

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 45 - ABRIL 1993

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Gino Lofredo

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alternó, Rubén Astudillo,  
Min. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,  
Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad  
Estatad de Guayaquil

Fernando Naranjo, FENAPE

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Francesca Rota Loiseau

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

Servicios Especiales de AFP,  
COMUNICA, IPS, OIP, IJI

*Chasqui* es una publicación de CIESPAL  
que se edita con la colaboración de la  
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador  
Telf. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo  
electrónico: [chasgino@ecuanex.ec](mailto:chasgino@ecuanex.ec)

Los artículos firmados no expresan  
necesariamente la opinión de CIESPAL o  
de la redacción de *Chasqui*.



## RADIOS LIBRES

**L**as radios comunitarias,  
populares y libres de  
América Latina crecen en  
número mientras cambian su  
programación y revisan sus  
funciones y objetivos en busca de  
una audiencia más amplia y  
diversa.

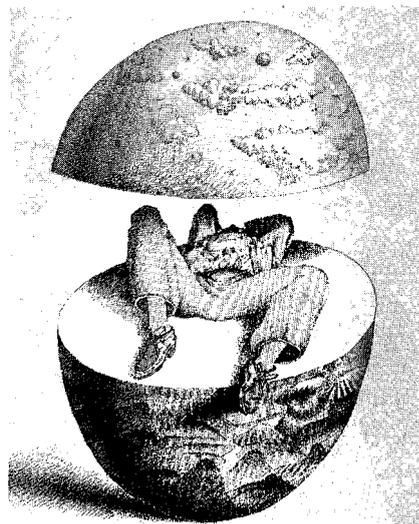
- 4 Organizando las voces de Babel, *Bruce Girard (AMARC)*
- 6 ¿Dónde están y a dónde van las radios populares?, *María Cristina Mata (ALER)*
- 8 Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria?, entrevista a José Ignacio López Vigil y Luis Dávila (AMARC)
- 11 México: Del café y las radios independientes, *Pablo Iacub*
- 14 México: Radiodrama, taller instantáneo, *Anthony J. Sloan*
- 16 El Salvador: La radio y la guerra, *Antonio Pasquali*
- 18 Venezuela: Una doncella de 18 años, *José Tomás Angola*
- 20 Ecuador: Construyendo radio y pueblo, *Teodoro Galarza (CORAPE)*
- 23 Ecuador: La experiencia de Radio Latacunga, *David Silva*

- 25 Perú: ¿Cómo mantener viva la propuesta? *Jorge Acevedo Rojas*
- 29 Bolivia: Erase una vez un radialista... *Rafael Archondo*
- 30 Bolivia: El caso Palenque, *Javier Izko*
- 34 Brasil: Las radios libres, *Rondon de Castro*
- 36 Argentina: FM Sur: estudiantes en el barrio, *Kintto Lucas*
- 38 Canadá: Organizando mujeres, *Louise Boivin*

## REDES ELECTRONICAS

**E**l acceso al correo y las redes de información electrónica ya no es un privilegio del mundo industrializado. En América Latina se multiplican los nodos que vinculan a la región con las redes especializadas del planeta. El proceso destaca el potencial para el desarrollo y la democratización de las comunicaciones.

- 40 Democratizando el ciberespacio, *Howard Frederick*
- 46 Instintos primarios, *Oswaldo León y Sally Burch*



- 48 Tecnología empresarial y redes, *Sally Burch y Osvaldo León*
- 50 Informatización y desarrollo, *Daniel Pimienta*
- 55 Correo electrónico y desarrollo, *Enzo Puliatti*
- 58 Redes electrónicas y periodismo investigativo, *Fernando Reyes Matta*

## ENTREVISTAS

- 61 Rius para principiantes, *Gino Lofredo*
- 65 Ziraldo: por la democracia y los niños de América, *Ricardo Soca*



## CORRUPCIÓN Y MEDIOS

Los medios son un componente clave de la denuncia y la investigación de la corrupción política y administrativa. Algunas experiencias se destacan por su efectividad y por las reacciones que suscitan de los gobiernos e intereses afectados.

- 68 Venezuela: La tentación cesarista, *Antonio Pasqualí*
- 74 Venezuela: Corrupción y denuncia periodística, *Alicia Fernández*
- 79 Brasil: El arraigo de la corrupción y la superficialidad de los medios, *Eduardo Neiva*

- 85 Argentina: Corrupción, dependencia y medios, *Alicia Simeoni, Jorge L. Bernetti, Silvia E. Agosto*
- 90 El contrapoder de la prensa, *Alicia Fraerman*

## POLEMICA Y COTIDIANIDAD

- 94 TV broadcasting para el desarrollo, *Valerio Fuenzalida*
- 101 Contextualizando la recepción, *Mario Kaplún*
- 105 El arca de la realidad, *Kintto Lucas*

## AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 115 Chasqui por dentro, *Gino Lofredo*

## TENDENCIAS

- 119 Violencia en la novela de las ocho, *Martha Alves d'Azevedo*
- 120 Yo Acuso, *Monseñor Lucas Moreira Neves*
- 123 CEPAL: Invertir en información y telecomunicaciones

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 125 Entrevista a Gloria Dávila de Vela, Jefa del Departamento de Investigación.

## UNICEF

- 127 Los niños en Ecuador
- 131 RESEÑAS



## NUESTRA PORTADA

*Serena Volátil*, óleo sobre tela, 1993, 25 cm. x 30 cm, es de la artista ecuatoriana Francesca Rota Loiseau.

Casilla 8103, Quito, Ecuador.  
Teléfono (5932) 505-920

Foto de Kira Tolkmitt

### FOTO DE PORTADA INTERIOR

Luis R. Morilla  
Av. Juan B. Alberdi 126/128  
(1424) Buenos Aires, Argentina  
Telf. 923-5470 / 922-9272  
Fax 3315106 / 343-3169

*Cultura del silencio y vida cotidiana***El arca de la realidad***Cariño maternal, Lugano, Argentina*

Luis R. Morilla, 1965

*Los actores sociales debaten nuevos temas. La crisis ideológica y la falta de respuestas concretas y de ideas fuerza para los problemas cotidianos de la gente, incentivaron el inicio del estudio serio de la relación entre los medios de comunicación y la vida cotidiana. El investigador uruguayo Kintto Lucas propone un acercamiento al debate e indirectamente responde al artículo del estadounidense Anthony Wardlaw, publicado en el número 44 de Chasqui.*

**D**urante décadas la investigación de la comunicación social se centró en el análisis del impacto de la acción comunicacional sobre la sociedad.

No se analizaba el proceso del que era parte ni su relación con otros elementos de la realidad. La preocupación fundamental era conocer qué efectos producía determinado mensaje: era la visión de los medios como entidades omnipotentes. Los periodistas por su parte, se dedicaban esquemáticamente a contar un hecho o a hacer periodismo de

opinión. Se ignoraban los marcos inmediatos de referencia en que las personas se mueven, el contexto, las características del perceptor, los orígenes de los acontecimientos. Los resultados obtenidos siempre se daban la razón.

Este esquema marcó la lógica de la teoría de la comunicación durante toda una época. Los sectores críticos cuestionaban el modelo y otros elementos que determinaban el carácter de los mensajes producidos, como la propiedad privada de los medios por grupos de poder económico y político que excluían y marginalizaban los intereses y la voz de los sectores populares. Como contrapropuesta para romper con esa "cultura del silencio" impuesta por los propietarios de los grandes medios, surgieron múltiples periódicos que bus-

caban ser una "alternativa", y se esquemmatizó la consigna "hay que dar la voz al pueblo". Pero se mantuvo la lógica comunicacional dominante. Se debía convertir al receptor en emisor ya que, si se enviaban mensajes opuestos y contestatarios a los hegemónicos, se podría revertir la situación de injusticia, provocando la "conscientización de los no conscientizados". En lugar de contextualizar el hecho comunicacional y tener en cuenta el sector al que se quería llegar, su marco histórico, su particularidad, la multiplicidad de los actores sociales y sus imaginarios sociales, se enfatizó la

**KINTTO LUCAS**, uruguayo. Escritor, periodista y poeta. Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí 1990. Este artículo es parte del libro *Identidad y cultura del silencio en los medios de comunicación*, de próxima edición.

"efectividad del mensaje". La preocupación fue imponer el mensaje porque "había que educar a las masas". Para lograrlo se usó un lenguaje elitista, atiborrado de adjetivaciones e inaccesible para los sectores populares. La selección de los temas a tratar se realizó de acuerdo al sector político representado por el medio. Así se construyeron los medios "alternativos". No importaba a quién iban dirigidos. Se olvidaban del receptor creyendo representarlo y, de hecho, desdeñaban la cultura popular. A esta propuesta siguió otra que sacralizó todo lo hecho por los sectores populares, pasándose así al otro extremo. Las dos propuestas fracasaron porque, entre otras cosas, olvidaron y dejaron fuera de sus páginas el inmenso mundo de la vida cotidiana.

### Un almuerzo diferente

Para la investigadora Agnes Heller, la vida cotidiana "es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los que a su vez crean la posibilidad de la reproducción social". En ella "se ponen en obra todos los sentidos, todas las capacidades intelectuales, todas sus habilidades manipulativas, sus sentimientos, pasiones, ideas e ideologías" y "al estar todas las capacidades en acción, ninguna de ellas lo está con toda su intensidad". La vida cotidiana genérica es común y necesaria para todos los hombres, pero la vida cotidiana de cada hombre tiene muy poco en común con la de los otros hombres. Si bien son idénticas en un plano abstracto, cada uno vive su cotidianidad bajo diferentes circunstancias. Sin embargo la vida cotidiana no se vive en un aislamiento absoluto. Heller señala que "la reproducción del hombre particular es reproducción del hombre concreto e histórico y es un hecho social, pues es un hombre que en su vida cotidiana ocupa un lugar determinado en la división social del trabajo, vive en un momento histórico y lugar por los que está atravesando esta variable". Cuando se habla de la necesidad humana de obtener alimentos (acto cotidiano necesario para todos los hombres) entre dos personas pertenecientes a las clases dominantes, podemos encontrar la diferencia en el hecho de que comen cosas distintas pero en esencia es la misma cotidianidad que los iguala y que es

opuesta y diferente a la de los sectores populares, para quienes el acto de comer puede significar supervivencia.

El análisis aislado de la vida cotidiana, desde una perspectiva individual, no es posible, porque es en las relaciones sociales donde se reproduce y se vive. Por otra parte, también tiene su historia: cuando nacemos nos encontramos con un mundo predeterminado por factores económicos, sociales y culturales. El mundo se nos presenta "ya constituido" y a través de los distintos procesos de socialización vamos internalizando determinadas pautas. La vida cotidiana se sustenta en una acumulación de experiencias que se transmiten de generación en generación, y se presenta como natural y ya consumada. Cada uno de nosotros se mueve dentro de ella con inmediatez y respuestas automáticas, colocándose siempre al resguardo de lo que pueda significar incertidumbre o cambio. Nos movemos con una lectura del entorno que escapa a cualquier estudio, basándonos generalmente en la clasificación y los estereotipos. Los culebrones venezolanos -por ejemplo- muestran la vida de determinados sectores de la clase media de ese país pero no representan la diversidad cotidiana de Venezuela. Los sectores populares están ausentes y son mostrados tan sólo a través del prototipo de la empleada de la familia rica. Son personajes estereotipados, abstractos, híbridos, sin historia, a no ser aquella implícita en el drama. Refuerzan una lectura simplista de la realidad.

### Bill Cosby versus Página/12

En América Latina -como bien apunta el comunicador Daniel Prieto Castillo- la cotidianidad que vivimos ha sido impuesta y diezmada a partir del proceso de conquista y dominación, que todavía continúa. No quiere decir que nuestra cotidianidad "pura" haya sido justa y ambientalmente autosostenible. Pero sí creo necesario valorizar el derecho a tener nuestra propia cultura, a ser nosotros mismos y a tener la capacidad de decidir nuestro rumbo, lo que queremos ser y hacer. No podemos aceptar imposiciones.

La cotidianidad que no toma en cuenta lo que fuimos (bueno o malo), nuestros sueños y esperanzas, no es nuestra y no debemos asumirla como tal.


**C**uando se emiten series como *Cheers* o *Bill Cosby*, nos están imponiendo la vida cotidiana de determinados sectores norteamericanos que nada tiene que ver con la de América Latina.

Eso nos permitirá abrir la posibilidad de reconstruir una cotidianidad acorde con valores de justicia, y es ahí donde se abre la posibilidad para una prensa verdaderamente comprometida con los sectores populares. América Latina es diversidad, es una mezcla de culturas y razas. Pero los grandes medios acostumbra a imponernos cotidianidades que no están de acuerdo con nuestra realidad. Cuando se emiten series (por cierto muy bien hechas) como *Los Jeffersons*, *Bill Cosby* o *Cheers* nos están mostrando (y en cierta medida imponiendo) la vida cotidiana de determinados sectores norteamericanos, que nada tiene que ver con América Latina.

Pensar y analizar la cotidianidad implica tomar distancia de ella y convertirla en objeto de análisis. Implica pasar de una objetivación en sí a una objetivación para sí, del estereotipo a lo multifacético, y esto implica un largo proceso. La prensa comprometida con los sec-

tores populares debe ser un "espejo" de la cotidianidad, a partir del cual los sectores populares tomen distancia y puedan analizarla. Debe retomar la cotidianidad de los diferentes sectores y analizarla aportando elementos que ayuden a desnaturalizarla, para que así se pueda percibir más fácilmente aquel hecho cotidiano que esconde una situación injusta. Es necesario tener en

y el entorno social, si parte de las experiencias cotidianas que permitan a los sectores populares identificarse y apropiarse de los mensajes, para luego construir nuevas propuestas. El diario argentino *Página/12* rescata determinados cosas reconocibles por el gran público, para llegar mejor a la gente. Tanto a través de sus titulares (cuando utilizan el nombre de un tango o frases interna-

vida cotidiana hace de mediadora hacia lo no cotidiano. Es la escuela preparatoria de lo no cotidiano. Es a través de las capacidades que se adquieren en ella que una persona se afirma en determinada comunidad para luego poder apropiarse y objetivarla. Una propuesta de prensa comprometida con los sectores populares no puede obviar lo cotidiano y hablar desde lo supuestamente superior, porque está asumiendo la postura de los sectores dominantes que rechazan toda forma de vida del pueblo por considerarla inferior. Sus mensajes no estarán estructurados acorde al mundo dominado sino al mundo dominante. Los grandes medios toman hechos cotidianos sin contextualizarlos, porque no están comprometidos con los sectores populares y, si bien llegan a esos sectores, no apuntan a un proyecto que intente cambiar esa realidad.

Cuando Marcelo Tinelli, un locutor de treinta años, realizó un programa televisivo en el que hablaba como la mayoría de la gente, con sus dichos, su lunfardo, estaba transgrediendo la formalidad de la TV argentina. Elevaba la cotidianidad a la pantalla y los jóvenes se veían reflejados, porque él no sólo los representaba sino que era uno de ellos. Ya no era el espectáculo sino la realidad, y por eso la gente se identificó abiertamente. Durante dos temporadas fue el programa de mayor rating de la televisión argentina. Lamentablemente, Tinelli no rescataba la vida cotidiana para desnaturalizarla, no la convertía en objeto de análisis, no traspasaba el cerco de la diversión.

Sin embargo, hay novelas como *Pantanal*, o algunas series de la *Red Globo* en la que los autores (luego de meticulosas investigaciones) lograron representar la multiplicidad y riqueza de la cotidianidad brasileña, desnaturalizándola y convirtiéndola en objeto de análisis. Con cuatro ejemplos basta: *Carga Pesada*, serie en la que se relata la vida de dos camioneros por las rutas del Brasil. *Plantón de Policía*, que narra las peripecias de un cronista policial. *Malha Mulher* donde se muestra la vida de una mujer periodista recién divorciada, su trabajo, sus conflictos familiares, su realidad. *El Bien amado* que trata sobre un pueblo del interior de Bahía gobernado por un personaje corrupto, pero a la vez pintoresco, típico de muchos rincones, ya no de Brasil sino de América Latina.



Foto UNICEF

### Curiosidad

cuenta que lo aprendido y practicado en la vida cotidiana está fuertemente arraigado e internalizado, por lo que cualquier cuestionamiento implica una sensación de pérdida e inseguridad ante lo cual el individuo tiende a cerrarse y sólo acepta los mensajes que se apoyan en la cotidianidad.

La prensa comprometida con los sectores populares puede ayudar a realizar una lectura crítica de la realidad

lizadas por los argentinos) o de su caricatura de portada, parte de la vida cotidiana y profundiza hechos de injusticia que están presentes en la realidad.

### Tinelli y las series brasileñas

Si el mensaje parte de una negación directa de la vida cotidiana, de un rechazo autoritario y elitista, la interpretación se puede convertir en un acto de violencia y agresión contra los receptores. La

Son las excepciones que confirman la regla. Seriadamente en los que los personajes tienen historia, van cambiando, se transforman. La vida no es blanco y negro, existen muchos grises.

### Sueños, pasiones y procesos

Muchos periódicos, que se decían comprometidos con los sectores populares, dejaron fuera de sus páginas el ámbito de lo cotidiano partiendo de un discurso globalizador y general para todos, sin tomar en cuenta las diferencias culturales y grupales que se manifiestan en la cotidianidad. Se olvidaron que el sentido de la vida no se expresa

**M**uchos periódicos que se decían comprometidos con los sectores populares, olvidaron lo cotidiano, partiendo de un discurso globalizador y general, sin tomar en cuenta las diferencias culturales y grupales que se manifiestan en la vida cotidiana.

sólo a través de lo verbal, sino que es necesario tener en cuenta otros lenguajes, los gestos, los movimientos, los sueños, las pasiones, el tiempo y el espacio. La visión de la comunicación como producto se mantenía. Concepción que vive los hechos como algo del presente, sin historia. El periódico comprometido con los sectores populares debe renunciar al enfoque-producto y aportar en la recuperación histórica de la comunidad, barrio, organización o sector social, desarrollando formas de expresión que se integren a las relaciones cotidianas. Debe insertarse en la vida cotidiana dejando de lado fórmulas huecas y aceptando muchas veces lo imprevisible, lo múltiple, lo variado. Hay que reconocer la existencia de procesos históricos y trabajar dentro de ellos, en su expresión cotidiana y no en un vacío alejado del pueblo con "verdades" absolutas. A veces ocurre que, al intentar acercarse a lo cotidiano, se sigue manteniendo una mirada-producto y se valoran aspectos de la cotidianidad que llaman la atención, convirtiéndolos en "espectáculo", resaltando lo "folclórico". Muchas veces, tanto los periódicos que se dicen comprometidos con los sectores populares, como los grandes medios, van hacia el barrio popular o la zona marginada y sólo rescatan determinados personajes que sobresalieron por algo, sin tener en cuenta al sector como un todo. Se quedan así en el espectáculo, con la mirada fragmentada. Lo ven como espectadores, desde afuera, sin participar en lo que creen relatar.

### La sonrisa del *cantegril*

En Uruguay, durante mucho tiempo, los periódicos que se llamaron alternativos representaron al hombre del *cantegril* lleno de tristeza y odio por la vida. Cierta vez, la revista en la que trabajaba me encomendó realizar una serie de notas sobre el *cantegril*. Paradojalmente, dentro de lo dramático de sus vidas, los habitantes mostraban una alegría increíble para los sectores de clase media. A pesar de la miseria y la lucha por salir de ella, la alegría era una constante. Todavía recuerdo cuando el reportero gráfico mostró las diapositivas para elegir la foto color de la portada: en ellas aparecían muchos niños y adultos con rostro sonriente y varios dijeron (entre ellos el director de la revista) "Eso

fue armado. En los *cantegriles* no pueden estar alegres". No entendían que la cotidianidad era otra, que implica tristezas y alegrías. El hecho no era desbaratar su alegría, sino partir de la vida cotidiana para que pudieran analizarla y comenzaran a cambiar su realidad, potencializando y valorando su capacidad creativa.

El periodismo popular-participativo no puede quedarse con miradas fragmentadas, sin observar toda la complejidad. El gran reto de la prensa comprometida con los sectores populares es acortar las distancias entre el mirar y el hacer, y comenzar a construir lo verdaderamente alternativo junto al pueblo, renunciando a hablar a nombre de él, desde "el lugar del saber". Su aporte a los cambios sociales indispensables es descubrir, junto a la gente y en forma activa, el sentido histórico de los hechos.

Quinientos años de cotidianidad impuesta no permitieron que los latinoamericanos pudiéramos reconocerlos, rescatar y aceptar nuestra variada realidad. La posibilidad de tener conciencia de eso nos permitirá asumir nuestra cotidianidad, que va íntimamente unida a la identidad de América Latina. Y si la cotidianidad se vive en las relaciones sociales, será dentro de éstas y de una forma colectiva que lograremos cambiarla.

### BIBLIOGRAFIA

- Prieto Castillo Daniel, *La fiesta del lenguaje*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1986.
- Heller Agnes, *Historia y vida cotidiana*, Editorial Grijalbo, Madrid, 1972.
- Shutz Alfred, *El problema de la realidad social*, Amorrortu Editores, - Buenos Aires, 1974.
- Lefevre Henri, *De lo rural a lo urbano*, Editorial Península, Barcelona, 1973.
- Barrán José Pedro, *Historia de la sensibilidad en el Uruguay* (El disciplinamiento), Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo, 1991.
- Freire Paulo, *Conversando con educadores*, Ediciones Roca Viva, Montevideo, 1990.
- Wolf Mauro, *Sociología de la vida cotidiana*, Editorial Cátedra, Madrid, 1988.
- Goffman Enrique, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1988.

# MEMORIA

Revista del Instituto de Historia y Antropología

Andina MARKA

Número 2

- \* Las jefaturas prehispánicas
- \* Demografía colonial en Sangolquí
- \* Culebrillas una laguna sagrada

**Correspondencia a MARKA,**  
Avenida 12 de Octubre 959 y Roca,  
Casilla Postal: 17-03-262,  
Quito - Ecuador  
Teléfono 503-640

# GACETA

Revista Bimestral del Instituto Colombiano de Cultura

SUSCRIPCIONES

Nacional 1 año (6 números) \$10.000

Internacional 1 año US\$ 50

Apartado Aéreo: 043617

Calle 11 N° 5 - 16, Santafé de Bogotá, Colombia. Tel: 341 - 0675

El valor se puede consignar a cualquier sucursal del Banco

Cafetero de Colombia

Cuenta PROCULTURA: N° 01007657-8

# ECUADOR Debate

Publicación Cuatrimestral del Centro Andino de  
Acción Popular

Suscripción anual  
EXTERIOR US\$ 18  
ECUADOR S/. 9.000

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre,  
Apartado Aéreo 17-15-00173-B  
Quito, Ecuador

La Revista de la Acción Popular

Dirección General:

Beatriz Jiménez

Su número 16 incluye

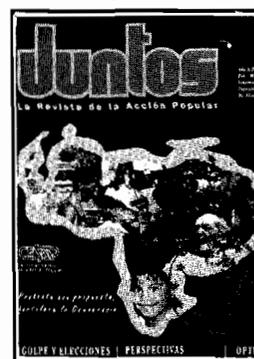
\*Golpe y Elecciones.

\*Perspectivas de la

Democracia en Venezuela:

Impacto de la Elecciones

Regionales



Correspondencia a Revista Juntos:

Apartado Postal 4240, Caracas 1010 - A, Venezuela,

Teléfonos 81.38.85 Fax: 862.71.82

# cuatro Semanas Y LE MONDE DIPLOMATIQUE



DIRECTOR: Carlos Gabetta

SUSCRIPCIONES Y CORRESPONDENCIA:

Avenida del Hospital Militar 125, Piso 4,

Barcelona 08023 - España

Teléfono 418 89 63 - Fax: 418 90 83

# MEDIOS Y ENTEROS

Revista de la Escuela de Comunicación  
Social de Rosario

\* Estilos y coberturas de las agencias internacionales  
en Argentina.

\* Actualización y novedades en diarios de Europa y  
Estados Unidos.

Correspondencia a: Escuela de Comunicación Social

Universidad Nacional de Rosario

Berruti Riobamba 2.000. Rosario. Argentina

Teléfono (041) 816074 / 816055

# CANDELA

Integrante de la Red de Revistas de  
Comunicación y Cultura

Santiago de Chile 1180, escritorio 301

Código Postal 11200, Fax (0582) 96 22 19,

Montevideo-Uruguay



# NUEVA SOCIEDAD

---

ENEERO-FEBRERO 1993 Nº 123  
 Director: Heidulf Schmidt Jefe de Redacción: S. Chejfec

---

**COYUNTURA:** **Gabriel Aguilera Peralta.** Guatemala. Transición sin llegar a ninguna parte. **José Sánchez Parga.** Ecuador en el engranaje neoliberal. **Freddy Quezada.** Nicaragua. En busca de un nuevo rumbo. **APORTES:** **André Gunder Frank.** América Latina al margen del sistema mundial. Historia y presente. **Raúl Barrios Morón.** La política contra las drogas en Bolivia. Interdicción y guerra debaja intensidad. **Marisela Fleites-Lear / Enrique Patterson.** Teoría y praxis de la revolución cubana. Apuntes críticos. **TEMA CENTRAL: Martín Abregú.** Contra las apologías del «homicidio uniforme». La violencia policial en la Argentina. **Patricia Bifani.** Disponibilidad, derecho y gestión del espacio vital. **José María García Ríos / Giulia Tamayo.** El escenario como Dictador. Configuración metropolitana y experiencia cotidiana. **Gerardo González Ascencio.** Políticas públicas y hostigamiento sexual. **Raúl Leis.** Panamá. Desactivar la muerte. **Luciano Oliveira.** Los derechos humanos como síntesis de la igualdad y la libertad. **Luis Umbria Acosta.** Policías. ¿Victimas o victimarios?. **Alfredo Vargas Castaño.** La suerte del caracol. Expatriados, expropiados, desterrados y desplazados en Colombia. **POSICIONES: Marcos Terena.** Resistencia indígena 500 años después. **Comisión Sudamericana de Paz.** Declaración del Comité Político. **Red de Apoyo por la Justicia y la Paz.** Cuando la injusticia toca a nuestra puerta. **CONTROVERSIA: James Petras.** Una pequeña parte de la lucha. **Carlos Vilas.** Contra el sectarismo.

---

SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)	ANUAL (6 núms.)	BIENAL (12 núms.)
América Latina	US\$ 30	US\$ 50
Resto del mundo	US\$ 60	US\$ 90
Venezuela	Ets. 1.000	Bs. 1.800

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712 - Chacao Caracas 1060-A. Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.

# HOMINES

---

**Revista Latinoamericana  
de Ciencias Sociales**

**SUSCRIPCION ANUAL**  
(Dos números)

Puerto Rico: \$ 15.00  
 Europa, Sudamérica, África y Asia: \$ 25.00  
 Estados Unidos, Caribe y Centroamérica: \$ 22.00

**Envíe su cheque o giro postal a:**  
 Directora-Revista Homines, Universidad Interamericana,  
 Apartado 1293,  
 Hato Rey 00919,  
 Puerto Rico

# CIUDAD

## Alternativa

---

**Revista Trimestral del Centro  
de Investigaciones**

**CIUDAD**

La Gasca 326 y Carvajal, Quito - Ecuador  
 Teléfonos: 230192 - 549221,

# El lápiz electrónico

**Investigación social y video**

---

**De Iván Rodrigo Mendizábal**

A propósito de un taller realizado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el libro recoge reflexiones sobre el uso y producción del video en la investigación social.

Pedidos a OCIC - AL:  
 Apartado Postal 17 - 21 - 178  
 Alpallana 581 y Whimper, Quito, Ecuador  
 Teléfono (593-!) 548-046,  
 Fax (593-2) 501-658  
 E-mail: ocic-al@seccom.ec




¡SUSCRÍBASE!  
Incluye 4 números

Suscripc.	Medellín	Resto del país	Exterior
Normal	\$4.000	\$5.000	US\$15
Apoyo	\$5.500	\$6.500	US\$20

Una publicación del



**INSTITUTO  
POPULAR DE  
CAPACITACIÓN**

Carrera 46 No. 61-62  
 Tels: 254 41 15 - 254 70 65  
 Fax: 254 55 32 A.A. 9690  
 Medellín, Colombia

SUSCRIPCIÓN a nombre de la

Corporación de Promoción Popular IPC, Medellín. Enviar recibo de consignación y datos, a la dirección indicada. Para el exterior, consignar a nombre del Banco Cafetero en Medellín. Cuenta No. 265-09461-5, oficina Calle 49 No. 50-51.

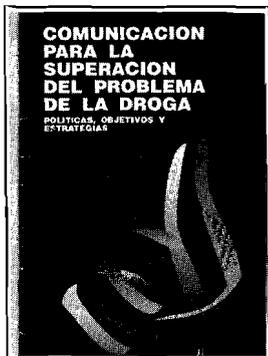
# SINTESIS

**DIRECTORA:**  
Guadalupe Ruiz Giménez

**Suscripciones a EDISA:**  
López de Hoyos 141. 28002  
Madrid - España

## COMUNICACION PARA LA SUPERACION DEL PROBLEMA DE LA DROGA

Políticas, Objetivos y Estrategias



Una publicación del Proyecto ENLACE  
Ministerio de Comunicaciones  
Edificio Murillo Toro, Of 305  
Apartado Aéreo 49863  
Santafé de Bogota, D.C  
Teléfono 2866911 Fax 2819418

## USTED TAMBIEN PUEDE ANUNCIAR EN CHASQUI

Libros, revistas, videos, llamados a concurso, servicios, licitaciones, avisos personales y clasificados.

1/8 de página	US\$ 35
1/4 de página	US\$ 50
1/2 de página	US\$ 100
1 página	US\$ 200

**Clasificados Chasqui**  
Apartado Postal 17-01-584.  
Quito-Ecuador

## Libros de la Universidad Iberoamericana de México

\*Recepción Televisiva

- \*La Investigación de la comunicación en México
- \* La Comunicación desde las prácticas sociales

\*Radio regional y rural en México  
Departamento de comunicación  
Universidad Iberoamericana.

Prolong. Paseo de la Reforma 880,  
Lomas de Santa Fé, México, D.F., c.p. 01210,  
Tels 570.76.22 y 726.90.48 exts. 1138 y 1139. FAX 259.06.54

## cántaro

DESARROLLO EN EL AUSTRO

SUSCRIPCION (1 año-4 Números)

Ecuador	Normal	S/. 5.500
	Solidaria	S/. 20.000
A. Latina		US\$ 10.00
Resto del Mundo		US\$ 15.00
Casilla 01.01.999 - Cuenca - Ecuador		
Teléfono 839 - 346		



REVISTA TRIMESTRAL de COMUNICACION Y CULTURAS LATINAS  
COMUNICACION E

Publicada por la Unión Latina, contiene toda la actualidad del audio-visual de los países latinos de Europa y América, un calendario completo de los festivales, mercados y diversos encuentros en las áreas del cine, televisión y del video, así como un dossier temático en cada número. Esencialmente redactado en español y portugués.

Para mayor información:  
Unión Latina Oficina de Lima  
Apartado Postal 18-1494  
Lima 18 - Perú  
Teléfono 41-1520  
Fax: (51-14) 41-1520

SUSCRIPCIONES: 4 NUMEROS POR AÑO

PAISES LATINOS DE EUROPA	20 US\$
OTROS PAISES DE EUROPA	25 US\$
AMERICA LATINA	15 US\$
OTROS PAISES	30 US\$

## alal

## Servicio Informativo

\*análisis \*comentarios \*entrevistas \*debates \*documentos

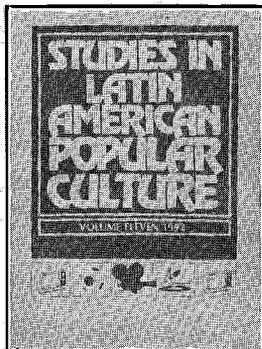
ALAI ofrece una visión de conjunto de la realidad latinoamericana, destacando la dinámica particular de los movimientos sociales y políticos. ALAI busca ir más allá de los hechos y eventos para situarlos en el contexto nacional y regional.

El registro de informaciones y documentos que quincenalmente ALAI pone en manos de sus suscriptores constituye una fuente exclusiva de consulta permanente

**información documentada de un continente en movimiento**

Casilla 17-12-877, Quito - Ecuador. Teléfono (593-2) 505074. Fax 505073

## STUDIES IN LATIN AMERICAN POPULAR CULTURE



### Subscriptions

Individual US\$ 15; Libraries and other institutions US\$ 45; patrons 60 US\$. Make checks payable to: Studies in Latin American Popular Culture and send to:

Charles M. Tatum: Editor  
Department of Spanish and Portuguese  
University of Arizona at Tucson  
Arizona 85 721  
USA

## REVISTA EUROPEA

de Estudios Latinoamericanos y del Caribe

## EUROPEAN REVIEW

of Latin American and Caribbean Studies

### SUSCRIPCION ANUAL (2 números)

	Instituciones	Individuos
Europa	NLG 90,00 Florines Holandeses	NLG 40,00
Resto del mundo	US\$ 55.00	US\$ 30.00

Dentro de Europa efectuar el pago en florines holandeses por medio de Eurocheque o directamente al número de giro postal 4963810 a nombre de CEDLA (Centrum voor Studie en Documentatie van Latijns Amerika):

Keizersgracht 395-397  
1016 EK Amsterdam - Países Bajos

## Guía Metodológica PRODUCIR EN VIDEO

3 Tomos más 1 casete VHS US\$ 50.00

Por información a IPAL:

Av. Juan de Aliaga 204  
Apartado Postal 270031, Lima - Perú  
Teléfono 61-7949, Fax (5114) 617949

## CONTRATEXTO

Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad de Lima

En su número 5 incluye:

- \* Transdisciplinariedad y desjerarquización en el debate sobre la modernidad.
- \* Desarrollo de la investigación en los medios de comunicación.

### Correspondencia a:

Centro de Investigación en Comunicación Social (CICOSUL), Universidad de Lima, Avenida Javier Prado Este s.n, Apartado Postal 852, Lima 100, Perú  
Teléfono 350677

## Libroteca Fundación

Miles de libros a su disposición

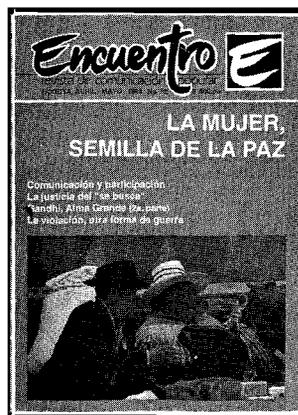
Presidente: Iván Eguez

Dirección:

Ulloa 1074 y Mariana de Jesús  
Teléfonos: (593 - 2) 238 - 327

## ENCUENTRO

Revista Bimensual de Comunicación Popular



### SUSCRIPCION

COLOMBIA \$ 2.000; A. LATINA US\$ 7;  
EUROPA US\$ 10

Dirigir cheque a nombre de CEPALC:  
Apartado Aéreo 28462  
Bogotá - Colombia Teléfono 245 - 3284

# **El 95 % de los lectores de *Chasqui* no paga por su revista.**

Esa culposa angustia puede dañar su salud.

Conozca el placer del alivio inmediato.

## **Suscríbese**

Llene el cupón adjunto y envíelo a:

CIESPAL - *Chasqui*, Apartado 17-01-584 Quito, Ecuador.  
Telfs. (593-2) 548-011 Fax (593-2) 502-487.

Correo electrónico (E-mail) [chasgino@ecuanex.ec](mailto:chasgino@ecuanex.ec)

### **TARIFAS DE SUSCRIPCION**

<b>4 números por año</b>	<b>América Latina</b>	<b>USA, Europa y otros</b>	<b>Ecuador</b>
1 año	US\$20	US\$40	S/. 25.000
2 años	US\$36	US\$72	S/. 40.000
3 años	US\$48	US\$96	S/. 60.000

**El valor incluye el costo del envío por correo certificado**

# A usted no debe faltarle una sola revista, ¡complete su colección...!

Revise las que le faltan y llene el cupón adjunto

20 *Octubre-diciembre, 1986*  
Comunicación y arte popular.

21 *Enero-marzo, 1987*  
Iglesia electrónica y marketing.  
Latinvisión.

22 *Abril-junio, 1987*  
Las transnacionales del cine.  
Cultura y medios.

23 *Julio-septiembre, 1987*  
Boletín informativo para niños.  
Auge y caída de los videojuegos.

24 *Octubre-diciembre, 1987*  
Retórica en periodismo.  
Exportación de telenovelas brasileñas.

25 *Enero-marzo, 1988*  
Relaciones públicas.  
Políticas culturales en América Latina.

26 *Abril-junio, 1988*  
Derecho social a la información y  
opinión.  
Televisión sin fronteras.

27 *Julio-septiembre, 1988*  
Campañas políticas y comunicación.  
El mercadeo social.

28 *Octubre-diciembre, 1988*  
Comunicación y deuda externa.  
Comunicación, crisis y desastres  
naturales.

29-30 *Enero-junio, 1989*  
Comunicación y drogas.  
Desinformación.

31 *Julio-septiembre, 1989*  
Investigación y políticas de  
comunicación.  
Telenovelas pro-desarrollo.



32 *Octubre-diciembre, 1989*  
Comunicación en la década del 90.  
Radio popular.

33 *Enero-marzo, 1990*  
SIDA.  
Video popular.

34 *Abril-junio, 1990*  
Mujer, desafíos de la comunicación.  
Periodismo deportivo.

35 *Julio-septiembre, 1990*  
Comunicación y perestroika.  
Prensa y estado.

36 *Octubre-diciembre, 1990*  
Educación para todos los pobres.  
Comunicación e integración.

37 *Enero-marzo, 1991*  
Comunicación y medio ambiente.  
Prensa y derechos humanos.

38 *Abril-junio, 1991*  
Comunicación, guerra y propaganda.

39 *Julio-septiembre, 1991*  
Comunicación en tiempos del cólera.  
Comunicación y desarrollo.

40 *Octubre-diciembre, 1991*  
500 años de incomunicación indígena.  
Televisión, nueva etapa de CIESPAL.

41 *Abril 1992*  
Campañas de comunicación.  
Etica, encubrimiento o transparencia.

42 *Julio 1992*  
**Medios en transición:** la situación de los  
medios desde México hasta Argentina, y  
algunas iniciativas internacionales dirigidas  
al emergente mercado regional.

43 *Octubre 1992*  
Cine, video y fotografía.  
Periodismo científico.

44 *Enero, 1993*  
Reforma de las facultades de  
comunicación.  
Brasil: medios, corrupción y Estado.