

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 66 - JUNIO 1999

Director

Edgar Jaramillo Salas

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Edgar Jaramillo Salas

Fernando Checa Montúfar

María del Carmen Cevallos

Guadalupe Fierro

Nelson Dávila Villagómez

Héctor Espín

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Mary Lou Parra de Hay,
Ministerio de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO

Luis Espinoza, FENAPE

Jorge Iván Melo, UNP

Lenin Andrade, AER

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Aia Kondratova

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506-149, 544-624

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de *Chasqui*. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a *Chasqui*.

NOTA A LOS LECTORES

Más que una sorpresa, la respuesta que Manolo me dio hace algunos meses -al solicitarle una nueva colaboración para *Chasqui*- fue la confirmación de una enorme capacidad para el trabajo en un hombre donde la sabiduría se da la mano, en un nivel alto, con la humildad: "en estos días -me dijo- no puedo hacer mucho, estoy terminando mi tesis doctoral". A sus 75 años, con 25 libros publicados y otros en proceso; más de medio siglo dedicado al periodismo (la mayor parte al de la ciencia y la tecnología), a la enseñanza en la universidad y fuera de ella; líder indiscutible en el asociacionismo... **Manuel Calvo Hernando**, como cualquier joven universitario, estaba en procura de conseguir su título de doctor!, como si toda su trayectoria no fuese suficiente para acreditarlo como tal... y mucho más.

Desde que en 1955 hiciera su primera cobertura en Periodismo Científico (PC), para el diario madrileño *Ya*, hasta la actualidad -dejando su inmensa huella profesional en prensa, radio, TV, agencias-, su trayectoria ha sido tan prolífica, amplia y rica que, para Manuel Toharia, Manolo "inventó el periodismo científico español", y nosotros agregaríamos que también el de Iberoamérica, junto a otro insigne profesional de estas lides (lamentablemente fallecido hace pocos años) el venezolano Aristides Bastidas, con quien fundó, en 1969, la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico, de la cual todavía es su secretario general.

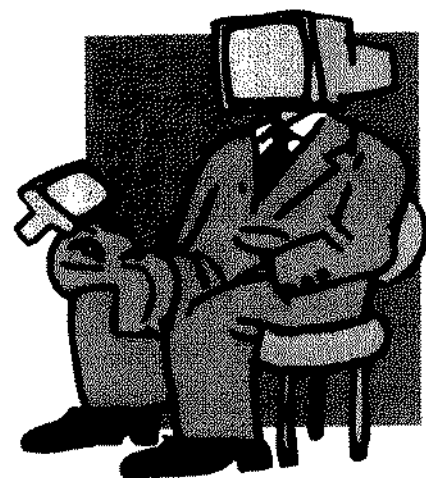
Leonardo Da Vinci vislumbró la importancia y misión de la comunicación de la ciencia. Hace más de 500 años dijo: "Solo es ciencia la ciencia transmisible" y, en otra oportunidad, "El placer más noble es el júbilo de comprender". Manolo encarna, en medida grande, el pensamiento de Leonardo que ha constituido el fundamento de su invaluable quehacer: "poner al alcance de la mayoría -propone el maestro español como una de las misiones del periodismo y la divulgación de la ciencia- el patrimonio intelectual de la minoría, en el ejercicio de la más difícil y exigente democracia, la de la cultura, la de la democracia tecnológica".

Para quienes hemos tenido el privilegio de conocerle y enriquecernos con su savia -especialmente esta revista para la que con frecuencia ha tenido un texto listo e incontables sugerencias y consejos- es un honor rendirle un justo homenaje al dedicarle esta edición, en la cual -no podría ser de otra manera- presentamos un *dossier* sobre lo que es su pasión: la **Comunicación Pública de la Ciencia**. En él ofrecemos dos textos que dan una semblanza de la vida y obra del maestro; otro de su autoría en el cual desarrolla una de las más importantes funciones del PC: la democrática, la de crear ciudadanía, pues luchar contra el analfabetismo científico, tratar de reducir la brecha entre la cultura científica del pueblo y el avance de la ciencia, es una manera -tan soslayada como importante- de luchar a favor de la democracia. También ofrecemos reflexiones sobre el rol de los medios masivos de comunicación en este ámbito y -algo tan necesario como lo anterior- experiencias que, más allá de los *media*, son espacios muy efectivos para la educación: los parques de la ciencia, centros interactivos donde "se prohíbe NO tocar". Creemos que el mejor homenaje al maestro es enriquecer una práctica de comunicación de la ciencia que contribuya a la democracia, a una mejor comprensión del mundo, a lograr un progreso justo y digno en el marco del desarrollo sustentable. Con Manolo, y en gran medida gracias a él, podemos hacer mucho al amparo de estas utopías.


Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Con cierto humor Manuel Calvo Hernando ha sido bautizado como "la Madre Teresa de Calcuta del periodismo científico iberoamericano". Sus casi 50 años dedicados, desde distintos ámbitos, a esta especialización atestiguan su invalorable aporte. Esta edición es un homenaje al amigo y maestro.

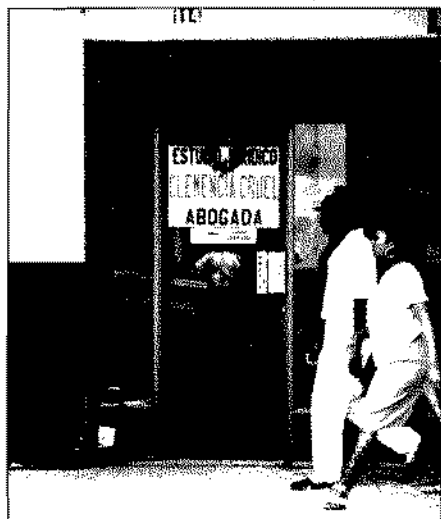


REDES ELECTRÓNICAS: REALIDAD Y DESAFÍOS

Una utopía de electrodomésticos inteligentes -dice Christian Ferrer- no es lo mismo que una red de relaciones comunitarias". Más importante que el uso de las NTIC son las condiciones de este uso y la lógica dentro de la cual se da.

- | | | |
|--|---|---|
| 4 Manuel Calvo Hernando: 50 años de periodismo científico
<i>Antonio Calvo R.</i> | 19 Televisión y comunicación para la salud
<i>José Henríquez Sandoval, Guillermo Orozco Gómez</i> | 38 Internet: el nacimiento de una gran nación
<i>Christian Ferrer</i> |
| 7 Manuel Calvo H.: "Inventar el periodismo científico"
<i>Manuel Toharia</i> | 23 Medios audiovisuales y divulgación de la ciencia
<i>Alberto Miguel Arruti</i> | 41 NTIC y educación: el conflicto entre novedad e innovación
<i>Susana Velleggia</i> |
| 11 Democracia y periodismo científico
<i>Manuel Calvo Hernando</i> | 27 La infografía aplicada al periodismo científico
<i>Mariano Belenguer Jané</i> | 46 Movimientos sociales y los retos de Internet
<i>Sally Burch</i> |
| 14 Ciencia y tecnología, más allá de los medios masivos
<i>Marco Ordóñez Andrade</i> | 31 Parque de las Ciencias de Granada: ventanas al laberinto
<i>Ernesto Páramo Sureda</i> | 50 Lo real y lo virtual en las redes electrónicas
<i>Francisco Ficarra</i> |
| 17 El periodismo científico como servicio público
<i>Ignacio Bravo</i> | 34 Comunicación científica en Colombia: todo un reto
<i>Lisbeth Fog</i> | 54 Telecentros y desarrollo social
<i>Ricardo Gómez, Patrick Hunt, Emmanuelle Lamoureux</i> |

- 59** Un nuevo lenguaje técnico: el español en la red
Alberto Gómez Font
- 64** El español en la red: quintos en la liga y bajando
Luis A. Fernández Hermana
- 66** La TV ya no es lo que conocimos
Carlos Eduardo Cortés
- 71** Enredados y enchufados para saltar del cerco
Víctor van Oeyen
- 76** Del internet en la radio hacia la radio en internet
Oscar Vigil



APUNTES

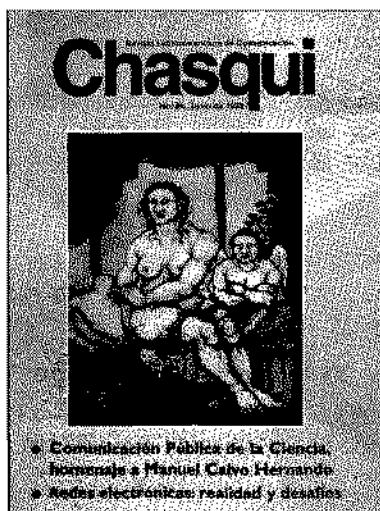
- 79** Letreros
José Luis García
- 82** Periodismo e investigación histórica
Carlos Marchi

85 NOTICIAS

- 86** ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 87** Libros sobre la prensa iberoamericana
Daniel E. Jones
- 91** Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Un manual de trabajo para radialistas apasionados
Claudia Villamayor, Ernesto Lamas



PORTADA Y CONTRAPORTADA

Ala Kondratova

"Venus y Cupido"

Oleo 41 x 51 cm

1998

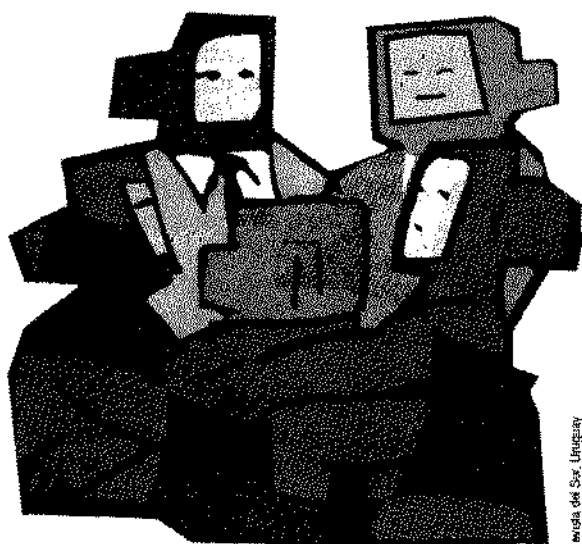
"El quincuagésimo de Dalí"

Oleo 61 x 91.5 cm

1998



El español en la red: quintos en la liga y bajando



Revista del Sur, Uruguay

La situación del castellano "empeora" en Internet. Según El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 1999, la única lengua que ha crecido en la red es el inglés (70% de las páginas), tras la que vienen el japonés (5%), el alemán (3,3%), el francés (1,9%) y el castellano (1,5%).

Si no se trabaja concienzuda y estratégicamente podemos perder más puestos en esta clasificación. El autor reseña cinco factores que inciden en esta situación y que deben ser enfrentados de manera inmediata.

Pedro Mestre, director del Centro Virtual Cervantes, achaca este descenso al "poco interés de los hispanohablantes por poner sus contenidos en español".

Mestre apunta a la clamorosa carencia de una cultura informativa en los países hispanohablantes. Pero no es la única causa y, en la actual coyuntura, quizá ni siquiera sea la más importante. Tras el previsible crecimiento cuantitativo del castellano en los últimos años en la red, debido al aumento de la población conectada de los países hispanohablantes, ahora se experimenta un retroceso debido a que los factores determinantes comienzan a ser los "cualitativos". Y estos ya no son tan fáciles de resolver.

LUIS FERNÁNDEZ HERMANA, español. Periodista, director y fundador de "en.red.ando" (<http://enredando.com>). E-mail: luisangel@enredando.com

Por irónico que parezca, si nos atuviéramos sólo a los criterios cuantitativos -crecimiento constante de la población internauta castellano parlante- la situación debería ser muy diferente de la que expone ese *Anuario* (<http://www.cvc.cervantes.es>).

Por una parte, la población bilingüe inglés-castellano probablemente ha venido tocando techo en el último año, mientras que, por la otra, crecía el número de quienes sólo hablan castellano o son bilingües pero no en inglés. A medida que se han ido abriendo nuevos espacios en Internet, como la salud, la educación, la tercera edad, el arte o los sistemas de información locales, debiera haber aumentado la necesidad de disponer de más contenidos en castellano. Sin embargo, no está sucediendo, o, al menos, no al ritmo de crecimiento de la población internauta. Esto no quita, sin embargo, que

las cifras del *Anuario* no cuenten toda la verdad, pues se refieren a páginas web. El uso del correo electrónico ha experimentado en los últimos años un crecimiento notable y eso se trasluce en la proliferación de listas de discusión. Pero la cuestión de la escasez de contenidos permanece como un dedo acusador de nuestra dificultad para convertir a la lengua en una industria de la información.

Cinco factores

Aquí se están conjugando varios factores que, con el tiempo, cada vez van a pesar más en el destino del castellano en la red y, consecuentemente, en el desarrollo de una cultura digital adaptada a las necesidades que ya está planteando la Sociedad de la Información. Aunque la lista es larga, mencionaré los cinco puntos que me parecen más evidentes (y urgentes de abordar) en España y América

Latina, no necesariamente en orden de importancia.

1. Las deficientes infraestructuras de las redes telefónicas y el alto precio por acceder a ellas, lo cual impide que la mayoría de la población hispanohablante incorpore Internet a su vida cotidiana. El informe de Forbes, sobre el estado de Internet en Europa, destacaba este aspecto en el caso de España. Telefónica carga con una gran responsabilidad en este sentido. La falta de velocidad de las comunicaciones, la rígida política de interconexión, una estructura tarifaria confeccionada para el enemigo, las escasas inversiones en mejorar las redes de telecomunicación y la inflexibilidad de la arquitectura de éstas, conspiran contra las nuevas remesas del internauta, quienes navegan más con el ojo puesto en el taxímetro que en las oportunidades que les ofrece Internet. Y si para aprovechar estas oportunidades tiene que esperar tanto para verlas o sufrir cortes constantes de las comunicaciones, no deja de ser heroico el permanecer en la pantalla.

2. El tamaño de nuestra industria de contenidos es insuficiente, tanto a escala individual como colectiva, por una parte, como desde su perspectiva mental, por la otra. Esto se debe, en gran medida, a un espectacular error de percepción sobre cómo funciona esta industria en un contexto como Internet. Por una lado, la vasta mayoría de las grandes empresas no han detectado todavía cuáles son sus contenidos propios, ni cómo deberían prepararlos para competir en Internet. La

globalización sigue siendo para ellas un fenómeno externo que no tiene que ver con su organización interna. Craso error.

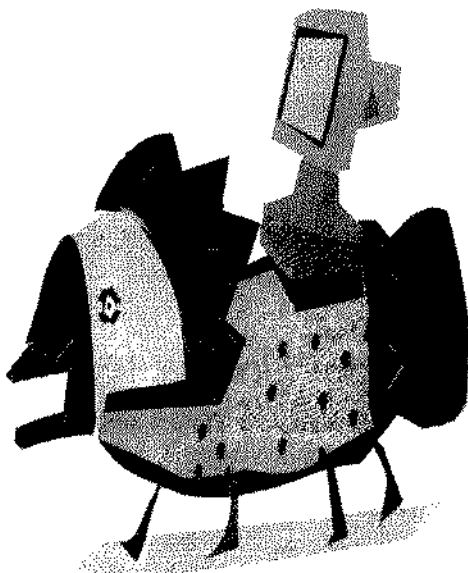
Por el otro, las que han descubierto el ciberespacio adoptan de inmediato una curiosa actitud de "esto es mío y no me lo va a quitar nadie porque soy la mejor". Desconocen que en la red las posiciones dominantes -con las que sueñan apenas inyectan Internet en sus discursos- duran tanto como un congreso de gacelas inspeccionado por una manada de leones. La economía digital se sustenta en la interrelación de una amplia diversidad de actores y en flujos de comunicación impredecibles. Si a esto unimos que la innovación en Internet todavía carece del prestigio social que le permita difundirse a través de la red como productos de éxito (a menos que los mitómanos de siempre nos vendan todo cuanto llega desde EEUU), tenemos entonces un cuadro donde resulta bastante milagroso que siquiera tengamos algunos contenidos en castellano.

3. El apogeo de la cultura del marketing del despilfarro. Administraciones, empresas, entidades, corporaciones de distinto pelaje, etc., prefieren invertir en gestos mediáticos para una posteridad de pocos días, que en el desarrollo de la industria de contenidos propios. Los grandes y espectaculares acuerdos ganan titulares en los medios de comunicación de masas (*Televisión-Excite*, portales de todos los colores, etc.), pero después no se traducen en productos apre-

ciables y apreciados en la red. Es pan para hoy, hambre para mañana.

4. Faltan "intelectuales orgánicos de la red", capaces de pensar y filosofar sobre las implicaciones del cambio social que se está operando y, al mismo tiempo, de romper amarras con la nostalgia de un mundo que se va. Por otra parte, la administración pública juega un papel ambivalente respecto a Internet. Por un lado, se felicita de las extraordinarias oportunidades que abre un mundo en red y, por el otro, o no pone los medios para crearlo o enfatiza los ángulos más empapantados con políticas de seguridad, censura o control, o sea con el miedo. Si se quiere que los contenidos en castellano se conviertan en los cimientos de una cultura digital sustentada en la lengua, intelectuales y figuras públicas deberían conocer y alentar el tempestuoso alud creativo que están experimentando las redes y que afecta a la economía, a la política, al ocio, a todos los sectores sociales; a cuestiones como la marginalidad, la exclusión, o el paro, temas todos ellos que tanto espacio ocupan en discursos públicos vacuos de soluciones.

5. Finalmente, el destino de la lengua como industria, en un mundo donde la información actuará como elemento organizador de la economía, estará unida a su capacidad para expandir Internet hacia los aspectos más cotidianos de la vida ciudadana. Descubrir las nuevas oportunidades, enlazar comunidades cuyos intereses comunes permanecen envueltos en el velo opaco de la falta de interrelación, invadir los terrenos que hasta ahora han permanecido cuidadosamente parcelados por un tipo de conocimiento elitista, son algunas de las tareas pendientes donde los contenidos en castellano apenas han incursionado. En el fondo, se trata de fundir la cultura de lo real en la cultura de lo virtual y vehicular este tránsito a través de la lengua. Si no lo hacemos, otros lo harán traduciendo sus productos, como ya viene sucediendo ante la parsimonia de quienes teniendo los resortes para plantar cara prefieren unirse a ese carro en aras del marketing mediático. Esta es una actitud más regalada que clavar los codos y desarrollar contenidos propios. Y es una de las tantas que contribuye a mantenernos en el quinto puesto de la liga de lenguas en Internet, a pesar de ser la segunda en la parte occidental del mundo real. ●



Revista del Sur, Uruguay