecnológico y la presión del *rating* en la televisión han generado, en los canales, la tendencia a hacer cada vez más espectacular su oferta, no solo en los formatos recreativos sino, también, en los informativos. En la actualidad abundan elementos de *show*, y espectacularidad que ocasionarán la trivialización de la información.



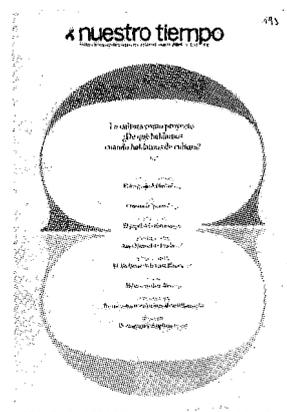
Sánchez, José Javier. (2003). **La publicidad y el enfoque de la imagen femenina.** IN: Comunicación y Sociedad, v. XVI, (2), pp. 67-92

Desde hace años se viene reivindicando la imagen de la mujer y enfatizando en la necesidad de que la publicidad la respete. Plantea que a partir de la *Teoría del Enfoque* se puede esclarecer algunos conceptos fundamentales que ayuden a resolver parte de los problemas planteados en esas protestas. Luego de presentar los puntos más controvertidos, se intenta delimitar los aspectos centrales de la polémica y presentar algunas ideas para mejorar el tratamiento publicitario de la imagen de la mujer.

Sunkel, Guillermo. (2003). **Campos de investigación y políticas de comunicación: abandonos y complacencias.** IN: Diálogos de la Comunicación, (68), pp. 67-76.

Las políticas de comunicación han sido objetivo fundamental de la investigación de la comunicación en América Latina, cuya construcción ha estado marcada por dos hitos que son tratados exhaustivamente en este artículo: Primero, *las políticas nacionales de comunicación*, cuyo apareamiento data de mediados de los años 70, en el contexto de las dictaduras y vinculadas a la propuesta por un nuevo orden de la información (NOMIC), que podría considerarse como el primer intento de lograr un paradigma de comunicación desde Latinoamérica; y, segundo, *las políticas culturales* que aparecen en la segunda mitad de la década de los 80, constituyéndose en el momento clave que obligó a redefinir la relación entre comunicación y cultura.

REVISTAS DE INTERÉS GENERAL



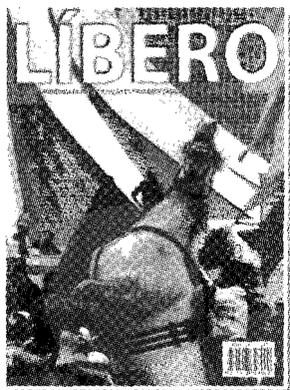
NUESTRO TIEMPO

Revista mensual editada por la Universidad de Navarra, (597), marzo 2004, que cumple 50 años de vida

Presenta como tema central, *La cultura como proyecto*. Su autor, Alejandro Llano, desglosa en un breve análisis las concepciones acerca de cultura desde Aristóteles hasta Leo Strauss. La cultura es una forma de cultivo del espíritu, de trascendencia de uno mismo. Solo a través de la cultura el hombre se perfecciona, se humaniza, se anota.

Universidad de Navarra, 31080, Pamplona, España.

nuestrot@unav.es



LIBERO

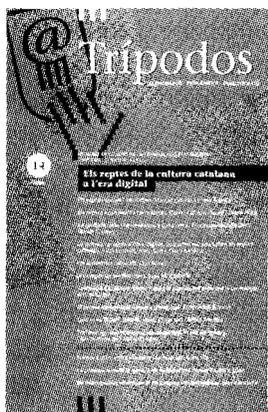
Revista semestral editada por la Facultad Cásper Líbero, vol. V, (9-10), 2002.

El ensayo sobre *La perpetuación de una ilusión teórica: sobre el mito del periodismo objetivo*, de Luiz Felipe Baêta Neves, *Articulación del metalenguaje en la televisión*, de Soraya Ferreira Vieira, son entre otros importantes temas que se publican en esta revista.

libero@facasper.com.br

www.facasper.com.br/posgraduacao

Av. Paulista, 900, 5º. andar-CEP01310-940
Sao Paulo, Brasil



TRÍPODOS

Revista semestral Llenguatge - pensament - comunicació

Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull, (14), 2003. Barcelona - España.

La cultura catalana en la era digital, Las industrias culturales, Las empresas mediáticas, El sector audiovisual después del Internet, etc. son entre otros, importantes temas que trae el presente número de la Revista.

Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna. c/ Valldonzella 23, 08001 Barcelona, España.

<http://www.tripodos.com>

e-mail: revista_tripodos@blanquerna.url.es

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

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

<http://www.fundacyt.org.ec> opción SNIB .

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

Lo que pasó y lo que vendrá

Actividades del CIESPAL

Reunión de la Onda Rural

Del 20 al 22 de abril se realizó en el CIESPAL el taller latinoamericano: *Radio, nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs) y desarrollo rural - La Ond@ Rural*, organizado por la agencia de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en colaboración con el CIESPAL, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

En el documento final del taller, los 89 participantes de veinte países reconocieron el creciente papel de la información y la comunicación en las iniciativas de desarrollo rural. Sin embargo, enfatizaron que "para que sea realmente útil, la información debe encontrarse en idiomas y formatos apropiados y hacer su difusión a través de canales y medios apropiados y familiares para la población

rural". Así mismo, se evidenció la importancia de la radiodifusión como un medio muy poderoso para cerrar la *brecha digital*, especialmente en las áreas rurales.

El taller se desarrolló a base de tres temas principales: a) políticas públicas y prácticas en materia de radiodifusión rural y telecomunicaciones; b) contenidos para el desarrollo rural; y, c) capacitación, incluyendo las necesidades de capacitación de las comunidades rurales en TICs, y el uso de las TICs en apoyo a las iniciativas de capacitación convencionales.

Además de presentar una serie de recomendaciones específicas, relacionadas con los temas antes mencionados, la Declaración final de la cita planteó la creación de la *Iniciativa Latinoamericana sobre Comunicación para el Desarrollo Rural*, que se denominará *La Ond@ Rural*, pensada como una plataforma interinstitucional.

Esta iniciativa trabajará con las redes de comunicación regionales y nacionales existentes, centros de capacitación, instituciones de investigación y gobiernos, para focalizar la atención sobre las necesidades específicas en materia de información y comunicación de las comunidades rurales de la región.

Los participantes en el taller invitaron a todas las organizaciones interesadas para que participen en *La Ond@ Rural*, y encargaron a FAO, el CIESPAL, ALER y AMARC desarrollar la iniciativa a futuro para implementar una plataforma, un foro, una agenda común, y una serie de actividades compartidas, que fortalezcan y promuevan el uso de las tecnologías de la información y comunicación, incluyendo la radio rural y las nuevas tecnologías digitales, en beneficio de las comunidades rurales, indígenas y afro-americanas en todo el continente.

El texto completo de la Declaración de la cita en Quito puede leerse en

<http://onda-rural.comunica.org/declaracion.htm>

Internet estratégico para capacitadores

En abril, el CIESPAL fue la sede del seminario-taller *Usos del Internet para capacitadores* y en la organización se contó con la colaboración de la agencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Entre el 20 y el 23 de abril se realizó la cita que concentró a 20 profesionales de Quito y varias provincias, que recibieron capacitación por parte de los instructores Úrsula Benítez y Roberto Roggiero.

Portal para reunión de la OEA en Quito

Nuestra institución colaboró con el Ministerio de Relaciones Exteriores para poner a punto un portal especial en el web, destinado a informar al mundo sobre el desarrollo, en junio, en la capital ecuatoriana, de la XXXIV Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA).

El trabajo de arquitectura y construcción del sitio corrió a cargo de la empresa *esDinámico*, cuyo ejecutivo máximo, Hartmut Bock, presentó el prototipo a un grupo de funcionarios de la Cancillería y el CIESPAL. Las observaciones y recomendaciones que se hicieron por parte de nuestra institución fueron incorporadas al producto final que está disponible en el sitio www.ecuadoroea.com

Entre las novedades que se incluyeron en el portal estuvieron una presentación flash desplegable en cascada en la página de inicio, con la lista de las noticias más importantes del momento, accesibles con un simple click. Se incluyó también un link para acceder a un banco de datos completo, con toda la información requerida por los periodistas enviados y corresponsales acreditados ante la asamblea del organismo regional.

La página que respeta las normas del *un solo vistazo* para los sitios web incluyó abundante información para uso de los periodistas encargados de la

cobertura del evento y, en general, para todos los públicos interesados.

Nuestra página institucional www.ciespal.net es también de *un solo vistazo*, es decir que al desplegarse entrega toda la información a la que da acceso, sin necesidad de que el internauta se movيلة vertical u horizontalmente en la pantalla.

Un weblog para Chasqui

Nuestra revista utiliza desde mayo una de las novísimas herramientas comunicacionales que facilita la autopista de información y que permite informar puntualmente, y casi en tiempo real, sobre los distintos acontecimientos: el weblog

Utilizando la plataforma gratuita de Blogger, ubicada en el sitio www.blogger.com procedimos a la apertura del weblog de Chasqui, como parte de los ejercicios del seminario-taller que el CIESPAL y la UNESCO dictaron en abril bajo el título *Usos del Internet para capacitadores*.

El weblog de Chasqui puede ser visto en la página www.revistachasqui.blogspot.com Allí se informará en detalle y puntualmente sobre el avance de cada una de las ediciones de nuestra revista y las novedades que se produzcan.

La tarea de la capacitación

En el primer trimestre del año, el CIESPAL ofreció, en distintas provincias del país, veinte seminarios talleres sobre diferentes áreas de la comunicación. Se abarcó el diseño multimedia-flash y los programas Win-isis y After Effects, se capacitó sobre manejo de cámaras e iluminación, perfeccionamiento actoral, redacción periodística, producción de radio y de televisión, marketing para radio, comunicación organizacional.

La tarea formativa que engloba programas solventes, contenidos actualizados y docentes con una amplia trayectoria académica, constituye un aporte en la consolidación profesional de los comunicadores y periodistas del país.

Alianza estratégica CIESPAL-UNESCO

Se concretó una alianza estratégica entre nuestra institución y la UNESCO que hizo factible la realización del Seminario-Taller *Usos del internet para capacitadores* y otro sobre *Autogestión y sostenibilidad de medios de comunicación comunitarios*, entre el 25 al 28 de mayo, este último, con el respaldo del Consejo Insular de Menorca.

El resultado de las evaluaciones demostraron, una vez más, el profesionalismo, la seriedad y la experiencia tanto del **CIESPAL** como de los docentes de este taller, lo que permitió a los participantes cumplir con sus expectativas de aprendizaje.

La UNESCO, cuya sede está en París, acordó en 1959 con el gobierno de Quito y la Universidad Central del Ecuador, el establecimiento del **CIESPAL** en la capital ecuatoriana, como organismo internacional regional, no gubernamental, destinado a capacitar a los periodistas de la región

Capacitación para periodistas sobre la OEA

Al ser Ecuador la sede de la XXXIV Asamblea de la Organización de Estados Americanos (OEA), el **CIESPAL**, con el auspicio de la Embajada de los Estados Unidos, ofreció a los periodistas de los distintos medios de comunicación del país un seminario-taller sobre la cobertura y el manejo de la información panamericana.

La capacitación versó sobre el funcionamiento de las Asambleas de la OEA y las mejores herramientas para realizar la cobertura informativa de sus incidencias, con destino a prensa, radio, televisión, prensa digital, etc.

La conferencia y los talleres estuvieron a cargo de funcionarios de alto nivel de la OEA, la Cancillería ecuatoriana y periodistas locales e internacionales.

Publicaciones

Los cambios acelerados que experimenta el conocimiento en los albores del siglo XXI obligan a una constante actualización de la información, y en el caso de la comunicación, por su íntima relación con los procesos de cambio social, este proceso es más urgente.

Desde esta perspectiva, la publicación de textos sobre los diversos tópicos de la comunicación social responde a un requerimiento constante de estudiantes y profesionales, que quieren conocer las nuevas corrientes del pensamiento en esta materia y lo encuentran en el material que el departamento de Publicaciones prepara para este propósito.

Esta demanda se evidencia constantemente en visitas personales, llamadas telefónicas y mensajes e-mail, que nos llegan incluso desde el extranjero, lo que nos ha llevado a reeditar algunas publicaciones y a preparar otras con material elaborado por connotados comunicadores y con las ponencias de eventos internacionales que, sobre temas de comunicación, se realizan en el **CIESPAL**.

Libros publicados

Con este propósito, han sido publicados textos de Comunicación Política, Cuadernos de Chasqui N° 21; Estatutos, leyes y reglamentos (de los periodistas del Ecuador), Comunicación estratégica para las organizaciones; Periodismo Científico; Periodismo Digital; Comunicación Organizacional, abordajes y perspectivas de análisis, entre otros títulos.

Documentación

La base documental (CDCC) del **CIESPAL** cuenta con 18.000 registros de comunicación y es accesible personalmente, en las páginas del Internet www.ciespal.net

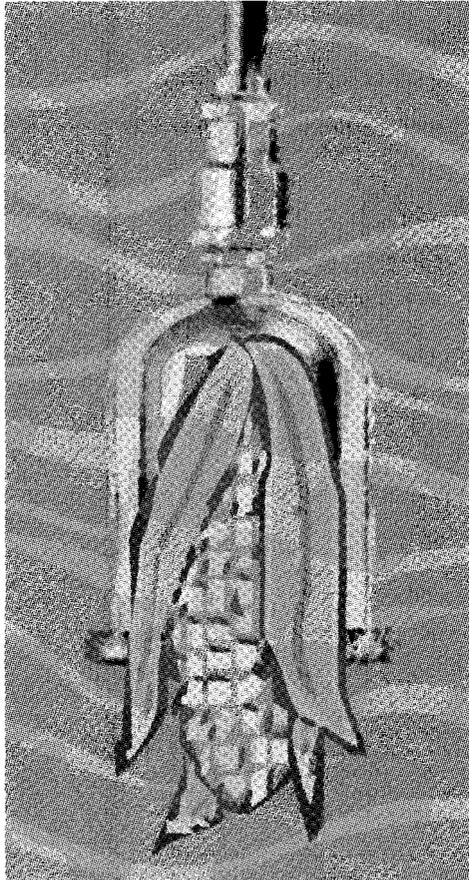
<http://server/iah/e/bases.htm>, mediante email dirigido a la dirección documentacion@ciespal.net. o comunicándose al teléfono 254-8337.

Se encuentran a disposición de comunicadores profesionales, investigadores y estudiantes las revistas latinoamericanas más importantes que se publican en el área de la comunicación y de las ciencias sociales, como Diálogos de la Comunicación (Perú), Reflexiones (Costa Rica), Comunicación (Venezuela), Signo y Pensamiento (Colombia), Líbero (Brasil), Diálogo Político (Argentina),

Estudios de Periodismo (Chile), Punto Cero (Bolivia), Renglones (México) Telos y Zer (España), entre otras.

También está a disposición de los interesados una base de datos sobre *Migración*, con más de 900 registros seleccionados de tres importantes diarios nacionales.

Invitamos a las facultades de Comunicación Social, institutos y demás responsables en la publicación de este tipo de material especializado, a realizar convenios de canje. Las solicitudes, favor dirigir las al email documentacion@ciespal.net.



La Ond@ Rural

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

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

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

**CIESPAL**











Centro Andino de Acción Popular

ECUADOR DEBATE

Nº 61

Quito-Ecuador, abril del 2004

COYUNTURA

Ecuador: El coronel mató pronto a la esperanza
La política y la picaresca: reflexiones sobre el no tan nuevo orden
de la "sociedad patriótica"
Globalización digital. Acerca del manifiesto por una ciberciudadanía
Conflictividad socio - política Noviembre - Febrero 2004

TEMA CENTRAL

Descentralización, macroeconomía y desarrollo local
¿Por qué la descentralización no avanza?
Una desconcentración incompleta: la reforma de la salud en el Ecuador
Izquierda y descentralización en Montevideo
Perú: Balance del proceso de descentralización
Diáspora y centralismo: La Economía de Lima Metropolitana

ENTREVISTA

Seguridad ciudadana y políticas públicas

DEBATE AGRARIO -RURAL

Mercados, mercadeo y economías campesinas

ANÁLISIS

Cuando las élites dirigentes giran en redondo:
El caso de los liderazgos indígenas en Ecuador
Linchamiento en México
La estructura de incentivos de ETA
Cultura, nacionalismo (y asesinato político?)

CRÍTICA BIBLIOGRÁFICA

Pobreza, empleo y equidad en el Ecuador:
Perspectivas para el desarrollo humano sostenible

Suscripciones: Anual 3 números: exterior: US \$30 - Ecuador: \$9,00
Ejemplar suelto: Exterior US \$12 - Ecuador: \$3,00
Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre - Telf. 2 522763
Apartado aéreo 17-15-1738 Quito-Ecuador



**NUEVA
SOCIEDAD**
www.nuevasoc.org.ve

189
Ene-Feb 2004

Director: Dietmar Dimoser
Jefe de Redacción: S. Chajfec

Las Relaciones América Latina-Caribe y Unión Europea I

COYUNTURA: **Lilian Bobea**, República Dominicana. ¿Aún a la sombra del caudillismo? **Alejandro Vial**, Paraguay, ¿un nuevo comienzo? **Ramiro Escobar La Cruz**, Perú: de la incertidumbre al escándalo (y viceversa).

APORTES: **Héctor Alimonda**, Anotaciones sobre historia ambiental, ecología política y agroecología en una perspectiva latinoamericana. **Jorge Canda**, Integración y libre comercio en Centroamérica.

TEMA CENTRAL: **Alberto van Klaveren**, Las relaciones políticas europeo-latinoamericanas. La necesidad de una sintonía más fina. **Laurence Whitehead**, La relación birregional. **José Antonio Sanahuja**, Un diálogo estructurado y plural. La dimensión institucional de las relaciones Unión Europea-América Latina. **Wolf Grabendorff**, La estrategia birregional y sus limitaciones en un mundo unipolar. **Christian Freres**, ¿De las declaraciones a la asociación birregional? Perspectivas de las cumbres entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe. **Jaime Acosta Puertas**, La integración y el desarrollo de las regiones de los países de la Unión Europea y América Latina.

LIBROS. SUMMARIES.

SUSCRIPCIONES (Incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 56	US\$ 97
Resto del mundo	US\$ 86	US\$ 157

PAGOS: Las suscripciones desde América Latina y el resto del mundo únicamente se pueden efectuar con transferencias bancarias. Solicitar los datos para la transferencia. Dirección: Apartado 61712, Chacao-Caracas 1060-A, Venezuela. Telfs.: (58-212) 267.31.89 / 265.99.75 / 265.53.21 / 266.16.48 / 265.18.49, Fax: 267.33.97; @: nuso@nuevasoc.org.ve; nusovent@nuevasoc.org.va.



**NUEVA
SOCIEDAD**
www.nuevasoc.org.ve

190
Mar-Abr 2004

Director: Dietmar Dimoser
Jefe de Redacción: S. Chajfec

Las Relaciones América Latina-Caribe y Unión Europea II

COYUNTURA: **Antonio Aranibar Quiroga**, Memoria corta de un antiguo diferendo. **Mladen Yopo H.**, Una focalización equivocada de esfuerzos. **Nelson Manrique**, La mediterraneidad boliviana y la integración regional. **Hugo Fazio Vengoa**, Hacia una solución cosmopolita a la mediterraneidad de Bolivia.

APORTES: **Sergio Zermeño**, Desolación en México. Los campesinos del siglo XXI. **José Miguel Candiá**, El empleo en la encrucijada: del auge desarrollista a la globalización. **Gonzalo A. Saraví**, Entre la evasión y la exclusión social: jóvenes que no estudian ni trabajan. Una exploración del caso argentino. **Francesc Bayo**, Las tensiones entre Cuba y Europa con Estados Unidos de trasfondo.

TEMA CENTRAL: **Stephan Sberro**, La Unión Europea: ¿una alternativa estratégica para México? **Ricardo Lagos Andino**, Perspectivas y expectativas en las relaciones entre Centroamérica y la Unión Europea. **Juan Carlos Martínez Piva**, El Caribe y la Unión Europea: un nuevo balance. **Diego Cardona C.**, Las relaciones Unión Europea-Comunidad Andina: tareas inmediatas. **Roberto Bouzas**, Las negociaciones Unión Europea-Mercosur. Entre la lentitud y la indefinición. **Cecilia Alemany**, Diplomacia de cumbres y diplomacia ciudadana en la asociación birregional desde la perspectiva del Mercosur.

SUMMARIES.

SUSCRIPCIONES (Incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 56	US\$ 97
Resto del mundo	US\$ 86	US\$ 157

PAGOS: Las suscripciones desde América Latina y el resto del mundo únicamente se pueden efectuar con transferencias bancarias. Solicitar los datos para la transferencia. Dirección: Apartado 61712, Chacao-Caracas 1060-A, Venezuela. Telfs.: (58-212) 267.31.89 / 265.99.75 / 265.53.21 / 266.16.48 / 265.18.49, Fax: 267.33.97; @: nuso@nuevasoc.org.ve; nusovent@nuevasoc.org.va.