

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 63 - SEPTIEMBRE 1998

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,  
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,  
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Carole Lindberg

**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

Cuando Jorge Amado publicó *Gabriela*, alrededor de 800 mil ejemplares fueron vendidos. Años más tarde, la versión telenovelada de la *Rede O Globo* logró una audiencia de 20 millones, solo en Brasil. Cuando hace 6 años Antonio Skármeta inició su serie televisiva, *El show de los libros*, en *Televisión Nacional de Chile*, pocos creyeron que tendría éxito. Hoy, llega a millones de televidentes a través de grandes cadenas de la TV global. Estos hechos demuestran que lo cultural es atractivo para las audiencias y... muy rentable, cuando se lo hace con calidad. Sin embargo, hay factores de la actual sociedad de libre mercado que convierten estos hechos en excepciones. Uno de ellos es, según Susana Velleggia, la depauperización de los organismos públicos que ha generado dos modelos de gestión cultural: el tradicional ("custodio de la alta cultura") y el de modernización retrógrada (donde "el espectáculo es el centro de sus desvelos"), con sus correspondientes tipos de periodismo cultural. Para que la "cultura" tenga un espacio plural y adecuado, es preciso superar estas concepciones. Pero, también, es preciso trascender ese periodismo, ubicado entre "la alta cultura" y "el espectáculo", y entender que no solo debe atender a las manifestaciones de la cultura sino, también, según Manuel Calvo Hernando, producir un discurso de ella, tratar periodísticamente los procesos culturales: tanto los de la gran cultura, como los de la vida cotidiana. El **Periodismo Cultural** tiene futuro (incluso, réditos), pero hay que saber ganarlo.

Un diagnóstico de la cobertura de temas de salud, realizado por 13 universidades latinoamericanas en sendos países de la región, en 1997, estableció que prevalecen mensajes sobre la incompetencia médica, el malestar por los servicios de salud, tonos amenazantes y pesimistas (drogas y SIDA)... La tónica general es la de un periodismo denunciante, de la enfermedad y la muerte, y no un periodismo de la salud. Sin embargo, hay buenos augurios. Algunas universidades se están preocupando cada vez más por la dupla comunicación y salud. En las audiencias hay interés y demandas crecientes por este tema para mejorar su calidad de vida. Los organismos internacionales destinan un mayor presupuesto, dentro de sus proyectos de salud, a la comunicación: la AID, en todos sus proyectos, y el Banco Mundial, en el 80%. La empresa privada, y su "mercadotecnia social y de causas", ha incrementado 10 veces su presupuesto para este tipo de campañas, en una década. Al respecto, algunas experiencias, teorías y modelos presentamos en este *dossier*. Esperamos que su socialización potencie ese interés y contribuya a optimizar una práctica periodística y comunicacional que mejore la calidad de vida de la población, que no es lo mismo que solo prevenir su muerte. En definitiva, ir hacia una eficiente y frecuente **Comunicación en salud**. La preparación de este *dossier* tuvo la valiosa ayuda de Gloria Coe (OPS).

Mario Kaplún calificó de "fermental" a la nueva sección de *Chasqui: Contrapunto*. Y, poco a poco, este buen augurio se va haciendo realidad, gracias al "fermento" de la palabra y el pensamiento de algunos de nuestros colaboradores: Javier Darío Restrepo complementa algunos aspectos sobre ética, tema publicado en la *Chasqui 61*, y Eleazar Díaz Rangel "contrapuntea" criterios expuestos por Carlos Morales, sobre el nuevo periodismo, en la *Chasqui 62*. Ojalá este "fermento" se multiplique y diversifique.

  
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## PERIODISMO CULTURAL



**E**l quehacer del Periodismo Cultural suele ubicarse, generalmente, entre la alta cultura y el espectáculo. Es preciso ir más allá, hacia un tratamiento plural de los procesos culturales. Con calidad crecen los espacios, las audiencias... y los réditos.

- 4 La gestión cultural ante los nuevos desafíos  
*Susana Velleggia*
- 8 Periodismo y cultura  
*Rodrigo Villacís*
- 11 Periodismo cultural, conceptos y problemas  
*Manuel Calvo Hernando*
- 14 El impacto cultural de la radio  
*Ricardo M. Haya*
- 17 Suplementos culturales y rentabilidad  
*Manuel Bermúdez*

20 ¿Terminó la guerra entre literatura y televisión?  
*Martha Cecilia Ruiz*

23 La cultura alcanza la primera plana  
*Carlos Morales*

## COMUNICACION EN SALUD

**U**na cosa es trabajar la comunicación solo para prevenir la enfermedad o la muerte y otra, muy distinta e imprescindible, es hacerlo para mejorar la calidad de vida de la población. Aquí algunas experiencias, teorías y modelos que potencien aquello y permitan una eficiente y frecuente Comunicación en Salud.

- 26 Comunicación y promoción de la salud  
*Gloria A. Coe*
- 30 Información, salud y ciudadanía  
*Bernardo Kucinski*
- 34 Conductismo: ¿hacia dónde nos llevó?  
*Elizabeth Fox  
Gloria Coe*
- 40 Comunicación y salud pública  
*Isaac Epstein*
- 44 Salud: buen negocio para los medios  
*Jennie Vásquez-Solís*
- 48 Comunicación, salud y poder  
*Carlos Wilson de Andrade  
José Stalin Pedrosa*
- 52 Medios y prevención de la violencia  
*Devi Ramírez Díaz*
- 53 Mercadotecnia social y de causas  
*Julie A. Garrett,  
Lisa S. Rochlin,  
Gloria Coe*
- 57 Internet: comunicación para el cambio  
*Warren Feek*



## CONTRAPUNTO

**N**uevos "fermentos" en esta sección, que complementan y contrapuntean artículos de las dos últimas ediciones.

58 Etica y técnica, como el zumbido y el moscardón  
*Javier Darío Restrepo*

62 Innovaciones en la noticia  
*Eleazar Díaz Rangel*

## APUNTES



76 Comunicación pública de la ciencia

78 Juegos electrónicos: un desafío a los valores  
*Gregorio Iriarte O.M.I.*

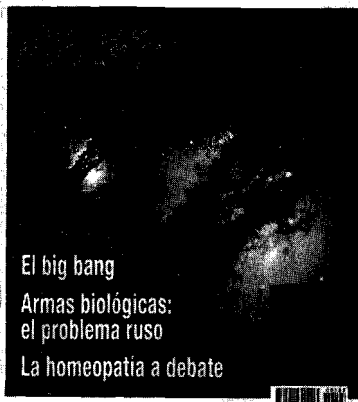
65 El humor en Freud y la publicidad  
*Talvani Lange*

69 ¿El público perjudica a la publicidad?  
*Esteban Perroni*

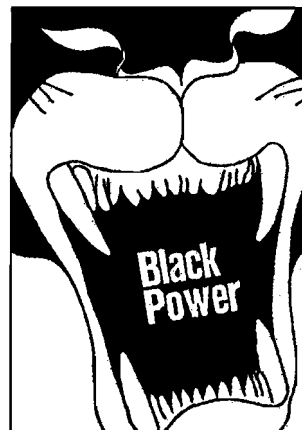
73 Periodistas científicos, profesionales especializados  
*Argelia Ferrer Escalona*

## MUNDO CIENTIFICO

LA RECHERCHE



80 Diseño gráfico cubano: confesiones de uno de los siete maestros  
*Joaquín G. Santana*

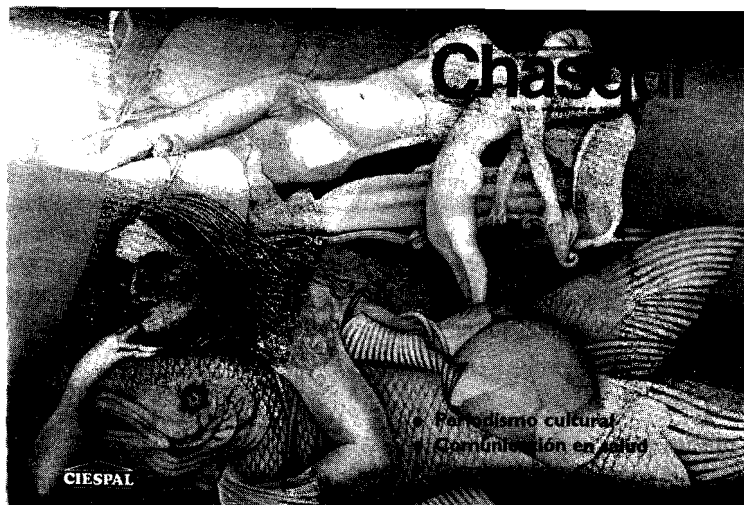


85 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

RESEÑAS

88 Revistas Iberoamericanas de Comunicación  
*Daniel E. Jones*



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

CAROLE LINDBERG

"SIRENAS", 1993

Técnica mixta sobre papel.

56 x 76.5

# Revistas Iberoamericanas de Comunicación

*Sin lugar a dudas, los casi dos centenares de revistas que sobre comunicación se publican en Iberoamérica han contribuido a un mejor entendimiento entre los diferentes pueblos del área y a una mayor comprensión de sus problemas sociales, políticos, económicos y culturales. A continuación se reseñan los contenidos de algunas de esas publicaciones, aparecidas entre el segundo semestre de 1997 y el primero de 1998, lo que da continuidad a un texto similar publicado en la Chasqui 61, y responde a las sugerencias de varios lectores.*



**L**os aproximadamente 200 títulos de revistas dedicadas al análisis de la comunicación y la cultura de masas -desde distintas perspectivas formales, teóricas y metodológicas-, editadas en Iberoamérica en los últimos años, permiten hacerse una idea del gran interés demostrado en esta área cultural

**DANIEL E. JONES**, español. Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor en las facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad Ramon Llull.

por el estudio de este fenómeno social contemporáneo.

Entre estas, se pueden encontrar desde revistas de un gran rigor académico y científico, hasta pequeños boletines informativos con un escaso número de páginas. Algunas de ellas tienen una periodicidad más o menos regular, mientras que otras solo publican un primer número o bien la edición es discontinua. Así, puede afirmarse que existen varias revistas que destacan del resto, bien por su alcance y reconocimiento internacional,

bien por la categoría de los artículos y de los autores seleccionados, bien por el tratamiento y profundidad de los temas abordados, bien por la continuidad y cuidado de la edición.

Las revistas publicadas en Iberoamérica, en las últimas décadas, han favorecido la difusión de la producción intelectual dedicada al análisis de los fenómenos comunicativos, pero no solo la de los investigadores autóctonos, sino también la de los de otras latitudes. Han permitido, asimismo, introducir y generalizar diferentes co-

rrientes teóricas y metodológicas novedosas, debates cruciales para el futuro de la región y una mayor comprensión de su problemática. Aunque también han sufrido inexorablemente las carencias de todo género de las propias sociedades en las que operan.

Presentamos a continuación síntesis de los contenidos de algunos de los números de estas revistas publicados en el segundo semestre de 1997 y en los primeros meses de 1998.

**AHCIET: Revista de Telecomunicaciones** (Madrid: Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones, año XVI, núm. 73, enero-marzo de 1998). El *marketing* de los servicios de telecomunicación a través de Internet, las funciones y actividades de la Comisión Federal de Telecomunicaciones de México en 1996-97, el colapso en los ordenadores el año 2000, las tecnologías de la información y las comunicaciones en el futuro, y los fines y competencias del Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI), fundado en 1988.

**Análisis: Quaderns de Comunicació i Cultura** (Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, núm. 21, 1997). Número monográfico sobre un ambicioso proyecto patrocinado por el extinto Centre d'Investigació de la Comunicació sobre los estudios europeos en el campo de la comunicación, con aportaciones de prestigiosos teóricos que analizan los casos de Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Portugal, Suecia y Suiza.

**Anuario Ininco: Investigaciones de la Comunicación** (Caracas: Universidad Central de Venezuela, núm. 8, 1997). La dimensión moral de la comunicación, la crisis estructural y los cambios tecnológicos que trae la globalización, el discurso desde el punto de vista político, la teoría de la opinión pública de Jürgen Habermas, la telemática y el control social, la legislación publicitaria en Venezuela, la educación para los medios en el panorama internacional, y una serie de documentos legislativos sobre los de-

rechos del niño en el ámbito comunicativo.

**Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Social** (São Bernardo do Campo: UMESP, núm. 1, 1997). El sistema comunicativo español (estructura, formación e investigación), la liberalización de las telecomunicaciones en México en el marco del TLCAN, la comunicación y la transferencia de tecnología agrícola en Brasil, el mestizaje y los nuevos escenarios de la globalización en América Latina, las nuevas tecnologías y la comunicación regional, la democratización político-cultural boliviana, el proceso de cambios en el periodismo brasileño, la radio comunitaria como modelo de democratización, y la enseñanza de la comunicación para el desarrollo regional.

**Causas y Azares** (Buenos Aires: Causes y Azares, núm. 6, primavera de 1997). El cine actual en Argentina y Brasil, los documentales, las salas de exhibición en México, entrevistas al norteamericano John Sayles, a la comunicóloga argentina Beatriz Sarlo y al semiólogo italiano Paolo Fabbri; debate entre la economía política de la comunicación y los estudios culturales, el cine como síntoma de la cosificación cultural, la industria del entretenimiento en Argentina, la novela negra, y el periodismo y la clase obrera argentina.

**Comunicação & Sociedade** (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, núm. 28, 1997). Los medios impresos (las relaciones entre periodistas y escritores, la utilización de los sinónimos en la prensa, el género de opinión en la prensa brasileña, las elecciones en un periódico local), Internet (el periodismo del futuro, la implantación en Brasil, la diversidad cultural y los conglomerados), la televisión (el *merchandising* como cara oculta del teleperiodismo, la programación dominical, la construcción del concepto de familia a través de la pequeña pantalla), y la radio (las demandas de trabajadores paulistas para contar con una emisora propia en los años 80).

**Comunicación** (La Paz: Centro de Noticias e Investigaciones Bolivia, núm. 1, abril-mayo de 1998). El fenó-

meno Internet y su incidencia en los ámbitos periodísticos, la cumbre de la Federación Latinoamericana de Periodistas celebrada en Santa Cruz, y los postgrados de comunicación y desarrollo en la universidad boliviana.

**Comunicación y Estudios Universitarios** (Valencia: Fundación CEU San Pablo, núm. 7, 1997). Número monográfico sobre la propiedad intelectual en los medios de comunicación, la estructura comunicativa y la organización de los contenidos en Internet, la prensa valenciana en los años treinta, la verdad y la objetividad en la información, las emociones en la





comunicación, el futuro de las agencias de publicidad, y una década de pluralismo radiofónico en Grecia.

**Comunicación y Sociedad** (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. X, núm. 2, 1997). Poder político, empresa periodística y profesionales de los medios en la transición española a la democracia (1975-1982); naturaleza y deontología del periodismo de denuncia, estructura y cambios en la prensa diaria argentina (1989-1992), criterios de deontología en el tratamiento informativo del dolor, la sociedad de la información en el pensamiento de Juan Pablo II, la historia de la comunicación social en el ámbito universitario español, y la gestión de la calidad en empresas comunicativas.

**Comunicar: Revista de Educación y Medios de Comunicación** (Huelva: Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, No 8, 1998). Número monográfico dedicado a analizar las tendencias actuales de la educación en medios de comunicación en la comunidad iberoamericana, con artículos centrados especialmente en la influencia de la TV sobre la infancia.

**Contratexto** (Lima: Universidad de Lima, núm. 11, diciembre de 1997). Dedicado al número a "comunicación y empresa": la organización y la informática, los procesos de socialización empresarial, la función de la comunicación interpersonal en la calidad de los servicios, la gerencia y el rediseño de la empresa, las organizaciones y el cambio, la calidad total, el manejo de la imagen, y las empresas de servicios.

**Cuadernos Cinematográficos** (Valladolid: Universidad de Valladolid, núm. 9, 1997). El cine como arte (texto clásico del extinto Guido Aristarco, la publicidad del filme, la estética y la sociología de la relación entre cine y video, la dualidad en el cine fantástico-terrorífico, las bases de datos cinematográficas, la naturaleza del documento, el testimonio cinematográfico de la I Guerra Mundial, la influencia del melodrama clásico americano en el cine de Pedro Almodóvar, la censura cinematográfica española en los años sesenta, la violencia televisiva, y la consolidación de los estudios y expansión internacional de Hollywood en los años veinte.

**Cuadernos de Información** (Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 12, 1997). Un informe sobre la noticia (la importancia e interés de la selección noticiosa, la reinención del concepto de noticia según Maxwell McCombs, los diarios y las ciudades chilenas, la identidad regional de los medios en Europa, el "periodismo público" como nueva idea, y la guerra y la paz como noticia en Oriente Medio), el periodismo y la propia imagen, la diversidad y el pluralismo en la TV chilena, y los métodos para medir la concentración mediática.

**Cuadernos de Información y Comunicación** (Madrid: Universidad Complutense, núm. 3, otoño de 1997). Número sobre el ámbito académico de la Teoría General de la Información: su carácter como ciencia matriz, su papel en el plan de estudios de las facultades de Ciencias de la Información españolas, y la investigación en este campo del conocimiento.

**Cuadernos del Madrid** (Madrid: *Madrid Diario de la Noche*, núm. 3, abril de 1998). Artículos breves sobre la labor de los corresponsales, el po-

der de los medios, el diario *La Vanguardia* de Barcelona, la legislación sobre la profesión periodística en España, la visualización del comportamiento de la audiencia televisiva, y el "ocaso del periodismo" según José Luis Martínez Albertos.

**Diálogos de la Comunicación** (Lima: FELAFACS, núm. 51, mayo de 1998). Número monográfico que analiza los retos del periodismo latinoamericano a finales de siglo: la integración y las rupturas que provoca la globalización, los retos del periodismo como profesión, el futuro de la prensa desde la historia, las posibilidades del periodismo de investigación, las transformaciones en la prensa mexicana, la corrupción de la misión periodística, el papel educativo del periodismo, las tecnologías avanzadas de la información en Chile, y la profesión periodística en Paraguay.

**Estudios sobre las Culturas Contemporáneas** (Colima: Universidad de Colima, vol. 3, núm. 6, diciembre de 1997). Los sujetos sociales a través de biografías radiofónicas individuales y familiares en México, la internacionalización de la telenovela brasileña, la "guerra de razas" en los libros de texto de México y Estados Unidos, y el papel de la fotografía como documento social y antropológico.

**Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación** (San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, núm. 6, 1997). La prensa local en lengua vasca (que difunde unos cien mil ejemplares), la comunicación institucional y sus paradigmas, las televisiones regionales en Europa, la comunicación y la desigualdad social, y las tesis doctorales sobre comunicación presentadas en universidades del País Vasco.

**Quaderns del CAC** (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 1, marzo de 1998). Los desafíos actuales y futuros del "espacio catalán de comunicación", la televisión y la infancia, la publicidad de juguetes dirigida a los niños, el futuro de la televisión por cable en Cataluña, el tratamiento periodístico de los juicios por televisión, el desarrollo de Internet desde un punto de vista étnico, y un informe sobre los consejos audlo-



visuales en Europa (diversidad cultural y lingüística, regulación de los medios audiovisuales, y los casos de Grecia, Italia, Portugal y Francia).

**Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura** (Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, núm. 10, enero-marzo de 1998). Número monográfico sobre las revistas científicas: los procesos de selección y evaluación de los artículos, su publicación, difusión a través de los circuitos científicos y académicos, y divulgación final mediante el sistema mediático.

**Reflexiones Académicas: Periodismo y Comunicación:** (Santiago de Chile: Universidad Diego Portales, núm. 9, 1997). El periodismo al final del siglo XX (dilemas de la Ley de Prensa chilena, la agenda noticiosa de la transición democrática, crímenes periodísticos sin castigo), la ética periodística (realidad y desafíos de América Latina, autorregulación mediática en el mercado global, el consejo de medios como propuesta, fallos del Consejo de Ética en 1997), y la globalización y el impacto de las nuevas tecnologías (la sociedad de la información entre Ford y Bill Gates, las facultades de comunicación en la era global, y la liberalización de las telecomunicaciones en México).



**Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia** (Porto Alegre: Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, núm. 7, noviembre de 1997). Incorpora algunas de las conferencias celebradas anteriormente en la PUCRS sobre la cultura en la era de la información (las políticas públicas de la imagen y la intersubjetividad en los procesos educativos), además de un informe sobre la *agenda setting* y sus aplicaciones en Brasil.

**Revista Iberoamericana de Derecho de la Información** (México DF: Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, núm. 1, mayo-agosto de 1998). La responsabilidad del profesional de la comunicación en el nuevo código penal español, la publicidad en la Unión Europea y en el Consejo de Europa, el órgano constitucional autónomo para los medios en México, la ética en la prensa y en la televisión mexicanas.

**Revista Mexicana de Comunicación** (México DF: Fundación Manuel Buendía, núm. 53, marzo-abril de 1998). La comunicación social en México: medios, partidos y democracia desde el punto de vista jurídico, comunicación y *marketing* político, análisis de contenido de la información sobre las elecciones de 1997 en cuatro telediarios, la prensa actual en Guadalajara, el desarrollo del ciberperiodismo, las mujeres y la violencia mediática, la TV de alta definición, el periodismo del siglo XXI, el papel del Estado en el sistema mediático en 1997, y el entrenamiento profesional en *Televisa*.

**Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas** (Madrid: Universidad Complutense, núm. 4, 1997). Las relaciones públicas en España, el papel de las comunicaciones en la gestión de crisis, la publicidad en la era del multimedia, la comunicación interna en tiempos de cambio, la influencia de las relaciones públicas nucleares en los medios europeos y norteamericanos, el concepto de relaciones públicas durante las crisis, la consultoría de comunicación, y los nuevos medios telemáticos en la comunicación empresarial.

**Signo y Pensamiento** (Bogotá: Universidad Javeriana de Bogotá, núm. 31, segundo semestre de 1997).

Han permitido, asimismo, introducir y generalizar diferentes corrientes teóricas y metodológicas novedosas, debates cruciales para el futuro de la región y una mayor comprensión de su problemática. Aunque también han sufrido inexorablemente las carencias de todo género de las propias sociedades en las que operan.

El futuro profesional de los comunicadores: las facultades de comunicación en el ojo del huracán, problemas para los nuevos licenciados, desafíos para el campo académico, la formación universitaria, las ciencias sociales y los procesos de formación, la evolución de la función periodística, y las crisis de identidad y las ideologías profesionales.

**Tendências: Audiovisual, Telecomunicações, Multimídia** (Lisboa: Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, núm. 2, septiembre de 1997). Número monográfico sobre las "tele-visiones": la interactividad tecnológica, el hipertexto, las utopías de Internet, el futuro de la televisión educativa, las nuevas tecnologías en la economía mundial, la convergencia entre teléfono y

cable en el Reino Unido, la TV de pago en España, las telecomunicaciones, el mercado audiovisual y los nuevos medios en Portugal, los cambios de la TV brasileña, las dificultades de la TV paneuropea, la política comunicativa de la Unión Europea, y los principales indicadores de las telecomunicaciones mundiales.

**Treballs de Comunicació** (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, núm. 8, octubre de 1997). El diseño interactivo multimedia, los nuevos escenarios interactivos para la radio, las dificultades metodológicas de las investigaciones transnacionales, la prensa catalana al final de la Guerra Civil (en 1939), los códigos deontológicos de la TV internacional, el doblaje cinematográfico en Cataluña, el consumo infantil de TV, el estado de la comunicación en España, la prensa catalana en el siglo pasado, y las políticas públicas de comunicación en Europa.

**Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació** (Barcelona:

Universitat Ramon Llull, núm. 5, 1998). La democratización cultural en la época de la reproductibilidad técnica, la obra literaria y periodística del escritor catalán Josep Pla, el pluralismo en los medios de comunicación de la Unión Europea, la información y el aprendizaje, las relaciones entre las actividades filosófica y periodística, el impacto de la crisis de las transmisiones en la pedagogía, las revistas científicas en la red Internet, la trayectoria de la cadena radiofónica COPE (de la Iglesia católica española), y la comunicación en la prevención y la resolución de los conflictos (el caso de Cuba).

**Voces y Culturas: Revista de Comunicación** (Barcelona: Voces y Cultura, núm. 13, primer semestre de 1998). Cine, identidad y cultura (el mercado audiovisual latinoamericano, el cine africano, la oralidad de los pueblos indígenas a través del cine, la problemática audiovisual indígena en América, el cineclubismo y el cine de autor), y la construcción periodística

del suceso (los medios en la construcción de la alarma social, la palabra testimonial en la escena mediática, la crónica policial y la pornografía, el discurso racista, la reinención del mundo, y el rumor y los poderes locales).

**ZER: Revista de Estudios de Comunicación** (Bilbao: Universidad del País Vasco, núm. 4, mayo de 1998). La convergencia digital en los Estados Unidos, la regulación del cable y el satélite en España, las alianzas estratégicas en el inicio del mercado español del cable, los servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva jurídica, las relaciones de los niños y jóvenes españoles con las tecnologías de la información, el papel de la voz en la publicidad audiovisual dirigida a los niños, la exclusión de los latinos en los libros de texto norteamericanos, los modelos comunicativos del SIDA y el cólera en Argentina, la prensa rusa en la actualidad, la creatividad publicitaria, y la profesión periodística en España. ●

## PONGA SU INFORMACION EN TODO EL MUNDO

No sea solo un espectador en Internet, forme parte de la red mundial de información más grande del mundo. Por sólo 20 dólares al mes mantenemos su sitio web en Internet, lo suscribimos a las mejores herramientas de búsqueda, alojamos su sitio web en 2 servidores para mayor facilidad de acceso y mucho más...



INTEGRESE A NUESTRO SERVIDOR DEDICADO A LA INFORMACION SOCIAL



DIRECCION: Av. Orellana 1791 y Av. 10 de Agosto, Edf. Francisco de Orellana, 6to. Piso,  
TELEFONO: 523527 - 553553 FAX: (593-2) 227014  
CASILLA: 17-12-566 Quito-Ecuador E-MAIL: [intercom@ecuanex.net.ec](mailto:intercom@ecuanex.net.ec)  
INTERNET: <http://www.ecuanex.apc.org>