

## *Carta a nuestros Lectores*

**S**iguiendo 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 Jervis 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  
150 AÑOS

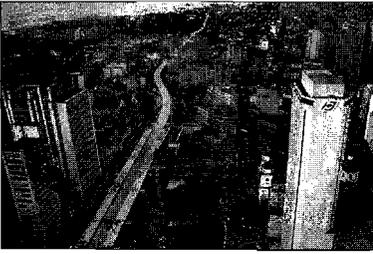
## PORTADA

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

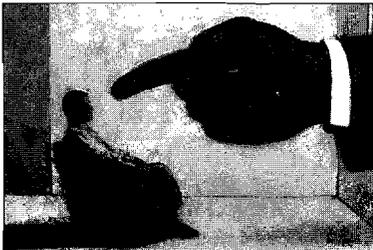
Diane Jukofsky

INFORMÁTICA

30

### ¿CÓMO SE HACE PUBLICIDAD POR INTERNET?

Franz Del Pozo



58

LENGUAJE

### ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

Juan Manuel Rodríguez

36

### LA RADIO NO ESTÁ AMENAZADA POR INTERNET

Bruce Girard —



42

INVESTIGACIÓN

### ¿CUÁNDO Y CÓMO SE HACE UN SONDEO FLASH?

Jorge Arroba

46

CINE

### EN EL CENTENARIO DE SU NACIMIENTO BUÑUEL: UN GENIO BURLÓN

Ulises Estrella

52

SERVICIO BIBLIOGRÁFICO

### REVISTAS DE COMUNICACIÓN

Daniel Jones

62

### ACTIVIDADES DE CIESPAL

LO QUE PASÓ Y LO QUE VENDRÁ

  
**CIESPAL**

# Periodismo ambiental: una especie en extinción

Diane Jukofsky ■

De acuerdo a mi experiencia personal actual, apenas un puñado de periodistas latinoamericanos están realmente interesados en asuntos sobre la conservación de la naturaleza. Actualmente, no conozco a ningún periodista que tenga el título de "periodista ambiental". La situación es real en Costa Rica, país líder en cuanto al interés en asuntos ambientales, como lo es en la mayor parte de los países de la región y aun del mundo.

## Razones del problema

Tres son las razones por las que no hay periodistas ambientales: las noticias ambientales generalmente son de escaso interés, los editores y directores no gustan de ellas y no es prestigioso ser un periodista ambiental.

Para ejemplificar la situación debo mencionar tres casos: la deforestación en Costa Rica no se produjo repentinamente hasta alcanzar el 75 por ciento del territorio. Ocurrió gradualmente en los últimos 50 años.

La capital de México o el Distrito Federal (DF) es la urbe con la mayor contaminación del mundo, pero el fenómeno no fue súbito: se fue poniendo peor cada año, hasta que llegó a los niveles alarmantes de hoy.

El lago Managua, en las cercanías de la capital de Nicaragua, está plagado de desperdicios, pero tal

*Las noticias ambientales solo sorprenden cuando hay un derrame accidental de petróleo o de productos químicos tóxicos*

cosa no ocurrió de un día para otro, sino a lo largo de una buena cantidad de años.

De ocurrir semejantes eventos de la noche a la mañana, las manifestaciones en las calles hubieran proliferado, los gobiernos hubieran tenido que actuar y muchas cabezas hubieran caído.

Los medios de comunicación cubren regularmente estos temas con uno o dos reportajes al año, sin brindar nueva información o soluciones poten-

ciales. Solo informan sobre el deterioro gradual de la situación, como si fuera normal vivir con deforestación, aire insalubre y agua contaminada.

Las noticias ambientales sorprenden cuando hay un derrame accidental de petróleo o de productos químicos tóxicos. Entonces los medios de comunicación hacen un trabajo responsable que cubren los hechos y alertan al público. Se incluyen en esa responsabilidad los necesarios reportajes de seguimiento.

## Derrame de diésel en Costa Rica

Recientemente hubo un derrame de aproximadamente 3.000 galones de diesel en Puerto Caldera de Costa Rica. El diario "La Nación" publicó un buen reportaje sobre el accidente, explicando los hechos todo lo bien que pudieron determinarlos sus periodistas en sólo 12 horas. La periodista Irene Vizcaíno consiguió la opinión de un biólogo que alertó sobre los daños por el derrame en la flora y en la fauna.

Al día siguiente "La Nación" publicó una nota de seguimiento explicando el accidente con todos los detalles y centrándose en los procedimientos de limpieza. Dos semanas después, el mismo diario, publicó una investigación periodística, según la cual el puerto no tenía un plan de emergencia para enfrentar rápidamente lo ocurrido, existiendo el peligro de que una situación similar ocurriera en la costa caribeña de Costa Rica. Otro periodista resumió una historia de accidentes similares y describió el impacto potencial de tales derrames en el ambiente marino.

Este es un ejemplo de periodismo ambiental tratado en profundidad, bien balanceado y responsable, que merece reconocimiento, pero, lamentablemente, es bastante raro.

## Diarios critican a responsables

Las historias ambientales en los diarios tienden a criticar las políticas de gobierno, así como las actividades contaminantes de los sectores



Contaminante  
cementerio  
de neumáticos

comerciales e industriales. Así lo hizo "La Nación" de Costa Rica en sus reportajes.

Los políticos y hombres de negocio son personas poderosas. Los medios de comunicación dependen de ellos para obtener publicidad. Pocas empresas quieren un aviso suyo junto a una historia que critica la inhabilidad del gobierno para detener la tala ilegal en una zona protegida.

Tampoco quieren pagar por tiempo en el aire, en radio o televisión, luego de un informe sobre cómo algunos helechos que se importan están contaminando las fuentes de agua potable.

Por otro lado, es difícil convencer a un editor respecto a los méritos de las noticias ambientales. Hacer una buena investigación sobre un asunto ambiental requiere de tiempo y recursos. Los medios de comunicación, usualmente, tienen un déficit de personal y pocas veces un editor permite que se dedique más de un día para una historia o está dispues-

***Los periodistas necesitan más fuentes de información que sean confiables y deben esforzarse en escribir en forma equilibrada***

to a pagar los costos de una larga investigación fuera de la ciudad.

Si un jefe de información no está entusiasmado con el tema sobre el que un periodista escribe, es poco probable que avance en su carrera. Los periodistas ganan reconocimiento y distinciones y logran promociones cuando cubren noticias importantes o de gran impacto sobre temas de interés

Los periodistas ambientales raramente reciben premios o se vuelven famosos. Por lo tanto, pocos periodistas jóvenes aspiran y se esfuerzan para convertirse en excelentes periodistas ambientales.

## **Formas de cambiar la situación**

La situación es difícil pero se puede mejorar la cobertura relacionada con el medio ambiente, con la aplicación de una serie de recomendaciones a los grupos conservacionistas, gobiernos y otros sectores que brindan información a los medios, para que los periodistas escriban mejores historias ambientales.

Los periodistas necesitan más fuentes de información que sean confiables y deben esforzarse en escribir en forma equilibrada. Al escribir sobre temas ambientales, no deben usar la jerga o términos científicos que los lectores no entienden.

Además, deben escribir más sobre biodiversidad y no solo sobre eventos ambientalistas urbanos y escándalos. Deben hacer un mejor trabajo y practicar lo que se conoce como "periodismo preventivo", es decir, adelantarse a los acontecimientos.

## **Responsabilidad de las fuentes**

Los periodistas que quieren brindar información actualizada y profunda sobre un determinado tópico ambiental o que desean incluir diferentes puntos de vista en un tema de controversia, a menudo no pueden hacerlo, porque no saben a quién llamar para obtener información de fondo o conseguir citas o pronunciamientos.

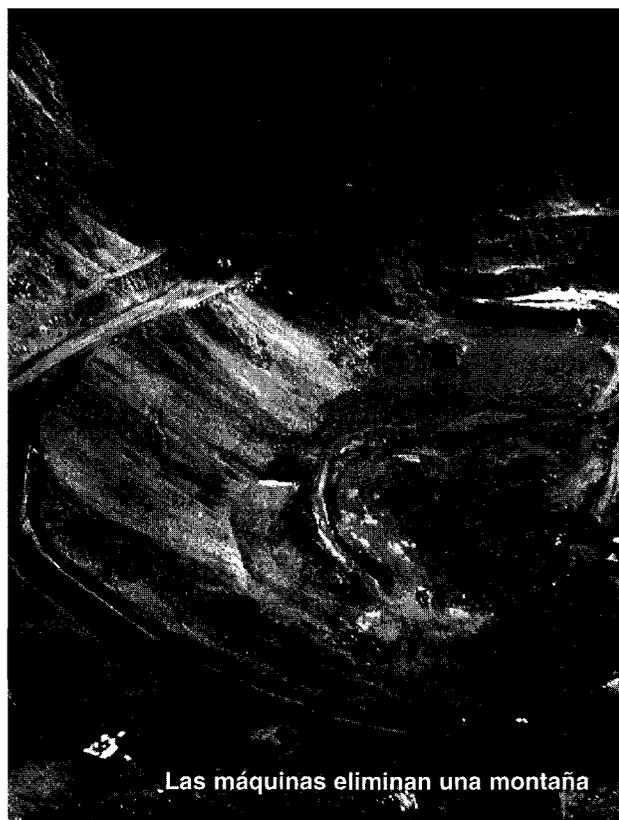
Los periodistas necesitan una lista de expertos de cada organización, con todos los datos y direccio-

nes, para acudir a ellos a fin de tratar un tema determinado. Esa lista debe ser actualizada anualmente y las personas que consten en ella deben estar disponibles para responder los llamados de los medios en cualquier hora o situación.

Se debe establecer un sistema para manejar estas llamadas, asegurándose que cada cual conozca su responsabilidad, tanto el periodista como el vocero. En cada organización debe haber, al menos, una persona disponible para responder a los periodistas, con capacidad para pasar la llamada al experto apropiado o tomar mensajes que sean respondidos a la brevedad posible, e incluso, transmitir la llamada a otra organización.

### Responsabilidades de los periodistas

Los informes periodísticos frecuentemente carecen de equilibrio: no presentan los diferentes puntos de vista de los temas en controversia.



Las máquinas eliminan una montaña

Los periodistas escriben artículos sobre lo que escucharon en una conferencia de prensa del gobierno o informan sobre protestas públicas de grupos conservacionistas, sin entrevistar o recabar la opinión de la parte contraria. Creen que cuando un funcionario de alto rango efectúa una declaración, automáticamente está haciendo noticias, y no hace falta incluir comentarios de las personas que están en desacuerdo. También dicen que si un grupo conservacionista lleva a cabo una protesta muy ruidosa, el evento ya de por sí es noticia, por lo que no hacen falta los comentarios de las autoridades de gobierno.

Las organizaciones que no están de acuerdo con una declaración oficial deben estar preparadas para responder con una declaración pública a la que tienen pleno derecho que se publique. Se la pueden transmitir en un comunicado de prensa que se envía por fax a los medios de difusión más importantes o con llamadas telefónicas a los medios para ofrecerles una entrevista con el director ejecutivo de la organización.

Como las organizaciones públicas o privadas no pueden garantizar que los medios de comunicación vayan a ellos, necesitan ir a los medios, especialmente en asuntos que consideran claves.

### Manejo de temas especializados

La mayor parte de los periodistas tiene poco entrenamiento sobre temas ambientales. Como muy pocas veces cubren estos tópicos, no tienen muchas oportunidades de familiarizarse con nuevos términos o conceptos. A menudo escriben reportajes en donde simplemente transcriben la información que recibieron, aun cuando no la entiendan. Si no pueden entender sus reportajes, pocas son las posibilidades de que sus lectores los comprendan

Para hacer más difícil la situación, los científicos hablan en su jerga complicada, y usan términos que muy pocos pueden entender a menos que sean expertos.

Los periodistas deben asistir a seminarios sobre temas ambientales, corredores biológicos, manejo de vida silvestre, desechos agrícolas y tecnologías limpias y otra infinidad de temas especializados.

Si una organización inicia la aplicación de una iniciativa ambiental, no debe esperar que los periodistas entiendan sus complejidades, a no ser que exista el tiempo suficiente para explicárselo. Deben realizarse talleres de información y entregarla con

## *Los periodistas muy pocas veces escriben sobre un asunto ambiental importante, si no es un escándalo o una emergencia*

los hechos claramente escritos y descritos. Se requiere facilitar una lista de términos relevantes con definiciones y los expertos que dicten los talleres deben ser buenos comunicadores.

### **Biodiversidad vs. eventos ambientales urbanos**

En pocas oportunidades los periodistas escriben historias sobre biodiversidad o recursos naturales.

En cambio su trabajo lo enfocan sobre asuntos relacionados con las ciudades, como contaminación del agua o aire o manejo de basura.

Esto no es sorprendente ya que la mayor parte de los lectores son personas que viven en áreas urbanas o cerca de ellas. Es razonable que el público esté más interesado -por ejemplo- en los efectos sobre la salud cuando se bebe agua contaminada que en los esfuerzos por salvar a una especie de mariposa que habita en un bosque distante.

Los periodistas deben tener la oportunidad de dejar su oficina e ir al campo para informar sobre "temas verdes", es decir, aquellos que están ocurriendo permanentemente en nuestra naturaleza y que no constituyen un escándalo.

Hay lectores realmente interesados en esa elusiva mariposa, pero para el periodista es difícil llegar hasta el distante bosque para ver y fotografiar al insecto, aunque puede entrevistar al científico que realiza la investigación y usar sus fotografías. Pero las historias son mucho más vivaces, memorables y profundas si los periodistas pueden ver por sí mismos el tema de su investigación.

Las organizaciones conservacionistas deben estar en capacidad de realizar viajes al campo para los periodistas, con todos los gastos pagados y conseguirán a cambio muy buenas historias en los diarios, radio o televisión.

Los reportajes desde el campo dan prestigio, ya que cualquiera puede atender una conferencia de prensa en un ministerio; sólo los periodistas intrépidos caminarán montaña arriba en la lluvia para averiguar sobre la elusiva mariposa.

La visita de los periodistas a un proyecto de conservación ambiental es una experiencia inolvidable y las lecciones aprendidas se recordarán por mucho tiempo. Es más efectivo mostrar directamente a los periodistas los efectos de la deforestación y que puedan tener la oportunidad de entrevistar a los damnificados, que describirles las consecuencias de la desaparición de un bosque en la elegante sala de conferencias de un hotel de la ciudad.

## Periodismo preventivo

Los periodistas muy pocas veces escriben sobre un asunto ambiental importante, si no es un escándalo o una emergencia. A menudo les falta tiempo y recursos para hacer periodismo de investigación.

Los voceros y las fuentes deben facilitar a los periodistas nuevas perspectivas, manteniéndolos

*Hay excelentes periodistas que quieren saber más sobre asuntos ambientales y que desean informar sobre ellos*

bien informados sobre un tema emergente: puede ser que la deforestación no sea noticia, pero sí lo es un estudio reciente sobre las mayores causas que la provocan o la nueva información obtenida vía satélite.

El público, y por ende los medios de comunicación, gustan de las cifras y de sus tendencias, por lo que los periodistas probablemente revisarán cualquier informe que presente estadísticas. Pero no deben recibir un enorme documento de varios cientos

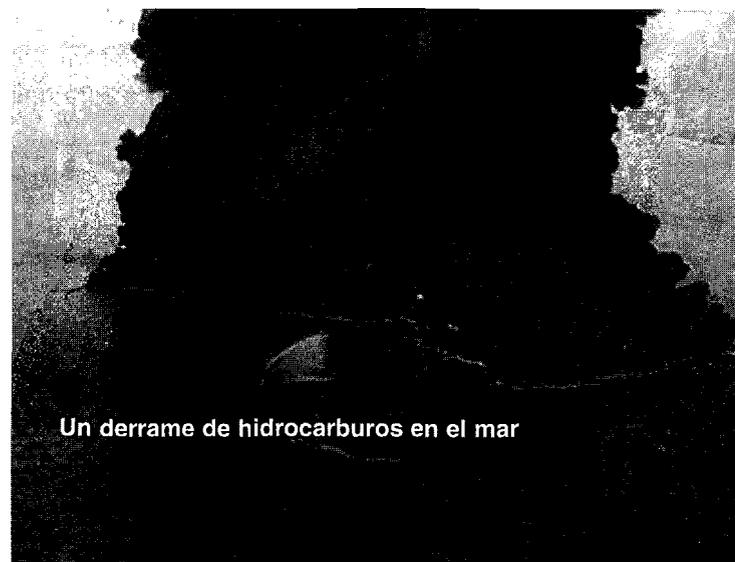
de páginas lleno de datos y esperar que al día siguiente publiquen un informe. Con el documento debe entregarse un comunicado de prensa o un resumen comprensible en el que se destaquen los ángulos importantes del tema.

## Mejorar el interés sobre un tema

También es una buena idea darle un carácter local a una historia global: el calentamiento de la atmósfera del planeta se convirtió en una historia local el año pasado cuando se llevó a cabo una conferencia internacional en Buenos Aires. Pero los asuntos discutidos no hubieran sido tan importantes para los argentinos si la conferencia se hubiera desarrollado en Nueva Delhi, y los medios de Argentina hubieran escrito mucho menos al respecto.

Así, si una conferencia sobre explotación pesquera se lleva cabo en un país distante, se le puede dar color local proporcionando información sobre la industria pesquera del país, sobre las especies que están disminuyendo, las que abundan, la importancia de la economía pesquera, etc.

Resumiendo, en la región hay excelentes periodistas que quieren saber más sobre asuntos ambientales y que desean informar sobre ellos, aunque enfrentan serios obstáculos. Los que poseen la información deben ayudarlos a que superen los obstáculos y el público recibirá más a menudo historias ambientales de mayor profundidad entre el cúmulo de noticias diarias. ❁



Un derrame de hidrocarburos en el mar