

Carta a nuestros lectores

Ponemos a consideración de nuestros usuarios la edición N° 100 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, que trae como tema central la investigación en la comunicación, tratado por dos especialistas de renombre, como son Luis Ramiro Beltrán y José Marques de Melo, quienes analizan el desarrollo de la investigación desde las cuatro últimas décadas, destacando la responsabilidad del comunicador como generador de mensajes con proyección más allá de lo aparente.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación exige mayor apertura y agilidad en las fuentes informativas, tema que es analizado por José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo, quienes detallan el derecho a la comunicación como importante soporte de los periodistas a la hora de realizar su trabajo.

Fernando Veliz, desde Chile, nos invita a reflexionar sobre el desarrollo alcanzado por el conocimiento social respecto de su propia realidad, sobre la base de los cambios que la historia recoge a lo largo de los siglos, teniendo como denominador común a la comunicación como lazo de relación entre los seres humanos y entre éstos y su entorno.

La crisis económica que agobia a un alto porcentaje de la humanidad ha obligado a desarrollar estrategias económicas para combatirla, y Fabiana Feijoo rescata el papel de la comunicación para activar procesos de apoyo económico social, como los microcréditos.

Los altos sitios alcanzados por las grandes corporaciones transnacionales han dado lugar al apareamiento de mitos y leyendas que, muchas veces, provocan el rechazo a la imposición de sus intereses mercantiles, situación que es analizada en buena forma por el argentino Miguel Santagada.

El uso del marketing por parte de organismos seccionales, como herramienta para generar imagen y captar recursos del sector privado, que les permitan realizar obras, es un tema que lo trata a profundidad la catedrática mexicana Amaia Arribas Urrutia, quien enfoca este tema como alternativa para fortalecer a las arcas municipales.

La incursión de la televisión digital en América Latina es cuestión de tiempo, pues lo analógico pasará a la historia cuando lo digital se imponga como una realidad que el mundo desarrollado ya está disfrutando, aunque para esto se deban cambiar los conceptos de televisión e incluso la forma de vida, pues su disfrute dependerá, además, de la capacidad económica para acceder a un televisor de alta definición, según un análisis de Fernando Fuentes.

Un tema recurrente en nuestros países latinoamericanos es el referido a la defensa del periodismo profesional, acción que tiene varias aristas que son consideradas en un ensayo bien logrado por parte del español Ángel Arrese, quien reivindica para el lector los beneficios de un trabajo profesional por parte de los comunicadores.

Al igual que en ediciones anteriores, el número 100 de Chasqui presenta contenidos que, estamos seguros, serán un gran aporte para la actualización de conocimientos referidos a la comunicación y el periodismo, como el uso del artículo como género persuasivo para la comunicación política, que lo escribe Rafael Yáñez Mesa, el impacto de la publicidad en los jóvenes, y la oferta bibliográfica en temas de comunicación y periodismo.

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.

Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador

Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.

Ministro de Educación

Héctor Chávez V.

Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Sagüer C.

Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton

Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

Héctor Espín R.

Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.

Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.

FENAPE

Edgar Jaramillo S.

Director General del CIESPAL

Teléfonos.: (593-2) 250-6149 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

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

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Marketing municipal	
<i>Juan Gargurevich</i>	3	<i>Amaia Arribas Urrutia</i>	40
Portada		En defensa del periodismo profesional	
Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer		<i>Ángel Arrese</i>	46
<i>Luis Ramiro Beltrán Salmón</i>	4	Compras y fusiones mediáticas a nivel mundial	
Reto de la investigación latinoamericana en comunicación		<i>María Helena Barrera-Agarwal</i>	52
<i>José Marques de Melo</i>	8	Prensa	
Opinión		El artículo, un género persuasivo	
Dos apostillas a la libertad de expresión		<i>Rafael Yanes Mesa</i>	58
<i>Antonio Pasquali Greco</i>	14	Televisión	
Ensayos		Televisión digital, los olvidados de la revolución	
El derecho a la comunicación		<i>Fernando Fuente-Alba Cariola</i>	64
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i>	16	Investigación	
Comunicación, organización y narrativas: Construyendo desde la seducción		El impacto de la publicidad de cigarrillos en menores de edad	
<i>Fernando Veliz Montero</i>	22	<i>Juan Felipe Mejía Giraldo</i>	70
Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza		Comunicación Organizacional	
<i>Fabiana Feijoo</i>	28	Comunicación corporativa en empresas chilenas	
Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones		<i>Dino Villegas y Alejandro Kemp</i>	76
<i>Miguel Santagada</i>	34	Periscopio Tecnológico	82
		Bibliografía sobre Comunicación	86
		Actividades del CIESPAL	92

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

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 100 Diciembre 2007

<p>Director Edgar P. Jaramillo S.</p> <p>Editor (E) Raúl Salvador</p> <p>Consejo Editorial Lolo Echeverría - Héctor Espín Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.</p> <p>Portada Mayra Cajilema C.</p> <p>Diagramación Mayra Cajilema C. Gustavo Guerrero M.</p>	<p>Chasqui es una publicación del CIESPAL</p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura http://www.felafacs.org/rederevistas</p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades http://redalyc.uaemex.mx</p> <p>Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Juan Gargurevich:

Comunicadores y periodistas: necesidades de América Latina

La eficacia socializadora de la que gozan los medios radica en su capacidad para proponer a sus receptores qué pensar, sobre qué pensar, cómo pensar y, más allá del terreno intelectual, cómo sentir, actuar y, en definitiva, vivir. Y es que ya estamos inmersos en un mundo de comunicación donde los mensajes se entrecruzan, proponen e incluso disponen, logrando en muchos casos modificar actitudes, como es el caso de la sociedad de consumo, ejemplo extremo del uso de la información en beneficio de la economía.

América Latina se integra con cierto retraso al mundo de la comunicación, y sufre la invasión de la tecnología proveniente de los países desarrollados; nuestra región es vista en términos de mercado, y podemos constatar que los adelantos en la materia nos inundan día a día, dependiendo de la economía de cada país y del potencial de su "mercado". Somos pues espectadores, a la vez que víctimas de la revolución tecnológica en el campo de la comunicación, con situaciones de contraste cada vez más acusadas, aun dentro de un mismo país. Es fácil comprobar, por ejemplo, que en una misma ciudad un sector de altos ingresos capta transmisiones vía satélite a todo color y los graba en su dvd, mientras en otros, la mayoría ni siquiera tiene acceso al modesto radio a transistores.

La miseria de nuestros pueblos no debe pasarnos desapercibida, y los comunicadores constituyen, de hecho, un frente fundamental para la batalla contra el subdesarrollo y la dependencia. Este es nuestro primer enfoque y premisa: analizar, observar, proponer, siempre considerando cómo lograr una sociedad mejor. De otro

modo, el estudio de la comunicación en América Latina se convertirá en retórica de gran complejidad para la comprensión de sus fenómenos, y con pocas posibilidades de práctica destinada a lograr ese "otro desarrollo" propuesto por quienes han tomado conciencia de la realidad continental.

En medio del esquema ya probado de penetración intensiva de las transnacionales y de sus métodos destinados a consolidar su influencia, no quedan descuidados los medios de comunicación, entendidos como medios de presión y de formación, de la mal llamada "opinión pública" que, pese a no ser tal, es un factor capaz de influir sobre los gobiernos. La captura de las páginas editoriales de los grandes titulares es muchas veces tarea diplomática, y ha llegado hasta las intervenciones descaradas.

El periodismo, tanto en prensa como en radio y en televisión, es moldeado con características especiales, y forma parte del esquema dependiente; la revisión de la propiedad de la "media" en nuestros países comprueba la afirmación.

En cuanto al problema de la teoría de la comunicación, existen proposiciones importantes destinadas a revisar los esquemas clásicos de la comunicación, que plantean la práctica de la participación activa del receptor. Uno de esos avances está contenido en un trabajo del estudioso chileno Fernando Reyes Matta, quien propone como tareas para la educación en comunicación, los siguientes objetivos:

- formación de juicio crítico respecto a los medios de comunicación, su influencia y organización social;



- capacidad de análisis y valoración de los diversos contenidos existentes en los mensajes;

- formación de un sentido selectivo respecto del carácter de los diversos fenómenos de la comunicación y sus medios;

- capacidad crítica frente a las consecuencias negativas que medios y mensajes externos pueden tener en la realidad nacional;

- capacidad de postulación de alternativas para la estructura programática y los contenidos de la comunicación;

- capacidad de participación en las decisiones políticas de comunicación en cualquiera de las instancias donde ella se presente;

- formación para la participación directa en la producción de contenidos y mensajes alternativos.

El planteamiento resume cabalmente lo que se quiere obtener de la comunicación, a la vez que pone de relieve las carencias, es decir, que al reconocer las necesidades descubre la ausencia de tales características en las formas de comunicación utilizadas actualmente. La implementación de esos objetivos está en manos de los comunicadores y de los nuevos profesionales de la comunicación.■

┆ *Juan Gargurevich, periodista y comunicador peruano*