

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Portada		Televisión	
Elecciones en México: Los medios, arena político - electoral -----	4	"Pasión de Gavilanes" o ¿pasión por el marketing? -----	56
<i>Felipe Gaytan</i>		<i>Ana I. Bernal Triviño</i>	
Elecciones italianas: realidades cotidianas versus estadísticas -----	10	Cine	
<i>Francisco Ficarra</i>		Festival de Cannes: ¿Bendición o maldición cervantina? -----	62
Opinión		<i>Francisco Ficarra</i>	
Espías y periodistas intercambian papeles -----	16	Comunicación Organizacional	
<i>Jairo Lugo</i>		Usos y competencias del weblog en las corporaciones -----	66
Ensayos		<i>M^a Luisa Sánchez Calero</i>	
Difícil Supervivencia: Radio y Televisión Públicas en Estados Unidos -----	22	Dudas y Rupturas	
<i>María Helena Barrera</i>		El gran imperio de los medios -----	72
Argentina - Uruguay: Guerra mediática por las papeleras -----	28	<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	
<i>Esteban Landau</i>		Informática	
Venezuela: Politización de los medios y mediación de la política -----	34	¿Google vs. Yahoo! -----	74
<i>Virginia Linares</i>		<i>David Yanover</i>	
Observatorio de Medios: un caso brasileño -----	40	Periscopio Tecnológico -----	80
<i>Rógerio Christofolletti</i>		Bibliografía sobre Comunicación -----	84
Prensa		Actividades del CIESPAL -----	90
Periódicos confidenciales online en Latinoamérica -----	46		
<i>María Sánchez</i>			
Crece la prensa gratuita -----	52		
<i>Fernando Sabés Turmo</i>			

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.



Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 95, Septiembre 2006

<p>Director Edgar P. Jaramillo S.</p> <p>Editor Luis Eladio Proaño Email: luiselap@ciespal.net</p> <p>Consejo Editorial Violeta Bazante - Lolo Echeverría Héctor Espín - Juan M. Rodríguez Francisco Vivanco R.</p> <p>Asistente de edición Jorge Aguirre Email: chasqui@ciespal.net</p> <p>Portada y diagramación Mayra Cajilema C.</p>	<p>Chasqui es una publicación del CIESPAL</p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura http://www.felafacs.org/rederevistas</p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades http://redalyc.uaemex.mx</p> <p>Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
--	---



Periodismo, "Un oficio de fracasados"

Rodolfo Serrano, un muy conocido periodista español, acaba de desvincularse de *El País* de Madrid, tras 25 años de trabajar allí, causando ahora sensación en el medio al escribir sobre los pormenores de la profesión en su obra *Un oficio de fracasados*.

El portal www.periodistadigital.com entrevistó a Serrano sobre la profesión y sus conceptos se detallan a continuación.

Veinticinco años en *El País* y habla usted en su libro de plagio, corrupción, manipulación, presiones políticas... ¿Todo eso ha visto en su periódico?

Bueno, no exactamente en mi periódico porque no trato de personalizar. Lo he visto a lo largo de la profesión. Es una reflexión sobre la ética, la honestidad, la imparcialidad... en el periodismo en España.

¿Es la profesión periodística tan sucia?

No, es muy bonita, pero en el periodismo contamos lo que está mal, lo que es noticia, y yo cuento las cosas que están mal en la profesión. La noticia es lo anormal, los excesos de la sociedad y eso es lo que denuncia el libro.

¿Por qué ha titulado su libro "Un oficio de fracasados"?

Por dos cosas: es una frase de Mark Twain, que después de haber fracasado en todos los oficios se metió a periodista, y además porque el periodista no cambia la sociedad aunque lo piensa así al acabar su artículo y se siente así, frustrado por

no haber conseguido lo que pretendía.

¿Ha cambiado mucho el periodismo desde que usted empezó en *El País* allá por 1976?

Ha cambiado por la rapidez de la publicación de las noticias y porque cada vez se pisa menos la calle. Se hace periodismo de butaca y teléfono. Lo que antes necesitaba 24 horas para llegar al lector ahora tarda unos minutos. El periodismo de antes no era mejor ni peor. Era distinto. Ahora está muy mediatizado por la cantidad de información que llega, aunque sí hay alguna deficiencia como la falta de rigor y de selección.

¿Es el periodismo una profesión que permite escribir sin necesidad de leer, como decía el director de *Le Monde*, Louis Pauwells?

Hay mucha gente que escribe sin leer y esto es grave porque no permite la reflexión sobre la noticia.

Denuncia usted los excesos y las estupideces que se cometen en torno a la prensa. Y parece que son muchos...

Sí, hay muchos, por ejemplo creer que tenemos la verdad de las cosas y actuar como verdugos o jueces, cuando en realidad solo somos profesionales que deberíamos hacer nuestro trabajo con honestidad.

¿Deja el periodismo de ser buen periodismo cuando se encuentra tan posicionado?

Es inevitable que los medios nos posicionemos porque los periódicos los hacemos las personas. Nuestra ideología influye a la hora de escoger las noticias y escribirlas.

Coincido con Cebrián cuando dice que más que periodistas imparciales lo que hace falta son periodistas honestos. El posicionamiento en sí no es malo. Yo echo en falta en algunos periódicos una definición de sus principios porque a la hora de comprar el periódico acudiré al que cubra mis demandas. Cuando un periódico te dice que es liberal y sus páginas están llenas de conservadurismo, está engañando al lector.

¿Pensaba en esos lectores engañados cuando escribía el libro?

Pensaba en todos: en periodistas, estudiantes de periodismo y público en general. Hablo de los errores que no hay que cometer. La gente podrá saber de nuestra angustia al sentarnos frente a una hoja en blanco... Es para todos.

¿Está pensando en enfrentarse al primer folio en blanco de otro libro?

La respuesta por parte de amigos y compañeros ha sido buena, pero todo depende del editor.

Apunta en "Un oficio de fracasados" que *El País* es un periódico exitoso, pero dice que no todo ha ido necesariamente a mejor...

Los medios han cambiado. *El País* y el resto. No se puede decir que el periódico de hoy sea mejor que antes, porque las circunstancias eran diferentes y los periodistas teníamos ese afán de cambiar una sociedad que venía de una dictadura. Eso aportaba mucha ilusión a nuestro trabajo. Yo noto que se ha perdido la ilusión en esta profesión. ❁

Google™ vs. YAHOO!

David Alejandro Yanover ■

Ambos tienen su origen en las paredes de la Universidad de Stanford, Estados Unidos. Yahoo!, creado por David Filo y Jerry Yang, y Google, fundado por Larry Page y Sergey Brin. Querían organizar los contenidos de la Internet de aquel momento, entre 1994 y 1998, cuando el acceso a las tecnologías web era un privilegio de pocos.

Tras los pasos de una nueva idea

Incentivados por el difundido uso de Internet, y por el éxito que ha tenido YouTube.com, el cual se convirtió de una idea colaborativa de contenidos de video en un coloso que se adueñó de más del 40 por ciento de este mercado en tan sólo un año, Google y Yahoo! desarrollaron, durante la pasada CES, en enero de este año, sus opciones de búsqueda de video en línea, ambas con semejanzas entre sí, y tomando al líder del sector como inspiración.

Google Video, con el 6.5 por ciento de mercado, basa sus contenidos en dos segmentos; por un

lado, archivos que usuarios suben al sistema, tal como sucede en YouTube. Por el otro, se presentan escenas de origen televisivo, de las cadenas ABC, CNN, y Discovery Channel entre otras, las cuales pueden plantear un precio en las descargas.

Yahoo!, con el 9.5 por ciento de demanda, lanzó una actualización en mayo sobre el sistema de búsqueda de videos online. Esto dio lugar a herramientas más avanzadas para mejorar la experiencia del usuario. Se implementó un diseño con accesos a los contenidos más populares del sitio, así como una navegación por categorías y términos especiales. Yahoo! Video utiliza fuentes específicas para enriquecer su propuesta, en donde se incluye a YouTube. Así, Yahoo! aprovecha los contenidos de otros portales de video, además de aquellas películas enviadas por sus miembros desde la aplicación Web MyStudio.

■ *David Alejandro Yanover, argentino, Director de www.MasterMagazine.info e investigador del periodismo digital.
Corre-e: david@mastermagazine.info*

¿Cuánto vale una imagen?

Yahoo! adquirió Flickr en marzo de 2005, en una operación de 30 millones de dólares, fortaleciendo su servicio en línea Yahoo! Photos. Dado que ambos servicios pertenecen al mismo ámbito, sus últimas actualizaciones supusieron ciertos factores de integración para llevar las herramientas de una a la otra, y viceversa. En un análisis de la consultora HitWise, se reportó un Top 10 de los servicios de gestión fotográfica, en el que Yahoo! Photos solo se quedó con poco más del 18 por ciento, mientras que Flickr rozó el seis por ciento del mercado. El ganador absoluto fue PhotoBucket, con el 44 por ciento, a lo que Peter Pham, Director de Desarrollo de Negocios de la empresa explicó que su sitio posee 18 millones de usuarios. El 15 de junio, dos días antes de la exposición del estudio de HitWise, el diario español, *El País*, publicó una nota acerca del éxito de Flickr. Stewart Butterfield, fundador del sitio destacó que, "ahora mismo, Flickr tiene dos millones de usuarios y más de 100 millones de fotos".

Google compró Picassa a mediados de julio de 2004, para embarcarse en el mundo de la edición y organización de fotografías. Picassa es un programa de descarga gratuita (su precio de 29 dólares se eliminó a partir de la adquisición, siguiendo la estrategia clásica del buscador) para ser instalada y

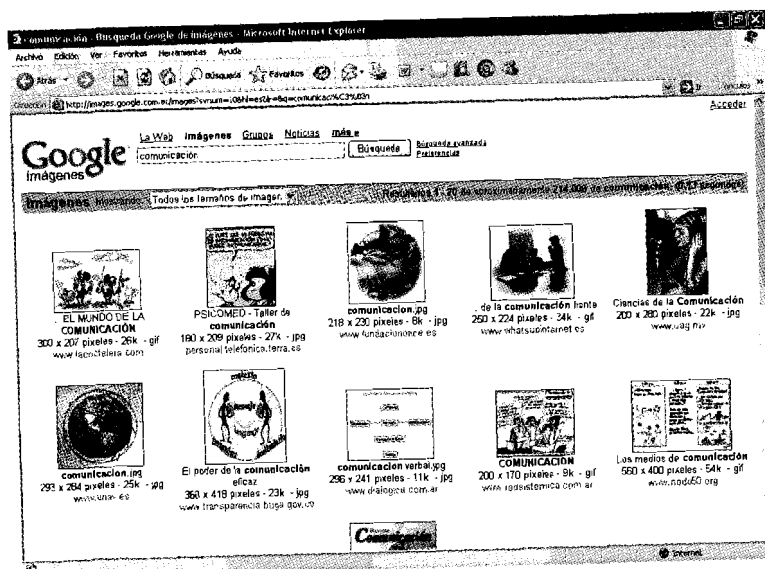
usada en la PC, y es considerado el mejor en su campo por numerosos medios especializados.

Los caminos en Google y Yahoo! se cruzan en estos ámbitos, más allá de los contrastes. Porque en última instancia, la diferencia entre Flickr/Yahoo! Photos y Picassa se basa en el hecho de trabajar en la gestión de imágenes en un espacio online, o en el escritorio personal, respectivamente.

La información es el rey

Una de las cualidades que caracteriza a Yahoo! es la especial dedicación que plantea a nivel informativo, propiciando canales de actualidad, tales como Música, Deportes, Juegos, Cine, cada uno con su versión en español. Estas áreas conforman el portal del buscador, siendo parte clave de la página principal de Yahoo!, a diferencia de lo que ocurre con Google, en donde la interface está enfocada por defecto sólo a las opciones de búsqueda.

En este marco, Yahoo! actualizó su alianza con la FIFA en torno al desarrollo de la Copa del Mundo de Alemania, para así cubrir el suceso futbolístico más apasionante del planeta, desde el sitio oficial FIFAWorldCup.com. El día de inauguración del torneo, se reportaron más de 5 millones de visitantes, en un clima multimedial de extrema euforia.





Especial tratamiento se le da a las noticias. Google News es un portal constituido por los titulares de publicaciones digitales seleccionadas manualmente; es un servicio que propicia información útil, tanto para un periodista como para un navegante, porque permite, en una búsqueda, listar fuentes relevantes acerca de un suceso en particular. Yahoo! también tiene un espacio rápido de búsqueda de noticias, pero lo que llama la atención es su Yahoo! News basado en artículos de las mayores agencias de comunicación del mundo, como Reuters, EFE, AFP y AP. Las opciones de alerta y seguimiento de informaciones son un último valor agregado que presentan ambos buscadores.

Comunicación en la Web 2.0

Cuando Gmail apareció en Internet en abril de 2004, Google obligó, a través de esta solución, a que los servicios de correo electrónico se replantearan ciertas características, en particular la capacidad de almacenamiento.

Gmail es una notable apuesta que, más allá de su amplio espacio (que supera los 2.5 GB por buzón), trabaja de forma integrada con otras herramientas

comunicativas de la propia empresa. Sin embargo, a dos años de su presentación, Gmail continúa siendo una opción Beta, de acceso limitado. Pero Yahoo!, habiéndose ganado un lugar en esta área, ha evolucionado a Y! Mail, para ofrecer 1GB de espacio para guardar correos. De esta forma, Yahoo! se adelantó a su rival en términos de disponibilidad.

¿Cuáles son las cifras del negocio del correo electrónico? Yahoo! Mail aparece con más del 42 por ciento, Hotmail posee cerca de un 23 por ciento, MySpace se lleva un 19 por ciento, y muy por debajo de estos, se ubica Gmail con un dos por ciento. Paralelamente, siendo Gmail el último en llegar a este campo, resulta interesante mencionar que ciertos estudios han revelado que más del 50 por ciento de los miembros de Gmail provienen de Hotmail, mientras que un 25 por ciento le corresponden a Y! Mail. Así lo reflejan datos de analistas de Return Path y HitWise.

Google Talk y Yahoo! Messenger son las aplicaciones de mensajería instantánea (MI) de los buscadores. Cada programa trabaja de forma íntegra con el servicio de correo (Gmail y Yahoo! Mail), dado que para

usarlos se requiere un nombre de usuario de email. Entonces, al discutir las cifras en el rubro de MI, el ganador es Yahoo! ¿o no? Un estudio de comScore Networks, una prestigiosa firma de análisis digital, reveló que MSN Messenger (Microsoft) tiene un 61 por ciento de uso a nivel general (90 por ciento en Latinoamérica, y 70 por ciento en Europa y Asia). Mientras que en los Estados Unidos, la situación es muy tensa, compitiendo cada aplicación (MSN Messenger, AOL/Aim y Yahoo! Messenger) con porcentajes de entre el 27 y 37 por ciento.

El mundo en sus manos

Google Earth es una gran innovación de la gran G, resultando ideal en entornos educativos e industriales. Este programa hace posible la visualización de imágenes satelitales, con un nivel de detalle tan impresionante, que es posible reconocer edificaciones y calles de las ciudades más importantes del planeta. Yahoo! también tiene su sello en la geografía, pero su apuesta es opacada por Google Earth, el cual es mucho más avanzado a nivel técnico y visual. Donde sí pelean en similares términos es en el mapeo de rutas y ciudades, orientado a viajeros con dificultades de orientación.

Más del 50 por ciento de los miembros de Gmail provienen de Hotmail

Google Local y Yahoo! Local responden con datos geográficos locales, mientras que G-Transit se encarga de analizar el congestionamiento del tráfico norteamericano, y G-Ridefinder le permite a uno buscar un taxi. En estos últimos dos años, ambas empresas se esforzaron por llevar sus herramientas básicas de búsqueda e información a la telefonía móvil.

Desde Francia se habilitó www.geoportail.fr que entrega imágenes satelites de ese país y aquellas naciones que de una forma u otra le son cercanas.

Gmail by Google BETA

Bienvenido a Gmail

La visión del correo electrónico de Google.

Gmail experimenta una nueva forma de correo web basada en la idea de que nunca tengas que borrar tus mensajes y puedas encontrar siempre el que deseas. Sus principales funcionalidades son:

- **Busca, no ordena**
Utiliza la búsqueda de Google para encontrar el mensaje exacto que deseas, sin tener en cuenta cuando fue enviado o recibido.
- **No elimina nada**
Más de 2756.955863 megabytes (y sigue en aumento) de almacenamiento gratuito, así que nunca tendrás que volver a borrar otro mensaje.
- **Chat de Gmail**
Chatea con los amigos desde Gmail. Ofrídote de abrir otro programa o consultar las direcciones nuevas. Con un solo clic, podrás chatear con las personas con las que te envías mensajes y con cualquiera de la red de Google Talk. Ahora, incluso podrás guardar y buscar chats en tu cuenta de Gmail. Chatear es fantástico. [Más información](#)
- **¡Nuevo! Gmail para móviles**
Lee tus mensajes en los desplazamientos. Sólo tienes que introducir <http://m.gmail.com> en el navegador web de tu móvil y utilizar Gmail como siempre lo has hecho, bueno, pero sin teclado ni ratón.
¿Nunca te has conectado a Internet desde tu móvil? Te ayudaremos a [empieza a hacerlo](#).

Regístrate a Gmail con su Cuenta Google

Nombre de usuario:

Contraseña:

Recordarme en este equipo.

[No puedo acceder a mi cuenta](#)



Portales que permiten el e-comercio

El comercio electrónico al día

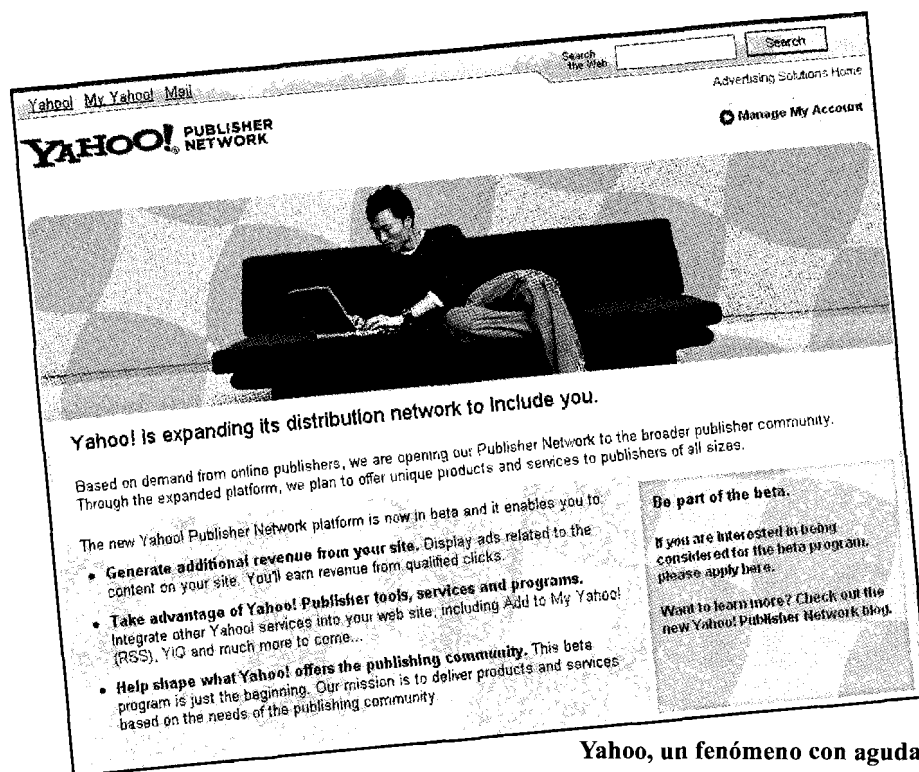
Por si fuera poco, y a base de las diversas expresiones informativas y de software que posee tanto Google como Yahoo!, se desprende una serie de canales de venta, territorio que Yahoo! está explotando desde hace tiempo. Google es un tanto tímido al respecto, con Froogle, que consiste en un buscador comparativo de productos dentro de un grupo selecto de tiendas, y Catalogs, el cual analiza inventarios comerciales impresos. También destaca Google Checkout, que pretende competir con PayPal, teniendo la ventaja de integrarse en los anuncios de resultados de consultas para efectivizar las compras. Operando bajo ciertas limitaciones geográficas, Google se muestra en fase Beta a nivel general.

Yahoo!, por el otro lado, destaca con un arsenal de propuestas, que van desde un Shopping de compras virtual, pasando por Kelkoo (una adquisición del buscador hace dos años atrás para abordar el mercado de Europa), un servicio de subastas, uno de clasificados, y concluyendo con una serie de guías de compras relacionadas con viajes, casas, y entradas a espectáculos.

Imprescindible para un nuevo proyecto web

En el ámbito del desarrollo de sitios de Internet tienen cabida servicios gratuitos y comerciales, que contribuyen a la construcción, el análisis y la rentabilidad de una lista creciente de proyectos Web. Con estas pautas, el recorrido turístico comienza por Yahoo!, dado que brinda un canal a través del cual comprar dominios, así como otro destinado al alojamiento Web profesional.

Dentro del sector de las páginas personales, ninguno de los dos titanes se da respiro. En un extremo está Blogger de Google, mientras que Yahoo! se hace cargo de Geocities y Y! 360. Google Analytics, conocido por muchos como Urchin (antes de que el buscador comprara esta empresa), es una aplicación en línea que analiza, como ninguna otra, el Web. Otras herramientas de promoción son Yahoo! Explorer, que da un panorama del estado de un determinado sitio dentro de su "Index", y Google Sitemaps, que ayuda a que los contenidos de cada sitio sean "indexados" por el motor de búsqueda, entre otros.



Yahoo, un fenómeno con aguda competencia

La publicidad en Internet es un pilar clave sobre el que se sitúan tanto Yahoo! como Google. Los avisos en formato de texto se hicieron famosos precisamente por su utilización en las listas de resultados de los mayores buscadores. No obstante, Google fue más lejos con la salida de AdWords (anunciantes) y AdSense (webmasters); las dos opciones conforman un programa de afiliados en el que se reúnen sponsors y responsables de páginas de Internet, para explotar de forma inteligente el concepto de publicidad. Las versiones en línea de diarios como *Clarín*, *The New York Times*, o *El Mundo*, y proyectos como YouTube o Mozilla Firefox, lo utilizan.

Yahoo! es consciente de este avance de Google, por lo que continúa trabajando en su propio programa. En este sentido, su estrategia en relación a la compra de Overture en 1.63 billones de dólares hace tres años atrás, no solo lo ha afianzado en el sector de la publicidad digital sino que al mismo tiempo lo ha ayudado a expandir sus horizontes. Incluso, numerosos sitios Web ya han implementado con éxito los "Yahoo! Ads".

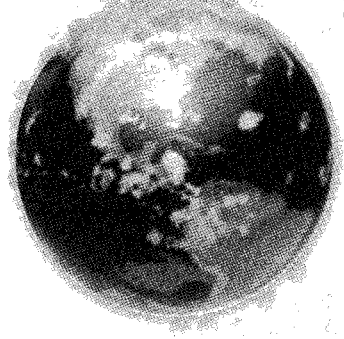
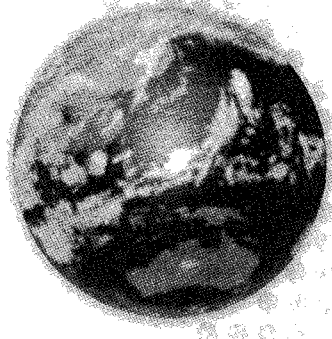
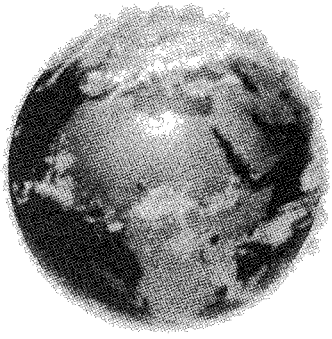
Su salida oficial se la espera con mucha expectativa, a raíz de la falta de opciones en este ámbito.

Buscar una conclusión

La más pura expresión de Google radica en su visión como motor de búsqueda, por su eficiencia y simplicidad, que comprende el 70 por ciento de esta industria, y constituye los cimientos de los servicios que están, en general, desarrollándose desde hace dos años.

Yahoo! no ha podido superar a Google como buscador y, a pesar de ocupar el segundo lugar, le corresponde un 15 por ciento de la población digital. Por ello, se apoya en sus herramientas verticales, para continuar su pelea.

Yahoo! y Google son los dos grandes ejes de Internet, dos realidades que compiten indefinidamente por saciar las necesidades de una sociedad que busca respuestas, que busca información. ❁



Periscopio Tecnológico

Listo gigantesco televisor plano

Matsushita, el conglomerado japonés que fabrica la marca Panasonic, anunció que en 2007 espera comenzar a vender el televisor de plasma más grande del mundo, con un ancho de 2,4 metros, un alto de 1,4 metro y un peso de 215 kilos. La pantalla de 103 pulgadas será más grande que un colchón de matrimonio y casi tan pesado como un piano vertical.

El mayor fabricante de productos electrónicos de consumo del mundo tiene todavía que fijar el precio, pero el televisor de plasma de 65 pulgadas de Matsushita, el más grande disponible en estos momentos, se vende en Japón por cerca de 5.865 euros o 7.500 dólares.

Las nuevas pantallas estarán equipadas con todos los requisitos que exige la alta definición, es decir, podrán reproducir imágenes con calidad máxima de 1.920 por 1.080 píxeles de resolución.

El periódico electrónico es ya una realidad

El periódico financiero *De Tijd*, de Bélgica, está experimentando ya con una versión de periódico electrónico que, tal como van las cosas, podría reemplazar, tal vez a corto plazo, a la versión tradicional en papel, informó el *International Herald Tribune*.

En una de las entregas filmicas del niño mago Harry Potter es posible ver una versión singular de e-diario *El Profeta*, en el que las imágenes y los textos cambian conforme se actualizan las informaciones.

El periódico belga, que llega a 40.000 lectores, entregó a un grupo seleccionado pantallas digitales de bajo consumo energética, con tinta digital embebida en millones de capsulas microscópicas del ancho de un cabello humano, que muestran imágenes claras u oscuras en respuesta a cargas eléctricas.

Los aparatos distribuidos por *De Tijd* son conocidos como iLiad E-reader y son fabricados por la empresa

iRex Technologies, en tanto que Sony está trabajando en un prototipo de e-reader con la tecnología de micro cápsulas que tendrían un costo de 400 dólares.

Pruebas similares a las que realiza el periódico belga fueron anunciadas por el diario *Les Echos* de París, el grupo periodístico *IFRA* de Alemania y *The New York Times* en los Estados Unidos.

F88 el primer teléfono móvil de muñeca con reloj y cámara

La empresa china CEC desarrolló el F88, el primer aparato que reúne en uno mismo un reloj de pulso y un teléfono móvil, a más de una grabadora de voz, una cámara de tres megapíxeles, juegos de video y capacidad para realizar videoconferencias.

El móvil opera con GSM y el teclado queda situado en la pulsera con la que se sujeta el móvil al brazo. El precio bordea los 1.100 dólares.



Red informática para contabilizar las especies vivas

Una red informática europea de intercambio de conocimientos científicos ayudará a determinar de forma más precisa el número de especies vivas, animales y vegetales, que pueblan la tierra. La herramienta, de nombre European Distributed Institut of Taxonomy (EDIT), fue presentada en el Museo de Historia Natural de París y entre sus primeras tareas está crear un modelo de organización de los inventarios de especies.

El proyecto está dotado de casi 12 millones de euros para los próximos cinco años. "Al ritmo actual de descripción de animales, unos 11.000 anuales, nos llevaría un milenio catalogar solamente el reino animal, pues el número de especies desconocidas se estima entre 10 y 40 millones", dijo el coordinador de la red, Simon Tillier. Hasta la fecha se han contabilizado apenas 1.8 millones de animales y vegetales.

Presentan reloj que recibe mensajes desde un celular

La empresa Citizen anunció que pondrá en venta un reloj con capacidad de conexión bluetooth (inalámbrica) que permitirá recibir mensajes de texto y hasta ubicar la posición del teléfono dentro de un radio de alcance de 10 metros.

El i:VIRT, como se denomina y que tendrá un costo de 140 dólares, traerá una pantalla de cristal orgánico que capta los mensajes de texto y hace posible que puedan leerse sin sacar el celular del bolsillo o del fondo de la cartera. El reloj está programado para avisar con destellos azules o vibración cuándo entra un mensaje de texto o de voz y permite guardar hasta 10 mil contactos y detectar quién llama.

En caso que el teléfono y el reloj pierdan contacto, automáticamente el celular comenzará a sonar para que su dueño pueda ubicarlo.



YouTube la novedad para mostrar video

Una de las novedades más recientes en la web es el sitio www.youtube.com que permite a los usuarios subir, ver y compartir videos. Fue fundado en febrero de 2005 por tres antiguos empleados de PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim y usa un formato Macromedia Flash para servir su contenido.

Un día cualquiera en YouTube 25 millones de internautas ven más de 50 millones de videos y cuelgan otros 50.000 en el sitio. Empezó como una página para compartir películas caseras y se ha convertido en un fenómeno de Internet. Es fácil de usar y en pocos minutos el video está en la Red listo para ser visto cuando y como la gente quiera, sin limitación de horarios. Duran de 30 segundos a cinco minutos y su temática es variada.



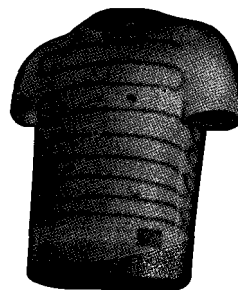
Camiseta inteligente para controlar actividades fisiológicas

La empresa Sensatez anuncio que mediante el uso de la nanotecnología ha desarrollado una camiseta que permite la monitorización de las actividades fisiológicas de quien la utilice.

La fibra conductiva con la que está fabricada la prenda colecta datos sobre el movimiento, frecuencia cardiaca y respiratoria del voluntario en tiempo real. Estos datos son recolectados por un dispositivo, de menor tamaño que una PDA, situado en la parte lateral de la camiseta para ser enviados a un ordenador.

Esta camiseta fue diseñada para su utilización remota en residencias y hospitales, por socorristas, trabajadores en profesiones de riesgo y soldados,

aunque también podría servir para vigilar señales de fatiga en conductores de camión y como soporte para entrenamiento atlético.



300 mil libros gratis en la red

El proyecto Gutenberg y la World eBook Library pusieron en la web durante un mes versiones electrónicas de 300 mil libros. Entre el 4 de julio y el 4 de agosto, los internautas pudieron descargar sin ningún cargo versiones electrónicas de los libros, la mayoría de ellos proporcionados por la Biblioteca Mundial de Libros Electrónicos.

La acción se enmarcó dentro de la feria mundial de libros electrónicos, World eBook Fair. En próximas ediciones, el número de libros que serán ofrecidos gratuitamente irá aumentando y se espera que para el año 2009 se alcance la cifra de un millón 100 mil, de los cuales podrán ser descargados a lo largo de todo el año sin cargo en las páginas del proyecto Gutenberg.

El proyecto Gutenberg (<http://www.gutenberg.com/>) está mantenido por miles de voluntarios de todo el mundo que escanean obras clásicas de todos los géneros y los ponen a disposición de los amantes de la literatura. En la actualidad, el proyecto alberga millares de libros en más de 100 idiomas.

La compañía californiana trata de poner un poco de orden al caos que supone encontrar lo que se desea entre 50 millones de videos, creando un servicio de canales que permitirá zapear como si fuera la televisión, pero entre más de 10.000 canales. Incluso podrán crear los suyos.

Los objetos podrían volverse *invisibles*

Los matemáticos Nicolae Nicorovici y Graeme Milton difundieron recientemente en la publicación británica *Proceedings of the Royal Society*, una investigación sobre el fenómeno de enmascaramiento o invisibilidad de los objetos.

El documento sugiere que al colocar ciertos objetos junto a un material llamado superlente es posible simular que se desvanezcan y desaparezcan del campo de visión sin dejar rastros. El estudio se basa en el concepto de la "resonancia anómala localizada". Los autores del estudio no han probado su teoría aún, sino que solo han realizado los cálculos matemáticos que confirman, sobre el papel, que el concepto debería funcionar. Construir un dispositivo de invisibilidad siguiendo estos principios es, sin duda, un desafío mayor.

La lógica del proceso se asemeja a la de un diapasón que emite sonidos con una única frecuencia. Si el diapasón se coloca cerca de una botella de vino, ésta comenzará a timbrar en la misma frecuencia, como consecuencia del efecto de resonancia. El enmascaramiento o invisibilidad se basa en una noción de resonancia similar, aunque con ondas de luz, en lugar de sonoras.

Ahora el peligro viene de las memorias USB



Según un estudio titulado *Encuesta sobre violaciones en la seguridad de la información*, los smartphones, los reproductores de audio y las memorias portátiles con conexión USB constituyen un riesgo para las políticas de seguridad de las empresas.

El informe, patrocinado por las autoridades británicas y difundido por BBC News, indica que más de la mitad de las empresas no toman medidas suficientes para garantizar la seguridad de la información en estos dispositivos.

Además, el estudio indica que aunque el 33 por ciento de las empresas les exigen a los empleados no utilizar estos dispositivos, las compañías hacen muy poco para bloquear su uso en las computadoras. De acuerdo con Dennis Szerszen, portavoz de la firma de seguridad informática Secure Wave, hay un riesgo latente cuando existe la posibilidad de transferir "cuatro gigabytes de información en apenas cinco minutos". Otros expertos también destacan que estos dispositivos pueden facilitar la contaminación de los sistemas informáticos al intercambiar información entre distintos equipos y sin ningún control.



Adiós teléfonos, auriculares y micrófonos

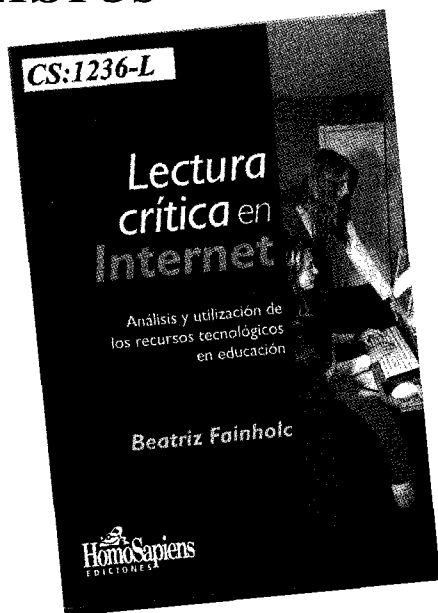
IOGEAR es un pequeño y compacto dispositivo que solo con conectarlo al puerto USB de un ordenador realiza las funciones de micrófono, altavoz y auricular, sin necesidad de utilizar las manos en ningún momento.

El aparato, que salió recientemente a la venta en el mercado europeo a un precio de 50 euros, está diseñado para aplicaciones dedicadas a la mensajería instantánea como AOL, MSN o Yahoo o de voz sobre IP (Skype, Vonage o Webex).

El IOGEAR USB SPEAKER PHONE posee un volumen máximo de 110 dB y cuenta con un altavoz de 2W, 40 mm, 4ohm y 500Hz a 5KHz. Además, ha sido provisto de la tecnología de cancelación de ruido y eco, gracias a lo que se minimiza las indeseadas interferencias externas y el sonido ambiente. Por último, es totalmente portátil ya que posee unas reducidas medidas de 8.1 x 5.5 x 2.0 cm y un peso de tan solo 42 gramos. 🌀

Bibliografía sobre Comunicación

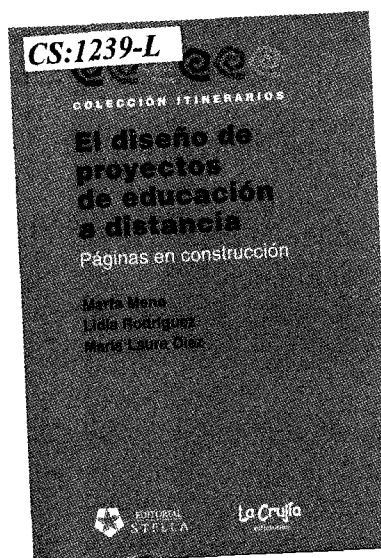
Libros



Fainholc, Beatriz. (2004). **Lectura crítica en Internet: Análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación**. Rosario: Homo Sapiens. 201 p.

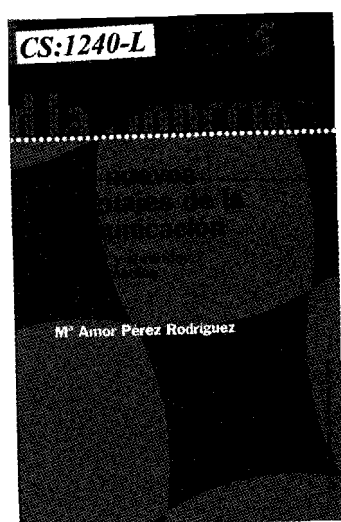
Al tratar en la formación del profesorado, sobre la lectura crítica en Internet, cuya interacción atraviesa casi toda la vida cotidiana actual, obedece a que la educación del presente siglo no podrá seguir transmitiendo un repertorio de información,

sino fundamentalmente deberá aprender a discriminar y reflexionar. La autora, a más de describir las características del lenguaje de la red electrónica, recuerda las características de la lectura en general, profundiza en lo que significa leer en Internet, como son las prácticas de lectura según diversas funcionalidades que deben cumplirse en la red, si se persigue producir lectores críticos.



Mena, Marta; Rodríguez, Lidia; Diez, María Laura. (2005). **El diseño de proyectos de educación a distancia: Páginas en construcción**. Buenos Aires: La Crujía. 318 p.

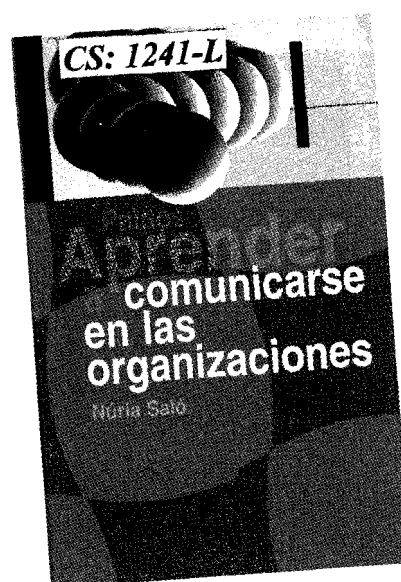
Elaborar un proyecto implica internarse en un complejo proceso y aceptar el desafío de convertir una buena idea en una construcción comunicable y consensuada que sirva de instrumento de acción, orientada a la transformación de la realidad. Una de las características más destacadas de la modalidad Educación a distancia es la comunicación mediada entre docentes y alumnos. Las autoras del texto clarifican conceptos claves, exponen el proceso metodológico para el diseño, la contextualización y operativización y agregan los posibles problemas que pueden surgir en el trabajo.



Pérez Rodríguez, Mª Amor. (2004). **Los nuevos lenguajes de la comunicación: Enseñar y aprender con los medios**. Barcelona: Paidós. 267 p.

La imprenta fue la primera revolución que generó una escritura de carácter universal; la radio en los años 20 supuso una nueva revolución cifrada en la cultura auditiva de masas, seguida en los años 50 por las imágenes televisivas que transformaron el panorama social, modificando costumbres y hábitos culturales y conformando un modelo globalizador. A partir de los 80 con el uso masivo del computador, puede considerarse como la cuarta revolución, generadora de la

cultura cibernética, que es la primera cultura realmente universal en la historia del hombre. En la actualidad, existe un analfabetismo en el uso de los lenguajes no verbales y audiovisuales, por lo que enseñar y aprender la competencia mediática es un reto y una exigencia en una sociedad en la que los medios y las tecnologías de la información y comunicación han conseguido transformar los usos y recursos de los intercambios comunicativos.

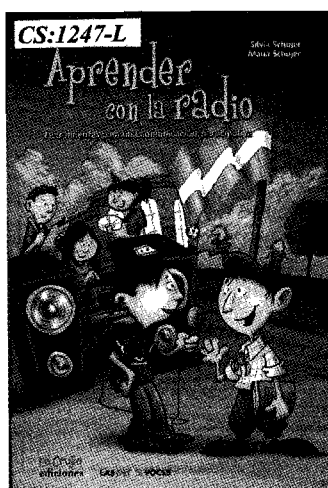


Saló, Núria. (2005). **Aprender a comunicarse en las organizaciones**. Barcelona: Paidós. 122 p.

La empresa debe ser considerada como un sistema de comunicación entre las personas. Su mal funcionamiento hace que se rompa el vínculo de relación y la actividad de la empresa pierde sentido. La autora hace énfasis en la necesidad de saber comunicar, facilitar y establecer vínculos que apuntalen la gestión, no basta con innovar constantemente productos y servicios. El texto trata sobre la comunicación aplicada, el proceso de la comunicación en la empresa, los ámbitos, el mapa de públicos, cómo se arma el departamento de comunicación en la empresa, el rol del director de comunicación: funciones y responsabilidades, el plan de comunicación

BIBLIOGRAFÍA

y las estrategias, los componentes del proceso de comunicación y las metodologías de análisis y evolución de la comunicación. Completa la publicación con el enunciado de los nueve principios éticos y deontológicos de la profesión. En este libro se apuntan las líneas del proceso de comunicación estratégica, de los sistemas, componentes e instrumentos de comunicación de la empresa. Se presenta la comunicación aplicada en la empresa desde una perspectiva multidisciplinar, integrada y global.

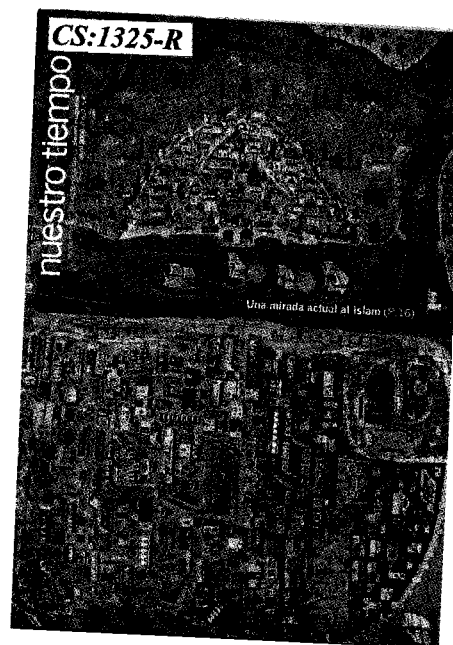


Schujer, Silvia; Schujer, María. (2005). **Aprender con la radio: Herramientas para una comunicación participativa**. Buenos Aires: La Crujía. 191 p.

El texto está organizado en cinco partes: 1) Características de la radio introduce los elementos básicos del código radial : la voz, la música, los efectos del sonido y del silencio. 2) Géneros radiofónicos organizados en periodísticos y de ficción aborda la redacción de noticias, la entrevista, la polémica, el documental y el radioteatro. Propone reflexionar sobre la censura, la subjetividad y la libertad de expresión. 3) La realización desarrolla las características de la producción radial: guión, rutina, artística, los tiempos y el ritmo y aborda la organización completa de un programa y una

emisora. 4) Historia de la radio es un repaso lúdico y breve sobre como surgió la radio en la Argentina, qué significó en el pasado y que lugar tiene hoy en la ciudad y en el ámbito rural. 5) La radio es un trabajo en equipo que propone vivenciar la radio como acción colectiva, desarrolla las características y el sentido particular de la radio comunitaria y de la radio de la escuela, al tiempo que recomienda la visita a una radio para familiarizarse con el estudio de grabación.

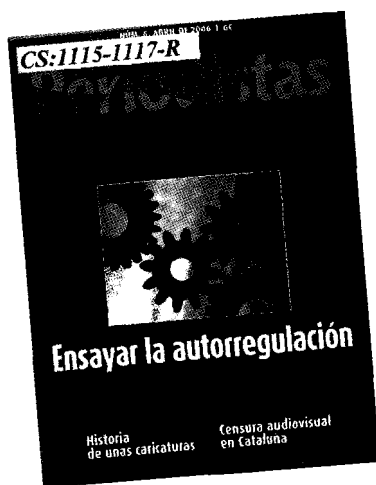
Revistas



Baigorri, Manuel. (2006). **Periodismo de innovación**. IN: Revista Nuestro Tiempo, (622), pp. 62-71

En un entorno cada vez más competitivo, las compañías necesitan nuevas maneras de hacer su trabajo y nuevos productos para ofrecer a los consumidores, quienes buscan una relación proporcional entre calidad y precio. Junto a ellos, factores como el diseño y la originalidad ganan un mayor protagonismo a la hora de potenciar las ventas. Para responder a esta demanda, y

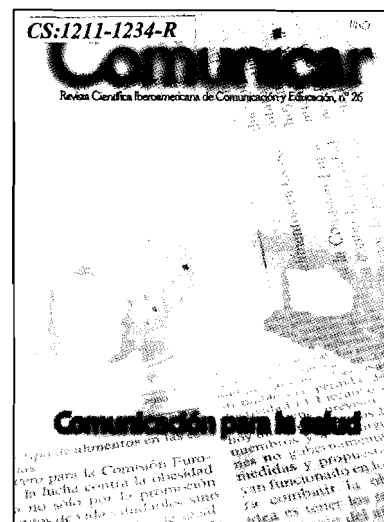
mantener la rentabilidad, la innovación se ha convertido en un ámbito esencial, un pilar fundamental, dentro del mundo de los negocios. Paralelamente, el periodismo especializado se ha interesado por cubrir y desarrollar la innovación como una de las claves para el crecimiento económico, de modo que pueda ser competitivo. De allí que la formación de los periodistas de innovación se presenta ahora como uno de los grandes retos del periodismo en el siglo XXI.



Ballesteros, Cecilia. (2006). **Historia de unas caricaturas.** IN: Revista Cuadernos de Periodistas, (6), pp. 11-22

El escándalo de las caricaturas ha tenido dos caras. Una prueba para la convivencia en Europa entre musulmanes radicales y extremistas cristianos (por llamarlos de alguna manera) recelosos con los inmigrantes, pero también un test para la libertad de expresión, que no está nada claro que haya salido reforzada de esta historia. El propósito de la caricatura política ha sido siempre provocar o suscitar preguntas sobre el comportamiento de los gobernantes y las instituciones, para que puedan ser objeto de debate y discusión públicos. Solo aquellos que temen ambas cosas reaccionan, intentando silenciar a quienes las plantean. El artículo da cuenta de cómo se dio el asunto cuando desde

Dinamarca, lugar desde donde Abu Laba, líder espiritual de la comunidad islámica ortodoxa, emigrado de Palestina como refugiado político y muy conocido en el país nórdico, se desplazó por los países árabes en busca de apoyo y agitación. Comenta sobre la libertad de expresión y añade las respuestas del estadounidense Bill Kovach, director y fundador del Comité of Concernet Journalist, considerado por muchos como "la conciencia del periodismo actual" cuando se le pregunta: ¿cómo le parece la controversia sobre las caricaturas? y responde: "el aspecto más dañino de este asunto es la incapacidad y la falta de ganas del gobierno de los Estados Unidos y de los periodistas en explicar y defender su fe en los derechos fundamentales garantizados en la Constitución".

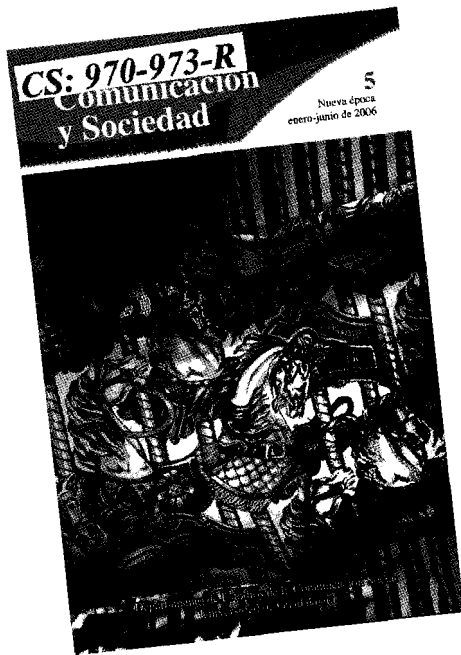


Cortés de Cervantes, Patricia. (2006). **Educación para los medios y las TIC: reflexiones desde América Latina.** IN: Revista Comunicar, (26), pp. 89-92

La expansión de las TIC en la mayor parte de las regiones del mundo y, particularmente, en América Latina nos conduce a reflexionar seriamente sobre el papel de la educación en el tercer milenio. Especialmente de una educación para los medios, de una educación para las TIC que, pese a los esfuerzos realizados, continúa estando ausente en las aulas. En el presente

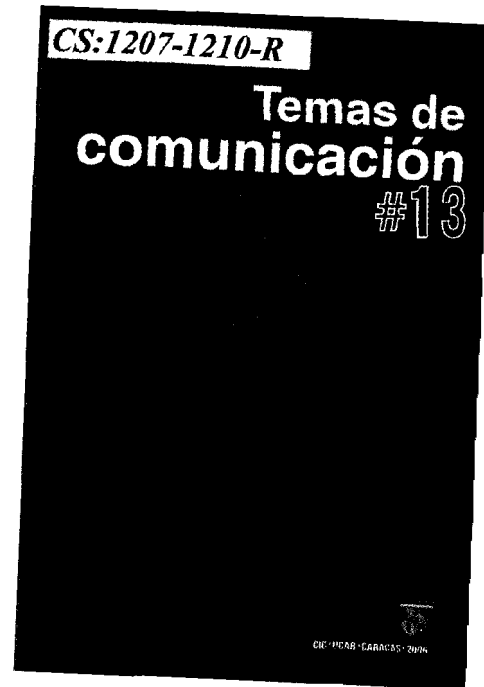
BIBLIOGRAFÍA

artículo se ponen de relieve algunos elementos que pueden tomarse en cuenta dentro de una reflexión pedagógico-comunicacional, basada en la unión entre los saberes formales e informales, transdisciplinaria, valorizada y con fundamentos teóricos autónomos que partan de una visión antropológica filosófica.



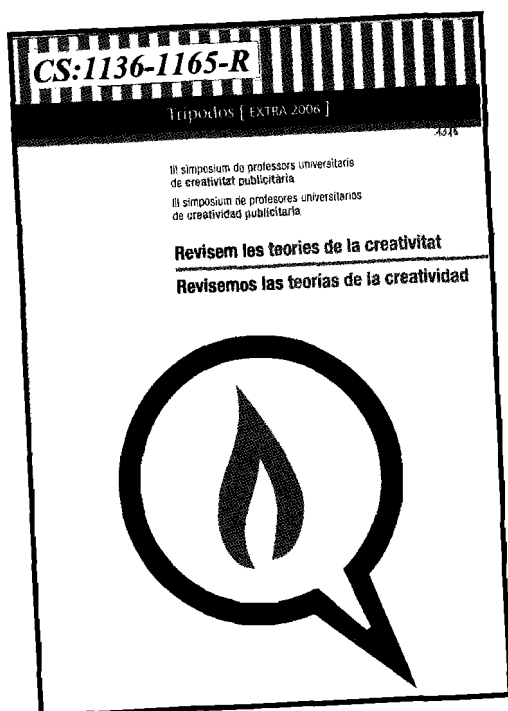
Guyot, Jacques. (2006). **Diversidad lingüística, comunicación y espacio público**. IN: Revista Comunicación y Sociedad, (5), pp. 115-136

El presente artículo analiza el problema de la diversidad lingüística en los medios de comunicación en la Unión Europea, tomando en cuenta las relaciones entre las lenguas, territorios e identidades, así como la selección que hacen los medios de comunicación y por lo tanto la visibilidad de algunas lenguas en particular y las relaciones sociales y de poder de los grupos minoritarios dentro de las sociedades democráticas. El autor hace patente la necesidad de tomar en cuenta la reivindicación lingüística más allá del problema meramente cultural, ya que ésta cuestiona al espacio público e implica la redefinición de ciudadanía.



O'Sullivan Ryan, Jeremiah. (2006). **Medios y ecología**. IN: Revista Temas de Comunicación, (13), pp. 27-38

El documento aborda las maneras a través de las cuales la interacción entre los medios y los seres humanos da a la cultura su carácter y le ayuda a conservar su balance simbólico. La discusión se nutre con los aportes de tres importantes y conocidos teóricos: Walter Ong, Neil Postman y Marshall McLuhan. Todos ellos entienden la ecología mediática como el estudio de los medios de comunicación en cuanto "ambientes". Los medios de comunicación afectan la percepción humana, el entendimiento, los sentimientos y los valores. Nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras oportunidades de subsistencia. La ecología mundial implica el estudio de los ambientes: su estructura, su contenido y su impacto social.



Sedeño, Ana María. (2006). **La creatividad en otros formatos audiovisuales: el videoclip musical.** IN: Revista Trípodos, (Extra), pp. 391-398

La autora destaca la importancia de la creatividad en los diferentes formatos audiovisuales y se centra en el video clip publicitario, anota que la publicidad audiovisual es uno de los géneros más versátiles e innovadores de los medios electrónicos, sobre todo de la televisión. El video-clip supone una descarga mayor de información icónico-auditiva que facilita al posible comprador su elección. La creatividad juega una especie de dramaturgia y tiene como misión principal encontrar la mejor manera de hablar de un producto y destacar su aspecto más sobresaliente de manera memorable, para que se fije la mente del espectador. Los videos clips construyen diversos modelos de compenetración entre imagen y música dando lugar a cuatro tipos diferentes de video. El video clip musical es otro formato audiovisual publicitario más minoritario, si éste y el spot son capaces de convertirse en objeto

de consumo ellos mismos, es porque realizan operaciones seductoras. El video musical llegó, vio y venció muy rápidamente, sobrepasando las predicciones de que la representación visual del sonido musical no funcionaría bien estética o comercialmente. El autor deja expresa la diferencia entre retórica y seducción. ❁

Base de datos documental del



<http://server/iah/e/bases.htm>

<http://www.ciespal.net>

Biblioteca digital

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

opción -SNIB- *Sistema Nacional de
Información Bibliográfica*

Centro de Documentación

Av. Diego de Almagro N32-133 y

Andrade Marín

Apartado Postal 17-01-584

e-mail: documentacion@ciespal.net

Teléfonos: 254-83-37 / 254-80-11

Fax: 250-24-87

Lo que pasó y lo que vendrá

Actividades del CIESPAL

El primer semestre institucional

La modernización de la estructura organizacional, la formación académica y la presencia del CIESPAL a nivel internacional fueron metas reafirmadas en el primer semestre de 2006, como fruto de un trabajo constante, tanto de los directivos como de los funcionarios y empleados de la Institución.

El proceso de modernización, en el que se encuentra involucrado todo el personal, significa la adopción de un sistema de gestión por procesos, para lo cual se cuenta con la asesoría de técnicos de la Secretaría Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos y Remuneraciones del Sector Público (SENRES). Los documentos habilitantes de ese proceso fueron elevados a consideración del Consejo de Administración para su análisis y aprobación. Paralelamente, se preparó un Plan de Capacitación y un Plan de Evaluación para el personal, en concordancia con las expectativas y requerimientos que genera el nuevo modelo de gestión.

La tarea académica avanza al mismo ritmo, como se evidencia en la realización de tres seminarios internacionales, uno de ellos en Nicaragua,

diez seminarios nacionales, y en la diversificación de la oferta de posgrados.

Así mismo, en los diferentes departamentos la actividad creció en cantidad y calidad: circulan seis nuevas publicaciones, cuatro se reimprimieron; el Centro de Documentación cuenta con una nueva base de datos bibliográficos, actualizada y depurada; la producción de televisión y radio se ha concretado en nuevos programas. La versión electrónica de la revista Chasqui, durante los seis primeros meses, recibió tres millones 834 mil 332 hits y 275 mil 297 visitas, una muestra más de que, en su género, nuestra revista es la más consultada por los profesores y estudiantes latinoamericanos de comunicación.

Otra noticia positiva que merece ser compartida es el avance de los trámites que permitirán concretar la donación de equipos de televisión, por parte del Gobierno del Japón. Para el efecto, se firmó un convenio de cooperación entre los gobiernos del Ecuador y el Japón y, posteriormente, la Institución, con la autorización del Consejo de Administración, suscribió el contrato que le convierte en beneficiario de esta donación. El camino ha sido largo; los esfuerzos intensos, pero, de acuerdo con lo previsto, en sesenta días adicionales los resultados serán tangibles.

La actualidad política del país no nos ha sido indiferente, porque como ciudadanos y como comunicadores nos sentimos obligados a aportar para hacer del Ecuador un país con democracia, justicia y equidad. Con este propósito, el CIESPAL trabaja en el *Proyecto Jóvenes 2020: El Ecuador que queremos* y en el *Proyecto Cien organizaciones y 17 temas urgentes para una democracia verdadera*, dos esfuerzos que con diferentes actores se plantean el mismo objetivo.

En el ámbito de la imagen del Centro Internacional con el mundo comunicacional que nos rodea y con la sociedad en general,

hemos dado una nueva estructura y presentación a nuestro portal electrónico www.ciespal.net.



Publicaciones

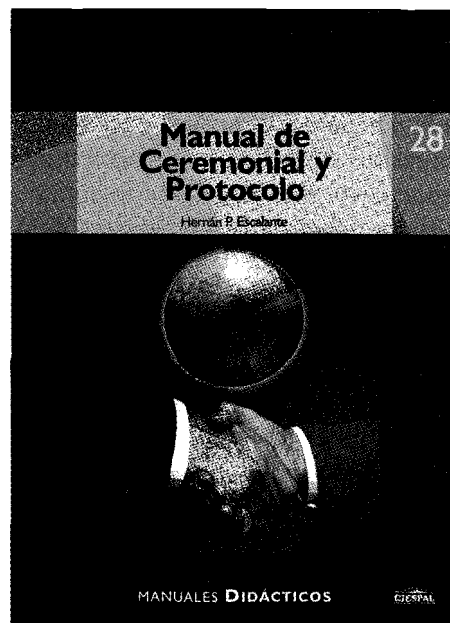
Entre junio y septiembre de este año, el departamento de Publicaciones imprimió y puso en circulación dos libros, *El lenguaje en el periodismo de opinión*, preparado por Rodrigo Santillán, y *Manual de ceremonial y protocolo*, de Hernán Escalante.

El primero es el número 45 de la colección *Intiyán* y en sus 292 páginas destaca el hecho de que entre los géneros periodísticos, el de opinión es quizá el más involucrado en la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a enriquecer el criterio colectivo, pues de sus análisis dependen la clarificación o el sesgo que pueda asignarse a un hecho que afecta y preocupa a la sociedad. El periodismo de opinión tiene entre sus postulados orientar, guiar, educar y formar al ciudadano para que comprenda el pensamiento y juicios de valor expresados en la página editorial.

El libro de Hernán Escalante, por su parte, señala las normas y procedimientos que se deben adoptar en actos protocolarios, ceremonias y acontecimientos oficiales, creando el andamiaje necesario para la correcta organización de esta actividad. Indica, igualmente, un modelo de comportamiento social, la

manera apropiada de cuidar la imagen, con el decoro y buen gusto que exigen la conducta formal, la urbanidad y la cortesía, no solo en determinadas circunstancias, sino en todas las actuaciones en general. Pertenece a la colección *Manuales didácticos* con el número 28 y tiene 320 páginas.

Para continuar con su trabajo editorial, avanza la preparación de los libros *Comunicación estratégica para las organizaciones* y *Periodismo digital*, que recogen las ponencias de varios expertos internacionales presentadas durante sendos seminarios internacionales que, con los mismos nombres, se dictaron en el CIESPAL.



Las redes de radio y televisión

En un esfuerzo que lleva ya 36 meses de vida, el CIESPAL mantiene redes de cobertura y provisión de material, bajo la denominación *Red Nacional TVRed* integrada actualmente por 40 emisoras de radio en todas las capitales provinciales

y 23 estaciones de televisión, de señal abierta, a nivel provincial.

Con la radio, el mensaje institucional llega con preferencia a zonas periféricas y rurales, en tanto que con la televisión la propuesta quiere aportar a la integración desde lo local, hacia lo nacional y lo regional, para lo cual un equipo humano de profesionales trabaja todos los días en una programación informativa que, fundamentalmente, se distribuye y emite los fines de semana.

Programación de radio

-Cosas que tiene la vida. Presenta con el humor característico del pueblo ecuatoriano, las cosas que suceden y se dicen, las que suceden y no se dicen; lo que forma la noticia del momento y también lo que se comenta en voz baja. Son 30 minutos diarios del mejor humor costumbrista con la primera actriz nacional, Fanny Moncayo y los libretos de Mario Rodríguez "Apóstol".

-La burbuja. Es una radio revista con varios segmentos dedicados a la familia, que incluye noticias, reportajes, entrevistas, música, espectáculos, educación, salud humor, deportes, ecología, turismo, artistas, invitados especiales, anécdotas y todo lo necesario para disfrutar de una buena compañía en la radio, con una duración de 30 minutos diarios.

-Cantares ecuatorianos. Es un diario homenaje a la música nacional, con autores, compositores, artistas, músicos y cantantes unidos en una sola audición. Puede escucharse a los auténticos representantes del cancionero ecuatoriano en una agradable tertulia musical que se extiende por 30 minutos.

-En todas. Es una revista musical con las 15 mejores canciones de la semana, presentadas y comentadas por el conocido animador Roberto Álvarez Wandenberg, con una duración de una hora

semanal, con noticias, entrevistas y la presencia de los protagonistas del maravilloso mundo del espectáculo.

Programación para televisión

-Noticiero Informe Semanal. Ante la evidente falta de presencia y voz de las provincias en la televisión nacional, el CIESPAL decidió incursionar en la coproducción de un noticiero al que denominó "Informe Semanal". La motivación principal que impulsó el proyecto fue ofrecer a los televidentes de provincias informaciones generadas local y regionalmente, las mismas que los noticieros de gran audiencia abordan muy superficialmente. Además, se busca propiciar con esas informaciones la integración entre las distintas localidades del país, con el compromiso de dar a los temas un tratamiento de absoluta independencia política. Informe Semanal es visto por personas de todos los estratos sociales y abarca zonas urbanas, urbano-marginales y rurales de las áreas aledañas a los diferentes canales que conforman la red. Llega a zonas a las que muchas de las grandes cadenas nacionales no acceden con su señal

-Análisis Deportivo. Es una revista deportiva a nivel nacional, con entrevistas a los personajes más destacados del mundo de los deportes. Se trata de un programa de agradable tertulia, que abarca todas las disciplinas deportivas, sin excepción, tanto del campo profesional como amateur, abordando temas de actualidad y de análisis.

Otros productos audiovisuales

El CIESPAL elaboró documentales institucionales de televisión para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Progreso, la Secretaria de Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos y Remuneraciones del Sector Público (SEMRES) y la Fundación de Niños Especiales (FUDRINE).

Por acuerdo con la Unión Internacional para la Naturaleza, se impulsará la defensa conjunta del ambiente, que se concretó en una primera etapa con la producción de tres cuñas radiofónicas, destinadas a prevenir la existencia de las especies exóticas invasoras que impactan en la biodiversidad ecuatoriana.

Formación Profesional

En el tercer trimestre de este año, el Departamento de Formación Profesional presentó las siguientes ofertas académicas:

-Técnicas de lectura informativa y locución. Comunicadores de la ciudad andina de Ibarra recibieron capacitación sobre *Técnicas de lectura informativa y locución*, que incluyeron temas como la voz, pronunciación, timbre e intensidad, entonación, vocalización, dicción, articulación, velocidad de la lectura e improvisación. El docente fue Gustavo Cevallos.

-Diseño y elaboración de spots publicitarios. Comunicadores de Cuenca fueron capacitados sobre el *Diseño y elaboración de spots publicitarios*, en un curso que abordó el proceso de producción audiovisual, sonorización, creatividad, producción de spots, técnicas narrativas, guionización, producción de guiones, jingles y cuñas, planos sonoros, (preproducción, producción y post producción). El docente fue Tito Jara.

-Taller básico para formación de actores. En Quito, durante el trimestre, se desarrolló un *Taller básico para formación de actores*, que capacitó sobre técnicas de actuación, creación de personajes, personaje interior, expresión corporal, el gesto, la palabra y la intención, sensaciones y emociones dramáticas. El docente fue Ramiro Pérez.

-La producción: un proceso comunicacional. También en la capital ecuatoriana, un grupo de

miembros de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE) recibió capacitación sobre *La producción televisiva: un proceso comunicacional*, curso que abordó el guión literario y técnico, preproducción, cámara, planos, movimientos, encuadres, equilibrio de la imagen, filmación, grabación, narración. El docente fue Felipe Fernández.

-Trata de personas y explotación sexual. En septiembre, el CIESPAL desarrolló un taller para comunicadores sobre la *Trata de personas y la explotación sexual*, a fin de sensibilizarlos sobre un tema, prácticamente tabú, en un país como Ecuador que es considerado como origen, tránsito y destino de un tráfico que implica, fundamentalmente, explotación sexual y laboral.



El encuentro vinculó al CIESPAL en un esfuerzo interinstitucional, con organismos internacionales y entidades públicas y privadas que trabajan en distintos ámbitos para erradicar

un mal que se lo maneja con perfiles bajos e implicaciones delincuenciales, antes que como un fenómeno social.

La inmigración, legal o ilegal, que afecta como plaga a toda la región, se ha convertido en un auténtico desangre que drena mano de obra y capacidad intelectual, así como otros afanes encubiertos y de explotación, reactualizando, en muchos casos, antiguas formas de esclavitud a las que se decora con ropaje de supuesta modernidad.

-Preparación y actualización de profesionales de la información en medios impresos. En el marco del esfuerzo institucional para preparar y actualizar a los profesionales de medios impresos, el CIESPAL trabajó durante una semana en el periódico *El Diario* de la provincia costera de Manabí, para desarrollar con su personal el tema *Nuevos lenguajes de redacción periodística*, con prácticas y evaluaciones diarias, así como con espacios de reflexión y autocrítica de los productos finales.

Es ya un lugar común que la labor periodística evoluciona permanentemente, acorde con los nuevos enfoques de la comunicación y los requerimientos y potencialidades tecnológicas que exigen, en forma urgente, un modo diferente de practicar la profesión aplicando experiencias y conocimientos.

Bajo la dirección del experimentado profesional Rubén Darío Buitrón, los colegas de *El Diario* recibieron capacitación sobre géneros periodísticos: diferencias entre comentario, análisis y opinión; nota dura, reportaje y crónica; lectura y autoformación; capacidad de anticiparse a la noticia; valor agregado de la noticia manejando contextos y referentes históricos; cultivo de fuentes informativas y contactos; redacción noticiosa basada en la precisión y la claridad; y, espacios de planificación, reflexión y autocrítica como escenarios de detección de errores y mejoramientos de la producción cotidiana.

Los medios y la democracia

En tanto Ecuador se apresta a renovar sus instituciones democráticas, el CIESPAL encabezó un esfuerzo institucional para apoyar al fortalecimiento de los medios como orientadores de la opinión pública que, en último término, permita cambiar la práctica política de las distintas propuestas priorizando temas de verdadero interés público.

La iniciativa congregó a unas 100 organizaciones en todo el país, que se nuclearon en un Grupo Promotor que contó con el apoyo, entre otras organizaciones de cooperación internacional, de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ por Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, en idioma alemán).

Periodistas de prensa, radio, televisión y medios digitales se concentraron en siete ciudades -Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Puyo, Ambato e Ibarra- y fueron motivados para que la cobertura mediática abarque con preferencia aquellos temas que el país y la región consideran prioritarios.

Se busca lograr, en tiempos de elecciones, una cobertura del fenómeno político que supere la trivialidad y espectacularidad en el análisis y desarrollo de temas cruciales, que oriente en cambio a los electores a exigir propuestas serias y compromisos auténticos por parte de aquellos a quienes vayan a elegir.

Los comunicadores recibieron capacitación actualizada sobre las nuevas herramientas de análisis para procesar información -con diferentes tratamientos- utilizando los géneros periodísticos tradicionales y aquellos que las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) han introducido en la profesión.

La cita múltiple permitió consensuar como criterio que la agenda del país y la región incluye, como

temas prioritarios, los que aluden a la reforma política, económica y fiscal; la pobreza, el empleo y la migración; la corrupción; las políticas energéticas y de salud, educación, nutrición y vivienda; la igualdad y promoción de la mujer; los derechos de las poblaciones autóctonas; la protección de niños, adolescentes y discapacitados; descentralización y autonomía; productividad y competitividad; desarrollo sostenible y derechos humanos; seguridad ciudadana y convivencia social; política exterior; y, la necesidad de construir grandes acuerdos nacionales.



El representante en Ecuador del Programa Mundial de Alimentos, Helmut Rauch, recibe la donación del Embajador del Japón, Hiroyuki Hiramatsu

Ayuda a los damnificados del desastre

La Embajada del Japón en Quito, a través de su oficina de cooperación -JICA-, y el CIESPAL realizaron un concierto benéfico con el violinista Tadashi Maeda, en la Casa de la Música de Quito. La recaudación fue entregada a la oficina local del Programa Mundial de Alimentos (PMA), de las Naciones Unidas.

Los 5.700 dólares que se obtuvieron financiaron parcialmente el Proyecto San Nicolás de la provincia de Cotopaxi y la adquisición de alimentos para los damnificados de la erupción del volcán Tungurahua, que periódicamente se reactiva sembrando destrucción en una extensa área agrícola del centro andino de Ecuador. ❀



Los fondos recaudados se destinaron a la Fundación Don Bosco, Pujilí (provincia de Cotopaxi)

NUEVO LIBRO

La Pobreza Digital: Perspectivas desde América Latina y el Caribe

La Pobreza Digital incluye siete poderosos capítulos desarrollando las herramientas disponibles de regulación para promover acceso, participación y empoderamiento de comunidades marginadas y pobres. El libro entrega un análisis innovador de oferta y demanda por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para definir, medir e investigar, por ejemplo, nuevos modelos de propiedad y administración de redes.



Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información -DIRSI- es una red de profesionales e instituciones que buscan crear conocimiento para fortalecer políticas que promuevan una participación efectiva en la Sociedad del Conocimiento de las comunidades pobres y marginadas de América Latina y el Caribe.

NUEVA SOCIEDAD
www.nuso.org

203
Mayo-Junio 2006

Temas: pobreza, medios
Cabe de redacción: José Rodríguez

El desafío chino

COMENTARIO: **Luis Guillermo Solís Rivera**. Elecciones en Costa Rica: la inevitable transición. **José Carlos Rodríguez**. La nueva política productiva de Paraguay. Entre el Mercosur y la ALCA.

APORTES: **Jaime Osorio**. La desconexión de la clase política latinoamericana ¿el fin de un periodo?

TEMA CENTRAL: **José Luis León-Manriquez**. China-América Latina: una relación económica divergente. **Sergio Cesarin**. La creación de un emprendimiento: entre la teoría política y la investigación académica. **Jiang Shixue**. Una mirada china a las relaciones con América Latina. **Humberto Rodríguez Pastor**. La opción por el Chile. **Martín Pérez Le-Fort**. China y América Latina: entablar una negociación transicional. **Xu Shicheng**. Las diferentes etapas de las relaciones sino-latinoamericanas. **Gabriela Correa López** / **Juan González García**. La inversión extranjera directa: China como protagonista y sus estrategias. **Milagros Lock Reyna**. De la trinidad al supermercado: Los pomericanos chinos en América Latina y el Caribe. **Henrique Altamani de Oliveira**. China e Brasil: perspectivas de cooperación por Sui. **Carlos Moneta**. Los escenarios de China en América Latina: Reflexiones para el Mercosur. **Francisco Haro Navejas**. China en el norte de América: la relación por Mayas y Estados Unidos. **Gabriel Aguilera Peralta**. De estrellas al dragón: Las relaciones de Centroamérica con Taiwan.

PÁGS. Siete artículos de investigación y datos para el debate desde América Latina y el resto del mundo a las siguientes coordenadas electrónicas: info@nueva.org, distribucion@nuso.org

EN NUESTRO PRÓXIMO NÚMERO
Energía, integración y política

67

ECUADOR

Debate

Quito/Ecuador/abril/2006

Memorias de la izquierda

COMENTARIO: **Guillermo Ferrera**. El legado de la fuerza obradora en América Latina y en la costa ecuatoriana. **Guillermo Ferrera**. El legado político de la izquierda obradora.

TEMA CENTRAL: **Yvonne Kaprielian y la colaboración**. El Partido Socialista en Ecuador: un caso de adaptación a la realidad. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador.

APORTES: **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador.

TEMA CENTRAL: **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador. **Yvonne Kaprielian**. El legado de la izquierda obradora en Ecuador.

PÁGS. Siete artículos de investigación y datos para el debate desde Ecuador y el resto del mundo a las siguientes coordenadas electrónicas: info@nueva.org, distribucion@nuso.org

Suscripciones: Anuales 3 números: exterior: US \$30 - Ecuador \$9,00
Ejemplar suelto: Exterior US \$12 - Ecuador: \$3,00
Redacción: Diego Martín de Ultras 733 y Selva Alegre - Telf. 2 522763
Apartado aéreo 17-15-173B, Quito-Ecuador

NUEVA SOCIEDAD
www.nuso.org

204
Julio-Agosto 2006

Temas: Tachir, Argentina
Cabe de redacción: José Rodríguez

Geopolítica de la energía

COMENTARIO: **Jaime Acosta Puertas**. La desintegración energética en América Latina. **Andrés Pérez-Balldiano**. Nicaragua: adopción nacional y nuevas reformas en las elecciones de 2006.

APORTES: **Richard Sandbrook** / **Marc Edeiman** / **Patrick Heller** / **Judith Teichman**. ¿Pueden sobrevivir las democracias liberales en el Sur globalizado?

TEMA CENTRAL: **Fernando Sánchez Albarera**. América Latina y la búsqueda de un nuevo orden energético mundial. **Ramón Espinosa**. Las contradicciones de Fukushima: peligro a Estados Unidos y México. **América Latina**. **Jürgen Schuidt** / **Alberto Acosta**. ¿Puede el comercio e integración generar más empleos? **Rolf Linkohr**. La política energética latinoamericana: entre el Golfo y el Mercado. **Roberto Kozulj**. La integración energética latinoamericana: una perspectiva de la integración de la energía que integra. **Elsa Cardozo**. La sostenibilidad energética regional y el papel del integrador de la energía. **Raúl Sohr**. Energía y seguridad en Sudamérica: materia de las materias primas. **Eduardo Mayobre**. El sueño de una contamina energética sudamericana. **Anteojos** y **Anteojos** de **Roberto Kozulj**. **Jose Rafael Zanoni**. ¿Pueden sobrevivir las democracias liberales en el Sur globalizado? **John Saxe-Fernández**. Argentina: los riesgos de la integración energética.

APORTES: **Carlos A. Gadea**. El fin de la socialización de la nueva generación de América Latina.

PÁGS. Siete artículos de investigación y datos para el debate desde América Latina y el resto del mundo a las siguientes coordenadas electrónicas: info@nueva.org, distribucion@nuso.org

EN NUESTRO PRÓXIMO NÚMERO
Hugo Chávez y América Latina