

Carta a nuestros lectores

La primera entrega de Chasqui del siglo XXI inaugura una serie especial sobre el Diagnóstico de la Comunicación en América Latina, con el informe nacional de Brasil. En el amplio y detallado documento se analizan medios de comunicación tan importantes como los diarios Folha de São Paulo y O Globo de Rio de Janeiro, las revistas Veja y Epoca, las radios CBN y Bandeirantes, la red O Globo de television, entre otros.

El consultor político internacional, Ralph Murphine, reflexiona en el artículo de opinión sobre los cambios que registra la comunicación política en la región, como resultado de nuevos mensajes y protagonistas tales como Hugo Chávez en Venezuela, Abdalá Bucarám en Ecuador y Alberto Fujimori en Perú.

Dos noticias han llamado últimamente la atención política: la desinformación en la campaña electoral de los Estados Unidos y el sistema peculiar de comunicación del Presidente Chávez para mantener su popularidad. Miguel Sarmiento desde Miami y Xiomira Villasmil desde Caracas, nos escriben al respecto.

¿Cuáles son los esfuerzos que la prensa diaria del mundo entero hace para competir, en cuanto a imagen, con la televisión? El maestro y experto español Miguel Urabayen escribe sobre lo que él denomina como "Cultura de la Imagen Periodística Impresa" o, en una sola palabra la "Infografía"

Muchos siguen preguntándose si Internet liquidará o no a la prensa. Hannelore Döbler nos da una respuesta aprovechando su experiencia de periodista residente en Alemania.

También desde Europa, más concretamente, desde la República Checa, el venezolano Ramón Salgueiro Pérez escribe sobre la elaboración de los guiones cinematográficos. Iris Morera, desde Buenos Aires, nos cuenta su experiencia en cuanto al manejo de la imagen de un banco argentino.

CHASQUI

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No 73 Marzo 2001

Nº 73 Marzo 2001

Director

Edgar Jaramillo

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gabriel Pazmiño,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

jmparedes@andinanet.net

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

Tel.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: chasqui@ciespal.org.ec

web: www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

La 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.



PORTADA

DESINFORMACIÓN EN LA CAMPAÑA ELECTORAL AMERICANA

Miguel Sarmiento

OPINIÓN

CAMBIOS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ralph Murphine

ENSAYOS

ESTADO DE LOS MEDIOS

LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: INFORME DEL BRASIL

Carlos Alberto Di Franco

OPINIÓN PÚBLICA

¿CÓMO CHÁVEZ MANTIENE SU POPULARIDAD?

Xiomira Villasmil

PRENSA

LENGUAJE ESCRITO Y LENGUAJE VISUAL

Miguel Urabayen

EL PERIODISMO "ON LINE":

¿AMENAZA DE MUERTE AL PERIODISMO TRADICIONAL?

Hanelore Döbler

CINE

¿CÓMO HACER UN GUIÓN CINEMATOGRAFICO?

Por Ramón Salgueiro Pérez

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

¿CÓMO SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS DE UN BANCO?

Iris Morera

LENGUAJE

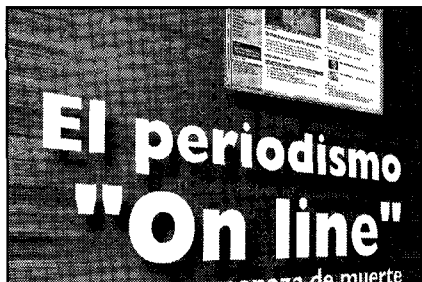
ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO, EL "QUE" NEURÓTICO

Simón Espinosa

INFORMÁTICA

MICROSOFT WORD:

¿CÓMO HACER MEJOR UNA MACRO?



CIESPAL

PERISCOPIO TECNOLÓGICO

BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN

ACTIVIDADES DE CIESPAL

"TERRIBLE NO SENTIR ORGULLO POR LA PATRIA"

Alcides Arguedas
Periodista boliviano



Yo creo que una de las grandes reglas de la prudencia humana es abstenerse de injuriar o amenazar a quienquiera que sea. Ni las amenazas, ni la injurias debilitan a un enemigo, porque más bien la una le obliga a vivir alerta y la otra no hace sino aumentar su odio y volverlo más industrioso en los medios de hacer daño. Atraerse el odio sin esperanza de cosechar ninguna ventaja, es estar guiado por la temeridad y la imprudencia.

Porque se necesita ser estúpido de veras para devolver, como hacen los políticos criollos, un mal con otro mayor.

En nuestras democracias desatentas y desmemoriadas, cualquier hombre después de cinco años de alejado del Poder, no es nada, no significa nada, ese hombre en el Poder no ha hecho otra cosa que holgar con pequeñas fruiciones, satisfacer pequeñas ambiciones de amor propio, rodearse de aparato, vivir entre ruido de aplausos o mú-

sicas de danza, satisfacer los apetitos y la codicia de los suyos, transigir con el delito, premiar con cargos públicos la villanía de los serviles o la adhesión de sus parientes, perseguir a sus adversarios como a enemigos personales, mentir, engañar y simular.

El hombre ni por instinto es nómade moral, porque fatalmente está clavada su cuna en un retazo cualquiera del mundo, y en él nacen sus primeros amores, asegura sus intereses o emplea el producto de sus esfuerzos, da vida a otros seres, cree en las mismas ilusiones, ora bajo la nave de los templos levantados por sus padres, sufre las mismas angustias de los demás o se regocija con idénticos sucesos, y, por último, muere también como los demás, es decir, en suma, el hombre tiene una patria.

Verla grande, libre, fuerte, próspera, culta, llena de equilibrio moral, es su mejor ideal, pues nadie, ningún ser en el mundo, puede ni debe sentir orgullo nacional si

su patria es pobre, vasalla, débil, atrasada, corrompida. Un súbdito inglés lleva en sí una fuerza enorme de orgullo por el simple hecho de haber nacido inglés. Lo mismo un yankee, un alemán, un francés, un escandinavo.

¡Cosa enorme sentirse desligado moral e intelectualmente de su patria! ¡Cosa terrible ver que su patria no representa, no significa, no tiene ningún relieve en el mundo! ¡Cosa inicua no sentir orgullo de la patria!

Y se llega al indiferentismo cuando el ambiente es hostil para el que piensa; se cae en el despego cuando la patria, por mal dirigida, permanece oscura e ignorada; se reniega de la patria, por fin, cuando en ella se invierten los valores morales que dan significación y nobleza a la vida humana, es decir, cuando la mentira, la traición, el engaño, la deslealtad, la simulación, constituyen méritos que se premian, virtudes que se exaltan y ejemplos que se imitan. ●