

Carta a nuestros lectores

La planificación de una revista como Chasqui suele hacerse con la debida antelación, tratando de seleccionar aquellos tópicos que puedan tener mayor significado y permanencia. A veces, sin embargo, lo planificado cambia radicalmente de un día para otro, por la irrupción de eventos excepcionales que impactan en la historia por su gravedad y trascendencia.

Esto es lo que sucedió con el número que ahora publicamos.

Chasqui 76 fue planificado originalmente con un tema de portada que contara cómo el flagelo de la corrupción afecta al periodismo latinoamericano. En consecuencia, el artículo de opinión debía profundizar aún más este tema, para subrayar la necesidad que se percibe en el medio ambiente de la región, de discutir a fondo la realidad tan compleja y amenazante como es la corrupción.

Pero la transformación en semanario del diario colombiano "El Espectador" alteró el contenido de Chasqui, porque este hecho planteaba una pregunta tremendamente importante que era la de saber si el periodismo latinoamericano tradicional estaba llamado a desaparecer paulatinamente por haber caído en desuso los valores de independencia económica que algunos periódicos de esa vertiente cultivaron con celo. La respuesta a esta pregunta la encontrará en el artículo del periodista colombiano Javier Darío Restrepo.

Como si esto fuera poco, el 11 de septiembre el ataque terrorista a Nueva York y Washington nos obligó a retomar la polémica de las grandes crisis, en las que el periodismo entra en cuestionamiento por su peculiar manera de cubrir los eventos que la humanidad rechaza instintivamente horrorizada. En otras palabras, nos vimos en la obligación de escudriñar si la televisión americana había cumplido con su deber de informar objetiva, veraz y equilibradamente, presentando los hechos sin caer ni en la autocensura ni en la propaganda, en función de un falso sentido de patriotismo. Por eso este tema se convirtió en el artículo de fondo y fue encargado al periodista Manuel Sarmiento y al académico Leonardo Ferreira.

Muchos se preguntan qué significado puede tener para un niño el navegar en la autopista de la información y no pocos, también se preguntan, si la televisión venezolana vale la pena verse. Dos artículos de este número de Chasqui responden a esas inquietudes.

El profesor italiano Francisco Ficarra continúa ilustrando las ventajas y múltiples aplicaciones del programa Word de Microsoft, como una contribución al deseo de mejorar la utilización del computador personal que muchos de nuestros estudiantes latinoamericanos tienen.

Por una penosa inadvertencia en el número anterior se atribuye a Lars von Trier la nacionalidad alemana, siendo así que este cineasta es danés, como acertadamente consta en el cuerpo del artículo. Pedimos disculpas por este lamentable error.

CHASQUI

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

No 76 Diciembre 2001

Nº 76 Diciembre 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Nelson Dávila V. Lolo Echeverría
Hector Espin Luis Espinosa
Guadalupe Fierro Florha Proaño
Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Victor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Simón Espinosa C.,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud,
Comisión Nacional de la UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Lenin Andrade, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Telf.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito - Ecuador

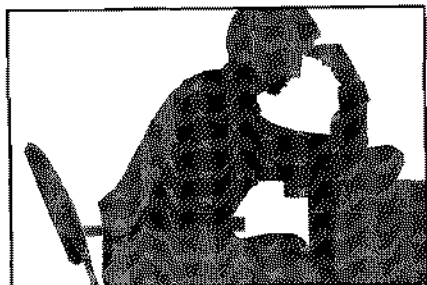
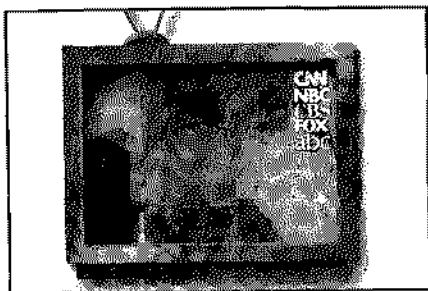
Registro M.I.T., S.P.L027

ISSN 13901079

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

Todos los derechos reservados.

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



4 **PORTADA**

**LIBERTAD VERDADERA:
AUTOCENSURA Y PROPAGANDA EN**
Miguel Sarmiento y Leonardo Ferreira

16 **OPINIÓN**

**EL TERRORISMO Y LOS LÍMITES
DEL PODER**
Dr. Luis E. Proaño

18 **ENSAYOS**

PRENSA
**PERIODISMO LATINOAMERICANO
LOS CASOS MÁS COMUNES DE
CORRUPCIÓN:**
Jaime López de "Probidad"

26 **"EL ESPECTADOR" DE COLOMBIA
AGONÍA DE UN PERIÓDICO**
Javier Darío Restrepo

36 *CINE*
**PRAGA, EL HOLLYWOOD DE EUROPA
ORIENTAL**
Raúl Sorrosa

42 *TELEVISIÓN*
**MUERTE Y RESURRECCIÓN DE LA
TELEVISIÓN VENEZOLANA**
Jenny Bustamante Newball

48 *INTERNET*
**LOS RIESGOS PARA LOS NIÑOS
QUE USAN INTERNET**

52 **ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE
PERIODÍSTICO:**
Juan Manuel Rodríguez

54 *INFORMÁTICA*
**EL WORD EN LAS COMUNICACIONES
DEL SIGLO XXI**
Francisco Ficarra

60 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

69 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE
COMUNICACIÓN**

70 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

WORD

El Word en las comunicaciones del siglo XXI

Francisco Ficarra ■

A principios de los años ochenta, el Programa General de la Información -PGI- de la UNESCO ponía en marcha un interesante proyecto con el fin de informatizar las bibliotecas de numerosas universidades en Latinoamérica. Era una manera de transformar en información binaria muchos ejemplares de libros, tesis, y demás documentación única en el mundo, ya por su valor histórico como científico. En cierta manera desde ese entonces se estaba anticipando en el tiempo el auge de Internet y la posibilidad de libre circulación internacional de la información por la red.

En nuestros días, cualquier usuario de un PC puede generar una base de datos en donde se almacene información analógica -libros, revistas, etc. en soporte papel, por ejemplo- como binaria -artículos de periódicos "on-line"- . La utilidad de una base de datos radica en la rápida localización de aquello que se está buscando. En las próximas líneas y para tal tarea, se recurrirá a las tablas del Word que posteriormente se pueden transformar en una base de datos. A partir del mismo se verá la potencialidad de esta aplicación de la firma Microsoft, unida a una serie de consejos útiles para tal cometido.

Base de datos: Principales conceptos

Antes de hablar de la base de datos es importante hacer un par de aclaraciones. En primer lugar debemos diferenciar los términos datos e información. Desde un punto de vista "clásico" de la comunicación, una información es el resultado de un proceso en donde se han introducido unos datos. Dicho proceso puede realizarse manualmente o con el uso de un computador. Además, una información puede transformarse en dato, si se produce la retroalimentación del sistema. Todo esto se puede representar de la siguiente manera:

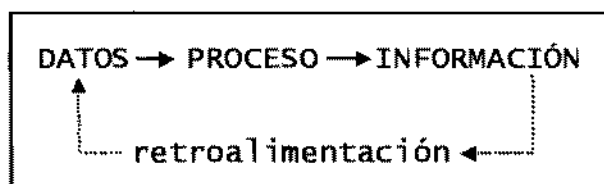


Figura 1

Ahora bien, en un computador los datos y la información son de tipo binario. Cuando estos bits se unen forman diversas unidades de medida de la información: bytes, megabytes, gigabytes, etc. Lo importante en estos casos es diferenciar sistema de estructura. El primero nos conduce al núcleo de la informática y todas sus derivaciones, como puede ser la Unidad Central de Proceso (CPU), los diversos periféricos, entre otros componentes. El segundo -estructura- es más trascendental a la hora de organizar una base de datos.

Ante la pregunta: ¿Qué es una base de datos? Se puede responder lo siguiente: "Una base de datos (del inglés, database) consiste en decir que es un conjunto de datos utilizados en un sistema informativo específico, ya sea de tipo educacional, científico, administrativo, laboral u otro tipo". Además, una base de datos se compone de dos tipos de información que pertenecen a distintos niveles de abstracción:

- Los datos.
- Las estructuras o metadatos.

Los primeros representan la entidad del sistema por modelar. Las propiedades de tales entidades están descritas en forma de valores, es decir, numérico (día, mes, año, etc.), alfabético (nombre, apellido, ciudad, etc.), alfanumérico (dirección = calle + número, matrícula o patente de un automóvil = letras + números, por citar un par de ejemplos), entre otras modalidades que se verán más adelante. Dichos datos pueden ser agrupados o clasificados en categorías, en función de la estructura común, por ejemplo, libros, autores, año de edición, etc. Las estructuras o metadatos describen las características comunes de las varias categorías de los datos, como son los nombres y tipos. En el caso de una revista ficticia y en soporte papel puede estructurar brevemente los principales datos de la siguiente manera:

- Nombre de la revista.
- Temática.
- Fecha.
- Año de fundación.
- Precio.
- Editorial.
- Dirección de la redacción.
- Dirección de la administración.

Desde el punto de vista informático, cada uno de estos datos constituyen unos campos. La longitud del campo estará en función del total de caracteres que lo compongan, incluidos los espacios (cada espacio vale 1). El tipo de campo está en función del tipo de dato que se almacenará:

- Muy Especial
- La explosión Internet
- Invierno 1997
- 1981
- 400 pesetas.
- G+J España Ediciones.
- Marqués de Villamagna, 4. 28001 Madrid.
- Marqués de Villamagna, 4. 28001 Madrid.

Por lo tanto, nuestro primer y segundo campo (el nombre de la revista y la temática) son alfabéticos y tiene una extensión de 12 caracteres. El tercero es alfanumérico con 13 caracteres (invierno 1997), el cuarto (año) es numérico de 4 caracteres, y así sucesivamente. En los sistemas informáticos estos campos se agrupan formando un registro.

Otra de las consideraciones que hay que tener presente, en el momento de generar una base de datos, generalmente es que cada registro tenga un código. Dicho código, con el fin de ganar velocidad a la hora de procesarlo, es aconsejable que sea numérico y se encuentre al inicio de nuestro registro. Por ejemplo, con un lector de códigos de barra se puede conocer, de manera automática, el precio de la revista en el momento de hacer la compra en un supermercado. Todos estos registros constituyen luego un archivo o fichero. Por lo tanto, un archivo es un conjunto de registros, un registro es un grupo de campos, un campo es una asociación de caracteres y los caracteres están compuestos de bits. Un bit es la mínima unidad de información que puede tener dos estados: 1 y 0. Una representación gráfica es la siguiente:



Figura 2

Aquí es menester diferenciar entre bases de datos analógicas y binarias. Un clásico ejemplo, en el primer caso, son los archivadores metálicos, en donde el ser humano realiza la clasificación de los datos

que inserta en cada una de las carpetas de los diversos cajones que lo componen. He aquí un proceso manual y humano. En el segundo caso -binario o digital-, hay un mecanismo electrónico que se encarga de realizar dichas operaciones cuyo corazón en el computador está en el CPU (Unidad Central de Proceso).

La vigencia del papel en las bases de datos binarias

Hasta ahora hemos considerado los principales aspectos relacionados con las bases de datos, desde el punto de vista teórico. Sin embargo, una de las actividades más importantes es su organización, ya que se pone en práctica el aspecto lógico, es decir, lo fundamental de las bases de datos.

Por ejemplo, si alguien nos solicita generar una base de datos sobre una biblioteca, lo primero que se debe hacer es poner en juego los mecanismos de la inferencia de la comunicación y el aspecto mnemotécnico en los nombres de los campos, es decir, que sean fáciles de recordar cuando hay un número elevado de ellos. Por ejemplo, una manera de abreviar los campos a seis caracteres es:

Nombre del campo sobre el papel
Nombre "mnemotécnico" del campo
en el computador

- Código del compendio CODCOM
- Nombre y apellidos del autor NOMAPE
- Título de la obra TITOB
- Año de publicación AÑOPUB
- País de edición PAIEDI
- Nombre de la editorial NOMEDI

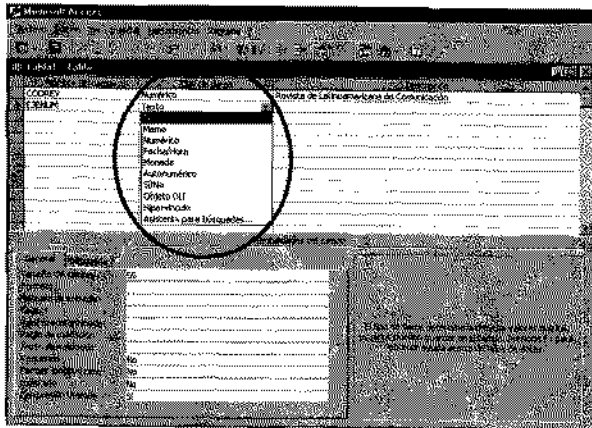


Figura 3

Aunque esta puede ser una tarea trivial a simple vista, resulta interesante desde el punto de vista lógico comenzar a escribir sobre el papel los diversos componentes que rodean a las personas, e incluso más tarde se pueden insertar en una base de datos. Un buen ejercicio mental consiste en determinar la longitud del registro, por ejemplo, trabajar con una media de 25 campos que no se pueden repetir entre sí. Cuando se adquiere la práctica suficiente se puede llegar tranquilamente hasta los 50 campos, lo que señala un elevado nivel de detalle y precisión de la base de datos. Obviamente, una vez lograda una buena estructura para una biblioteca, la misma puede exportarse - con sus correspondientes modificaciones - para organizar los vídeos, artículos de revistas, diapositivas, medios sonoros, etc.

Lo importante es considerar que el primer campo de los registros siempre debe ser un código. Es aconsejable que este sea numérico, para ganar velocidad en el momento en el que el computador procese la información.

En cuanto a la extensión de los campos, diversas aplicaciones del entorno, Windows tienen sus límites por defecto. En la figura 3, hay una tabla de Microsoft Access, en donde en la zona de la elipse están los diferentes tipos de campos y en la parte inferior las características intrínsecas de cada uno de ellos: lógicos (sí/no), monetario, fecha / hora, entre tantos otros.

Un ejemplo práctico

Los artículos de los periódicos digitales pueden servir para constituir una base de datos en soporte binario. Diariamente se pueden grabar, en un directorio del disco duro, aquellas noticias que nos interesan. Una manera fácil de clasificarlas es por la fecha, o sea, mes y año (figura 4).

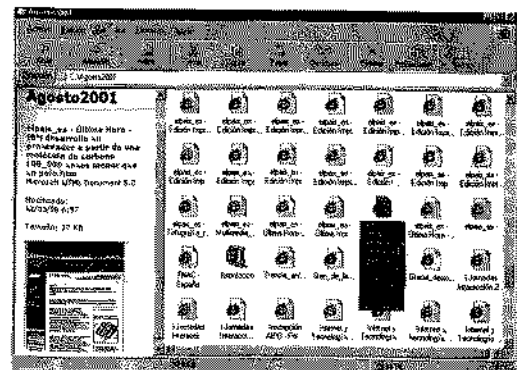
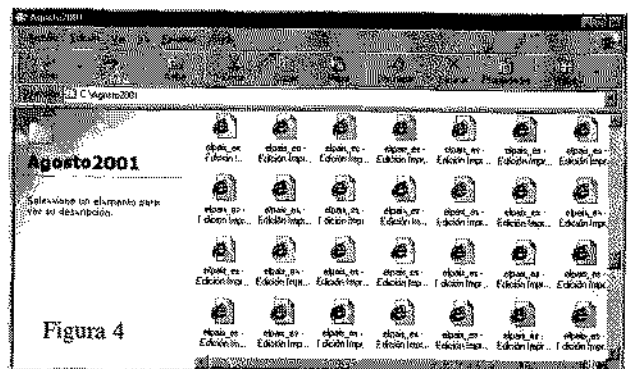
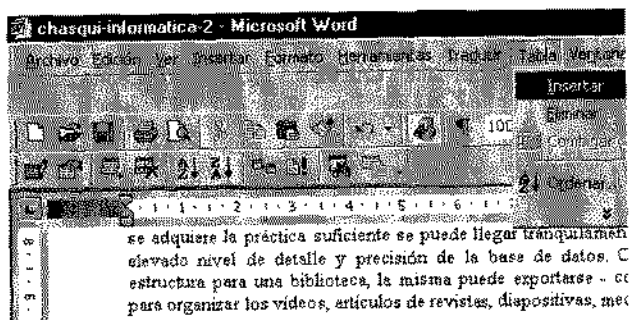


Figura 5

En nuestro caso del ejemplo práctico se parte de dos publicaciones españolas: El País y La Vanguardia. La primera ventaja del primer periódico digital, con referencia al segundo es que en el momento de archivar los artículos en el computador, cada artículo mantiene el nombre de la edición impresa, cosa que no sucede en el caso de La Vanguardia, consecuentemente el usuario debe introducir el nombre del artículo que desea archivar (figura 5). Este elemento que puede ser algo banal es muy importante para generar bases de datos de manera rápida. Acto seguido creamos una tabla de seis columnas y dos filas (figuras 6 y 7).

Figura 6



En la primera fila insertamos los nombres de los campos, algunos en formato mnemotécnico,

otros quedan a elección del lector. El primer campo tiene que ver con la fecha del artículo, el segundo con el medio de comunicación, el tipo de publicación, la temática, el título y el enlace Internet.

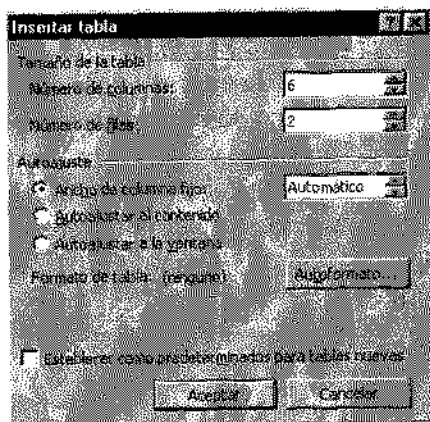


Figura 7

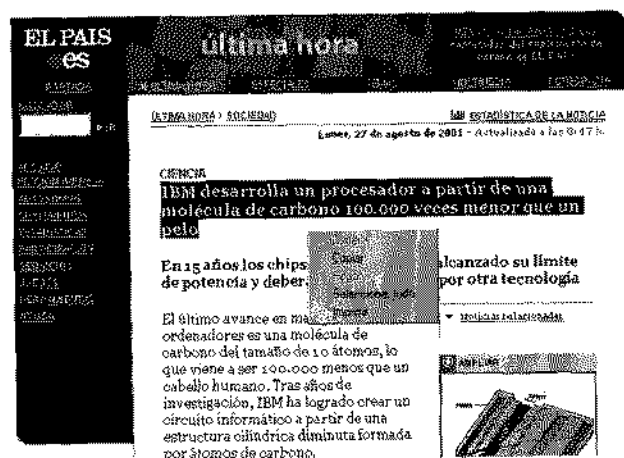


Figura 8

En el caso del título para ahorrarse el hecho de escribirlo se puede seleccionar directamente el mismo del artículo y con el botón derecho del ratón se copia dentro de la tabla (figura 8). Sin embargo, existe el problema de la tipografía que no es idéntica al resto del texto de los otros campos. La solución para seleccionar el título es ir luego al formato del mismo y cambiar la fuente (figuras 9 y 10).

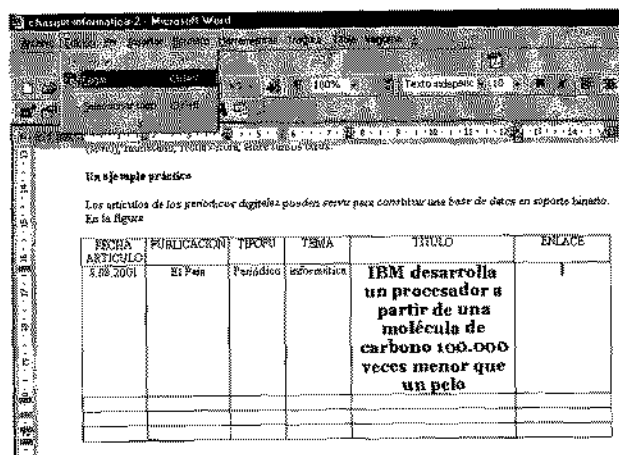


Figura 9

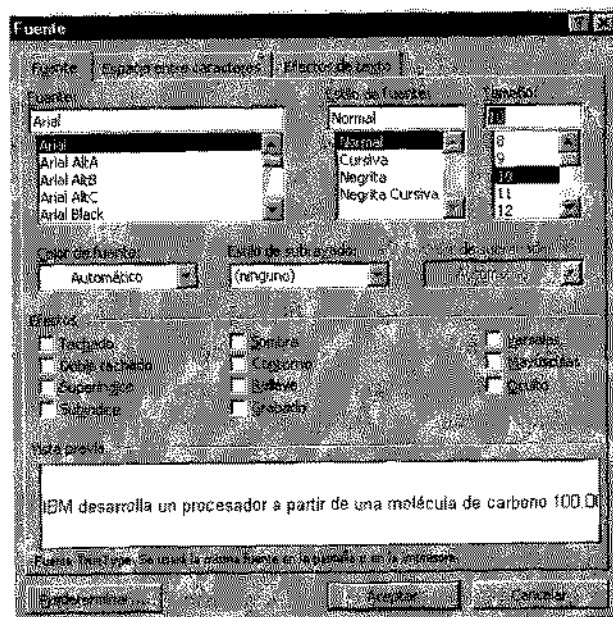
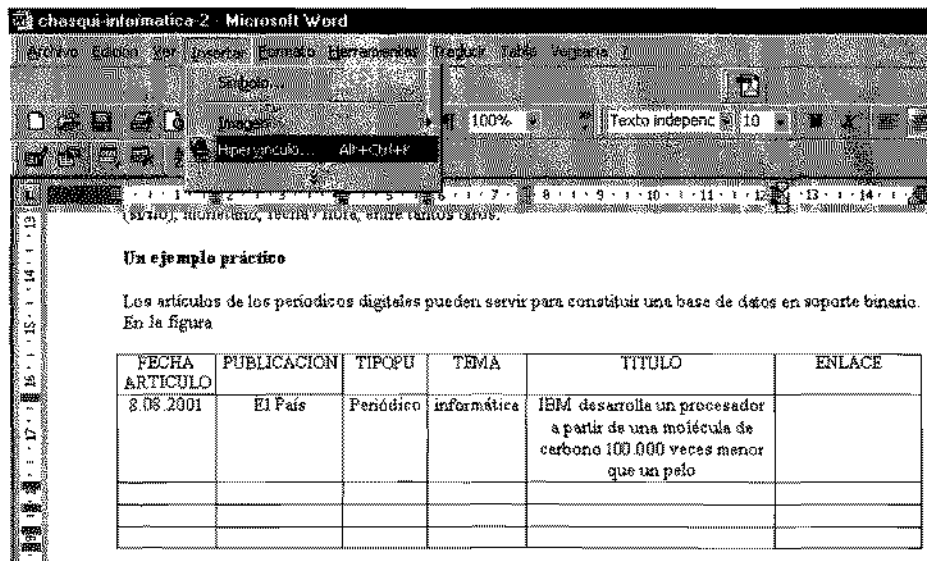


Figura 10

Finalmente, es importante insertar la fuente de la información. En nuestro caso, un enlace a la dirección de El País. Para tal fin, es menester crear un hipervínculo. En las figuras 11 y 12 se explica el procedimiento.

Figura 11



El aspecto de la búsqueda avanzada en los portales relacionados con los periódicos, como los diversos motores "on-line", será motivo suficiente para una próxima entrega, en donde confluyan el Word e Internet. Como siempre acompañada de consejos y estrategias para ahorrar tiempo.

A modo de cierre ...

Michael Dertouzos, falleció en agosto del corriente año. Como director del laboratorio para la ciencia informática del MIT había luchado por una red y una tecnología al servicio de la humanidad. Su pugna fue el desarrollo y la democratización de Internet.

Hoy el volumen de información que circula libremente en Internet es tal, que quienes están delante del ordenador tenemos como obligación organizar y clasificar toda esa información que hemos obtenido desde Internet. Sin ir a comprar programas de software sofisticados y de elevado precio, un usuario mediante la aplicación Word puede obtener importantes resultados. Evidentemente, aquí es fundamental la constancia y una ejercitación mental para crear estructuras de bases de datos de manera lógica.

Una vez más, se ve cómo el ingenio humano, para estructurar información en la era digital, tan solo necesita del papel y un simple lápiz o bolígrafo.

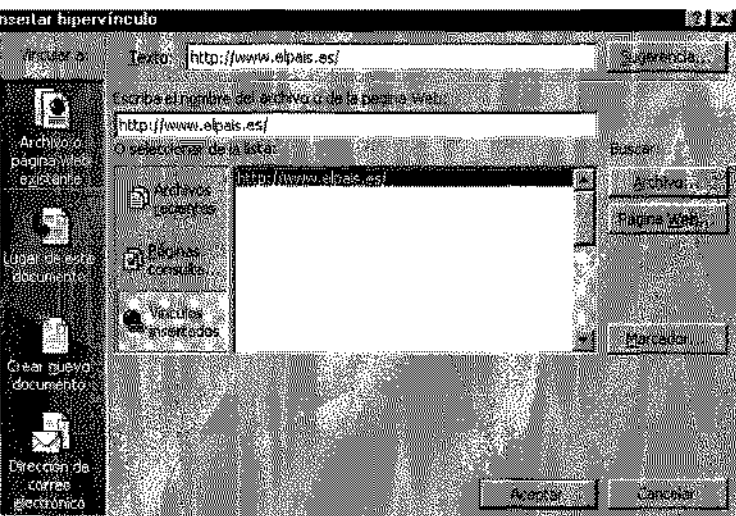


Figura 12

El resultado final se puede apreciar en la siguiente tabla que luego se convertirá en una interesante base de datos para la consulta diaria, por ejemplo. A partir de ahora, cuando estamos conectados a Internet y se desea ver el contexto de la noticia tan solo bastará con hacer un clic en el enlace. Automáticamente, se abrirá la página principal del periódico y se podrá acceder a su hiperbase de datos, con la fecha y el título del artículo. Aquí es necesario aclarar que a veces el tema (informática, en nuestro caso) es un apartado o una sesión dentro de una publicación digital.

Periscopio Tecnológico

FIN A LA PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS EN INTERNET

En un despacho procedente de Washington, la agencia internacional Reuters informó que tras los atentados del 11 de septiembre varios proveedores de servicios de Internet y otras compañías estadounidenses violaron sus propias políticas de protección de la privacidad de sus clientes con el fin de colaborar con la policía en su investigación.

"He recibido llamadas de más de una docena de compañías que dijeron que habían violado a sabiendas sus políticas establecidas de privacidad, para cumplir con las exigencias de la policía desde los ataques", declaró Larry Ponemon, presidente ejecutivo de la firma consultora Privacy Council, de Dallas, Texas.

Entre las empresas que adoptaron tal procedimiento estuvieron compañías telefónicas, aerolíneas, empresas de alquiler de automóviles y "las mayores proveedoras de servicios de Internet", dijo Ponemon, según el reporte de Reuters.

America Online, unidad de AOL Time Warner Inc. y el mayor acceso estadounidense a Internet, con 31 millones de usuarios en todo el mundo, dijo que estaba respetando su política de privacidad y que cuando coopera con las autoridades se aferra a los contratos de su servicio.

"Creemos firmemente que AOL tiene un equili-

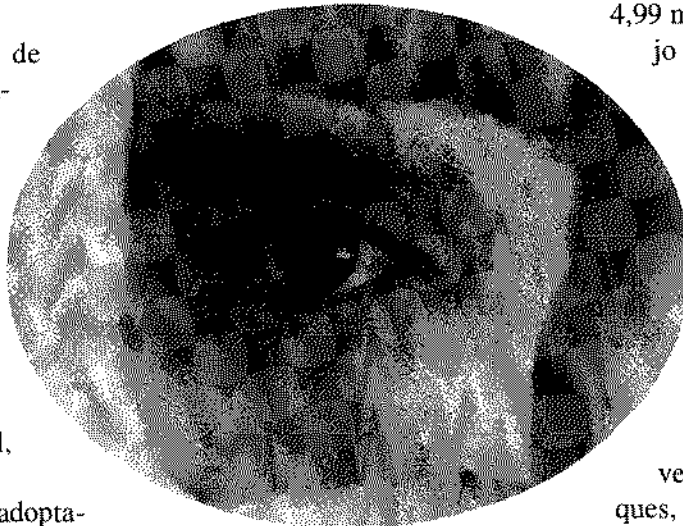
brio muy responsable y práctico entre proteger la privacidad de sus miembros y proteger su seguridad", dijo Nicholas Graham, portavoz de AOL en la sede de la compañía en Dulles, Virginia.

La red de Internet de Microsoft Corp., MSN, segunda en la lista de proveedores de acceso, no atendió varios pedidos de comentarios sobre el informe.

Earthlink Inc., el tercer proveedor de Internet en Estados Unidos, con 4,99 millones de clientes, di-

jo que estaba en contacto con la Oficina Federal de Investigaciones (FBI) desde el día de los ataques, el martes 11 de septiembre.

AOL, Microsoft y Earthlink dijeron la semana pasada que estaban cooperado con los investigadores de los ataques, aunque no dieron más detalles.



CONFIDENCIALIDAD EN PELIGRO: REPORTEROS SIN FRONTERAS

La organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) denunció que la confidencialidad en Internet podría verse amenazada por la campaña de lucha contra el terrorismo, lanzada a nivel mundial.

La denuncia siguió a la aprobación, por el Senado estadounidense, de una nueva ley antiterrorista, que contiene limitaciones a las libertades en la red. La RSF replicó enviando una carta al Senado y a la



Cámara de Representantes en la que apuntaba que "la emoción legítima" provocada por los atentados no debe provocar una "revisión de las libertades individuales garantizadas por la primera Enmienda de la Constitución".

La ley faculta a la Oficina Federal de Investigación (FBI) instalar, en los servidores de Internet, sistemas para vigilar la circulación de mensajes electrónicos durante 48 horas, sin necesidad de un mandato judicial.

La carta firmada de la RSF expresaba también preocupación ante la posibilidad de que las autoridades ilegalicen la utilización de los programas de encriptación que permiten a los usuarios preservar la confidencialidad de sus mensajes.

Mayor información en las siguientes páginas de la red:

<<http://elmundo.es/navegante/2001/09/20/segu-ridad/1000984405.html>>

<<http://actualidad.eresmas.com/15416.html>>

<<http://www.abc.es/internet/noticia.asp?id=48108&dia=Hoy>>

CARNIVORE VIGILA EL CORREO ELECTRÓNICO

La Oficina Federal de Investigación (FBI) admitió públicamente que posee una herramienta, creada para vigilar las comunicaciones por correo electrónico, denominada Carnivore, cuya capacidad para vigilar las actividades de los internautas en la Red es prácticamente ilimitada.

En respuesta, el denominado "Centro de Información para la Privacidad Electrónica" (EPIC), ha convertido su lucha contra "Carnivore" en una prioridad. "La poca información que se ha hecho pública levanta serias cuestiones sobre los peligros que

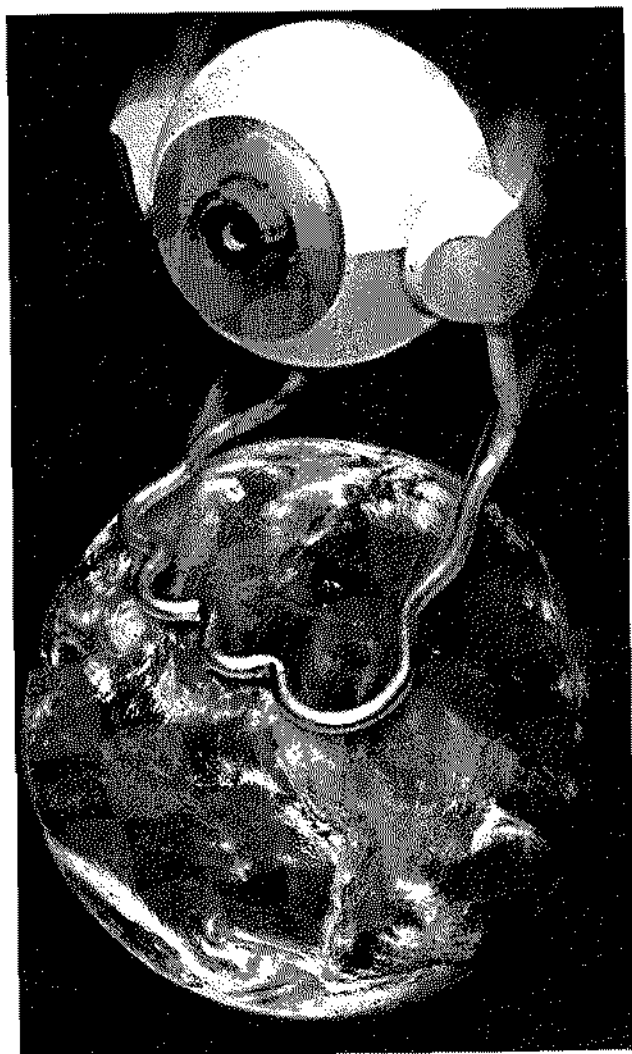
esta tecnología puede crear para la privacidad de los internautas", asegura David Sobel, el consejero legal del EPIC.

El FBI, en un informe al Congreso, reconoció que el programa Carnivore "tiene gran capacidad para capturar información sin necesidad de utilizar filtros, y que se guarda en los discos duros de los internautas".

Agregó que el programa se lo usa limitadamente, y solo siguiendo las órdenes de los tribunales, cuando realiza investigaciones criminales. Carnivore autoelimina la información que no le interesa y no husmea en los ordenadores de todos los internautas, sino solo en los de aquellos que son sospechosos de violar la ley.

Para los críticos del sistema de vigilancia, su poder es ilimitado, ya que Carnivore tiene la capacidad de filtrar, en busca de determinadas palabras claves, millones de mensajes de correo electrónico que viajan por la Red y sin saber que son vigilados.

El programa tiene unas claves, que el FBI mantiene en secreto, que permiten descubrir la información que la agencia policial busca. Estas claves pueden ser palabras, nombres de políticos, de ciudades, y terminología que levante sospechas entre los in-



vestigadores del FBI. Cuando uno de estos mensajes es localizado, el programa se introduce en el disco duro del internauta "capturado" y archiva toda su información confidencial, a la espera de que los investigadores determinen si ha cometido algún delito.

SE REVELAN DETALLES SOBRE LA CRIPTOGRAFÍA

La expresión "Criptografía de clave pública" podría parecer una contradicción en los términos, ya que ¿cómo puede ser "criptografía" (la técnica que permite mandar mensajes cifrados, y por lo tanto secretos) si la clave es pública?

Sin embargo, gobiernos, bancos e incluso el navegador en uso por cualquiera, confían al cifrado de clave pública (concretamente al algoritmo llamado RSA) la privacidad de sus comunicaciones, y los

partidarios de la intimidad mediante el cifrado también la recomiendan, en programas como PGP (Pretty Good Privacy, o "Privacidad bastante buena").

El secreto está en que este sistema no utiliza la misma clave para cifrar y descifrar los mensajes, sino dos claves por comunicante, que se conocen como su "clave pública" y su "clave privada". La clave pública es la novedad que dio nombre a esta técnica de cifrado, pero sigue existiendo una clave privada, que cada comunicante guarda para sí y no comparte con nadie.

Las claves pública y privada sirven indistintamente para cifrar y descifrar, así que, para usar la metáfora postal, además de cerrar el sobre, se puede dejar una huella dactilar que autentifique el origen.

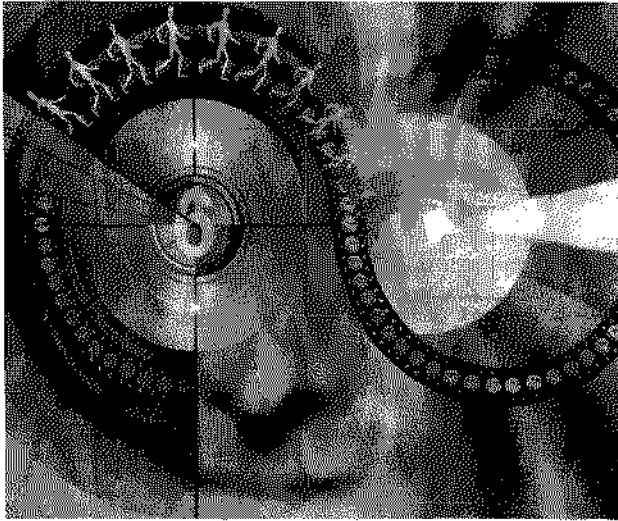
El sistema consiste en cifrar dos veces el mensaje, la primera vez con la clave pública del destinatario (codificación), y la segunda con la propia clave privada (firma).

En el cifrado tradicional, ambos comunicantes, el emisor y el receptor, tienen una copia de la misma clave. Si quieren cambiar la clave para comunicarse, se la tienen que hacer llegar uno a otro mediante un sistema secreto. Esto crea una serpiente que se muerde la cola, porque sin transmitirse la clave no pueden comunicarse en secreto, y sin comunicarse en secreto no pueden cambiarse la clave.

NUEVE PELIGROS PARA TENER EN CUENTA EN LA RED

En un informe especializado la revista Time recordó recientemente que hace dos años Scott McNealy, el presidente de Sun Microsystems, lanzó esta célebre advertencia: "Para que lo sepan: La privacidad en Internet no existe".

Microsoft admitió hace poco que todas las versiones de Windows 2000 y las primeras versiones "beta", del nuevo sistema operativo XP que lanzará al mercado este otoño, son "altamente vulnerables", hasta el punto de que cualquier pirata electrónico puede tomar control de la computadora de la víctima.



Los internautas saben que al marcar un número de teléfono con el módem se exponen a ciertos riesgos. En una encuesta de Yankelovich Partners para Time-CNN, el 61% de los participantes admitieron estar "muy preocupados" o "preocupados" ante la posibilidad de que alguien pueda tener acceso a sus datos personales.

Los expertos centran ahora en nueve, desde programas para espiar hasta la usurpación de identidades, las mayores amenazas para la privacidad. Esas nueve amenazas para las que los técnicos preparan contramedidas, son:

1. Alguien puede usurpar su identidad por Internet
2. Puede estar revelando información confidencial al navegar por Internet
3. Los datos personales que haya confiado a una página de Internet se pueden vender y usurpar
4. El portal al que acaba de confiarle sus datos puede ser inexistente
5. El Gobierno puede estar difundiendo direcciones, números de la seguridad social y otros datos personales por Internet
6. Empresas y enemigos personales pueden difundir información confidencial por Internet
7. Su empresa (o su cónyuge) puede espiarlo a través de su propia computadora

8. Un extraño puede espiarlo haciendo uso de su computadora

9. Puede darse casos, y de hecho se han dado ya, de ciber-acoso de tipo sexual

NIEGAN APOYO A NUEVAS LEYES QUE PROTEGEN LA PRIVACIDAD EN INTERNET

La Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos anunció en octubre que había resuelto retirar su apoyo a nuevas leyes que protegen la privacidad de los consumidores. Timothy J. Muris, el presidente de la FTC, reconoció que "hay buenos argumentos a favor de tales leyes".

El funcionario señaló que "más leyes sobre la privacidad en línea podrían aumentar la confianza del consumidor en Internet, al establecer reglas claras sobre cómo se recogerá y utilizará la información personal".

"Sin embargo", Muris agregó, "es demasiado temprano como para concluir que podemos diseñar leyes funcionales que logren esas metas".

En lugar de nueva legislación, Muris dijo que los recursos dedicados a aplicar las leyes existentes aumentarían en un 50%.

Muris destacó especialmente la creación de un listado nacional de teléfonos de usuarios que piden no recibir llamadas de empresas que tratan de vender productos o servicios. En la actualidad ya existe un listado nacional, pero es voluntario y de una asociación de organizaciones de mercadeo. El cambio sería una regla de la comisión que obligaría a las empresas de telemarketing a respetar los deseos de quienes no quieren recibir llamadas.

También dijo que la comisión "intensificaría" sus acciones en contra de fraudes promovidos por correo electrónico. Pero no anunció ninguna medida para limitar las cartas electrónicas comerciales indeseadas por Internet, popularmente conocidas como "spam", ni prácticas tales como la falsificación del origen de esos mensajes o de darles temas engañosos.

Bibliografía sobre Comunicación

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

Amaral, Roberto. Nación, cultura y comunicación (La alternativa a la globalización: integración continental). IN: **Comunicação&Política VIII (2) maio-agosto, 2001**, pp. 233- 245.

El nuevo siglo hereda de su antecesor la incerteza y la crisis, se afirma. El nuevo siglo, ciertamente, será todavía más corto que el breve siglo XX que duró la experiencia del socialismo real. El siglo XXI nace marcado por la historia del neoliberalismo y de la globalización. La incerteza se origina en la crisis de algunas instituciones que a la humanidad le tomó siglos construir las, tales: Estado, soberanía, nación y nacionalidad. De un lado, el Estado-nación esta siendo amenazado en su soberanía por los anhelos de independencia enarbolados por fuerzas infranacionales de regiones y grupos étnicos secesionistas y por fuerzas de la economía supranacional y transnacional; por otro lado, el estado-social es minimizado por el neoliberalismo. Y, como fondo, actuando una globalización político-económico-militar-ideológica que logra reordenar el mundo según la lógica de los

estados dominantes, imponiendo el nuevo orden internacional fundado en la relación Norte-Sur, dominante-dominado.

Cabrera, Daniel Horacio. Nuevas tecnologías de la información: Significaciones imaginarias. IN: **Estudios: Revista del Centro de Estudios Avanzados (13) enero-diciembre, 2000**, pp.65-79.

Análisis de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, desde los discursos que a ellas se refieren como "significaciones imaginarias" de la sociedad actual. El trabajo se lo realiza en dos niveles de interpretación. En el primero, se revisan



algunas de las significaciones concretas en relación a la temporalidad social. Y en el segundo, se postulan matrices imaginarias sociales, desde las que estas significaciones proceden y funcionan. En el ejercicio de esta hermenéutica quedan abiertas múltiples perspectivas, sin llegar a profundizarse.

Carrasco Ligarda, Rosa. La comunicación verbal de Rosa de Santa María. IN: **CONSENSUS (5) marzo, 2001. pp.55-65.**

Se estudia el contenido de los mensajes orales de Santa Rosa de Lima, en las dos vertientes que son conocidas: el diálogo y el canto. La comunicación coloquial permite conocer las características que reflejan su personalidad y su orientación religiosa, pero también su influencia en las personas que formaban parte de su entorno inmediato. La producción de canciones pone en evidencia la capacidad creativa y permite apreciar su sensibilidad literaria. Pero, fundamentalmente, permite señalar su filiación en la vigorosa tradición oral española que llegó al Perú con los inmigrantes en los siglos XVI y XVII.

Esteinou Madrid, Javier. Las industrias culturales y el modelo de comunicación-mercado. IN: **Convergencia (25) mayo-agosto, 2001, pp.193-232.**

Desde 1993, México ha experimentado un proceso de transformación, originado en la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), que ha redundado en profundo cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc. Estos cambios, a su vez, transformaron los sistemas de vida, organización, trabajo y educación de la mayoría de la población, inclusive su repercusión ha llegado a las estructuras culturales e informativas de México. Por ello, cinco años después y cuando está cerca la firma de tratados con el Mercado Común Europeo, Asia y América Latina, comienzan a plantearse análisis y reflexiones sobre la influencia que la aplicación de las leyes de libre mercado del TLC tuvo en la transformación de la estructura y la dinámica de la cultura y comunicación nacionales. Como conclusión se recomienda la ejecución de 15 accio-

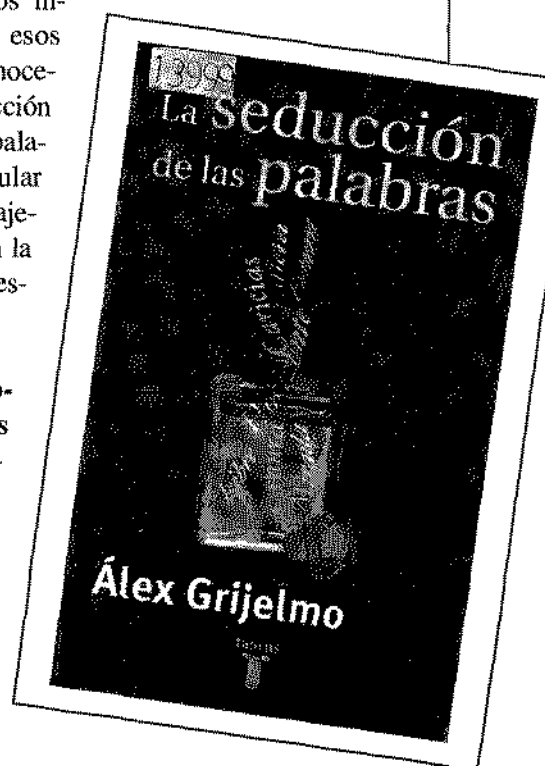
nes mínimas de política informativa, orientadas a cambiar las "estructuras mentales" de lo mexicanos, lo que, a su vez, les permita avanzar con los "ojos abiertos" y con autonomía en este proceso.

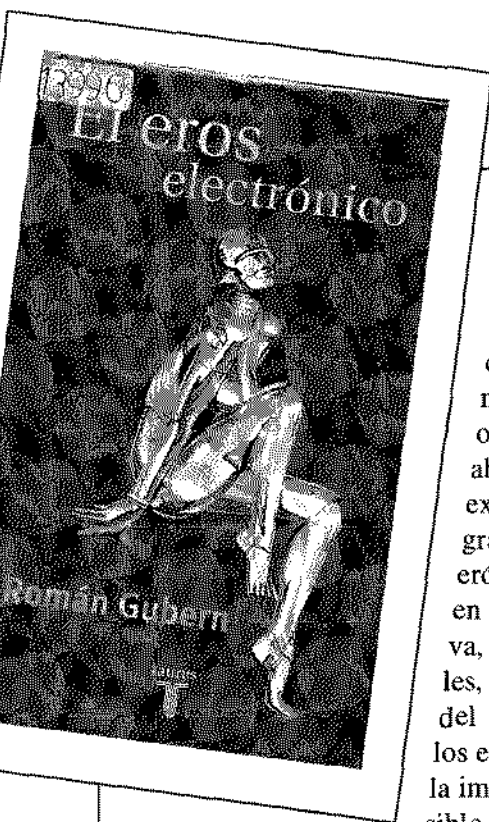
Grijelmo, Alex. *La seducción de las palabras.* Madrid: Grupo Santillana de Ediciones, S.A., 2000. 289p.

A partir del establecimiento de una relación entre la psicolingüística y la comunicación social, se presentan innumerables ejemplos para evidenciar cómo se manipulan los vocablos para alterar la percepción de la realidad. "Las palabras que se emplean en la política, la publicidad, la literatura, el amor, constituyen un elemento de poder, porque moldean la mente de quien los recibe. Se posicionan en ella y condicionan su forma de sentir. Muchos intentan dominar esos mecanismos, conocedores de la seducción que ejercen las palabras, para manipular el pensamiento ajeno", se afirma en la presentación de esta obra.

Gubern, Román. *El eros electrónico.* Madrid: Grupo Santillana, S.A., 2000. 225p.

¿Se está convirtiendo la era de la comunicación, paradójicamente, en la era de la soledad? ¿Se está traduciendo la modernización en marginación? Son algunas de las interrogantes que se plantea la obra, investigando las implicaciones emocionales y afectivas de los nuevos medios, en las for-





mas de vida de la sociedad postindustrial; y, analizando, con agudeza, los fenómenos que están originándose en esta abrumante realidad: la expansión de la pornografía, los arquetipos eróticos inplantados en la industria televisiva, los robot emocionales, los usos amorosos del correo electrónico, los ensueños eróticos que la imagen digital hace posible y el cibersexo.

Guinsberg, Enrique. La salud mental en el neoliberalismo. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V., 2001.

Es un recorrido amplio y detenido por muy diferentes aproximaciones disciplinarias, teóricas y personales al tema planteado. "El texto no es ni pretende ser una enciclopedia" se aclara, pero sí es un compendio de reflexiones críticas. Después de puntualizar los problemas llamados de "salud

mental", se pasa a revisar los efectos de los mismos en la psico(pato)logía de la época, los cambios que se están produciendo en relación a las anteriores, las "patologías de fin de milenio" y las salidas que se buscan para enfrentar y paliar la situación. La obra puede ser utilizada como una guía ordenada y racional, tanto para abordar el problema en su conjunto, como para selec-

cionar un subtema de investigación y usar el resto como elemento de contextualización.

Katz, Claudio. El abismo entre las ilusiones y los efectos del ALCA. Nueva Sociedad (174) julio agosto, 2001. p-33-39.

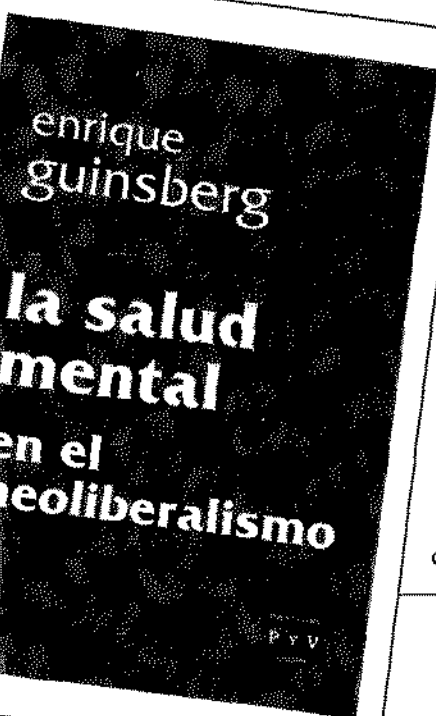
"El ALCA es un proyecto estratégico de Estados Unidos, acelerado por la inminente recesión norteamericana, el avance regional del capital europeo y el deterioro político de numerosos regímenes latinoamericanos". El neoliberalismo alienta ilusiones sin fundamento sobre la conveniencia del acuerdo; al contrario, en todas las áreas de negociación comercial las corporaciones estadounidenses obtienen ventajas sin otorgar concesiones. "El término imperialista define adecuadamente el propósito del ALCA". Su concreción puede precipitar la disolución del Mercosur, que ha fracasado como asociación al no alcanzar acuerdos básicos de coordinación arancelaria, monetaria e impositiva. Un proyecto de integración genuina debe priorizar la satisfacción de las reivindicaciones populares y enfrentar la asfixia que sufren los países latinoamericanos por el peso de la deuda externa. De todas formas, las protestas ya están presentes y no se limitan a proclamar que otro mundo es posible, sino que han llegado a definir cuál sería el mundo deseable para vivir y cómo se puede alcanzar.

López Reyes, Oscar. Relaciones Públicas & Marketing Social (Conceptos y programas para la autogestión. Santo Domingo: Ediciones O&M, 1996.

Texto básico sobre la temática planteada, cuyo mayor aporte se centra en los casos prácticos y en las nuevas técnicas que presenta para la aplicación del marketing en el área social

Kaiser, Karl. Cómo Internet cambia la política mundial. IN: Deutschland (3) junio/julio, 2001. pp 40-45.

Después de una introducción sobre el origen y el desarrollo de Internet, se plantean reflexiones que llevan a develar las potencialidades de esta red. Se



demuestra que es un turboalimentador de la globalización y que ha logrado una internacionalización inédita de la producción, con un ahorro de la mayor parte de los pasos propios de este proceso. También se dice que es en sí un medio de transacciones económicas; ha aumentado la radio de acción de los individuos y organización no gubernamentales, quienes ahora pueden armar alianzas alrededor de todo el mundo e intercambiar informaciones a diario. En cuanto a la democracia, su papel es altamente positivo en la lucha contra los regímenes totalitarios, puesto que permite el acceso a los archivos y datos reservados, socavando o rompiendo el monopolio de la información que poseen. Pero, a su vez, el Internet también puede atentar contra las reglas democráticas, al debilitar la capacidad de regulación de control del Estado.

Wainberg, Jacques A. *Telecommunication revolution in Brazil and it's impact in self-imagen perceptions*. IN: *Convergencia* (25) mayo-agosto, 2001, pp. 141-191.

Brasil experimenta una importante revolución en su infraestructura de telecomunicaciones. De hecho, es un proceso que va por los 146 años, en los que los sectores privados y estatales han mantenido un permanente enfrentamiento por poseer el control de este importante sector. La disputa ha tomado un nuevo cariz con la llegada de la globalización, que ha dado paso a un sistema más abierto, lo cual no satisface, precisamente, a los interés de la izquierda y de muchos de los estrategias nacionales.

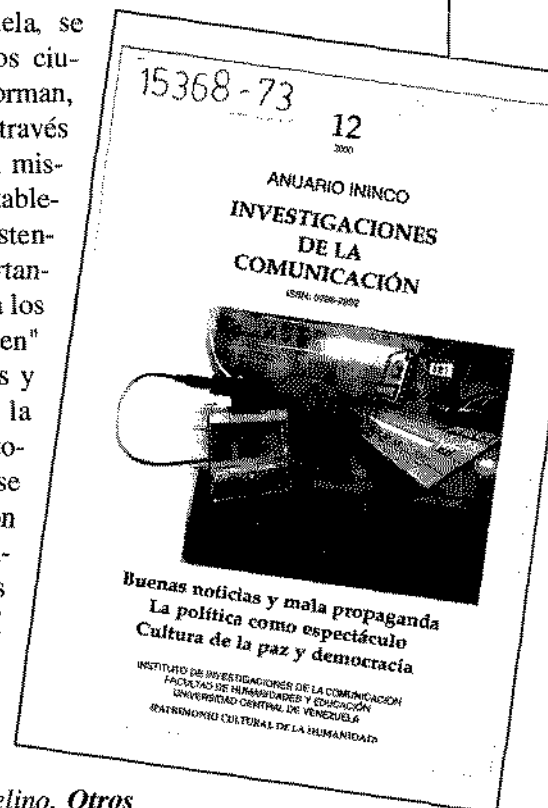
Álvarez, Ángel. *Buenas noticias y mala propaganda: el uso de los medios en la campaña política de 1988*. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* (12): p. 33-55

La influencia de los medios en los resultados de los procesos electorales es habitualmente exagerada o minimizada. Una de las teorías empíricas más difundidas sostiene que la campaña ejerce un efecto "nulo" sobre los resultados. En este estudio, realizado sobre la base de los datos de las elecciones de

1988 en Venezuela, se demuestra que los ciudadanos se informan, principalmente a través de la noticias. Al mismo tiempo se establece la relación existente entre la importancia que tiene para los votantes la "imagen" de los candidatos y la exposición a la publicidad electoral. El estudio se complementa con gráficos explicativos de los datos manejados, así como de una importante bibliografía.

Bisbal, Marcelino. *Otros lugares para pensar la política. O consecuencias en la política de la mediación comunicativa*. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* (12): p.57-91

La política en el escenario de los medios de comunicación masiva asume formas de representación y de construcción de la realidad, que la convierte en espectáculo. En este sentido, el autor plantea una serie de interrogantes para analizar la función de la política de los medios. ¿Cuál es la relación entre política, modernidad y cultura mass mediática? ¿La espectacularidad de la política a través de los medios es parte de la racionalidad postmoderna? ¿Los periodistas como formadores de opinión reemplazan a los políticos o unos y otros forman parte de la lógica mediática? Son algunas de las preguntas que se busca responder en este ensayo.



Contribuciones XVIII (2): abril-junio, 2001.

Para unos, los medios de comunicación son el "cuarto poder", para otros se constituyen en un poder de "cuarta categoría". Sin embargo, todos coinciden en que los medios son imprescindibles para transmitir el mensaje de la política y facilitar el diálogo social entre gobernantes y gobernados. Tampoco se discute que su importancia se acrecienta a diario, son los argumentos iniciales de los editores para presentar este número que recoge los siguientes artículos: "La influencia de los medios sobre la actitud ante la política". "Congreso y prensa. Relaciones institucionales y representación social". "Periodismo e información judicial en Argentina". "Alianza peligrosa. Padrino y ahijados de la información". "El buen periodismo: las contradicciones irresueltas del periodismo de investigación".

Gómez, Luis Aníbal. Viaje a las raíces de la fascinación informativa. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* (12), p. 13-32

Conclusiones de una investigación histórica sobre la supremacía que los medios de comunicación poseen en la sociedad actual. Se parte de los orígenes de los mass media, se repasan las diferentes etapas de su evolución, entre las que surgen la publicidad y sus "mecanismos mercantiles", para terminar en lo que el autor denomina industrialización de la información. Se demuestra cómo los medios han servido a los intereses del poder político y económico, hasta llegar, en la actualidad, a configurar una instancia ante la cual se inclinan todos, hasta el Estado, en una clara violación al interés ciudadano.

Martínez Costa, María del Pilar. La radio en la era digital, Madrid: Santillana, 1997

Aunque en el mundo de la comunicación el debate actual parece centrado en la aparición de los llamados

nuevos medios -denominados multimedia- la radio no se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos, al contrario, es un medio animado por la tecnología. La evolución permanente de las técnicas de producción, distribución y recepción de mensajes se proyecta de modo decisivo sobre

la configuración de los contenidos y sobre las funciones sociales de la radio. Analiza la evolución de lo que hoy se conoce como Digital Audio Broadcasting, que no es otra cosa que el conjunto de circunstancias que concurren en un proceso de introducción y de transformación de la actividad radiofónica en el próximo milenio.

Revista Mexicana de Comunicación. XIII (70): junio-agosto, 2001

Contiene importantes artículos que analizan la realidad de la comunicación en algunos países latinoamericanos y, a la vez, abordan asuntos de interés conceptual: "De los mitos a las realidades del marketing político en México". "Mitos y realidades del derecho a la información". "Televisión pública y cultura". "Comunicación popular, organismos civiles y democracia". "Entre el derecho a la información". "Ética. Chile y Periodismo".



BIBLIOGRAFÍA

Saboya Vargas, Aniceto. *Universidad Virtual para una Universidad Real*. IN:

Pensamiento y Acción: Revista Internacional de Ciencia y Cultura. (8): julio- diciembre, 2001.

Con la llegada del nuevo milenio, llegó también la Universidad Virtual o Digital, cuya característica más representativa es el uso de Internet. Como principal ventaja se anota el poder proporcionar material educativo a cualquier persona en cualquier parte del mundo. Ofrece un ambiente de aprendizaje autónomo, enriquecido con una fuerte dosis de interactividad no presencial, de los estudiantes entre sí y de los estudiantes con el profesor o tutor, pero también una interactividad presencial del estudiante con el computador. Cada estudiante está en libertad de ir desarrollando sus propias estrategias cognitivas y avanzando en su conocimiento, para lo cual cada servidor educativo se adapta a los requerimientos de cada estudiante. Sin embargo, existen todavía muchos retos que deben superarse en el proceso, tales como: integración de Internet a entornos educativos reales, accesibilidad de este recurso a los grandes públicos. Así mismo, existen limitaciones inherentes a los grandes sistemas de información: desorientación, ineficiencia en la navegación y sobrecarga cognitiva. Como limitaciones de carácter físico se anotan: la velocidad de transmisión de material multimedia, sobrecarga de las comunicaciones generada por los protocolos de seguridad, entre otros. Ventajosamente, las soluciones a nivel de hardware y software están en camino. Internet 2 y Next Generation Internet, son un ejemplo. Y, en el ámbito de los elementos lógicos, las soluciones van desde sistemas hipertexto hasta servidores educativos dotados de conocimiento pedagógico.



Varis, Tapio. **Comunicación, cultura de la paz y democracia**. IN: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* (12): p. 153-168

A partir de la guerra de Vietnam, la paz ha sido un tema recurrente para varios investigadores de la comunicación. El autor, concretamente, advierte que su trabajo, sobre el tema, ha consistido en recabar la mejor información posible para que, en una

segunda instancia, su análisis contribuya a la disminución de la violencia y de los conflictos directos. En este post-modernismo, afirma, las problemáticas particulares de cada país pueden adquirir una dimensión global, dados los cambios políticos y económicos que perfilan una sociedad cada vez más globalizada. En este marco, continúa, los medios de comunicación actúan muy provocativamente en dos sentidos. Por un lado, buscan soluciones y, por otro, pueden servir de acicate para generar nuevos conflictos, sentencia. El reto de los me-

dios sería trabajar para el 80% de los excluidos de la industrialización, la tecnología y los conocimientos, concluye.

El Centro de Documentación de la Institución cuenta con un activo de más de 21.000 documentos entre libros, revistas, folletos y otras publicaciones, todas ellas referidas al campo de la comunicación.

El Centro de Documentación de Ciespal se puede consultar en forma personal en nuestra sede ubicada en la Avenida Almagro N32-133 y Andrade Marín, o la Casilla Postal 17-01-584 o al e-mail <ciespal@ciespal.org.ec>

**Lo que pasó
y lo que vendrá**

Actividades de CIESPAL

ÉXITO EN SEMINARIO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Los días 3, 4 y 5 de octubre se realizó el Seminario Internacional de Comunicación Política, organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), el Instituto de Comunicación Política (ICP) de Miami y con el auspicio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), Diario la Hora, y otros medios de comunicación.

Al evento fueron invitados prestigiosos consultores políticos del país y del extranjero, para analizar aspectos teóricos y prácticos referidos a la comunicación política. Asistieron 362 personas interesadas en el tema, para quienes el Seminario constituyó un completo éxito, según la evaluación correspondiente.

La opinión fue compartida por la venezolana Mercedes Elena Bello, Presidenta del ICP, con amplia experiencia en la organización de esta clase de



eventos y quien abordó el tema "La organización de campañas", a la que calificó como "el pilar del éxito". Anotó que es de suma importancia organizar la campaña desde su inicio, y no a medida que se vaya desarrollando.

Mercedes Elena Bello habló también sobre el financiamiento de las campañas, que fue un tema que provocó controversia, en especial en lo referente a la necesidad de que haya un presupuesto, es decir, "saber cuánto se necesita, el monto con el que se cuenta, y hasta dónde se puede gastar". La conferencista proporcionó ideas sobre la consecución ética de fondos para las campañas políticas.

Las estrategias

Otro conferencista fue el estadounidense Ralph Murphine, quien habló sobre la Estrategia en Comunicación Política. "Para definir la estrategia se debe pasar por un proceso, la meta siempre debe ser ganar", fue una de las ideas expuestas por el orador. Tras referirse ampliamente al trazado de las estrategias, Murphine trató por separado lo referente a las "Estrategias de Ataque y Defensa", algunas de las cuales mencionó y explicó, considerando que es muy importante saber la reacción del electorado en caso de un ataque, y cómo se lo puede contrarrestar.

El plan de campaña

La elaboración del Plan de Campaña, fue presentado por Rafael Reyes Arce, consultor político mexicano, quien dijo que "si no existe un plan de campaña el caos está garantizado".

Otro conferencista fue el argentino Felipe Noguera quien habló sobre "Los 10 mandamientos de la estrategia", entre ellos, la importancia de definir objetivos, organizarse, e inventariar recursos.

Otros conferencistas tanto de Ecuador como de otros países hablaron sobre temas como el mapeo político, la investigación cualitativa y cuantitativa, la muestra para las encuestas, la forma cómo se realizan para que sean objetivas, el margen de error y otros datos importantes.

El experto Roberto Izurieta habló sobre "Los medios y el comportamiento de los votantes". Esta conferencia tuvo especial impacto entre los asistentes por los datos y el análisis crítico como exhaustivo que realizó el expositor respecto de algunas experiencias en América Latina..

Carlos Alberto Escalante habló sobre "El contacto directo en las campañas políticas modernas", destacando varios métodos para hacer campaña.

Técnicas modernas

En el seminario se utilizó la más moderna tecnología didáctica, incluyendo el uso de Internet para una de las conferencias que se desarrolló en directo desde Miami; se divulgaron los textos de las alocuciones en forma previa a su desarrollo y se proporcionaron facilidades para contactos directos entre los asistentes y los conferencistas.

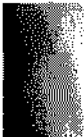
El Seminario Internacional de Comunicación Política concluyó con la entrega de certificados y un brindis ofrecido por los organizadores a las figuras políticas, periodistas, estudiantes y más personas que concurrieron, atraídas por el tema y la importancia de los disertantes.



LA RADIO EN EL NUEVO MILENIO

Entre el 26 y el 30 de noviembre, con los auspicios de CIESPAL y la Organización de Estados Americanos (OEA), se realizó el Seminario Internacional "Desafíos de la Radio para el Nuevo Milenio", con la asistencia de periodistas y comunicadores de 24 países de América Latina y el Caribe.

La cita sirvió para analizar las directrices conceptuales más importantes que permitan entender los desafíos que enfrenta la radio del continente, su importancia e incidencia en los procesos de democratización y como vehículo informativo para apoyar los esfuerzos que realizan los países de la región en los campos social, político, educativo, científico y cultural.



ACTIVIDADES DE FORMACIÓN EN CIESPAL

Durante el último trimestre del 2001, fue intensa la actividad de formación profesional que desarrolló CIESPAL en las distintas áreas de la comunicación, no solo de manera directa sino también albergando y facilitando sus instalaciones para cursos y seminarios.

Solamente en los cursos dictados a nivel institucional, el total de asistentes superó los 130.

Utilizando la moderna aula virtual que posee la Institución, con acceso directo a Internet, se desarrollaron en octubre tres cursos de computación básica, con una duración de 60 horas, a cargo del instructor chileno Lorenz Duran.

Periodistas y técnicos de diferentes estaciones de radio recibieron capacitación sobre producción de radio-revistas informativas, locución y edición digital, en un total acumulado de 100 horas, a cargo de instructores de CIESPAL.

En el área de televisión se dictaron cursos de manejo de cámaras y producción, con un total de 60 horas. Periodistas de la ciudad asistieron a un seminario sobre nuevos géneros informativos para la prensa escrita, que fue dictado por el Ldo. Alejandro Querejeta, de nacionalidad cubana.



OTRAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

El periodista y educador colombiano, Octavio Peláez, contando con los auspicios de CIESPAL dictó en la Universidad de Azuay en Cuenca, un curso sobre "Marketing y posicionamiento de imagen".

La organización "Asesoría Profesional" realizó en CIESPAL un Seminario-Taller sobre Telemarketing, es decir, los mecanismos que se pueden utilizar para hacer del teléfono una herramienta efectiva de venta e imagen y lograr mayores y mejores resultados en los negocios.



DIRECTORIO DE UNIDADES DE INFORMACIÓN

Las posibilidades informáticas y electrónicas, así como el acceso a la comunicación satelital, pueden y deben ser instrumentos para socializar los recursos, conocimientos y logros individuales, en beneficio de metas nacionales y regionales, más altas y duraderas.

En esa perspectiva, CIESPAL, a través del Centro de Documentación, emprendió un proyecto que permita hacer realidad esos objetivos, a través de la conformación de una Red de Unidades de Información Especializadas en Comunicación de América Latina y el Caribe.

El proyecto está diseñado para desarrollarse en tres fases:

a. La primera fase, en ejecución, consiste en obtener un conocimiento real de quiénes somos, dónde estamos, qué hacemos, qué tenemos, qué necesitamos, dónde buscar. Para el efecto se viene aplicando una encuesta orientada a identificar los recursos humanos, bibliográficos y técnicos que están dedicados a fomentar el desarrollo de las ciencias de la comunicación en la región, mediante programas de investigación, capacitación, publicaciones, documentación, entre otros.

b. La segunda instancia prevé el levantamiento y publicación del Directorio Unidades de Información (centros de documentación, bibliotecas, archivos y otros similares) de Medios de Comunicación; Facultades de Comunicación y/o Periodismo; Organizaciones Profesionales y Organismos Especializados de América Latina y el Caribe.

c. La tercera etapa estará dedicada a la conformación de la red.

CIESPAL espera que todas las instituciones, unidades de información y profesionales se sumen a este proyecto, llenando el formulario de la encuesta que reciban y devolviéndolo a los remitentes. La validez de los resultados y los beneficios que se derivan de ellos, serán útiles para todos.