

Carta a nuestros Lectores

Siguiendo la nueva política de la revista, presentamos un ejemplo de campaña exitosa en Relaciones Públicas, la de una ciudad herida de muerte en el turismo por el narcotráfico y su recuperación, la ciudad de Medellín.

Chasqui ha tocado en muy pocas ocasiones el tema del Cine que ha cobrado nueva vitalidad especialmente en Europa y algunos países de América Latina. ¿Qué mejor oportunidad que el aniversario del nacimiento de Buñuel, para reiniciar en nuestra revista el tratamiento de este tema?.

Muchos son los que se preguntan si los problemas planteados en la controversia sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información alcanzaron una respuesta positiva o se quedaron en el campo de la discusión estéril. Luis Ramiro Beltrán responde a este interrogante.

Partiendo de su experiencia como Director de El Comercio de Quito, Santiago Jarvis nos cuenta cómo era el periódico de ayer, cómo es el periódico que hoy se edita y cómo será el periódico que se publicará en el futuro, frente al desafío de las nuevas tecnologías.

Muchos quisieran hacer publicidad en Internet pero no saben cómo. Franz Del Pozo les señala el camino.

Es común escuchar que el periódico puede desaparecer ante la amenaza de Internet. Sobre la radio casi nadie presiente una amenaza semejante. ¿Es esta una actitud basada en la ignorancia o en el conocimiento del significado innovativo de las nuevas tecnologías? Para su respuesta lea el artículo de Bruce Girard.

Para los interesados en la investigación, especialmente estudiantes universitarios, Jorge Arroba explica cómo y cuándo se hace un sondeo flash.

Juan Manuel Rodríguez, alternando con Simón Espinosa, nos aclara cuándo el "de-queísmo" es lícito en la lengua castellana.

CHASQUI

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

jmparedes@andinanet.net

Impresión

Editorial Quipus - Ciespal

Chasqui es una publicación de Ciespal

Apartado 17-01-584

Quito - Ecuador

Telfs.: (593-2) 506149 - 544 624

Fax: (593-2) 502487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http/www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

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

Los artículos pueden reproducirse citando la fuente de origen y remitiendo dos ejemplares a Chasqui

CALTA
Y SOLORES

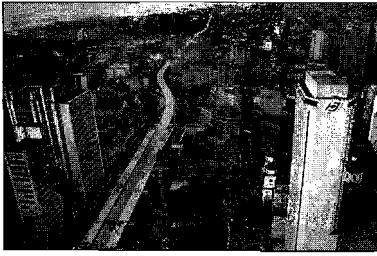
PORTADA

RELACIONES PÚBLICAS

4

MEDELLÍN: DEL MIEDO A LA ATRACCIÓN TURÍSTICA

Humberto López López —



OPINIÓN

EL NOII:

12

EL SUEÑO EN LA NEVERA

Luis Ramiro Beltrán —



ENSAYOS

PRENSA

16

EL PERIÓDICO DE AYER, EL DE HOY Y EL DEL FUTURO

Santiago Jervis



24

PERIODISMO AMBIENTAL: UNA ESPECIE EN EXTINCIÓN

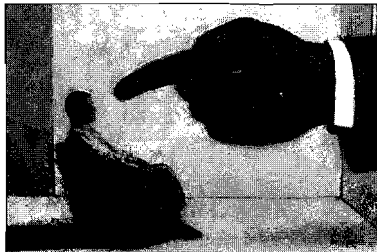
Diane Jukofsky

INFORMATICA

30

¿CÓMO SE HACE PUBLICIDAD POR INTERNET?

Franz Del Pozo



LENGUAJE

58

ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

Juan Manuel Rodríguez

36

LA RADIO NO ESTÁ AMENAZADA POR INTERNET

Bruce Girard —

INVESTIGACIÓN

42

¿CUÁNDO Y CÓMO SE HACE UN SONDEO FLASH?

Jorge Arroba



46

CINE

EN EL CENTENARIO DE SU NACIMIENTO BUÑUEL: UN GENIO BURLÓN

Ulises Estrella

SERVICIO BIBLIOGRÁFICO

52

REVISTAS DE COMUNICACIÓN

Daniel Jones

62

ACTIVIDADES DE CIESPAL

LO QUE PASÓ Y LO QUE VENDRÁ

**CIESPAL**

REVISTAS IBEROAMERICANAS DE COMUNICACIÓN

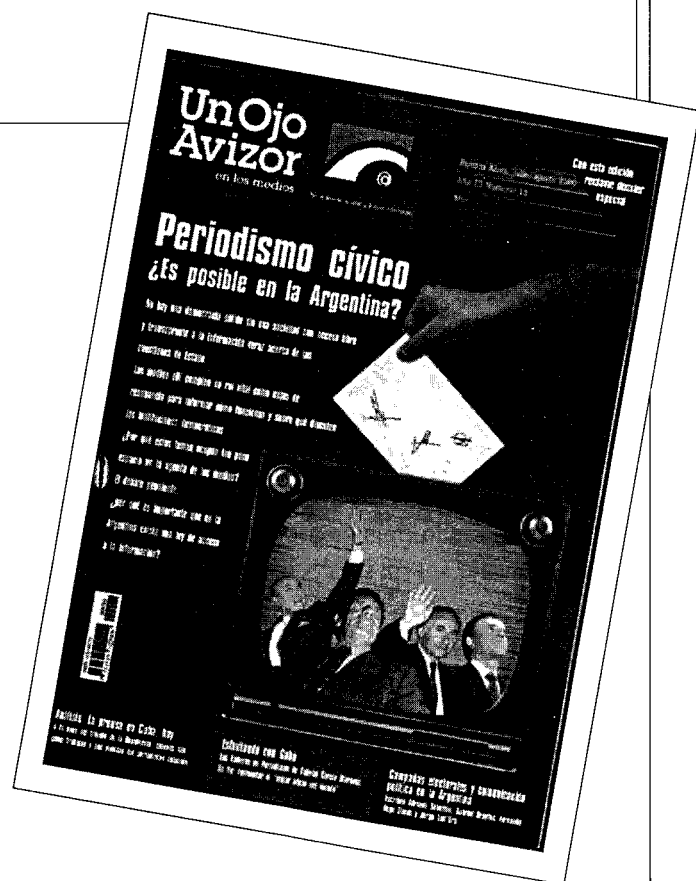
Daniel E. Jones ■

La selección aquí presentada incluye referencias de revistas publicadas en el área iberoamericana a ambos lados del Atlántico en español, portugués, catalán y vasco, que cuentan en total con más de un centenar de artículos académicos, pero también algunos profesionales sobre la especialidad de la comunicación social y las diferentes industrias culturales. A partir de este número, se incluye también la dirección del sitio web en Internet de la revista o de la institución que la edita o, en su defecto, su correo electrónico. De esta manera se facilita su localización y los contactos personales.

Un Ojo Avizor.... en los medios

(Buenos Aires, Año 3 Número 16, julio/agosto de 2000, editada por "Un ojo avizor en los medios S.R.L." ojoavizor@canopus.com.ar)

Daniel Jones, argentino, Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor universitario. Correo-e: djones@maptel.es



Incluye artículos de gran variedad e interés sobre la actividad de los medios de comunicación. La entrega se inicia con una nota editorial que cuestiona: ¿por qué es importante que en la Argentina exista una ley de acceso a la información?. Entre

otros, los temas abordados por los artículos son los siguientes: El periodismo cívico, La prensa en Cuba, Fotoperiodismo, Cultura y medios, Periodistas on line, Ser periodista bajo el culto del miedo y la muerte.

Aportes de la Comunicación y Cultura (Santa Cruz de la Sierra: Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, núm. 7, julio de 1999, istein@upsaint.upsa.edu.bo).

Contiene artículos sobre los grandes desafíos que requiere la formación universitaria en el futuro, las bases para un código de ética publicitaria, el discurso político de la prensa cruceña, el perfil laboral y profesional del periodista en los diarios de Santa Cruz, el lenguaje de la historieta infantil, la historia de la imprenta en Santa Cruz, la calidad informativa, y el derecho a la libertad de expresión en la legislación boliviana.

Anda (Bogotá, Año 7 Número 16, enero-junio 2000. Revista de la Asociación Nacional del Anunciantes de Colombia. Adpostal Número 262).

En vista de su origen, Anda es una publicación que se distingue por su diseño, impresión, calidad, presentación, etc. Una revista muy bien hecha, que incluye artículos como: La inversión publicitaria bruta, Anunciar en Internet...o desaparecer del mundo real, Tres pasos para seleccionar agencia, Televisión colombiana, ¿Tiene su marca un clon?, ¿Televisión envilecedora?, La publicidad colombiana efectiva, Libertad de expresión, el justo medio, etc.

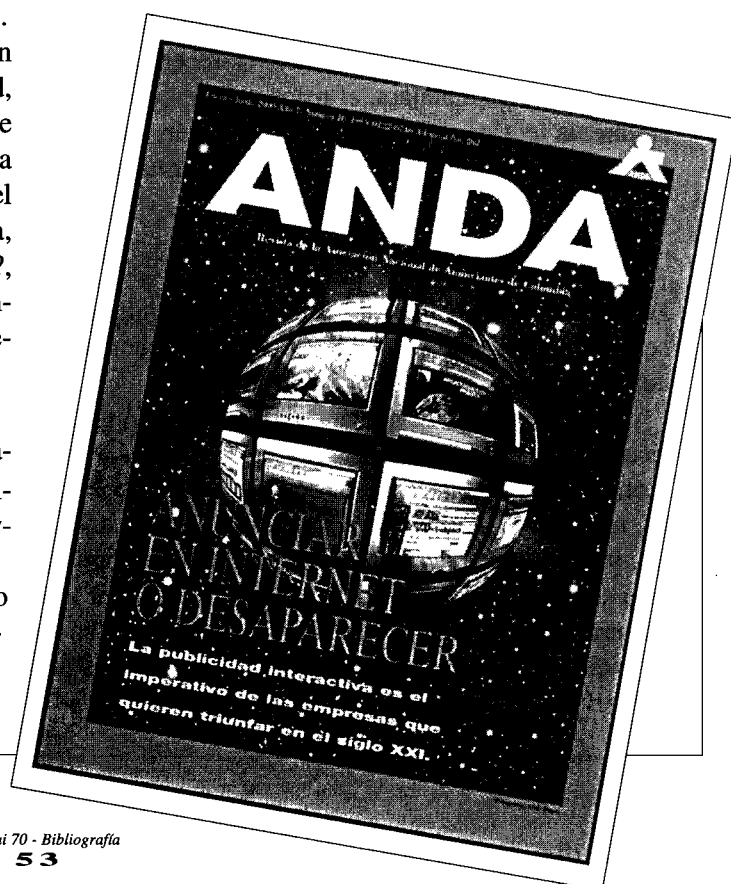
Comunicação & Política (Río de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, vol. VI, núm. 1, enero-abril de 1999, www.cebela.org.br).

Dedica un homenaje a Antonio Houaiss como fundador del CEBELA, e incluye también un dossier sobre política internacional en el próximo siglo: La globalización como Pax Americana, la

crisis de Brasil dentro de contexto internacional, la expansión hacia el Oeste a través del Sur, las relaciones cívico-militares y el PRI en México y presenta diversos artículos en torno a los efectos de los medios sobre la opinión pública, la esfera pública de la democracia, la comunicación y las culturas nacionales en América Latina, el escritor Sciascia y el "caso Moro" veinte años después, y el papel de la prensa en la historia y la política brasileña en el siglo XIX.

Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación (Caracas: Centro Gumilla, núm. 106, segundo trimestre de 1999, cengumi@conicit.ve).

Monográfico dedicado a la vida cotidiana y su representación social, con artículos diversos sobre la "clandestina centralidad de la vida cotidiana", las mujeres de la ciudad, el uso social y comunicativo de Internet, la comunicación y la cultura en el proceso constituyente venezolano, los medios de co-



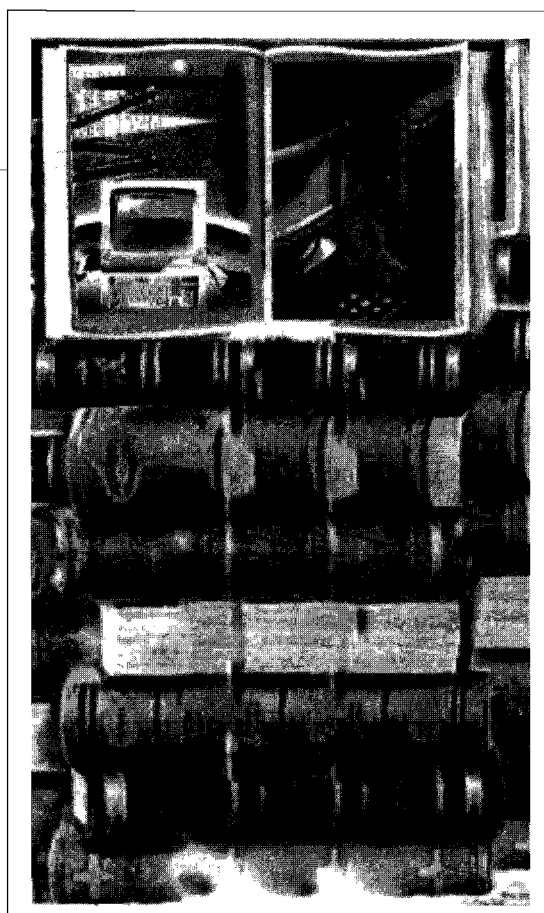
municación comunitarios en Brasil, la formación de los periodistas científicos, la inseguridad ciudadana y el control social a través de los medios, y el futuro del vídeo popular como herramienta de transformación social.

Comunicación y Sociedad (Guadalajara: Universidad de Guadalajara, núm. 33, mayo-agosto de 1998, fuentes.csh.udg.mx/comysos/comysos.htm).

Cuenta con artículos sobre temas diversos, entre los que destacan la historiografía en la prensa regional mexicana, el desplome de la industria cinematográfica nacional ante el empuje de Hollywood, la situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa, el imaginario internacional en los jóvenes mexicanos, la identidad cultural entre los receptores televisivos en Guadalajara, el psicoanálisis como herramienta teórica para analizar el placer en los procesos de recepción, y la educación ambiental en los medios de comunicación.

Cuadernos de Información y Comunicación (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 4, 1998-1999, per3@eucmax.sim.ucm.es).

Incluye un cuaderno central dedicado a la retórica (la "neorretórica como estrategia para la salvación", entre la retórica mediática y la cultura política, retórica y ética, y retórica en el régimen castrista), y otros temas diversos: un artículo de Umberto Eco sobre "la búsqueda de la lengua perfecta en la cultura europea", la epistemología y la comunicación científica en la universidad, Abraham Moles y la teoría de la información, la objetividad de los pe-



riodistas, el futuro de la profesión periodística, análisis sociográfico de los periodistas italianos, y la concentración económica en la empresa Microsoft.

Diálogos de la Comunicación (Lima: FELAFACS, núm. 55, junio de 1999, www.felafacs.org).

Monográfico sobre el sensacionalismo en los medios de comunicación, con artículos sobre los "traficantes de emociones" en la televisión europea, el "pseudoperiodismo" satírico como género creciente en la neotelevisión, la escenificación de la muerte en la

construcción de biografías, la "televerdad" como nuevo género informativo, el sensacionalismo y las agendas sociales, la destrucción del terrorista estadounidense Richard Jewell, el negocio sensacionalista en la prensa boliviana, la televisión como espectáculo real, el discurso noticioso de la televisión mexicana, y la violencia de los signos.

Film Historia (Barcelona: Film Historia, vol. IX, núm. 2, 1999. www.swcp.com/remora/cine.html).

Edición especial, en lengua inglesa, sobre cine e historia en América Latina, con artículos sobre el saqueo de Hispanoamérica por los "piratas" de Hollywood, la filmación del pasado en México y en Cuba, el papel del hombre y de la mujer en el cine de la Revolución Mexicana, la historia y el mito del Che Guevara en *El día que me quieras*, y las representaciones de la sociedad y la democracia mexicanas en los filmes de Mario Moreno "Cantinflas".

Hora de Cierre (Miami: Sociedad Interamericana de Prensa, año 7, núm. 28, octubre-noviembre de 1999, www.sipiapa.org).

Se ocupa de manera preferente del aumento de la credibilidad de los diarios latinoamericanos pero también del estancamiento de la difusión entre las principales cabeceras. Asimismo, incluye artículos sobre los derechos humanos de los periodistas latinoamericanos, el futuro de los periódicos digitales, el desarrollo de la prensa centroamericana de post-guerra, y el crecimiento del precio del papel prensa en el continente.

Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad (Buenos Aires: Pontificia Universidad Católica Argentina, núm. 2, 1999, icos@uca.edu.ar).

Se ocupa de la representación social de los niños y la familia en la prensa, la ética en la enseñanza de la publicidad, la creatividad en la docencia, los aportes de las ciencias del lenguaje en la formación de comunicadores sociales, la crisis de la publicidad en los medios, y el hallazgo de la teoría de la Agenda Setting.

Interacción: Revista de Comunicación Educativa (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 20, diciembre de 1999, cedal@colnodo.apc.org).

Número dedicado a conmemorar el vigésimo aniversario del CEDAL, que incluye un cuaderno central sobre las nuevas perspectivas de la televisión colombiana, la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL) como vehículo para la comunicación eclesial, los medios de comunicación y el cuidado del cuerpo humano, la red

Internet como plataforma de la realidad virtual, el papel de la mujer en los medios, los códigos éticos como garantía de la comunicación social, y la red de emisoras escolares colombianas.

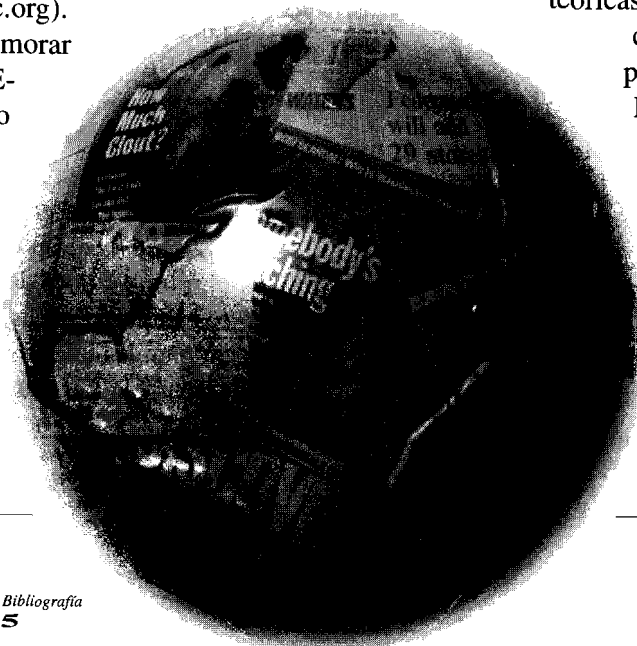
MCS (Madrid: Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, núm. 196-197, abril-septiembre de 1999, medios.cee@planalfa.es).

Monográfico dedicado a estudiar las relaciones entre la Iglesia Católica y las "autopistas de la información", con artículos sobre la mirada cristiana a las nuevas tecnologías, los principios fundamentales de la ética de Internet, la red RIIAL para la comunicación eclesial en América Latina, la Iglesia y su incorporación a los nuevos medios, y la evangelización en la Sociedad de la Información.

Pensamento Comunicacional Latino-Americano: Revista Científica On-Line (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, núm. 1, octubre-diciembre de 1999, www.metodista.br/unesco/pcla/index.htm).

Primer número de una revista académica que solo se publica en soporte digital y en el que aparecen artículos diversos sobre la génesis, crecimiento y perspectivas de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, la teoría de la comunicación en Venezuela, las nuevas posibilidades teóricas de la "folkcomunicación", las ideas del

pensador boliviano Luis Ramiro Beltrán, y sendas entrevistas al propio Beltrán y a Margarida Kunsch (presidenta de ALAIC).



Publifilia: Revista de Culturas Publicitarias

(Segovia: Colegio Universitario de Segovia, núm. 2, diciembre de 1999, www.fragua.com).

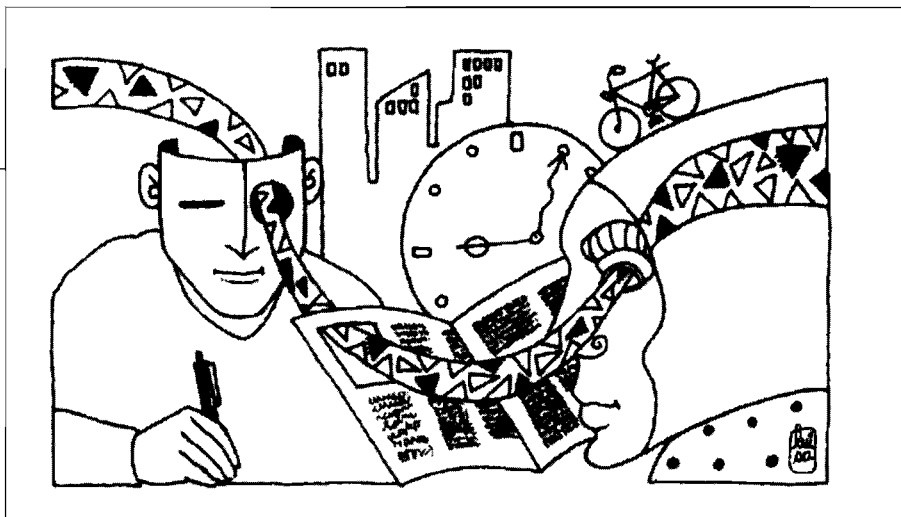
Cuenta con un cuaderno central dedicado a la dimensión artística de la publicidad: reflexiones sobre el arte publicitario, préstamos e interferencias entre la tipografía y la publicidad, centenario de los anuncios de la perfumería Gal, arte y publicidad turística, y sentencia sobre la silueta del toro de Osborne en las carreteras españolas. Además constan otros artículos sobre la comunicación integral como nuevo paradigma estratégico, las promesas publicitarias ante las necesidades emergentes del receptor, el mundo de las historietas publicitarias, y el cartel de cine español según el ilustrador José María Cruz Novillo.

Quaderns del CAC (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 5, julio de 1999, audiovisual@correu.gencat.es).

Monográfico sobre la televisión pública en Europa y en Canadá en la era de la digitalización, con textos sobre los contenidos de la televisión digital y los retos de la política audiovisual de la Unión Europea, la Ley de Televisión sin Fronteras, y los casos específicos de Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido.

Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura (Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, núm. 14, enero-marzo de 1999, www.upfes/occ).

Centrado en "el futuro de las publicaciones biomédicas", con artículos sobre un debate organizado en Science Channel, las bibliotecas en ciencias de la salud y el porvenir de la gestión digital del conocimiento, el futuro de las publicaciones biomédicas, las tecnologías de la información y la



comunicación como nueva oportunidad, el impacto de Internet en las bibliotecas biomédicas, y la nueva comunicación social del conocimiento.

Revista FAMECOS: Midia, Cultura e Tecnologia (Porto Alegre: Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, núm. 11, diciembre de 1999, edipucrs@pucrs.br).

Cuenta con análisis diversos acerca de la evolución de las investigaciones sobre la comunicación y los estudios culturales en Brasil, el lenguaje del teleperiodismo actual, los parques temáticos como atractivos culturales y turísticos, el papel de la radio de Porto Alegre en el Mercosur, y la hegemonía de los mercados globales ante las culturas minoritarias.

Revista Latina de Comunicación Social (La Laguna: Universidad de La Laguna, núm. 26, febrero de 2000, www.lazarillo.com/latina).

Revista académica mensual que solo se publica en soporte digital y en la que aparecen artículos diversos sobre las transformaciones del mapa cultural en América Latina, la dimensión audiovisual del idioma, la violencia mediática y la reacción social, la comunicación educativa y la economía política, el último cuarto de siglo de la prensa portuguesa, la restauración de la fotografía, la producción de ficción en las televisiones regionales catalana y valenciana, y la introducción del euro en la opinión española.

Revista Mexicana de Comunicación (México D.F: Fundación Manuel Buendía, núm. 58, abril-junio de 1999, www.fundacionbuendia.org.mx/).

Dedicado a conmemorar el 15o. aniversario del asesinato del periodista Manuel Buendía, incluye también artículos sobre el tratamiento de los derechos indígenas de Chiapas en cinco noticieros de televisión, el idioma español en la radio, el periodismo electrónico y la constitución del nuevo espacio público, las fronteras de las libertades informativas en la democracia, el quehacer de los crackers como "terroristas informáticos", los procesos comunicativos ante el nuevo milenio, los daños a la libertad y expresión en México en 1998, y la saga de los Azcárraga, propietarios de Televisa.

Signo y Pensamiento (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, núm. 34, 1999, signoyp@javeriana.edu.co).

Monográfico sobre las fronteras entre comunicación y educación, con artículos sobre la alianza estratégica y los compromisos entre esos dos conceptos, la televisión abierta y el protagonismo rural, la educación ambiental a través de los medios colombianos, la pedagogía y la desconstrucción de los mitos en los conflictos escolares, la educación para los medios, la construcción de los géneros, los procesos educativos y el papel de los medios, la revolución de las nuevas tecnologías, y la importancia de la imagen en el aula.

ZER: Revista de Estudios de Comunicación (Bilbao: Universidad del País Vasco, núm. 7, diciembre de 1999, www.whu.wa/zer).

Cuenta con artículos variados sobre la sociedad de la información en Europa, la producción audiovisual en el umbral digital en España, el cambio de ciclo en la producción de ficción televisiva española, la comunicación política a través de la prensa diaria vasca, la propaganda política como "sistema de estrellas", las claves actuales de los informativos

televisivos, el reto para los diarios ante el universo telemático, los creativos publicitarios como artífices de la modernidad, la comunicación empresarial sustentada en la identidad y en la imagen corporativa, la evolución de los derechos de autor en el periodismo europeo, las televisiones locales en Extremadura, y la programación infantil en la televisión vasca.

The Japanese Press 2000 (Primera edición, mayo 31, 2000. Publicado por la "Nihon Shinbun Kyokai" www.pressnet.or.jp).

Bajo este título cada año se ofrece un resumen de las tendencias de la industria de periódicos en el Japón y un directorio de la misma. Los artículos discuten problemas editoriales, reportajes, problemas editoriales, técnicas de producción, asuntos gerenciales, ventas, circulación y publicidad. El directorio incluye una lista de los periódicos japoneses, de las agencias de noticias, de las estaciones de radio y televisión y de los corresponsales japoneses en el extranjero. Esta publicación, dirigida al mercado iberoamericano, incluye noticias sobre las asociaciones de editores y dueños de periódicos en el Japón. ❁

