

**EDUCACION PARA TODOS LOS POBRES****10**

Más de 270 millones de latinoamericanos son pobres-pobres. Necesitan y quieren educación. Los medios de comunicación —públicos y privados— deben ser responsables y ayudar. ¡Sí saben como hacerlo!

Francisco Gutiérrez, Sheldon Annis, Paul Little, Hernando Bernal, Federico Mayor, Anne Bernard, Francisco Vio Grosso, R. H. Dave, A. M. Ranaweera, P. J. Sutton, Daniel Raffo, Lucía Lemos, Martha Rodríguez.

COMUNICACION E INTEGRACION**66**

América Latina unida, triunfará. Esa es la ley primera. Los medios de comunicación pueden convencer a los incrédulos y formar opinión pública.

¡Sumar, sumar y sumar!

José Márquez de Melo, María Aquino, Marina Grunauer, Eduardo Martínez, Susana Santini, Juan Cevallos, Alberto Acosta, Peter Schenkel, Gino Lofredo, Jessica Ehlers, Luis E. Proaño, Fausto Jaramillo, Wilman Sánchez.

**EDUCOMUNICADORES DE LA IGLESIA**

Attilio Hartmann, Juan Braun	56
José Joaquín Salcedo, Juan Braun	60

NOTICIAS	2	AFRICA	7
ACTIVIDADES DE CIESPAL	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
EUROPA	6	LIBROS	99

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

Carta del editor

Miedo. Los latinoamericanos tenemos miedo. Los pobres tienen miedo de quedarse en pobres. Los ricos, de perder su poder y riquezas. La violencia, que resulta de la pobreza, del crimen organizado, la guerrilla y el narcotráfico, nos da mucho miedo.

A muchos políticos les da miedo enfrentarse a los causantes de la deuda externa. A ciertos medios de comunicación les da miedo publicar historias, con nombre y apellido, sobre corrupción y narcolavado.

Pero lo que más miedo da, es que ya "somos" 270 millones de latinoamericanos pobres-pobres. Una fuerza que

en algún momento puede despertar y arrasar con el orden establecido.

Todo este miedo, esta energía que genera, puede ser utilizada para bien. Es un toque de atención psicológico de que las cosas no van. Y que la sociedad, el ser humano, deben cambiar.

¡Basta de decirnos mentiras! Luchemos contra la pobreza y sus causas. Eduquemos a todos. Adoptemos los sueños de Bolívar de integración y unión. Utilicemos a los medios de comunicación para generar la revolución de la esperanza. Pero sin miedo.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Eduardo Kingman Jalme Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Luis Rivera (Puerto Rico). Servicios Especiales de IPS. OIP, IJI. **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. **Apartado 17-01-884.** Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 502-487.

Fausto Jaramillo

Satélites y algo más

Para alcanzar la integración, la comunicación vía satélite es imprescindible; también se necesitan los técnicos. Todo depende del interés del Estado y los medios de comunicación públicos y privados.

Los acontecimientos de los últimos meses, han modificado profundamente el panorama geopolítico. El mundo bipolar ha sido reemplazado por uno conformado por inmensos mercados.

El estamento político latinoamericano, con los Gobiernos a la cabeza, han empezado a profundizar los procesos integracionistas. Las reuniones se suceden una tras otra y en cada una de ellas se intenta que los hechos y las acciones reemplacen a la retórica.

Y es en esto, precisamente, en donde radica la función básica de los Medios de Comunicación Social: Lograr una opinión pública favorable a estos procesos.

Hasta ahora, el aparato estatal y la empresa privada, se han mirado como enemigos irreconciliables, lo que no ha permitido un diálogo sobre la Integra-

ción de estos dos segmentos de las sociedades latinoamericanas, para reconocer sus intereses y encontrar soluciones comunes. Sin embargo, separadamente, ambos grupos declaran:

PRIMER CASO: LA EMPRESA PRIVADA DE COMUNICACION

En Mayo de 1990, se reunieron en CIESPAL, representantes de las principales estaciones de Radio privadas de Perú, Venezuela, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y observadores de Francia, Canadá y Estados Unidos.

El tema propuesto de esta reunión fue: "La Radio: Tendencias e Información"; dentro de este contexto se analizaron las situaciones particulares de la radio en cada uno de estos países, sus problemas y perspectivas.

Las discusiones permitieron arribar al siguiente diagnóstico:

- En algunos países de la sub-región no existe una legislación que regule el ejercicio de la Radiodifusión.
- No existe una legislación que sea co-

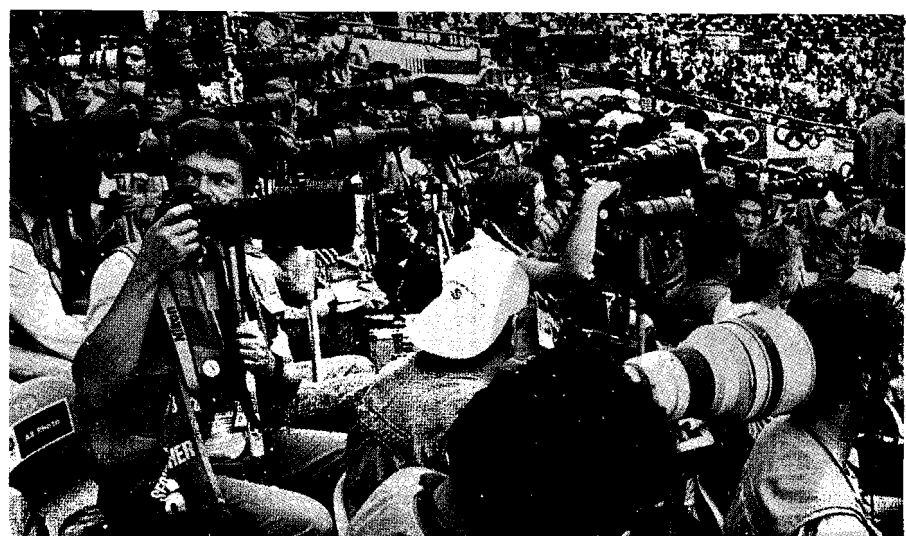
mún a la radiodifusión de los 5 países que conforman esta sub-región.

- Existe una casi total dependencia tecnológica con respecto a los países desarrollados.
- En materia informativa, esta dependencia se manifiesta en relación a las agencias internacionales.
- Existe una sub-utilización de material informativo generado por las agencias latinoamericanas y del llamado Tercer Mundo.
- Igualmente existe una sub-utilización de producciones radiales de carácter cultural y educativo, generados en diferentes centros de la misma región.
- Existe poco conocimiento de las realidades políticas, económicas, culturales, artísticas y sociales de los países. Se conocen más las realidades extraregionales que las de los vecinos.
- La deficiente información entre los países Andinos no obedece únicamente a causas tecnológicas, sino también a la calidad del tratamiento que se da a la misma.
- Lastimosamente, aún quedan rezagos de aquel tipo de información sensacionalista que no contribuye a la formación y educación de la audiencia.
- Existe un desconocimiento sobre la existencia y observancia de los códigos de ética periodística en cada uno de los países de la Región.

En términos de tendencias actuales, los participantes señalaron:

- Se busca una mayor cobertura en las transmisiones y para ello se están formando las llamadas cadenas radiales.
- Se busca una mejor y más amplia información que contextualice mejor la realidad de cada uno de los países.
- Existe una búsqueda de una mejor programación que responda a las necesidades culturales de los pueblos.
- Cada vez más, los países tienden a unirse a fin de lograr una mejor respuesta a los retos del desarrollo; y el Pacto Andino no puede abstraerse a este proceso. Exista ya una conciencia entre los pueblos de profundizar la integración. La información radial tiene ya la necesidad de inscribirse en este proceso.
- Existe una tendencia a incorporar nuevas tecnologías en los procesos de transmisión de la radio, que cierran un tanto la brecha con la existente en los países industrializados.

Fausto Jaramillo, ecuatoriano. Jefe del Departamento de Televisión de CIESPAL.



Los medios deben y saben crear opinión pública a favor de la integración

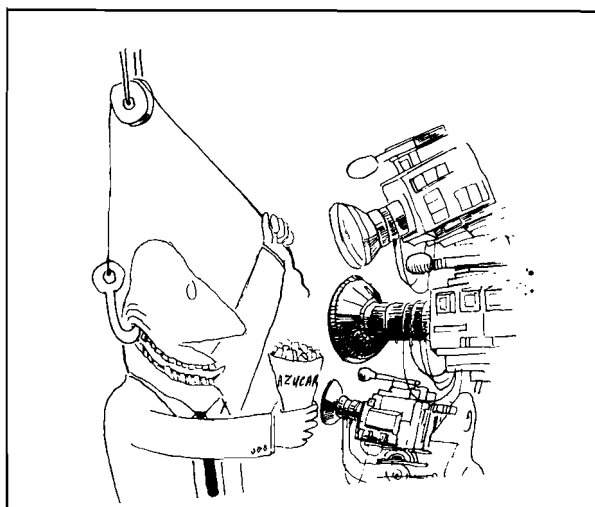
SEGUNDO CASO: LA COMUNICACION Y LA EMPRESA PUBLICA

De acuerdo al Inventario de Medios de Comunicación, levantado por CIES-PAL en los dos últimos años, se encuentra que en todos los países del Área Andina, no existe una presencia fuerte y valiosa de la empresa pública en el campo de las comunicaciones; y en los pocos casos existentes, los Gobiernos no han sabido utilizar técnicamente esos Medios para ponerlos al servicio de la cultura, la información y la educación de sus pueblos. Por el contrario, los medios de comunicación del Estado han servido para campañas publicitarias de los Gobiernos de turno, antes que para la consecución de los más altos e importantes objetivos nacionales.

Sin embargo, existen, aunque aisladamente, ciertos acuerdos e instituciones que han venido laborando en temas de la Integración a través de la producción de materiales educativos para los medios de comunicación. Uno de estos Acuerdos es el Convenio Andrés Bello, del que son signatarios todos los países del Pacto Andino, además de Panamá, Chile y España.

En junio del presente año, en la ciudad de Neiva, Colombia, se realizó la XXI reunión técnica del Convenio Andrés Bello, para analizar lo actuado hasta el momento y planificar lo que se hará en el futuro. Entre las conclusiones, vale rescatar aquellas que se refieren, precisamente, a la Comunicación:

— Hay que emprender en la búsqueda de fórmulas que permitan trabajar mancomunadamente con los medios de comunicación de régimen de propiedad privada.



(Revista Medium)

— No hay que temer la competencia. Por el contrario, se puede y se deben levantar los niveles de calidad de los materiales de contenido cultural y educativo, para que puedan competir con otros contenidos.

— La educación es una obligación de todos los estamentos que componen una sociedad y no una exclusividad de los gobiernos. En esta área, todos, empresa privada y pública, tienen una tarea que cumplir y el esfuerzo debe ser mancomunado.

— Uno de los mayores obstáculos a vencer es el de carácter técnico que hasta el momento no permite vencer la barrera que significa la geografía.

Los casos arriba mencionados, muestran claramente los puntos de coincidencia y divergencia entre el estado y la empresa privada, hasta ahora antagónicas; ambas coinciden en señalar que la integración es la respuesta al reto del desarrollo; entonces ¿por qué no se alcanza esa ansiada realidad?

Lastimosamente, aún quedan varios problemas a enfrentar: Políticos y económicos en unos casos; de organización social en otros; pero, sobretodo, están los derivados de las actitudes humanas.

Es en este contexto en el que se deben interpretar las declaraciones, porque muestran de manera clara que es en el campo de las ideas donde empieza a crecer la integración.

COMUNICACION PARA LA INTEGRACION

Y es precisamente allí donde radica la labor que debe cumplir la comunicación social. Debe aceptar el reto de intentar modificar las actitudes de todos los segmentos sociales.

La comunicación social debe derribar la idea hasta ahora imperante, de que la Integración es una dádiva generosa de los gobiernos y aceptar que la Integración es una exigencia de la historia, en beneficio del desarrollo de los pueblos.

Tan hermoso enunciado es, hasta el momento, una utopía; y como toda utopía marca el objetivo a alcanzarse y hacia el que se debe caminar.

El primer paso es el del mutuo conocimiento; y aquí sí que es importante la labor de los medios de comunicación. El flujo informativo entre los países debe ser incrementado tanto en su cantidad como en su calidad.

Las aberraciones existentes deben ser desterradas y el derecho a una correcta y rápida información no solo debe ser respetado, sino que, además, debe convertirse en una herramienta imprescindible de estos procesos.

Los intentos, hasta hoy ensayados, no han dado sus frutos; muchas son las

Revista

DIA • LOGOS

DE LA COMUNICACION

Oficina de Redacción: Secretaría Ejecutiva de FELAFACS
Apartado Aéreo 18-0371, Lima 18, Perú. Teléfono 355189

causas de tales fracasos; unas exógenas que escapan al control de los comunicadores —por ejemplo, la geografía agreste e inhóspita— la cordillera de los Andes y la Amazonía, han sido y continúan siendo, barreras infranqueables.

POSIBLES SOLUCIONES

Hace falta, entonces, plantear y ejecutar proyectos audaces que rompan ese obstáculo; y parte de la respuesta se halla en la tecnología moderna. Por ejemplo, satélites colocados en órbitas geoestacionarias, permiten remontar cualquier obstáculo de este género.

La idea no constituye ninguna novedad, es más, a estos futuros satélites se los ha bautizado con los nombres de Simón Rodríguez y Cóndor.

Razones de Estado (léase razones económicas y políticas) son las que seguramente impiden el que hasta ahora dichos satélites no hayan sido lanzados.

Las economías de estos países no crecerán lo suficiente en los próximos años, como para cubrir los altos costos que demanda esta tecnología por lo cual se deben buscar otras alternativas. Una de ellas es el uso de los

satélites actualmente en servicio; muchos de ellos no trabajan a plena capacidad y pueden ponerse al servicio de los países que lo requieran.

Evidentemente, esto también demanda un costo pero, el mismo, puede ser compartido por varios gobiernos y empresas privadas.

Otra de las limitantes que rara vez se menciona parece encontrarse en el insuficiente personal técnico capaz de administrar y sostener un proyecto de esta naturaleza.

Las universidades latinoamericanas no forman profesionales capaces de lidiar con estos problemas y, por ello, los jóvenes que pretenden hacerlo salen al exterior. Allí obtienen su título y al retornar a su patria, no encuentran trabajo, lo que los obliga a emigrar.

En la región, México y Brasil, son los únicos países que ya poseen satélites e inclusive siguen lanzando otros más, porque han experimentado sus beneficios.

México, con los dos satélites "Morelos" y próximamente con el "Solidaridad", cubre toda el área de Centro y Norte América y con cierta dificultad, también hasta el Sur del Perú. Telefonía,

télex, fax, radio y televisión aprovechan sus capacidades y ponen al alcance del ciudadano una cantidad incommensurable de información. Uno de los transponders mexicanos, envía hacia Europa toda una serie de programas de televisión.

Brasil, también cuenta con 2 satélites, con los cuales ha logrado vencer la amplitud de su geografía y extender su influencia hacia Europa.

No es necesario ser un experto para comprender, que a través de esta tecnología, ambos países están ampliando los mercados de sus productos y con ello sus economías.

Se **concluye** entonces que, para alcanzar la Integración, la comunicación vía satélite es imprescindible. Y con ella viene, en forma paralela, la necesidad de proveer una educación técnica acorde con los desafíos del siglo XXI.

El reto está echado. Depende de los latinoamericanos el tomarlo. Si se lo acepta, toda la región se habrá embarcado en el futuro, pero si no se acepta, no se podrá culpar a nadie de que América Latina se pierda en el pasado. ■

**MEDIA
CULTURE
& SOCIETY**

Edited by
John Corner
Professor Nicholas Garnham
Paddy Scannell
Professor Philip Schlesinger
Colin Sparks
Nancy Wood

Media, Culture & Society is the leading international forum for research and discussion across the whole field of cultural practice. The journal focuses primarily on the mass media (television, radio, press) within their political, cultural and historical contexts, but its development has brought additional issues into focus:

- Concepts of the Information Society
- Issues raised by the convergence of the mass media with systems of cultural production
- Diffusion based upon telecommunications and computing
- The social role of various categories of intellectual in the full range of cultural practice
- The relationship of all these to literature, and to more general cultural and artistic practices

Media, Culture & Society is essential reading for anyone concerned with the mass media within their social, political, economic and cultural contexts.

Published in January, April, July & October
ISSN 0163-4437

SUBSCRIPTION RATES, 1990

	Institutional	Individual
One Year	£60 (\$104)	£27 (\$39)
Two Years	£120 (\$208)	£54 (\$78)
Single Issue	£16 (\$27)	£8 (\$12)

SAGE Publications Ltd, 28 Banner Street, London EC1Y 8QE, UK
SAGE Publications Inc, PO Box 5096 Newbury Park, CA 91359, USA

Wilman Sánchez

Revistas de comunicación

Las revistas de comunicación de América Latina tienen un importante rol que cumplir en el campo integracionista. Con el propósito de advertir el interés que tienen las mismas hacia una mayor integración entre ellas, a principios de septiembre de 1990, CHASQUI envió un cuestionario con 19 preguntas, a 17 de estos medios. Se obtuvieron siete respuestas (41 por ciento del total).

Las revistas de comunicación que respondieron a los cuestionarios fueron: Candela (Uruguay) creada en 1947; Contratexto (Perú), 1985; Comunicações e Arte (Brasil), 1967; Diálogo Social (Panamá), 1967; Graphos (Panamá), 1982; Signo y Pensamiento (Colombia), 1982 y Revista Boliviana de Comunicación (Bolivia), 1984.

ANÁLISIS MORFOLOGICO COMPARATIVO

La revista Candela es la más antigua, su primera edición data de 1947, mientras que la más nueva Contratexto, fue fundada en 1985. Dos de las Revistas, Comunicações e Arte y Signo y Pensamiento, son editadas por mujeres: Dulcilia Schroeder y Martiza Cevallos, respectivamente; tres de las publicaciones son editadas por instituciones: Contratexto (Universidad de Lima, Facultad de Ciencias de la Comunicación), Graphos (Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social) y Diálogo Social (Centro de Capacitación Social). Las dos revistas restantes, Candela y Revista Boliviana de Comunicación, son editadas por José Luis Vera y José Caballero.

Entre todas las publicaciones suman una producción de 10 mil ejemplares en una sola edición, cifra muy pequeña frente a la comunidad periodística de la región y además persiste una limitada distribución. La de mayor tiraje es Diálogo Social con 4.500 ejemplares. Graphos, Signo y Pensamiento y Revista Boliviana de Comunicación, apenas publican 500 ejemplares cada una. A esto se agrega una "crisis de lectura" en la que se halla postrada la generalidad de los comunicadores latinoamericanos. La mayoría de las publicaciones circulan a nivel nacional y muy poco en el exterior.

LINEAS DE ACCION

Entre los objetivos esenciales de las revistas se pueden advertir los siguientes: 1) Diálogo Social enfatiza en "entregar información y hacer un análisis de la realidad panameña y latinoamericana". Las otras seis se dedican fundamentalmente a la difusión de temas, artículos, estudios vinculados con la comunicación, investigaciones, experiencias y trabajos de estudiantes e investigadores.

La Revista Boliviana de Comunicación, hasta 1987, publicaba temas de la comunicación, "para promover la información de una política global de comunicación". Después de ese período ofrece información "para producir una teoría sociocultural basada en un programa de investigación (en la línea epistemológica de Irme Lakatos) bajo un enfoque sociocomunicacional".

Graphos publica fragmentos de las tesis de grado de los estudiantes "que así lo ameriten" y a corto plazo programa incluir artículos de autores internacionales, incluso de aquellos de lengua inglesa.

Para una real integración de las revistas de comunicación de América Latina, se plantea, por ejemplo, la necesidad de fortalecer y ampliar la actual Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. También, la promoción de trabajos conjuntos de investigación y el levantamiento de información sobre los temas que les son comunes. Además, está la necesidad de establecer un canje real y efectivo, pero los problemas derivados del correo deficiente o el simple desinterés en el envío erosionan la vinculación.

RECURSOS Y LIMITACIONES

Todas las revistas consultadas coinciden en señalar que su mayor preocupación es la ausencia de recursos. Si estos no existen, simplemente estas no se publican. El aumento de los costos de impresión no tiene límites. Hay publicaciones que predominan sobre las otras, solo porque unas disponen de más recursos que las otras.

La superación en favor de la integración podría sustentarse en la elaboración y puesta en marcha de un diagnóstico regional sobre esos problemas y plantear opciones de mejoramiento de la actual tarea.

También se recomienda como una tarea prioritaria el establecimiento de una red de comunicación computarizada, similar al sistema BITNET, entre los investigadores de la comunicación y propiciar encuentros y debates entre investigadores y editores.

Hay limitaciones estructurales comunes entre las revistas que les impide integrarse. Por ejemplo, la falta de recursos económicos para contar con un buen equipo humano y técnico que permita mejorar su presentación y contenido; además, la ausencia de una política y un sistema regional de distribución.

La poca vinculación que tienen entre sí las revistas, por ahora, se da únicamente a través del canje o de la publicidad, aunque descuidado e irregular. Graphos confesó no tener ningún vínculo con otras similares.

LOS EDITORES

¿De qué manera los editores pueden contribuir al proceso integracionista de las revistas de comunicación de América Latina y El Caribe? Algunas alternativas están sujetas siempre a la voluntad y acción de cada uno de ellos.

Es lógico pensar que los editores cumplen el papel protagónico de ser incentivos y matrices de la comunicación. Sobre sus tareas cotidianas reposa la responsabilidad de mostrar de cuerpo entero los problemas de la comunicación y plantear oportunidades dentro del marco de la precariedad de recursos económicos, que ponen en riesgo la periodicidad y existencia de estas publicaciones. "Los editores deben conocerse", sugiere Diálogo Social. En algún momento tienen que sentarse frente a frente para identificar los temas de interés común, perfilar tareas y difusión de contenidos. Hay que reforzar la correspondencia personal, abrir la posibilidad fehaciente de intercambio de avisos, artículos, documentos y publicaciones. Sobre ellos recae la tarea integracionista de las revistas.

Periodismo académico

Earl English y Clarence Hach

Editorial EDAMEX. México, 361 pp., 1988.



Una de las mayores dificultades para la formación de los periodistas profesionales, es la carencia de textos didácticos, o manuales, que puedan transmitir conocimientos prácticos y concretos sobre la técnica de la prensa escrita. Este libro es una respuesta a esta necesidad y un excelente estudio sobre los diferentes géneros periodísticos.

El tratamiento dado al tema "noticias" resulta de especial importancia, ya que enfoca el proceso para conseguirlas, su estructura, clasificación y demás elementos para su diseño y difusión oportuna. Con igual solvencia son enfocados los aspectos más sobresalientes de las "crónicas", "editoriales", "artículos especializados", etc. Especial interés es el estudio que se hace sobre las "entrevistas", desde su planteamiento básico hasta su forma más adecuada de publicación. El capítulo sobre el "Reportaje", que es uno de los mode-

los de más demanda en el periodismo moderno, es de especial interés.

La obra se refiere a la redacción gramatical de todo tipo de artículos y titulares; se resalta una serie de consejos prácticos respecto de las reglas elementales de gramática y redacción, del uso de las abreviaturas, mayúsculas y siglas y de otros aspectos relativos al correcto uso del lenguaje escrito.

El capítulo sobre periodismo académico, incursiona en el ámbito de la tipografía, impresión y la parte técnica que permite alcanzar una expresión gráfica de buena calidad. Se enfoca el uso de los sistemas informáticos para la composición tipográfica, el diseño de páginas de periódicos y revistas y más elementos de carácter técnico; además de fotografías, gráficas y anuncios publicitarios.

Los últimos capítulos se ocupan de la reglamentación y leyes de prensa y de los medios de comunicación masivos. En este último aspecto ponen a disposición de los lectores conceptos sobre la función de la prensa, las reglas mínimas del periodismo, la ética y práctica comunicacional y los sistemas de transmisión audiovisuales.

En resumen, la amplitud y profundidad de las temáticas enfocadas, junto con el estilo eminentemente práctico y los ejercicios que enriquecen cada uno de los capítulos, convierten a esta obra en un instrumento de consulta indispensable para profesores, profesionales y estudiantes de Ciencias de la Información.

Andrés León

Conservación, desarrollo y comunicación

Alfonso Gumucio Dragón
Compilador

Asociación de Periodistas LIDEMA, Conservación Internacional, Primera Edición, La Paz, Bolivia, 193 pp., 1990.



Bajo el lema "El futuro no se adivina, se construye", 50 periodistas de los principales medios de información bolivianos analizaron la problemática ambiental de Bolivia y el rol de la prensa.

El libro recoge la memoria del Seminario Conservación, Desarrollo y Comunicación, organizado conjuntamente por la Asociación de Periodistas, la Liga de Defensa del Medio Ambiente (LIDEMA) y Conservación Internacional. El evento que se realizó entre el 19 y 21 de enero de 1989, tuvo como característica principal el dirigirse exclusivamente a periodistas y comunicadores sociales y como tema central la vinculación entre la comunicación, conservación y desarrollo. El evento constituyó un primer espacio de intercambio y reflexión sobre el tema. Una primera constatación fue que no existe en Bolivia una prensa especializada en la

temática de conservación y medio ambiente, lo que implica que en algunas ocasiones hayan aparecido artículos "tan despistados y poco profesionales".

La primera parte del libro contiene las conferencias sobre Desarrollo y Medio Ambiente, cuyos temas son: "Conservación y Desarrollo: Marco Conceptual", "Las Organizaciones no Gubernamentales y la Problemática Ambiental", "Deuda por Naturaleza: Un Desafío", "Aspectos Científicos de la Conservación", "Principio y Práctica de las Areas Protegidas" y "Las Areas Protegidas y la Reserva de la Biósfera: EBB".

En la segunda parte, se publican las conferencias de los temas abordados en Conservación y Comunicación. Las exposiciones se refieren a: "Medios de Información Masiva y Problemática de Conservación", "La educación sobre Medio Ambiente", "Experiencias en Educación Ambiental en Bolivia" y "La Opinión Pública y la Política Ambiental".

Las recomendaciones del seminario enfatizan la necesidad de vincular, más estrechamente, a las instituciones con los medios de información y periodistas; así como promover la formación de comunicadores especializados. Para ello, se recomienda la realización de cursos, talleres y seminarios.

El documento final concluye haciendo un llamado a evitar las tergiversaciones en la información, que tanto daño pueden causar en el proceso de defensa de los recursos naturales y el medio ambiente.

María del Carmen Cevallos

LIBROS

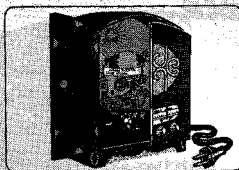
Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana

Varios autores

Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales. Lima, Perú, 239 pp., 1990.

Rosa M. Alfaro
Rubén Téllez
Helena Pinilla
Gina Gogin

Cultura de Masas
y Cultura Popular
en la Radio
Peruana



una breve historia de las migraciones a la ciudad y de cómo se han ido incorporando a la misma utilizando para ello la radio.

La "Doctora Corazón" ¿El ocaso de un modelo radial? de Helena Pinilla García, plantea la desaparición de un género muy difundido en una época de la historia latinoamericana.

La pugna por la hegemonía cultural en la radio peruana de Rosa María Alfaro abarca tres investigaciones.

De los distintos modos de hacer radio en el Perú de Gina Gogin Sias. Se profundiza sobre el tema comunicación popular, las emisoras campesinas y los nuevos usos de la comunicación.

Radio y comunicación popular, también de Rosa María Alfaro, se centra en el área educativa de la comunicación popular y su relación con la radio.

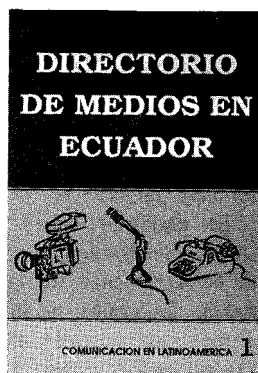
Si se quiere salir de ciertos estereotipos y conceptos, es fundamental tener este tipo de experiencias directas con los sectores populares y compartirlas con todos quienes buscamos la comunicación alternativa en su justo término.

Lucía Lemos

Directorio de medios de comunicación

CIESPAL

Editorial Quipus, Colección Comunicación en América Latina, No. 1 - Primera Edición, Quito, Ecuador, 273 pp., 1990



CIESPAL presenta en esta obra un gran aporte referencial sobre las características morfológicas de 392 medios de comunicación de Ecuador, sometidos a un censo total desarrollado en el período 1989-1990.

En realidad, esta obra es parte de un proyecto investigativo sobre medios de comunicación en 19 países de América Latina y el Caribe, que se realizó en dos etapas: En la primera se obtuvo un inventario actualizado de los diarios, radiodifusoras y estaciones matrices de televisión;

la segunda etapa comprendió un estudio cualitativo y pormenorizado de esos medios, con énfasis en las programaciones, recursos humanos y tecnológicos utilizados, en base a una muestra representativa.

Este trabajo editorial de CIESPAL codifica el formato, cobertura, tiraje, carácter, propiedad, potencia, banda de modulación, horas de transmisión, año de creación, etc., de los medios ecuatorianos censados. La obra pertenece a la nueva serie que presenta CIESPAL denominada **Comunicación en Latinoamérica**.

A pesar de que la investigación observó algunas limitaciones para recabar información, aquello no afectó los resultados del estudio. Se investigaron y censaron 36 diarios que circulan entre 6 y 7 días a la semana en 11 provincias del país, 14 canales matrices de televisión y 342 radiodifusoras, que están en funcionamiento regular. Además se incluyó un listado de las cadenas radiales periódicas y ocasionales que existen en Ecuador. Las características esenciales de los medios analizados se presentan en cuadros ilustrativos.

Wilman Iván Sánchez L.

Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

CIESPAL ● Apartado 17-01-584 ● Quito-Ecuador

Envíe suscripción a partir del No. _____ por 1 años por 2 años Envíe primero factura

Envíe ejemplares sueltos Nos _____ Envíeme más información

Nombre _____

(Name) _____

Institución _____

(Institución) _____

Dirección _____

(Address) _____

Ciudad/Estado _____ Código Postal _____

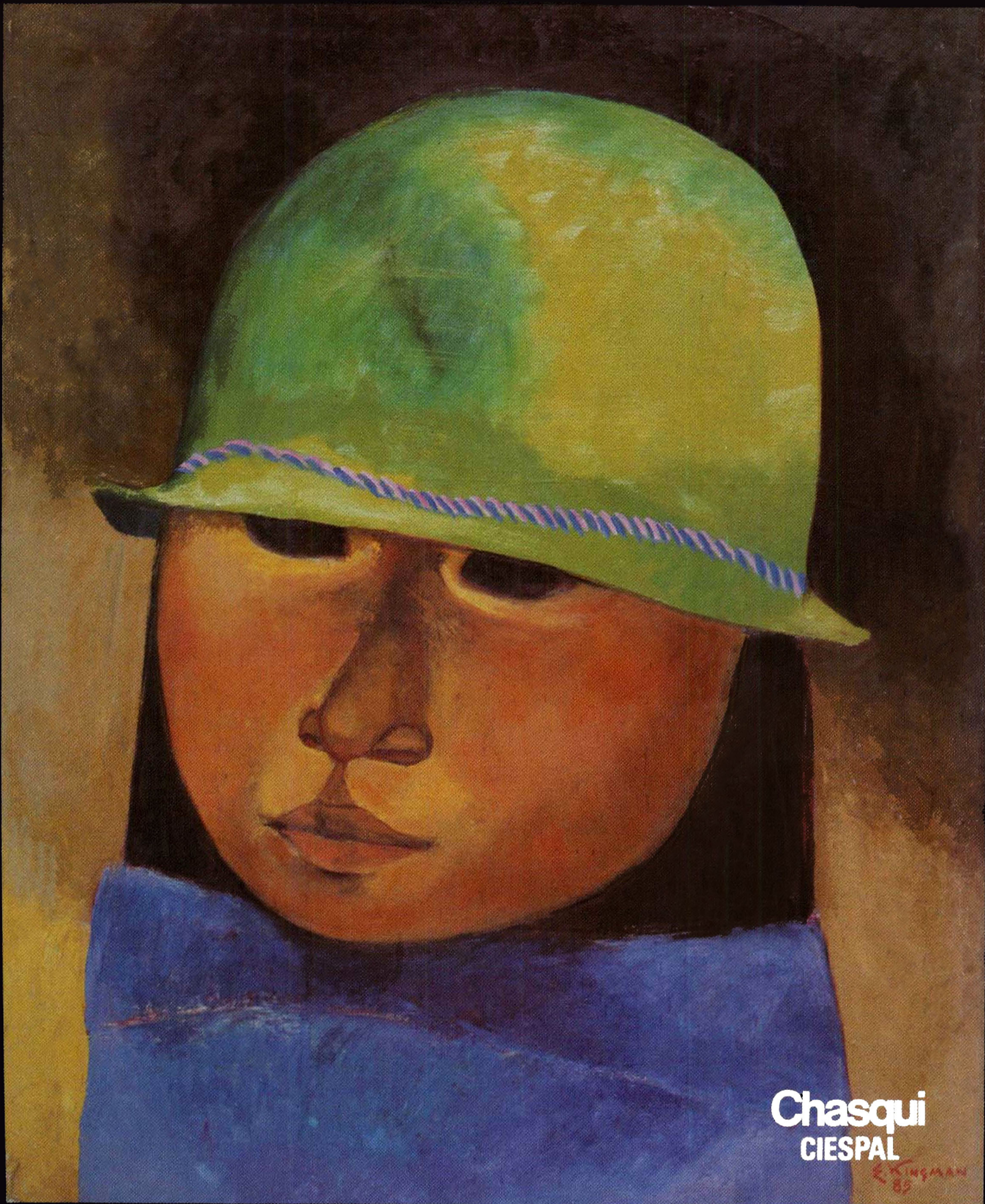
(City/State) _____ (Postal Code) _____

País _____ Fecha _____

(Country) _____ (Date) _____

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN

4 números por año	U.S.A. Europa y Asia
1 año (1 year)	US\$29
2 años (2 years)	US\$54
3 años (3 years)	US\$72
OFERTA PARA ECUADOR	
1 año	5.500 sucres
2 años	10.000 sucres



Chasqui
CIESPAL

R. KINGMAN
83