

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Gestión de Medios

Eugenia Ávalos V.

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.

Consejo Editorial

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Juan M. Rodríguez

Francisco Vivanco R.

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

Miembro de la
 Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas
 de América Latina y el Caribe
 en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

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 Saguier C.
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 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: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T., S.P.I. 027
 ISSN 13901079

Personaje	Pág.	Aula	Pág.
Minibiografía: "Mediador" colombo-ibérico	4	Lenguaje: Sexismo en el idioma <i>Carlos Aulestia</i>	54
Portada		Locutor: Mensajero de la identidad <i>Hugo Viladegut Bush</i>	58
Elementos de la cultura: Los medios, las políticas, las redes y la heterogeneidad	6	Audiovisual: Para construir historias <i>Fabián Iriarte</i>	62
Educación: Barbero y la otra pedagogía <i>César Ulloa Tapia</i>	8	Prensa: ¿Un "ejercicio" crítico? <i>Alejandro Querejeta</i>	66
Investigación: Un mapa para la multiculturalidad <i>Erick Torrico Villanueva</i>	14	Digital: Sencillez y facilidad en las <i>homepages</i> <i>Pablo Escandón M.</i>	72
Comunicación: Agenda intercultural <i>Jesús Martín-Barbero</i>	20	Publicaciones	76
Coyuntura		Actividades del CIESPAL	82
Calentamiento global: Nuevos enfoques periodísticos <i>Diana Cazaux</i>	28	Agenda	86
Titulares de prensa: Cómo los <i>mailnews</i> los modifican <i>Omaira García de Berrios</i> y <i>Mayra Alejandra Berrios de Peña</i>	34	Próximo número	90
Cobertura electoral: El <i>Twitter</i> se estrenó como reportero <i>Xosé López y Manuel Gago</i>	40		
Festival de Cine: Las Tres Américas <i>Clara Rodríguez</i>	46	FE DE ERRATAS: En la edición 101, en el artículo <i>Huelga de guionistas: El lápiz caído</i> , de Liliana Castañeda, corregimos que la autora no es docente sino que labora en el Departamento Sociocultural de la British Columbia University. Además reconocemos que las fotografías fueron cortesía del Sindicato de Escritores de Canadá.	
Responsabilidad Social Empresarial: <i>Comunicación bajo ISO 26000</i> <i>Francisco Campos</i>	48		



Foto: Colteva / Jesús Martín Barbero

Minibiografía:

"Mediador" colombo-ibérico

Jesús Martín Barbero es colombiano a pesar de haber nacido en la española ciudad de Ávila en el año de 1937. Aunque apenas en el 2004 obtuvo esa nacionalidad, ya desde 1963, cuando llegó a Bogotá, inició su comprensión de un mundo nuevo de símbolos, mensajes y espacios que lo configurarían como colombiano y como un verdadero latinoamericano que ha hecho de esta región su base de estudios y su referente para generar pensamiento.

"Me asomé por primera vez a este país (Colombia) desde la ventanilla del avión, un 15 de octubre del año 63, en medio de un aguacero que difuminaba el atardecer de la sabana y volvía imprecisos los contornos del paisaje. De la travesía por la ciudad hasta el hotel, solo me queda el recuerdo del mareo producido por la velocidad zigzagueante del taxi, y unas fugaces imágenes de gente guareciéndose de la lluvia debajo de los aleros, vestidos con una prenda cuyo nombre aprendería

al día siguiente: la ruana", confiesa en una entrevista con su amigo y colega Omar Rincón.

En Lovaina se doctoró en Filosofía y Letras, luego se interesó por la Semiótica y la Antropología en la Universidad de París. Con todo ese conocimiento humanista, Jesús Martín Barbero se dedicó a la docencia universitaria en varios centros europeos y latinoamericanos, a la investigación de los fenómenos mediáticos como las telenovelas y a la construcción y aplicación de la ciencia comunicativa.

"Al día siguiente, en la cafetería del hotel experimentaríamos el primer extrañamiento, justo allí donde creería mejor reconocerlo: el idioma, La chica que servía el desayuno me preguntó: "*¿le provoca un perico?*", ante lo cual yo quedé físicamente mudo, pues en mi castellano de la vieja Castilla, provocar significaba "incitar a pelear o dar nauseas", y un perico era "un loro". O sea que los parecidos resultaron, desde ese primer día, dementes, tramposos, por lo que aprendí rápidamente que si en este otro lado del charco las semejanzas con la madre patria eran grandes, las diferencias lo eran mucho más."

Este abrupto contacto cultural marcó la visión y el posterior trabajo de este peninsular que se quedaría en Colombia hasta 1968, para luego regresar en 1973 e iniciar el desarrollo de sus investigaciones sobre comunicación y ser uno de los fundadores de la denominada Escuela Latinoamericana.

La cultura popular, sus expresiones y configuración mediante los melodramas, es uno de los ejes del trabajo de Jesús Martín-Barbero, quien edificó y solidificó las bases de los estudios comunicativos no solo en Colombia, sino en Costa Rica y México, países en donde ha participado como docente e investigador.

De los medios a las mediaciones es su obra insigne, pero no la única, pues constantemente produce artículos complementarios y obras nuevas en torno a la educación, la tecnología, las ciudades y los medios.

Actualmente vive en Colombia y viaja por Iberoamérica dictando charlas y participando en encuentros; continúa analizando la realidad, configurando la ciencia de la comunicación y comprendiendo nuestro continente, que es suyo.

Cronología

1937. Nace en Ávila, España.

1971. Doctor en Filosofía y Letras, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica.

1971. Inicia estudios de Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París.

1975-1995. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle en Cali (Colombia).

1995-2002. Docente del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, en Monterrey, México.

Ha sido profesor visitante de las Universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona, Standford, Libre de Berlín, King's College de Londres, Puerto Rico, Buenos Aires, Sao Paulo, Lima.

Ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación).

Miembro del Comité Consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social).

Miembro del Comité Científico de Infoamérica.

Forma parte del Consejo Nacional de Ciencias Sociales de Colciencias (Colombia).

Publicaciones del autor

1978. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal.

1979. *Comunicación educativa y didáctica audiovisual*. Cali: SENA.

1981. *Introducción al análisis de contenido*. Madrid: Incisex.

1987. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: G. Gili.

1989. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México: G. Gili.

1992. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo.

1993. *Communication, Culture and Hegemony*. London: Sage.

1994. *Dinámicas urbanas de la cultura, en: Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Bogotá: cátedra UNESCO de Comunicación Social- Pontificia Universidad Javeriana.

1995. *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali: Univalle.

1998. *Mapas nocturnos*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

2007. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisa*. Con Germán Rey. Barcelona: Gedisa.

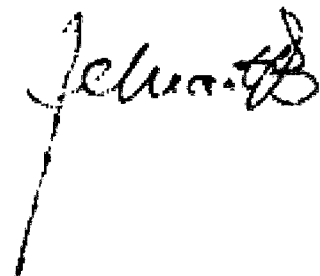
Coordinación

1987. *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: G. Gili.

1991. *Recepción, uso de medios y consumo cultural*. N° 34 DIA-LOGOS de la Comunicación. Lima.

1997. *Proyectar la comunicación*. Con A. Silva. Bogotá: Tercer Mundo.

1998. *Medios, Cultura y Sociedad*. Con Fabio López. Bogotá: CES/Univ. Nacional.




Elementos de la cultura:

**Los medios,
las políticas,
las redes y la
heterogeneidad**

El pasado 8 de mayo, Jesús Martín-Barbero acudió a Barcelona, invitado por la Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB, en donde propuso algunas claves para la investigación en comunicación y cultura, elementos indisolubles, pero que lastimosamente las instituciones separan. Así, el autor de *De los medios a las mediaciones* dijo, además, que no se pueden investigar las políticas culturales y de comunicación sin hacer referencia a la política y sus procesos.

"Hay que investigar lo que nos dé esperanza y, como dijo Benjamin, la esperanza se nos da a

través de los desesperados: hoy hay muchos desesperados en América Latina con gran imaginación y buscando una transformación radical de lo que es hacer política", por ello considera que, en la región, los cambios producidos durante las últimas décadas se han fundamentado en la relación existente entre política y tecnología, política y territorio, y comunicación y cultura.

"Mientras la política se convierte en una máquina administrativa y electoral y se vacía de contenidos, la tecnología cada vez adquiere más capacidad de cuestión y reflexión", pues solo ha

sido pensada como cultura en el último cuarto de siglo al evidenciarse que, como ya había afirmado Heidegger, la esencia de lo tecnológico no es algo técnico sino el modo como el hombre se produce a sí mismo, ejemplo de ello son todos los estudios últimos acerca de tecnología, ciencia y arte, aglutinados en lo que se denominan cibercultura, tecnociencia, tecnocultura y sociedad de la información y del conocimiento.

Ahora bien, la relación entre política y territorio también ha mutado, pues "las únicas políticas que actualmente merecen llamarse públicas son las ejercidas desde los municipios y ciudades. Un factor clave es la transformación profunda de los centros cívicos, donde se están pensando las políticas culturales desde lo social".

Jesús Martín-Barbero afirmó que existe un desplazamiento del actor central en las políticas culturales, que si bien antes era el Estado nación, ahora lo es el municipio y su vida social; de esta manera establece una descentralización hacia los sectores que realmente ejercen su poder desde la experiencia directa, pues, además, "sin la mediación de la política local, la que viene de arriba será difícil de encajar", acotó.

Esta descentralización o desplazamiento desde el Estado como actor central hacia los gobiernos locales y las comunidades, configura las redes en las que se inscriben y desarrollan los medios comunitarios, que son un agente social que piensa su lugar y lo transmite, generando procesos de ciudadanía y creando tejidos que suponen una reinención de la democracia. "No podemos investigar los medios de comunicación comunitarios fuera del nuevo paradigma de la comunicación: la red, la interfaz o los nodos".

Se refirió, asimismo, a lo que se hacía en la década de los sesentas al estudiar la comunicación y ello radicaba en tener como objeto de estudio a los medios como aparatos discursivos del poder, como reproductores sociales, y no como productores o parte constitutiva de las culturas, por ello, instó a no confundir a las industrias culturales con la legitimidad del mercado, pues no es simple y puramente un producto del mercado sino también de la política.

Así, las políticas culturales no deben ser pensadas fuera de los procesos de comunicación, que son asimétricos y conflictivos, tal como sucede en las

relaciones entre culturas, pues una siempre quiere dominar a la otra y no hay que olvidar que "una cultura solo es tenida en cuenta por otra si la otra sabe contarse, la identidad no es un hecho sino un relato. Las culturas permanecen vivas mientras se comunican entre ellas, siendo la comunicación una dimensión constitutiva de la vida cultural y no sólo su exhibición". Por ello, querer proteger o conservar la cultura implica enlazarla, y por ende matarla. "Necesitamos políticas de difusión, pero no son el elemento más profundo. La información también ha de concebirse como herramienta, materia prima de conocimiento y de toma de decisiones".

La tecnología es importante dentro de los procesos de comunicación, pero no se debe olvidar al ser humano y sus condiciones: cultura, educación, tradiciones, como elementos primordiales.

Al referirse nuevamente a los cambios tecnológicos, instó a pensar los medios de comunicación como parte de un entorno comunicativo más amplio, compuesto por la información y el conocimiento. "No debemos confundir el mercado con la mediación industrial, de la misma manera que no podemos confundir el consumo pasivo con el apropiacionista, en ambos la casos la diferencia estriba en la capacidad de transformación". Por ello se hace evidente la educación en medios, huyendo de concepciones instrumentalistas para favorecer el consumo activo, esto es, la apropiación y el empoderamiento desde la heterogeneidad que produce el sector donde crece la creatividad.

"Lo público ha sido fagocitado por lo estatal provocando la decadencia de lo social y de su heterogeneidad. Ante medios de comunicación ventrílocuos necesitamos políticas que permitan la expresión de otras voces. El desafío fundamental de las políticas públicas es plantearse la heterogeneidad de lo social."

Con este preámbulo, invitamos a conocer y adentrarnos más en la obra de este pensador e investigador, que ha ido evolucionando con los movimientos sociales, la tecnología y la naturaleza humana. 🌿



It's the breathing

June 10, 2008



Blogroll

- Adam Buxton
- Boing Boing
- Cracked
- Crooks and Liars
- Cynical C Blog
- Digg
- Huffington Post
- It's Nice That
- Lifehacker
- Metafilter
- michaelnugent.com
- Milk and Cookies
- Reddit
- Threat Level

Digital:

Sencillez y facilidad en las homepages

Pablo Escandón Montenegro

Ecuatoriano, máster en periodismo digital, profesor de la Universidad San Francisco de Quito, editor de Chasqui. pablo@eltabano.net

Al momento de establecer una página de inicio en los cybermedios, la mayoría de periodistas se preocupa por atiborrarla de elementos: texto, fotografías, videos, colores, gráficos animados y todos los *widgets* posibles, pero no piensa que el usuario debe encontrar la información que requiere, por ello es importante que el sitio esté estructurado de manera lógica y que no implique mucho aprendizaje para el usuario, porque de lo contrario el cybermedio perderá visitantes.

La elección de una interfaz gráfica en los sitios digitales tiene que ser muy bien analizada a la hora de estructurar cualquier proyecto en la Red. No todas las aplicaciones son útiles para muchos espacios en Internet.

Para definir una interfaz de usuario, hay que tener en cuenta la usabilidad, la sencillez en el diseño y el adecuado uso del multimedia, así como la jerarquización de la tipografía, la elección precisa de colores y el tamaño de las imágenes, pues todo ello permite que los usuarios y lectores de una *web* la consideren como un referente de navegación y, por ende, de información.

La usabilidad

Este término es la castellanización de *usability*, que tiene que ver con la manera cómo los seres humanos usamos un aparato tecnológico. El libro impreso tiene una usabilidad muy intuitiva, pues nos remite a la forma de lectura de cada cultura y nos obliga a abrir las tapas o portadas. En otro ejemplo, la usabilidad básica de un teléfono radica en saber dónde están los números, el auricular y el micrófono.

Una Web o un cibermedio debe desarrollar la usabilidad adecuada para su finalidad de comunicación, así, los informativos recurrirán al formato más conocido de los medios tradicionales, los temáticos o especializados desarrollarán conceptos de fácil identificación para su grupo objetivo. En fin, la usabilidad está definida por quien consumirá el cibermedio.

Los *weblogs*, en su estructura básica, son los mejores ejemplos para comprender la usabilidad, pues tienen un cabezote, en la parte superior, a la derecha las entradas y enlaces y en la columna de la izquierda el campo con la información. Así, los lectores de *blogs* encuentran la información sin necesidad de comprender el sitio o buscar los enlaces.

Hay que tener en cuenta que todo cibermedio será leído por personas que navegarán en nuestro sitio sin ninguna complicación para encontrar la información.

Interfaz de usuario

El término interfaz no es nuevo, se lo usa desde mucho antes de la aparición de las computadoras: el ábaco y el semáforo tienen una interfaz, que es la guía gráfica, hablada o escrita que tiene el usuario para manejar un aparato.

Un ejemplo sencillo de lo que es la interfaz de usuario lo encontramos en el teléfono: posee el auricular y la base donde están los números. El mismo principio de uso lo tienen los celulares: teclas, auricular y bocina, pero con la diferencia de usabilidad que no hay que colgar ninguna bocina, entonces por el uso, la interfaz se modifica. Lo que interesa es hacer la llamada y no aprender a manejar el artefacto.

Lo mismo sucede con las interfaces gráficas en Internet, en las que el usuario no tiene que saber qué sistema usa el sitio, sino que al dar click sobre un enlace gráfico o textual, encontrará la información que requiere. Ese mismo principio prevalece con los colores, la tipografía y los gráficos.

Volviendo al ejemplo del *weblog*, son completamente reconocibles las zonas de archivo, despliegue de información e identificación del sitio. Estructurar de esta manera a un sitio informativo indica que tiene un aprendizaje fácil y se puede partir de esta arquitectura básica para complejizar más al sitio, siempre dependiendo de los contenidos y el público objetivo.

Uso iconográfico

La mejor forma de aprender en nuestra cultura es practicando. Luego leemos el manual, por ello, una Web o cibermedio directamente comprueba la experiencia del usuario y en la medida en que él tiene éxito, el sitio también. Así, mientras menos se pruebe con signos no convencionales mejor será la navegación del usuario. Esto es

importante cuando una plataforma no tiene traducción y el idioma utilizado es desconocido, el usuario se guía por la estructura y jerarquización de los contenidos y por los iconos para encontrar la información.

"Uno de los parámetros que indica que un diseño gráfico es bueno, es la inmediatez de aprendizaje que tengamos en el manejo", aconseja José Fernández-Coca, quien asegura que si se atiende a este aspecto, al menos se conseguirá un 50 por ciento del total de la atención que se requiere por parte del usuario, lo que justifica su correcto uso a la hora de facilitar el aprendizaje.

Unidad

El sitio debe tener unidad, pues todos los elementos deben estar orientados a comunicar un solo mensaje como medio digital. De esta manera, se presenta al usuario una sensación de credibilidad en la información que se ofrece.

Es así que los gráficos, la multimedia y el texto deben tener una misma línea gráfica, coherencia tipográfica y cromática, todo propuesto en el cabezote de identificación del cibermedio.

La información también debe tener unidad con la interfaz. Así, una nota que tiene mayor importancia irá acompañada por fotografía o video, o por un mayor número de enlaces; en ambos casos el usuario reconoce que esta

complementación multimedia e hipertextual otorga al texto una jerarquía distinta frente a las demás entradas.

Sencillez

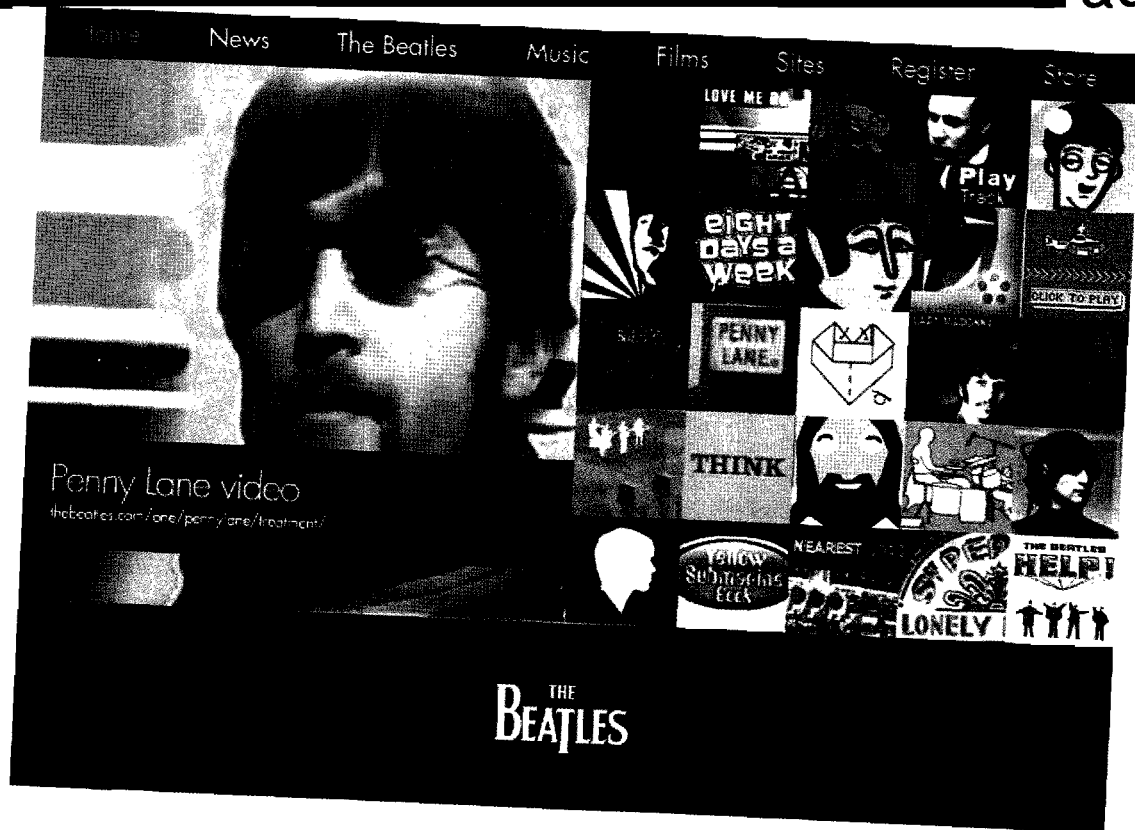
Si bien las herramientas de la Red nos permiten aglutinar en una pantalla todos los dispositivos de comunicación y aplicaciones "espectaculares", no siempre todos esos *widgets* crean unidad comunicativa, sino más bien producen ruido y hacen que el usuario se disperse y no ingrese a



Las páginas personalizadas del Hi5 son una muestra del atiborramiento de imágenes.

donde realmente se desea que vaya. La sencillez de un sitio no es sinónimo de pobreza gráfica ni de recursos.

Por todo ello, como enfatiza Fernández-Coca, "presentaremos la información a través del diseño gráfico del modo más simple, claro y sin ambigüedad alguna. Pensando siempre en la función, el para qué, de lo que estoy empleando,



Un clásico de la música y del diseño de interfaces en Internet.

y no en el lucimiento del diseñador o rol que en un momento dado haya de ejercer su misión en el caso de ausencia del mismo."

Casos de carencia de sencillez encontramos en redes sociales como Hi5 por ejemplo, en donde la mayoría de usuarios conciben a la interfaz de su espacio como una cartelera digital de corcho en la que imágenes en movimiento, colores fuertes de fondo, se acompañan por secuencias musicales y a esto se añaden los mensajes en video o de gráfica que establecen una estética más cercana al *kitsch*.

Secciones y canales

Las secciones establecen las diferentes temáticas o partes en las que un medio se divide y entrega la información, y, generalmente se encuentran dispuestas de manera vertical en los costados de la interfaz.

El canal puede contener una o a varias secciones y no solo tiene que ver con el tema que abordará sino también con la forma o el servicio que entregará. Así, en los canales se puede encontrar multimedia, chat, noticias, foros, etc. Comúnmente los canales se encuentran dispuestos de manera horizontal, integrados al cabezote de identificación del cibermedio o de la Web.

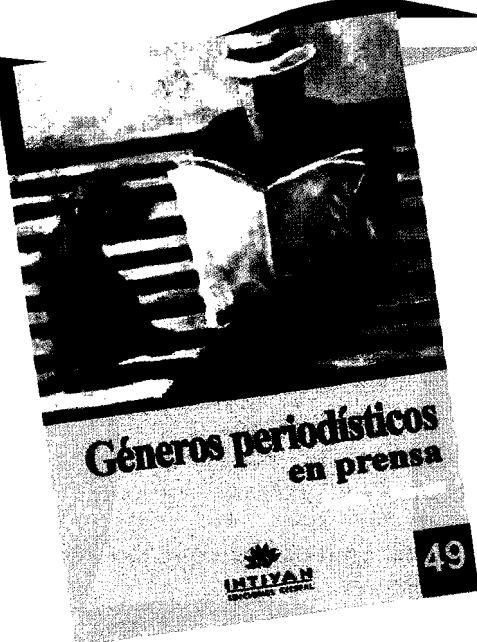
Un cibermedio que tiene canales establece servicios adicionales a los meramente informativos y promueve la interacción y la participación entre los usuarios y el equipo de desarrolladores y redactores.

Ubicar las secciones y canales en los lugares conocidos por los usuarios no requiere de aprendizaje y esta estructura es utilizada por los cibermedios informativos, pero los más experimentales, orientados a un público que no busca inmediatez noticiosa

Un buen ejemplo de todo lo analizado anteriormente es el sitio de *The Beatles* (www.beatles.com), en donde el diseño gráfico guarda unidad con cada mensaje, en este caso con cada producción del grupo, y podemos distinguir en la parte superior los canales y en la inferior el desglose con sus secciones. Otro ejemplo de división clara de canales y secciones se la puede apreciar en el periódico digital *El Universo* (www.eluniverso.com), en donde las pestañas son canales y en la columna izquierda están las secciones.

Todos estos elementos están orientados hacia la usabilidad de la interfaz gráfica del usuario, en donde no deben existir ambigüedades que llevan a confusión en la navegación. 🐞

Publicaciones



Parratt, Sonia F.,
Géneros periodísticos en prensa.

204 p.
Colección Intiyan 49
USD \$ 10
Pedidos:
librería@ciespal.net

Este libro se constituye en una aproximación de los géneros utilizados en la prensa de habla castellana que aborda también los nuevos medios, introduciéndose en los géneros que los cibermedios desarrollan en sus pantallas.

Dividido en cuatro capítulos, Parratt inicia con los orígenes de los géneros periodísticos, su definición y configuración en la prensa estadounidense, española, alemana, francesa y en la latinoamericana.


El segundo capítulo nos acerca a las clasificaciones modernas de los géneros, tanto en el ámbito anglosajón como en el castellano, además analiza las propuestas más actuales que tienen aquellas que exploran si las colaboraciones ciudadanas pueden ser o no consideradas como géneros periodísticos por ser parte de un diario impreso.

Así también, a los géneros informativos, a los interpretativos y a los dialógicos, se suman otros propuestos por académicos y profesionales que aún no han encontrado asidero en los medios, pero que generan discusión en el medio universitario y periodístico.

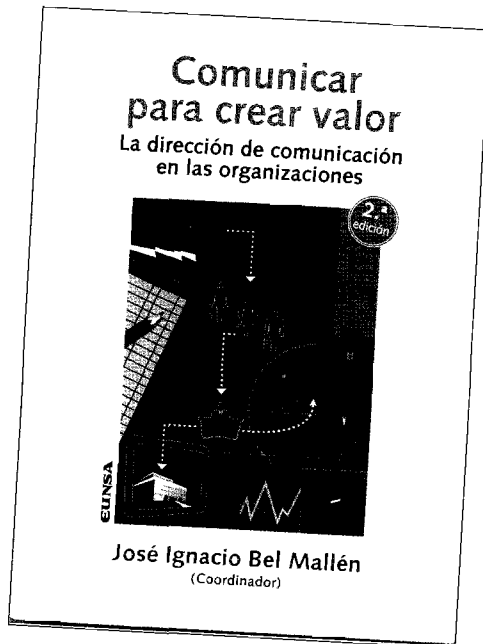
En el tercer capítulo, la autora inicia un apartado polémico, pues analiza las tendencias de los géneros periodísticos y recupera el debate acerca de su vigencia para establecer las perspectivas tanto en los medios impresos como en los cibermedios. Hasta aquí las reflexiones académicas, para pasar a establecer, a modo de manual práctico y de uso, no ideal, una propuesta de clasificación, a partir de la aplicación de los géneros.

Parratt anota que "... si bien hoy contamos con un sinnúmero de clasificaciones elaboradas por diversos teóricos, he considerado necesaria hacer mi propia contribución partiendo de la idea de que los géneros sufren reajustes conforme evolucionan el periodismo y la realidad que lo rodea". De esta manera, este libro es una nueva lectura sobre los géneros, desde su uso, evolución y aplicación en los medios para saber qué lee la gente y qué se le puede ofrecer como novedad.

Además, la autora no se queda con ninguna teoría o postura geográfica ni de escuela, pues "los géneros también varían dependiendo del ámbito geográfico en el que se sitúen".

Los géneros evolucionan constantemente y este es el inicio de ese análisis que desde el año 2001, la autora realiza, convencida de que el resultado de dicha evolución no termina nunca. 

LIBROS



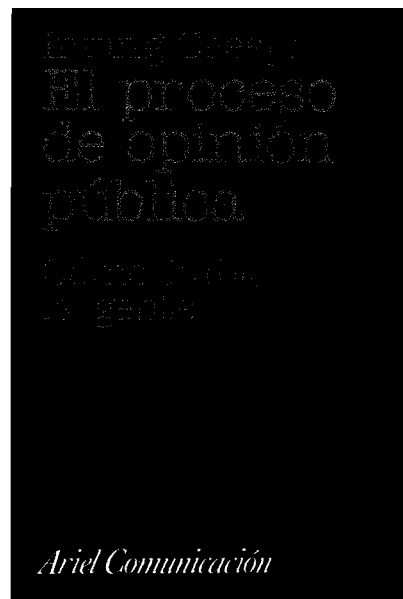
Bel Mallén, José Ignacio, coord. (2005). **Comunicar para crear valor: La dirección de comunicación en las organizaciones**. Pamplona: Eunsa. 416 p.

La política comunicativa de una empresa u organización se ha convertido en un elemento clave para la consecución de sus objetivos y la consolidación de la imagen pública. Es un intangible, propio del campo del conocimiento en las organizaciones, que se constituye en elemento decisivo en la marcha cotidiana. Obra colectiva sobre el proceso comunicativo en las diferentes clases de organizaciones que presenta los elementos esenciales que confluyen al desarrollo de la política comunicativa en ellas. Es un compendio analítico para exponer las últimas tendencias: precisiones conceptuales y características de la comunicación, el ámbito humano, la comunicación en el campo de la organización, comunicación especializada en relación con la organización y nuevas tecnologías para su servicio.


Bustamante, Enrique. (2004). **La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados**. Barcelona: Gedisa. Colección Estudios de Televisión. 220 p.

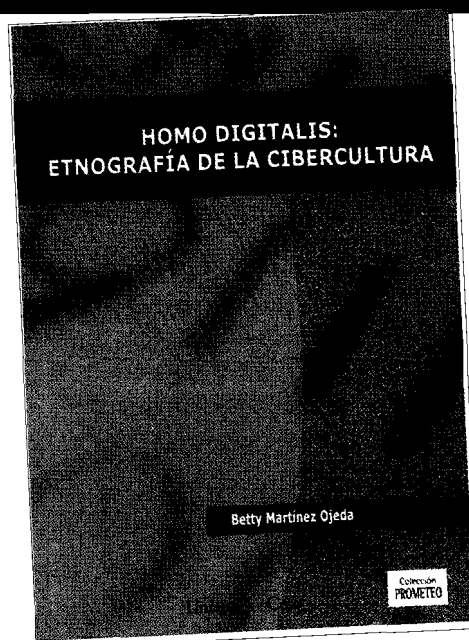
La economía es imprescindible hoy en día para entender el funcionamiento de la televisión, desde la producción de programas hasta las

estrategias de programación y de marketing. La televisión ha ido engendrando formas muy diversas, públicas y privadas, analógicas y digitales, gratuitas o de pago, pero la lógica económica se impone en todas ellas como hegemónica. Analiza los gastos, la gestión y los mercados de esas televisiones, desde la financiación pública o el funcionamiento del mercado publicitario hasta los canales por abono o de pago por consumo, incluidas las nuevas televisiones digitales por satélite o por cable. Estudia en todas ellas la producción y el mercado de programas, el papel del marketing y de los estudios de mercado, los análisis de audiencia y los principios de las rejillas de programación. La transformación permanente del medio televisivo muestra así su cara onerosa y su corazón económico, pero también comienza a desvelar las claves de su futuro como sector punta del desarrollo económico y como motor central de la Sociedad de la Información.




Crespi, Irving. (2000). **El proceso de opinión pública: Cómo habla la gente**. Barcelona: Ariel. 255 p. Presenta un modelo del proceso de la

opinión pública en tres dimensiones: una relacionada con los fenómenos de nivel individual; la segunda, relacionada con los fenómenos colectivos, y la tercera, con los fenómenos políticos, responde qué es la opinión pública, cómo conocerla y analizarla. El modelo trata este tema como un fenómeno interactivo, multidimensional, continuamente cambiante, cuyos aspectos constituyen pautas causalmente interrelacionadas que contrastan con la idea de considerar la opinión pública como estado de consenso o disenso sobre aspectos que enfrentan a la gente en distintos momentos o simultáneamente. El modelo integra la teoría de la ciencia social general establecida mediante: a) lo que sabe de la investigación empírica sobre distintos aspectos del proceso de opinión pública; y, mediante b) las teorías de rango medio existentes. Cita muchos fenómenos y teorías de la opinión pública, hace un repaso a los distintos procesos en los regímenes democráticos y en los autoritarios. Los aspectos de opinión pública estarán siempre en el menú estándar de las revistas de las ciencias sociales. 



Martínez Ojeda, Betty. (2006). **Homo digitalis: Etnografía de la cibercultura**. Bogotá: Uniandes-Ceso. Colección Prometeo. 85 p.

Las sociedades se han dinamizado vertiginosamente a raíz del impacto de las nuevas redes de información y comunicación que enlazan al mundo en centros y periferias. Tiempo, espacio y corporeidad han cambiado de concepto, y han producido nuevas formas de organización de las interacciones sociales: simultaneidad y asincronismo en las relaciones interpersonales ahora son posibles al abrirse un "espacio" de encuentro de personas que objetivamente no pueden coincidir. La forma espacial rebasa las categorías estrictamente locales, nacionales e internacionales gracias a la comunicación electrónica, y crean una nueva forma espacial o región socio-cultural, no geográfica, configurando nuevas subjetividades enclavadas en estas relaciones simbólicas, únicas en la historia humana. Esto implica la necesidad de repensar y analizar la constitución de las identidades en estos nuevos contextos. Identidades que aparecen y son compartidas al participar de la producción, recepción y consumo de ciertos bienes simbólicos. Se confirma que la comunicación es la expresión máxima de la capacidad de interacción social ya que por su intermedio la identidad es representada y compartida. Señala las características de la cibercultura con sus estructuras contrastantes, metáforas de la realidad sobre las cuales se establecen unas nuevas formas de ser y de estar en el mundo y de un nuevo sentido de alteridad, bajo la redefinición de los parámetros clásicos: la aceleración del tiempo, el espacio de flujos y la obsolescencia del cuerpo sensible como totalidad y unicidad. 




Encuestas

ELEMENTOS PARA SU DISEÑO Y ANÁLISIS




Grasso, Livio. (2006). **Encuestas: Elementos para su diseño y análisis**. Córdoba: Encuentro Grupo Editor. 184 p.

La encuesta es un método de investigación importante por las potenciales contribuciones al desarrollo del conocimiento propio de las ciencias sociales. Explora la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas. Aborda las nociones básicas, conceptos y criterios para tomar decisiones relacionadas con el diseño de encuestas y procedimientos que lleven al análisis de datos y las instrucciones para efectuar cálculos estadísticos con empleo del programa Excel. 

Muro Benayas, Ignacio. (2006). **Globalización de la información y agencias de noticias: Entre el negocio y el interés general.** Barcelona: Paidós. 223 p.

Sorprende la ausencia de datos sobre los retos y problemas de las agencias de prensa que distribuyen los dos tercios de la información publicada, posiblemente porque cumplen una función esencial pero oculta realizada en la trastienda de los medios. Ofrece una mirada de estos agentes esenciales del mundo de la información, realizada desde los conflictos que


ocupan todos los días los diarios y los canales de televisión. Habla de la independencia informativa y la presencia de los gabinetes de comunicación en los hilos, del negocio y del interés general, de los nuevos lenguajes digitales y el reto multimedia, de la transnacionalización de las organizaciones y de la necesidad de asumir pautas multiculturales, de la creación de valor en los procesos editoriales, del conflicto entre lo privado y

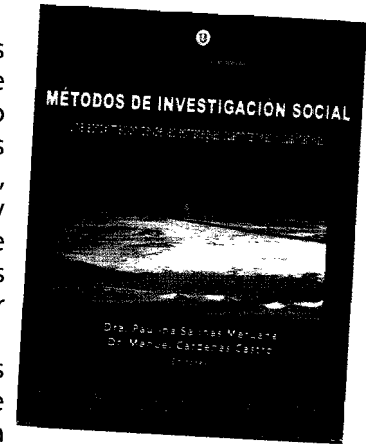
lo público y entre el mercado y las instituciones. Incorpora muchos datos sobre la organización e iniciativas desarrolladas por las más importantes agencias del mundo, desde la *Associated Press* a *Reuters*, desde *France Presse* a la alemana *DPA* o la propia *EFE*. Revisa experiencias, analiza alternativas y, a veces, propone soluciones sin ocultar los conflictos de intereses entre las partes. La Sociedad de la Información les obliga a salir de sus espacios reservados para mostrarse y competir en un terreno más abierto como proveedores de contenido y como medios. 

Salinas Meruane, Paulina; Cárdenas Castro, Manuel (2008). **Métodos de investigación social: Una aproximación desde las estrategias cuantitativas y cualitativas.** Antofagasta: Universidad Católica del Norte. 414 p.

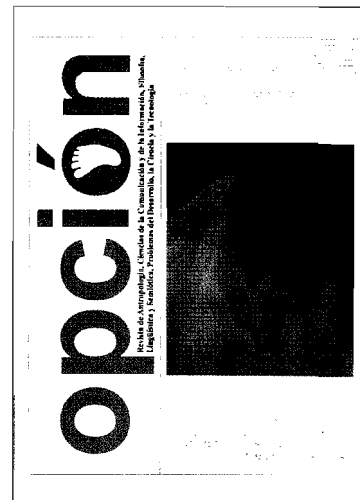
El proceso de investigación es un ejercicio permanente de interpelación. Expone el conjunto de procedimientos necesarios para avanzar en una investigación social, así como un grupo de técnicas de recolección y análisis de la información que emerge o se crean durante dicho

proceso. Es fundamentalmente práctico, aunque no se descuida los aspectos teóricos, epistemológicos y formales que se encuentran implícitos en el quehacer investigativo.


A diferencia de otras propuestas sobre metodología de la investigación, este libro intenta incorporar todo lo que fue posible, ejemplos y descripciones detalladas de los procedimientos a utilizar. 

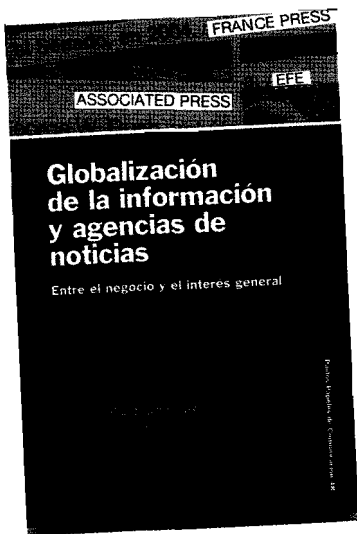


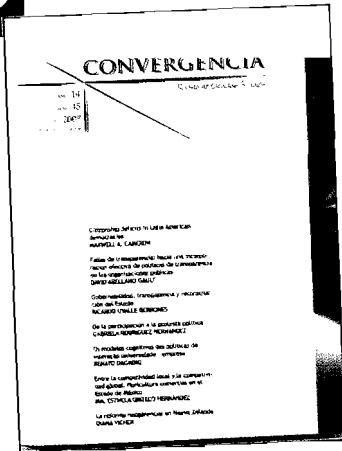
REVISTAS



Andrade, Jesús Alberto. (2007). "Estructuración para investigar en sistemas de información". IN: **Opción**, (54), pp.9. Las TIC no pueden ser estudiadas solo pensando en la utilidad que puedan reportar, de manera independiente

del contexto social. La estructuración es una teoría poco usada en el campo de los sistemas de información; sin embargo, ella puede ser un promisorio camino para entender mejor cómo las tecnologías interactúan en las organizaciones. Debido a que las tecnologías y sistemas de información no pueden ser estudiados separadamente del contexto social, este trabajo analiza cómo la teoría de la estructuración formulada por Giddens es usada para ofrecer un entendimiento teórico entre tecnología y sistemas de información con las estructuras organizacionales y prácticas sociales. Esta idea equivale a decir que los sistemas sociales y los sistemas y tecnologías de información son estructuras que se ajustan bien para fortalecer el rol del ser humano como actores en las organizaciones. 





Arellano Gault, David. (2007). "Fallas de transparencia: hacia una incorporación efectiva de políticas de transparencia en las organizaciones públicas". IN: **Convergencia**, (45), pp. 31-46.

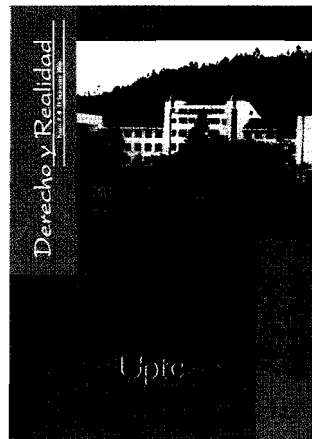
La discusión sobre la apertura de la información gubernamental forma parte de un debate mucho más amplio: el de la transparencia como principio general de una sociedad democrática. Sin embargo, este debate está basado, muchas veces, en una especie de esperanza poco fundamentada teórica y analíticamente. Darle contenido a la categoría social "transparencia" pareciera como lo sería su incorporación e implementación efectiva en los organismos gubernamentales. Se proponen cuatro "fallas de transparencia" como herramienta para avanzar en la incorporación con un sentido concreto y viable de la transparencia en organizaciones gubernamentales.

mento de las expectativas y de la imposibilidad de satisfacerlas; los cambios en la familia y la pérdida de importancia de la religión en la vida cotidiana de las personas; (b) meso-sociales, el incremento de la densidad en las zonas pobres y la segregación urbana, la cultura de masculinidad y los cambios en el mercado local de la droga; (c) micro-sociales, el incremento de las armas de fuego, el consumo de alcohol y las dificultades de expresión verbal de los sentimientos por las personas. Concluye con un análisis sobre cómo la violencia está llevando no solo la pérdida de las ciudades, sino a la ciudadanía en América Latina.



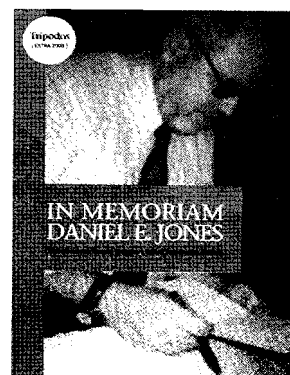
Briceño-León, Roberto. (2007). "Violencia Urbana en América Latina: Un modelo sociológico de explicación". IN: **Espacio abierto**, (3), pp. 541-574.

La violencia interpersonal se ha convertido en uno de los principales problemas de salud pública de las ciudades de América Latina. Presenta una interpretación sociológica de la violencia en tres niveles: (a) macro-sociales, la desigualdad social debida al incremento de la riqueza y la pobreza; la paradoja del mayor nivel educativo de las personas, pero las menores oportunidades de empleo, el incre-




Díaz G., Luis Bernardo. (2006). "Televisión y Estado". IN: **Derecho y Realidad**, (8), pp. 27-72.

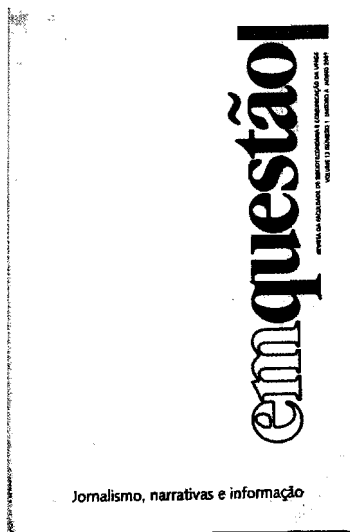
Introduce un análisis centrado en la experiencia europea del "homo videns", los impactos del uso comercial del espectro electromagnético en las poblaciones y las regulaciones existentes en la materia. Según su enfoque, la globalización de los medios masivos de comunicación ha llevado a un manejo plutocrático y, por ende, antidemocrático de la programación televisiva, lo cual influye en el comportamiento de la opinión pública, que de manera perezosa acepta como "verdad" lo que le transmiten las programadoras, casi siempre vinculadas a intereses del capital.




Jauset, Jordi A. (2008). "Audiencia, publicidad y medios". IN: **Trípodos**, (Extra), pp. 177-184.

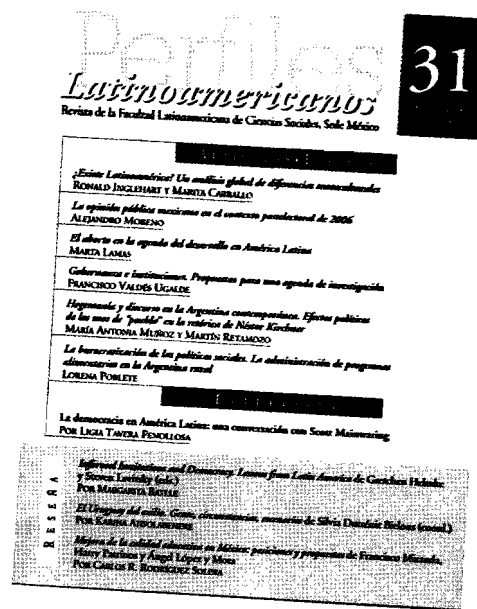
Examina el origen y las razones de la investigación de audiencias y la aplicación actual de la medición de audiencias de televisión. Trae datos sobre la composición del universo y la muestra, así

como las variables socio-demográficas usadas hoy en el sistema de medidas de audiencia. Finalmente, cita las inversiones de la publicidad realizadas a medios durante el año 2006, e indica el liderazgo de la televisión e Internet, su posición como medios de mayor crecimiento con grandes expectativas de desarrollo a largo plazo, en un futuro cercano. 




Schwaab, Reges Toni. (2007). "Para ler de perto o jornalismo: uma abordagem por meio de dispositivos da análise do discurso". IN: **Emquestão**, (1), pp. 11-23.

A partir de la visión del periodismo en cuanto proceso y discurso, y de éste como efecto de sentidos, el presente artículo teórico trae anotaciones sobre la relevancia del estudio del periodismo y sus productos por medio de dispositivos teóricos de análisis del discurso francés. Discute la importancia de la observación de la indisoluble dualidad texto y contexto, en la búsqueda por aprender lo que está colocado en el texto, o sea, los efectos de sentido que determinado discurso busca producir. Son cuestiones necesarias para el debate sobre la centralidad del periodismo como foro informal y cotidiano de legitimación o deslegitimación de saberes, y atenta al hecho de que la existencia de un discurso periodístico, que es de mediación, presupone la relación con otros discursos socialmente construidos. 



Valdés Ugalde, Francisco. (2008). "Gobernanza e instituciones. Propuestas para una agenda de investigación". IN: **Perfiles Latinoamericanos**, (31), pp. 95-119.

Aborda la diferencia entre los conceptos de gobernabilidad y gobernanza en ciencia política y economía. A partir de una crítica de principios básicos del enfoque neoclásico, se plantean hipótesis alternativas para el estudio de la gobernanza, que incluyen, centralmente, la estructuración de las instituciones y la relación de los agentes con ellas. Con este propósito se evalúan explicaciones de las decisiones de los ciudadanos en la democracia y se valoran a la luz de su utilidad en sociedades con pronunciada desigualdad y alta heterogeneidad de preferencias. 

Base de datos documental del

CIESPAL

<http://www.ciespal.net>
opción Biblioteca Digital.

Centro de Documentación
Av. Diego de Almagro N32-133 y
Andrade Marín
Apartado postal 17-01-584
e-mail: documentacion@ciespal.net
Teléfonos: 254-83-37 / 254-80-11
Fax: 250-24-87



Campaña de desparasitación: Únete a la minga por tu salud




Nuestra institución colabora con el Programa Mundial de Alimentos (PMA), ACNUR, la Embajada de Japón y los ministerios de

Educación y Salud en la realización de la campaña de desparasitación promovida en la frontera norte del Ecuador.

Esta iniciativa interinstitucional busca reducir los índices de enfermedades intestinales ocasionadas por parásitos. La población infantil de las provincias fronterizas del país es el público objetivo a quien están dirigidos los mensajes que promueven incluir actividades básicas y diarias como lavarse las manos, lavar los alimentos antes de consumirlos, hervir y clorar el agua para consumo humano.



este paquete comunicacional y educativo se entrega a la población, que además recibe capacitación por parte de profesionales de nuestra institución, quienes evalúan que las actividades cumplan con los objetivos planteados.


Un elemento importante de esta campaña, es la Chiva de la salud, un vehículo motorizado que lleva a los actores que motivan a las poblaciones que visitan y hacen de esta campaña un suceso y una fiesta de la salud. 

Videoconferencia: En busca de la verdad

El 15 de mayo se realizó el enlace virtual entre Quito y Nueva York, para analizar la información atribuida a los computadores hallados el pasado 1 de marzo, en el campamento de las FARC.

En este panel internacional participaron Miguel Tinker-Salas, docente de Pomona University, de California; Forrest Hylton, de New York University; y Deborah James, investigadora de Washington D.C. Xavier Lasso, presentador del canal del Estado, Ecuador TV, fue el moderador y presentador, ya que esta estación televisiva retransmitió el acto para toda América.

Durante la videoconferencia, los participantes descalificaron la idoneidad y credibilidad de los documentos encontrados durante el ataque al campamento asentado en el Ecuador, en virtud de su incoherencia.

La actividad fue organizada por el comité "Identidad Soberana", integrado por la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la Fundación Guayasamín, la Universidad Alfredo Pérez Guerrero, la Acción de Derechos Humanos Monseñor Alberto Luna Tobar y el CIESPAL. 

Apoyo comunicacional: Para desterrar la xenofobia

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y el CIESPAL convinieron en realizar actividades con los objetivos de sensibilizar a la ciudadanía sobre el tema de los refugiados en el Ecuador, promover el conocimiento necesario de las oficinas y personal de apoyo, y combatir el clima de exclusión y xenofobia hacia los refugiados, mediante


UNETE A LA MINGA POR TU SALUD

Nombre del niño: _____

Nombre del representante: _____

de miembros de la familia: _____

Fecha	# de dosis entregadas



Mediante charlas, representaciones teatrales, jornadas de trabajo con profesores, médicos, padres y madres de familia, así como con festivales populares con zanqueros, bandas de música y desfiles, se quiere crear conciencia de la sanidad alimentaria.

El CIESPAL se encargó de todas las actividades comunicativas y de medición de impacto de la campaña; así, diseñó todo el material educativo, y preparó los talleres de concienciación con las comunidades y las autoridades civiles y educativas de las poblaciones de Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos, provincias en donde se aplica la campaña.

El desarrollo de piezas y productos de comunicación incluyó la investigación, conceptualización y diseño del afiche, de las cartillas de información, de una historieta, de los carnés, de rompecabezas, de jingle y cuña de audio, así como del material audiovisual. Todo

campañas comunicacionales de radio y televisión. Nuestras redes de radiodifusión y de canales de televisión en las provincias del país serán las encargadas de difundir la situación de los refugiados y de crear conciencia en la población ecuatoriana acerca de cómo tratarlos e integrarlos a las comunidades en un ambiente de tolerancia y desterrando actitudes xenófobas que tanto mal hacen a la humanidad.

Seminario: Comunicación política estratégica

Entre el 25 y el 27 de junio se desarrolló este seminario con expositores de mucha trayectoria y experiencia en campañas políticas ganadoras en la región. De igual manera, se realizarán talleres que complementaron las exposiciones magistrales para conseguir mejores resultados en las campañas venideras.

Al seminario asistieron directores y asesores de comunicación política, líderes políticos y gremiales, asesores políticos y de gobiernos, dirigentes y profesionales que trabajan y privilegian en sus agendas el tema político, así como comunicadores sociales y periodistas que trabajan en el sector público y privado, y analistas y redactores de la información política en los medios de comunicación, a quienes se les entregó herramientas pertinentes para el análisis electoral y de candidaturas.

Entre los temas más importantes para ganar las elecciones se destacaron las estrategias de comunicación política, las nuevas técnicas de investigación de votantes, la participación ciudadana, los métodos exitosos de comunicación, la financiación y el manejo de bases de datos para establecer estrategias.

Como exponentes participaron el ecuatoriano Jaime Durán Barba, los mexicanos Santa Arisveth Mora, Juan Carlos Ríos Lara y Filiberto Alfaro, el venezolano Pedro Silva y el colombiano Gustavo Gaitán, entre otros.

Los talleres simultáneos se enfocaron en la investigación de los votantes, mediante métodos cualitativos y cuantitativos, el financiamiento y el diseño de las campañas, la construcción de planes de comunicación, la validación de encuestas y la resolución de conflictos.

Con este seminario, el CIESPAL contribuyó al fortalecimiento de la democracia y de las instituciones políticas en el continente.



Campaña de radiodifusión: El medio más influyente


La Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) solicitó la colaboración del CIESPAL para iniciar una campaña de reposicionamiento de la radio en todo el país, con la finalidad de promover una reflexión sobre la riqueza que tiene la palabra hablada.

Los objetivos de la campaña son recuperar la potencialidad de imaginación y creatividad que tienen las historias narradas para despertar los sentidos del oyente, y enfatizar los mensajes en valores como el respeto, el compromiso, la responsabilidad y la solidaridad, ejes fundamentales para nuestra sociedad.

Además, las cuñas radiales que se están preparando en los estudios del CIESPAL estarán ambientadas en las distintas regiones de nuestro país y con personajes que representen a sus habitantes, quienes, por intermedio de su dialecto, tradiciones y conocimientos, recuperarán la cultura local que enriquece y reafirma la identidad del pueblo ecuatoriano.


Las producciones radiales están dirigidas y segmentadas para cada uno de los públicos vinculados a la radio: familiar, juvenil, infantil, adulto, empresarial y profesional de la radiodifusión; para cada uno se desarrollará un formato acorde con su configuración, con la finalidad de que el mensaje sea preciso.

Para los públicos de profesionales y empresas que trabajan directamente con las radioemisoras, se preparan mensajes orientados a confirmar la imagen de que este medio es un buen recurso para los anunciantes, pues goza de la preferencia de las grandes audiencias y debido a la versatilidad de producción y sus bajos costos.

Para concretar estos objetivos, se preparan cuentos narrados, piezas dramatizadas, informativos, cuñas, etc., es decir, todos los formatos radiales para que las audiencias y los públicos de incidencia directa aprecien de mejor manera las capacidades que tiene el medio. 


Docencia: Fotografía digital

Treinta y seis estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca recibieron el curso de fotografía digital, que tuvo una duración de 20 horas académicas.

En este curso, los estudiantes aprendieron las nociones básicas de fotografía y el manejo de cada uno de sus equipos digitales, así como la diferencia entre el manejo de una máquina analógica y una de nueva generación. 


Seminario-taller: Comunicación audiovisual (TV)

Veintiocho estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad Técnica de Machala acudieron a las instalaciones del CIESPAL para completar el módulo de comunicación audiovisual y así finalizar su carrera universitaria.


Los estudiantes permanecieron en la ciudad de Quito desde el 2 al 14 de junio y trabajaron en jornadas diurna y vespertina, en las que produjeron notas informativas y cortos de ficción, además aprendieron a trabajar en estudio y en campo, e hicieron prácticas de camarografía, presentación de noticieros y de locución. 

Publicaciones: Métodos de investigación social


Escrito en un tono muy didáctico y explicativo, *Métodos de Investigación Social: una aproximación desde las estrategias cuantitativas y cualitativas*, CIESPAL publicará la segunda edición de este libro de Paulina Salinas Meruane y Manuel Cárdenas Castro, docentes chilenos de la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica del Norte, en Antofagasta.

El libro agrupa varios artículos de docentes e investigadores que abordan los métodos cualitativos y cuantitativos aplicados a la investigación social, así como cada una de las herramientas más utilizadas, dependiendo del tipo de investigación que se desarrolle. Este texto no es un manual, pero puede ser utilizado como tal por su sencillez. 

Publicación: Información estética en el relato

Es el libro de Juan Manuel Rodríguez, miembro del Consejo Editorial de revista Chasqui, que forma parte de la colección Intiyan con el número 50. En este trabajo, el autor investiga las categorías estéticas que tienen los relatos de la denominada generación del treinta, principalmente en las obras de los autores del Grupo de Guayaquil. Este es un aporte a la investigación histórica y a la crítica de la literatura de nuestro país. 

Apoyo: Comisión de la Verdad

El CIESPAL brindará apoyo en el área de comunicación a la Comisión de la Verdad, entidad que se conformó para investigar los crímenes de Estado cometidos desde 1984 hasta la actualidad. Nuestra institución comprometió su trabajo en producción de piezas audiovisuales para difusión entre los medios de las redes de radio y tv, así como también un documental. 

Convocatorias

IV Premio Latinoamericano de Periodismo en Salud, Red-Salud 2008

Trabajos de cualquier género periodístico, publicados entre el 1 de enero de 2007 y el 15 de septiembre de 2008, cuyo tema sea la salud y el cambio climático.

Dotación:

Primer premio: 2.000 dólares.

Segundo premio: 1.000 dólares.

Tercer premio: 500 dólares.

Fecha límite: 15 de septiembre de 2008.

Más información:

<http://www.comminit.com/es/la/reds salud>.

Concurso Subregional Andino de Periodismo en Gestión del Riesgo

Podrán participar trabajos individuales o colectivos, de cualquier género periodístico, publicados en periódicos, revistas o medios electrónicos de la Comunidad Andina, entre el 1 de enero 2007 y el 30 de junio de 2008.

Dotación:

Primer premio: un computador portátil Sony Vaio VGN-CR260F.

Segundo premio: un computador portátil Dell Inspiron 1525.

Tercer premio: un iPod Touch 16 Gigas.

Todos los premios se publicarán <http://www.comminit.com/es/mainpage/549>.

Fecha límite: 2 de julio de 2008.

Inscripciones:

<http://www.comminit.com/en/node/add/content-premio-predecan?destination=mainpage/549>.

Más información:

<http://www.comminit.com/en/node/267835>.

Ayudas

Centro Pulitzer

A través de su programa *Cobertura de Crisis*, el Centro Pulitzer ofrece fondos para subvencionar viajes internacionales de periodistas que presenten proyectos de temas y regiones de interés mundial. El proyecto tiene que incluir un plan de distribución en los medios estadounidenses. El monto de la subvención por viaje dependerá del proyecto y el plan de presupuesto. La mayoría de las subvenciones van desde 3.000 a 10.000 dólares, pero pueden ser hasta de 20.000 dólares.

Más información: info@pulitzercenter.org

<http://pulitzercenter.org/openmenu.cfm?id=7>.

Festivales

XII Festival Internacional de Cine para Niños y Jóvenes. Divercine 2008

Fecha: julio 7, 2008.

Ubicación: Montevideo, Uruguay.

Reconocimientos:

- Premio Guri al mejor filme o video del Festival.
- Premio del Festival a los mejores filmes y videos de corto y largometraje, en las categorías ficción, animación y documental.
- Premio UNESCO a la mejor producción de cine o video de América Latina y el Caribe, 2.000 dólares.
- Premio UNICEF al mejor filme o vídeo del Festival que promueva los derechos de la niñez.
- Premio OCIC al filme o video que resalte los valores humanos.
- Premio a la mejor Opera Prima del Festival.

Fecha límite: 15 de abril de 2008.

Contacto: Ricardo Casas, Instituto de Medios Audiovisuales para Niños y Jóvenes IMAN, casasr@adinet.com.uy, ricardocasasb@gmail.com.

Tercer Festival de Cine y video Latinoamericano "SURrealidades" (2008)

Fecha: septiembre 9, 2008.

Ubicación: Bogotá, Colombia.

El tema para 2008 es el Cambio Climático y el país invitado es Bolivia.

La fecha de realización de las producciones participante debe ser después posterior a enero de 2003.

Fecha límite: 20 de julio de 2008.

Contacto:

Tercer Festival de Cine y video Latinoamericano "SURrealidades" (2008). Bogotá, Colombia. surrealidades@gmail.com.

Congreso Regional de Información en Ciencias de la Salud -CRICS8

Fecha: septiembre 16, 2008.

Ubicación: Río de Janeiro, Brasil.

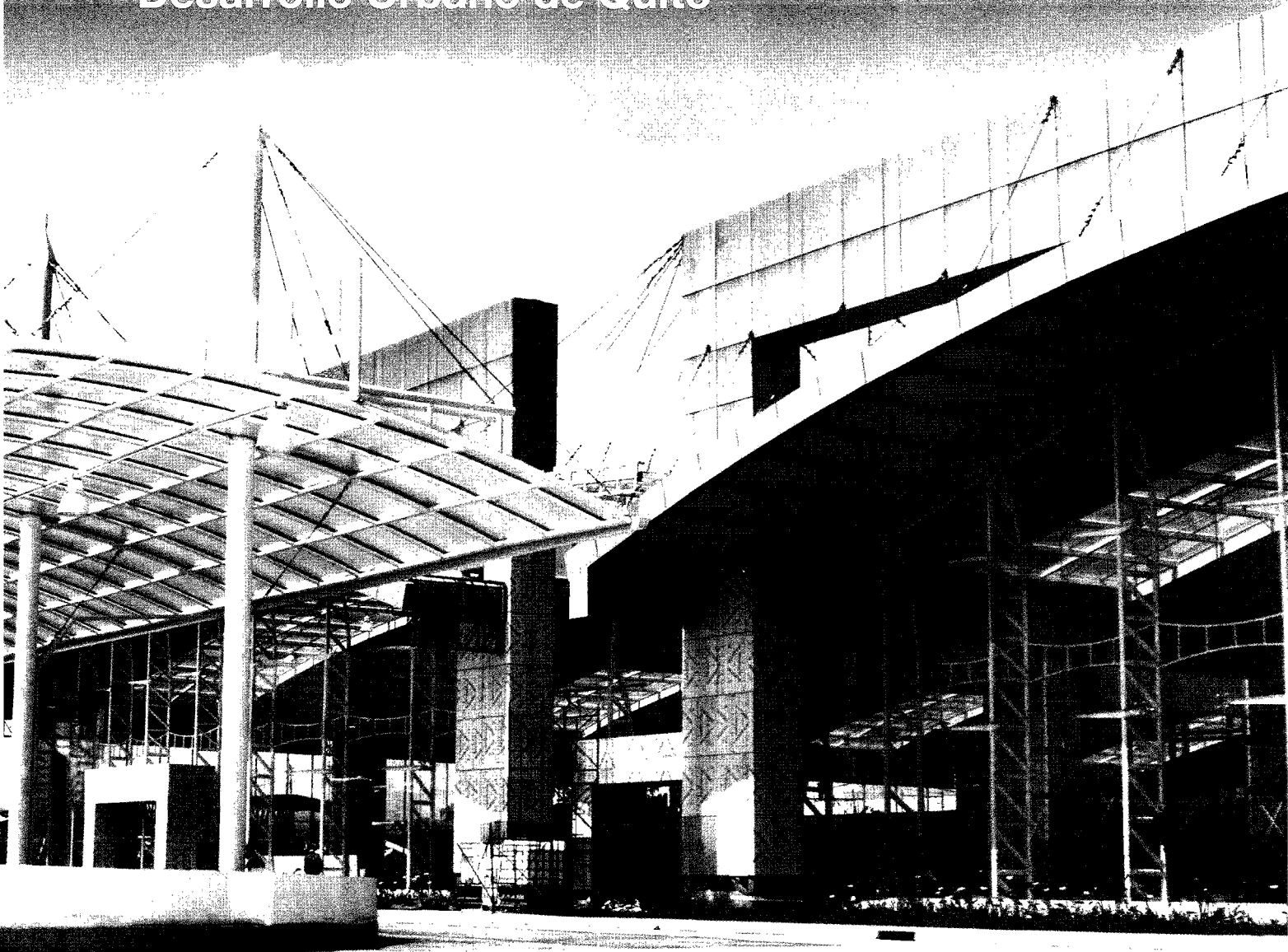
Tema: Información y conocimiento científico para la innovación en salud.

Inscripción: 115 dólares, hasta el 30 de julio de 2008; 225 dólares, del 31 de julio al 8 de septiembre de 2008; y 280 dólares, durante el evento.

Más información:

<http://www.crics8.org/php/index.php?lang=es>.

Innovación para el Desarrollo Urbano de Quito



► Terminal Terrestre Quitumbe

Quito es una ciudad singular, con gran interés por su especial configuración y un gran encanto por su particular emplazamiento; requiere por ello mismo de un gran esfuerzo de planificación y gestión y sobre todo de la búsqueda de nuevas formas de relacionamiento entre la ciudad y sus ciudadanos.

El Municipio de Quito a través de la Empresa de Desarrollo Urbano de Quito, Innovar.ujio, contribuye al progreso de la ciudad, ejecutando proyectos dirigidos a la comunidad, mediante la inversión de fondos públicos y privados. Pone especial atención a espacios tradicionales como el Centro Histórico de Quito y los barrios populares, con programas inéditos y novedosos como el de Rehabilitación del Centro Histórico y el denominado "Mi Barrio Lindo" que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de miles de familias que viven en sectores periféricos de la ciudad capital.

Además lleva adelante proyectos innovadores de gran trascendencia para la urbe, como el nuevo Terminal Terrestre Quitumbe, el Tren Rápido de Quito, y el Sistema de Estacionamientos, entre otros. Así mismo ejecuta ambiciosos proyectos de vivienda como Ciudad Bicentenario al norte y Ciudad Quitumbe y El Garrochal al sur de la ciudad.



► Ciudad Quitumbe



► Mi Barrio Lindo

innovar.ujio
EMPRESA DE DESARROLLO URBANO DE QUITO

ALCALDÍA METROPOLITANA

QUITO



CONCOPE

CONSORCIO DE CONSEJOS PROVINCIALES DEL ECUADOR

¿POR QUÉ FORTALECER A LOS GOBIERNOS PROVINCIALES?

Un fuerte nivel intermedio de gobierno es **ESENCIAL** para fortalecer la democracia y la descentralización política en el país. El rol del nivel intermedio de articular los intereses políticos territoriales con lo nacional no puede asumir otro nivel del gobierno.

Por esto, proponemos un gobierno con un fuerte nivel intermedio, y solicitamos que se fortalezcan los Consejos Provinciales.

SÍ: a los Consejos Provinciales fortalecidos como nivel intermedio de gobierno

NO: a los Consejos Provinciales con competencias disminuidas



LOS GOBIERNOS PROVINCIALES, PUNTALES DEL DESARROLO

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui



El personaje

Germán Castro Caycedo

Escriben sobre la obra de este cronista colombiano:

Simón Espinosa Jalil, Pablo Escandón, entre otros.

Portada

Periodismo narrativo

Jorge Lanata, desde Argentina, sobre la narrativa periodística en los medios.

Carolina Ethel, desde España, nos cuenta sobre los nuevos cronistas.

Byron Rodríguez, desde Ecuador, reflexiona sobre las imbricaciones entre realidad y ficción.

Guillermo Osorno, director de la revista *Gatopardo*, nos entrega los criterios editoriales para publicar relatos sobre la realidad.

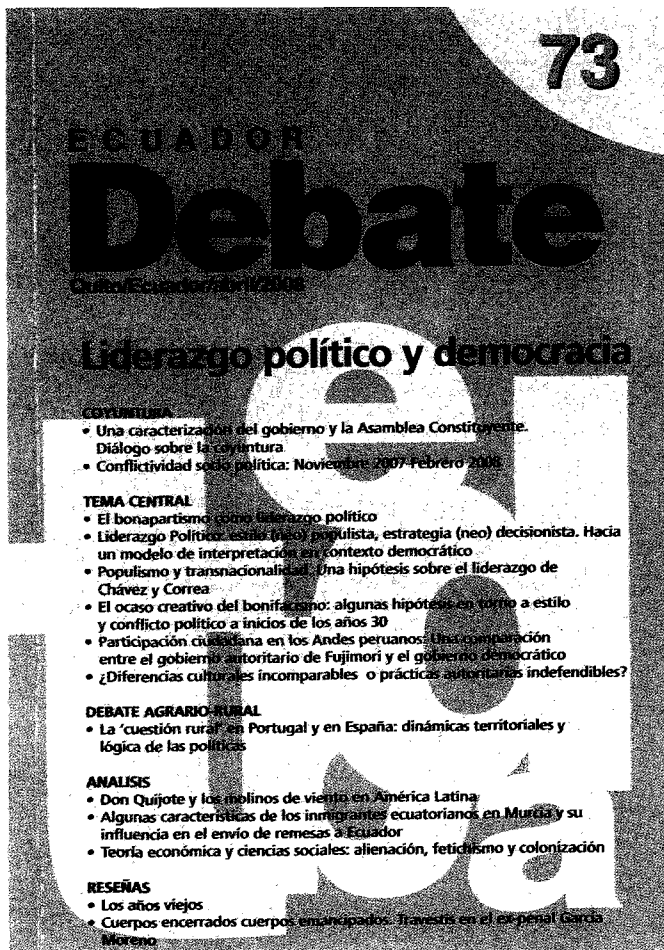

Como siempre, los temas de **Coyuntura**, las agendas más actualizadas y en **Aula**, los consejos más prácticos.

Suscríbase a Chasqui y no pierda la oportunidad de tener en sus manos el número 103.

Chasqui, revista latinoamericana de Comunicación.

Escríbanos a chasqui@ciespal.net o a chasquirevista@gmail.com y visite nuestro blog

<http://chasquirevista.wordpress.com>

NUEVA SOCIEDAD | 215

La equidad, entre macroeconomía y política social

CONJUNTURA
Bernardo Kliksberg
Margarita López Maya

APORTES
Jorge M. Battaglini

TEMA CENTRAL
José Antonio Ocampo
Gilberto Dupas
Hans-Jürgen Burchardt
Rolando Cordera
Leonardo V. Vera
Michael Dauderstädt
Carlos Mussi / José Roberto R. Afonso

LIBROS

NUEVO LIBRO

La Pobreza Digital: Perspectivas desde América Latina y el Caribe

La Pobreza Digital incluye siete poderosos capítulos desarrollando las herramientas disponibles de regulación para promover acceso, participación y empoderamiento de comunidades marginadas y pobres. El libro entrega un análisis innovador de oferta y demanda por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para definir, medir e investigar, por ejemplo, nuevos modelos de propiedad y administración de redes.



Diálogo Regional sobre la Sociedad de la Información –DIRSI– es una red de profesionales e instituciones que buscan crear conocimiento para fortalecer políticas que promuevan una participación efectiva en la Sociedad del Conocimiento de las comunidades pobres y marginadas de América Latina y el Caribe.