

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 60 - MARZO 1998

**Director (E)**

Jorge Mantilla Jarrín

**Editor**

Fernando Checa Montúfar

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,

Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,

Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Corrección de Estilo**

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

**Portada y contraportada**

Fabián Rodríguez Vásquez

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506 149 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://comunica.org/chasqui>

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

ISSN 13901079

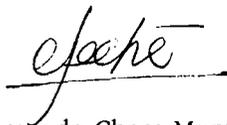
Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a

Chasqui.

## NOTA A LOS LECTORES

En 1997 se evidenció una creciente preocupación por la ética periodística en América Latina. Solo en Venezuela se realizaron 5 encuentros internacionales sobre el tema. El Taller de Periodismo Iberoamericano, fundado y presidido por Gabriel García Márquez, desarrolló 9 talleres en varios países de la región. El International Center For Journalists (ICFJ), con sede en Washington, concretó 4 seminarios con la participación de periodistas y directores de medios latinoamericanos. Además de incontables eventos con características nacionales. Esto es positivo porque permite vislumbrar la superación de un viejo problema: la falta de discusión y reflexión grupal (como debe ser) dentro de los medios, las universidades, los gremios y las organizaciones de defensa ciudadana (siempre ausentes). Sin embargo, el enfoque de los análisis ha estado centrado, en la mayoría de los casos, en la responsabilidad ética del periodista y del medio, en este orden. Con **Ética, medios, periodistas**, Chasqui quiere involucrarse en el debate (no es la primera vez, véase especialmente el *dossier* de la edición 41), potenciarlo y mantenerlo como tópico fundamental en la agenda de prioridades del periodismo de la región. Pero, además, relieves dos hechos muy importantes, entre otros. El uno, que la responsabilidad ética del periodismo radica, principalmente, en los dueños y directores de medios quienes son los que establecen las políticas editoriales (en muchos casos, determinadas drásticamente por el negocio y no por el servicio) que orientan la actividad profesional de los periodistas (algunos de los cuales, lamentablemente, la ejercen a base de intereses espúreos). El otro, no menos importante, es que lo ético no tiene que ver únicamente con el quehacer profesional específico del periodismo, sino con una dimensión mucho más amplia, donde sus derechos y obligaciones (es decir, lo deontológico) estén orientados a la consecución de una información y una comunicación más plurales, más democráticas. En suma, el periodista, como ciudadano y profesional, no puede, por acción u omisión, abstraerse de hechos que atenten a los derechos a la información y a la comunicación, pues la ética no puede limitarse a la libertad de expresarse y hacerlo con responsabilidad, sino contribuir a que ello sea posible para todos, en un marco de pluralidad y justicia. Tal el sentido de este *dossier*, y nuestra propuesta.

**Los medios en el medio** es un título que "expropiamos" a José Ignacio López V. (véase Chasqui 59) y con el cual se destaca el rol nodal y las tres funciones fundamentales que los medios tienen en la sociedad contemporánea: legitimar lo que transmiten, establecer la realidad (*agenda setting*) y mediar, para bien o para mal, entre el poder y la ciudadanía. Y estas funciones adquieren mayor fuerza si se consideran la masificación, globalización y tecnologización que los medios están teniendo; y el grado de confianza y credibilidad que sobre ellos tiene la sociedad, muy especialmente en América Latina donde alrededor de dos tercios de su población creen en ellos. Así, el cuarto poder, "tal como van las cosas, enfatiza José Ignacio, quizás ya sea el primero, o el trampolín para el primero". En este contexto, es preciso enriquecer una reflexión amplia y profunda que plantee mecanismos idóneos, más allá de la censura y autocensura, para regular ese poder; mecanismos que no solo promuevan y fortalezcan los derechos de los perceptores, sino su activa y enriquecida participación, en este mundo conflictivo, globalizado y extremadamente mediático.



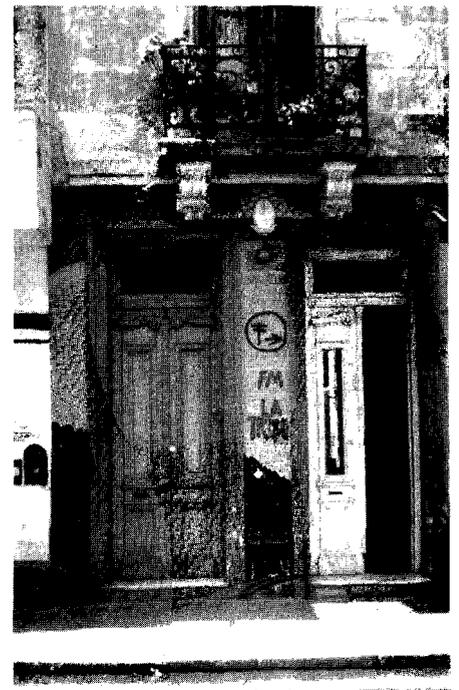
Fernando Checa Montúfar  
Editor

## ÉTICA, MEDIOS, PERIODISTAS



## LOS MEDIOS EN EL MEDIO

**L**os medios legitiman, establecen la realidad y representan (para bien o para mal) a la ciudadanía. Por eso están en el medio, en el centro de una sociedad conflictiva, creciente y globalmente mediática.



**L**a realización en la región, en los pasados meses, de una gran cantidad de foros sobre ética periodística es un buen síntoma, siempre y cuando se amplíen y motiven una discusión permanente en los medios, universidades, gremios e instancias ciudadanas, y se proyecten en favor de una sociedad más plural y más justa.

- 4 Ética y comunicación  
*Andrés León Calderón*
- 9 Tecnología y ética, un nuevo futurismo moral  
*Rushworth M. Kidder*
- 13 Problemas éticos en América Latina  
*John Virtue*
- 18 FIP: Principios de conducta  
*Katia Gil*
- 20 Decisiones a la hora del cierre  
*Deborah Potter, Bob Steele*
- 24 La pasión por la dignidad  
Ética y pastoral de la comunicación  
*Adolfo Contreras Baspinoiro*
- 29 Ética y sentido común  
*John Dinges*
- 34 Definiendo algunos términos  
*ICFJ*

36 A. L.: la ética de los reporteros y editores

38 Periodismo, ética y democracia



39 Medios: regulación y autorregulación  
*Diego Araujo Sánchez*

42 Nuevos contextos para un derecho en cambio  
*Germán Rey*

47 Grupos de presión y proceso comunicativo  
*Antonio Castillo Esparcia*

52 ¿Radios ciudadanas?  
*José Ignacio López Vigil*

55 Tipologías radiofónicas: una propuesta sistémica  
*Irving Berlin Villafañá*

59 En torno al periodismo de la comunidad  
*Elaine Tavares*

62 Hacia el 2000: desafíos informativos de la radio

## APUNTES

66 Los desafíos comunicacionales del Mercosur  
*José Marques de Melo*

70 Los periodistas en la mira  
*Cailin Mackenzie*

72 La lectura como viaje  
*Jaime Iturri Salmón*



## NUEVAS TECNOLOGIAS

75 El ciber mundo: aspectos positivos y negativos  
*Manuel Calvo Hernando*

79 Púlsar: dos años de radio e Internet  
*Bruce Girard*

## IDIOMA Y ESTILO

81 Una emergencia ortográfica  
*Hernán Rodríguez Castelo*

## 84 NOTICIAS

86 ACTIVIDADES DE  
CIESPAL

## RESEÑAS

87 Revistas iberoamericanas de comunicación  
*Daniel E. Jones*

91 Libros



## PORTADA Y CONTRAPORTADA

FABIAN RODRIGUEZ  
VASCONEZ  
Ecuatoriano

"Testigos del Tiempo".  
Oleo sobre madera con  
pirograbado y collage.  
46 x 38 cm

# Una emergencia ortográfica

*Con frecuencia, el periodismo escrito padece de achaques idiomáticos que ameritan un "consultorio gramatical" para atender emergencias ortográficas. Una de las más urgentes es la atinente a los cuatro "por que" del español: por que, por qué, porque y porqué.*



The UNESCO Courier, July 1990, Francia

**F**ue el escritor y lingüista argentino Arturo Capdevila quien tituló una columna periodística "Consultorio gramatical de urgencia", y tan feliz pareció el título que acabó siéndolo del libro que recogió esas consultas. Pues bien, parece que vamos a tener que abrir consultorio semejante en esta columna. Porque hay verdaderas emergencias. Casos que, lejos de ser de uso más libre de la lengua o más popular o innovador, o lo que sea, lo son de simple perplejidad por ignorancia; es decir, de gente que querría escri-

bir lo adecuado y simplemente no lo sabe.

## La urgencia más urgente

Y de estas consultas, la más urgente parece sin duda el uso de esas cuatro formas al parecer tan parecidas, pero de hecho tan distintas, que son **por qué**, **por que**, **porque** y **porqué**.

La vacilación es ecuatoriana, pero no solo ecuatoriana: basta ver las meteduras de pata en los letreros de las películas en inglés que nos pasan canales a los que tanto buen cine debemos agradecer los cinéfilos como *Cinemax* o *HBO Olé*. ¿Casos que muestran el problema? Los hay por decenas.

1. Una publicidad pregunta:

"¿Porque los Empresarios en el Ecuador prefieren *Acer Mate*?"

(*EL COMERCIO*, Quito, 3 de octubre de 1995).

Y con ese "porque" estos empresarios mayúsculos (porque maldita la falta que el empresario normal le hace esa mayúscula) no preguntan nada.

2. Y en una propaganda no de *Acer Mate* sino de Cecilia y Noboa, que se presentaban a elecciones como "¡La mejor alternativa!" (estos no eran mayúsculos sino enfáticos; de todos modos, esdrújulos), decían que se debía votar por ellos por varias razones (como la utópica rebaja del precio de la gasolina) y entre ellas esta:

"Por que el trabajo de la mujer en su

HERNAN RODRIGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

casa, le otorgue los beneficios del Seguro Social".

(*EL UNIVERSO*, Guayaquil, 16 de mayo 1996)

Y lo que los candidatos necesitaban y no supieron usar fue el "porque". La conjunción: "Porque la mujer..."

3. En *Jóvenes y punto* leo:

"... ahora entiendo porqué el otro día Carla, medio sonreída, no retiraba sus ojos de los dedos del enano de Juancho".

Y con ese "porqué" no preguntaban lo que querían; es decir, por qué la tal Carla hacía eso con el tal enano. Y el joven -lo suponemos joven- articulista volvía a equivocarse:

"Comprenderán entonces porqué muchas mujeres en lo primero que se fijan..."

4. Aquí ya no cabe pensar en juventud. En un "Comentario" de *EL COMER-CIO* de Quito -columna que acabó por dejar fuera de circulación (aunque sigan allí, impertérritos) los editoriales del diario- leemos:

"Y la desesperación de los Terán -cuyas (sic) actuación en la última manifestación fue totalmente irresponsable- se explica por que el país comienza a entender que debe salir del *statuo quo*" (28 noviembre 1997).

El lector que lea hasta el final sabrá por qué ese "por que" falló.

(Y para lectores novatos: ese "sic". Es latín, y quiere decir "así". Es el signo que indica que quien cita algo halló una barbaridad y la transcribe "así" como la halló, señalando que notó la barbaridad pero, como no era propia, no podía corregirla).

5. Y, para no alargar la serie de modo agobiante, un último caso periodístico:

"Buscando el por qué de tantos idiomas, le pregunté a uno de esos filósofos locos..." (*FAMILIA*, 30 noviembre 1997)

Obviamente (por lo que el lector hallará después) debió ser **porqué**.

### ¡Y hasta el novelista!

Pero la crisis no afecta solo a periodistas o publicistas. En mi calidad de miembro del consejo de redacción de una editorial ecuatoriana, de las contadas que aún editan novela -nacional y extranjera-, recibo en originales una para

que ejercite trabajo de lector -cosa harto distinta del placer de lector-.

Y el novelista, autor de una anterior novela que peleó el premio en una Bienal y de algún buen ensayo, patina así en nuestra materia:

"Y no tengo porqué ocultarlo" (p. 65).

"... lo que no dejó de causarme sorpresa, pues no sé porqué mi intuición me decía que ella ya sabía muchas cosas de mí" (p. 119).

### Perplejidad antigua

Tengo indicios de que la vacilación es antigua. En abril de 1741, Juan José de Astorga, comisionado por la Audiencia de Quito para reconocer el camino que había abierto Pedro Vicente Maldonado y presentar informe, entregó larguísima, prolija y rica *Descripción del nuevo camino de Esmeraldas*. En ella, en el folio 197 vuelto, se lee:

"no se puede suvir dicho Rio por qualquiera de los dos lados sin atravesarlo continuamente por que como en todas sus bueltas hiere, y golpea la corriente, es indispensable huir de ella".

Cuando el sabio riobambeño entregó personalmente en la corte española un *Memorial impreso* de aquella magna empresa suya, incorporó como un capítulo la descripción que Astorga había presentado ante la Audiencia de Quito. Pero no la incluyó tal cual: la corrigió como si se tratase de texto propio. (Una lectura atenta del texto muestra que es de Maldonado. ¿Cómo se le pudo escapar a ese gran lector que era González Suárez? Cierta cédula real confirma lo que esta lectura muestra). En el pasaje citado, a más de corregir el "suvir" y "atravesarlo", lo hace con nuestro **por que**:

"... porque como en todas sus bueltas hiere"

(Los dos textos constan en los *Documentos para la Audiencia de Quito* que recogió en el Archivo de Indias José Rumazo y publicó, en siete tomos, en Madrid en 1948. En los tomos I y II).

### Los cuatro "por que"

Y ahora sí vengamos a ver cómo son y cómo funcionan los "por que" en nuestra lengua. Son cuatro:

1. **Por que**. Dos palabras separadas; sin tilde. Se trata de preposición (por) + relativo (que):

"Estas son las razones **por que** voté en contra".

Equivale a "las razones por las cuales". Unamuno lo usa:

"El más claro testimonio del enorme yermo de decadencia y de ramplona fruslería **por que** atraviesa el seudopenamiento español contemporáneo" (*Contra purismo*, Ensayos).

2. **Por qué**. Dos palabras separadas; la segunda tildada. Se trata de preposición (por) + pronombre o adjetivo interrogativo (qué).

Este es el **por qué** que se usa para preguntar. Se lo usa no importa que la interrogación sea directa o indirecta, enfática o simple. Por no usarlo se equivocaron los empresarios mayúsculos del caso uno. Preguntaban; por lo tanto debieron haber usado **por qué**:

"¿**Por qué** ... prefieren ...?"

Y es igualmente garrafal esta equivocación de *The Wall Street Journal of Americas*:

"El miércoles pasado, la policía arrestó a Santiago Medina, tesorero de

**P**ero la crisis no afecta solo a periodistas o publicistas. En mi calidad de miembro del consejo de redacción de una editorial ecuatoriana, de las contadas que aún editan novela -nacional y extranjera-, recibo en originales una para que ejercite trabajo de lector -cosa harto distinta del placer de lector-.

la campaña de Samper, al no poder dar una explicación satisfactoria de **porqué** había endosado un cheque de US\$ 50.000 de una de las compañías-fachada del cartel de Cali..." (31 de julio de 1995).

Aquí la interrogación es indirecta (la directa sería: le preguntaron "¿*Por qué* no pudo dar...?"); no importa: si es interrogación, la forma es **por qué**.

3. **Porque**. Una sola palabra; sin tilde. Se trata de una conjunción; conjunción causal:

"No asistí **porque** no recibí invitación".

En el caso 2 -el de Cecilia y Noboa-, se trataba de una conjunción, que introducía una nueva razón **por** la cual Cecilia y Noboa eran la mejor alternativa.

4. **Porqué**. Una sola palabra; tildada. Es un sustantivo:

"Explicame el **porqué** de tu indiferencia".

Sería diferente -diferente gramaticalmente- si dijese: "Explicame **por qué** tu

## Los cuatro "por que"

1. **por que** = por (preposición) y que (relativo)

Equivale a **por el cual**, **por la cual**, etc. si se puede reemplazar **que** por cualquier otro relativo es que está bien usado:

"La decadencia **por que** atraviesa el pensamiento español" = "la decadencia **por la cual**..."

2. **por qué** = por (preposición) y qué (interrogativo)

Se usa para preguntar directamente: "Juan le preguntó: **¿Por qué** te vas?" indirectamente: "Juan le preguntó **por qué** se iba".

3. **porque** es conjunción causal.

Equivale a "a causa de", "por razón de": "Me atrasé **porque** hubo un accidente".

4. **porqué** es sustantivo.

Equivale a los sustantivos "causa", "razón", etc.

"Quiero saber el **porqué** de tu actitud".

(Por ser sustantivo va con "el", "un", etc. y puede recibir adjetivo: "Un **porqué** tendencioso").

indiferencia". Se pasó del sustantivo a la interrogación.

Resulta penoso hallar este **porqué** mal usado hasta en una cuidada edición de las obras de Bioy Caseres:

"Creyó por primera vez entender **porqué** se decía que la vida es sueño" (*Obras escogidas*, en "Grandes Autores Argentinos Contemporáneos", Círculo de Lectores, Buenos Aires, 1985, p. 318).

"Nadie sabe **porqué** te sentís tan a gusto" (*Ibid.* p. 217).

### Los libros de estilo

El *Libro de Estilo de EL PAIS* alerta a sus periodistas -y a los cientos de miles que lo han adquirido-:

"**porque, porqué**. Se escribe junto y sin acento cuando es conjunción causal y puede sustituirse por "a causa de" o "por razón de". En cambio, se acentúa cuando es sustantivo y sinónimo de la causa o la razón. Ejemplos: "lo hago **porque** es necesario", "los ciudadanos quieren saber el **porqué** de la dimisión" (p. 341).

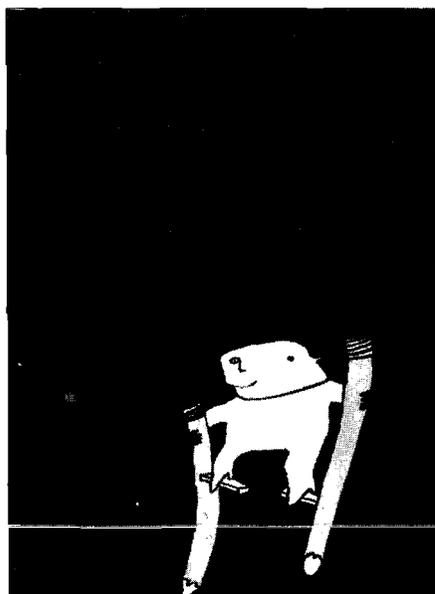
Los **porqué** de Bioy Caseres resultan desastrosos. (Tan desastrosos como los de *Jóvenes y punto*).

Y de los otros dos **por que / por qué** -los separados-, el *Libro de Estilo de ABC* escribe:

"**por que, por qué**. La primera forma es composición de relativo con preposición: "éstas son las razones **por que** no quiero ir". **Por qué** es pronombre o adjetivo interrogativo precedido de la preposición **por**: "díme **por qué** no quieres ir" (p. 120).

De paso, parece que ese Libro de Estilo cojea -y gravemente- en ortografía. ¿Por qué tilda ese "di" de dime? "Di" solo puede ser desinencia verbal; luego no lleva tilde diacrítica, y, siendo monosílabo, no tiene por qué llevar tilde. Y la tilde de "estas" resulta innecesaria.

Así que el asunto no ofrece dudas, y las equivocaciones solo pueden ser atribuidas a ignorancia o descuido. Para remediar lo uno y evitar lo otro damos a nuestro lector un pequeño cuadrito de resumen. ●



The UNESO Courter, July 1990, Francia

**● III ENCUENTRO DEL HISCOM**

En el marco de la IV reunión de ALAIC, se realizará el III Encuentro del Grupo de Trabajo: Historia de la Comunicación (HISCOM), entre el 12 y 16 de septiembre de 1998, en Recife, Brasil, para hacer un inventario crítico de la historiografía latinoamericana de la comunicación.

El HISCOM pretende congregar investigadores dedicados a reconstituir e interpretar la trayectoria de los procesos comunicacionales, destacando el protagonismo de las industrias mediáticas, sus productos culturales y sus agentes creativos en el contexto sociopolítico de las sociedades latinoamericanas; e incentivar el estudio del desarrollo de los procesos de producción del conocimiento comunicacional.

El III Encuentro se propone hacer un inventario crítico de la historiografía latinoamericana de la comunicación. La intención es construir un panorama comparativo de las fuentes esenciales y de las interpretaciones hegemónicas para la comprensión de la historia de los medios y de los agentes comunicacionales en la región. Se desea recibir contribuciones que posibiliten constituir indicadores comparativos, relatos de investigaciones históricas sobre medios, estudios biográficos o temas correlativos. Los temas en cuestión serán:

- Ciencia de la comunicación: identidades y fronteras.
- Historiografía latinoamericana de la comunicación.
- Evaluación de la investigación de la comunicación en las universidades latinoamericanas.
- Historias de vida de comunicólogos y comunicadores latinoamericanos.
- Evaluación de la investigación de la comunicación en las industrias mediáticas y en los movimientos sociales.
- Historia mediática latinoamericana.

**Información:** Secretaría Ejecutiva del Congreso: ALAIC/INTERCOM, edificio de la ECA-USP, Av. Prof. Lucio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B-9, Cidade Universitaria, Butanta-Sao Paulo cep: 05508-900, Brasil, telefax: 55-11-8184088, Email: mkkunsch@usp.br, Internet: <http://www.intercom.org.br>

**TALLER DE PERIODISMO IBEROAMERICANO**

**PROGRAMA PRIMER SEMESTRE DE 1998**

TEMA/EXPERTO	1998	SEDE
1. Reportaje gráfico/Stephen Ferry (USA)	Mayo 5-9	Cartagena Colombia
2. Crónica/Alma Guillermo Prieto (México)	Mayo 5-9	Cartagena Colombia
3. Seminario-taller sobre cubrimiento informativo de temas de políticas y gestión sociales organizado con el INDES-BID.	Mayo 11-15	Cartagena Colombia
4. Crónica/Carlos Monsiváis (México)	Mayo 18-22	Cartagena Colombia
5. Periodismo para Internet /Rosental Alves (Brasil)	Mayo 27-29	Cartagena Colombia
6. "El mejor periódico del Mundo"/ Jean Francois Fogel (Francia)	Junio 1-4	Cartagena Colombia
7. Seminario-taller sobre el periodismo de opinión en temas de políticas y gestión sociales organizado con el INDES-BID.	Junio 8-13	Cartagena Colombia
8. Reportaje de televisión/ Ralf Wilharm (Alemania)	Junio 16-18	Cartagena Colombia
9. Seminario-taller sobre ediciones dominicales /Gabriel García Márquez y Enrique Santos Calderón (Colombia), organizado con la SIP.	Junio 17-19	Cartagena Colombia
10. Información internacional/ Miguel Angel Bastenier (España)	Junio 24-26	Cartagena Colombia
11. Edición y organización de la redacción/ Miguel Angel Bastenier (España)	Junio 30 Julio 3	La Paz Bolivia

Los talleres se realizan en español y están abiertos a la participación de periodistas activos de Iberoamérica. Por lo general, el cupo está limitado a un máximo de 12 periodistas y la duración es de tres a cinco días. Para mayor información contactar al director de la Fundación, Jaime Abello Banfi.

A partir del 1 de abril de 1998, la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano girará con la razón social "Taller de Periodismo Iberoamericano", con sede en Cartagena de Indias, calle San Juan de Dios No. 3-121, local 5, teléfonos (575) 664 1217 y 664 6374. E-mail: [fundder@metrotel.net.co](mailto:fundder@metrotel.net.co)



## ORGANIZACIONES CATOLICAS DE COMUNICACION CON NUEVOS LIDERES

Entre el 26 de febrero y el 4 de marzo, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, se realizó el Foro Internacional y IV Asamblea del Servicio Conjunto de Comunicación, que agrupa a las organizaciones católicas continentales: OCICAL, UCLAP, UNDA-AL y la Red de Jóvenes Comunicadores de América Latina y el Caribe.

El tema del foro, en el que participaron más de doscientas personas del continente, fue "Redes solidarias, culturas y multimedialidad", que fue trabajado en conferencias magistrales a cargo de Rosa María Alfaro, Alejandro Alfonso, Daniel Prieto Castillo y Adalid Contreras. Estas conferencias se articularon con mesas de trabajo sobre temas correlativos.

En este marco se eligió al nuevo directorio de estas organizaciones: Mons. Juan Luis Ysern, Chile, presidente honoración; Rolando Calle s.j., Ecuador, presidente de OCICAL; María Rosa Lorbes, Perú, presidenta de UCLAP; Ronald Grebe, Bolivia, presidente de UNDA-AL; y Adalid Contreras, Bolivia, director ejecutivo del Servicio Conjunto.

## ● CONCURSO LATINOAMERICANO DE PROGRAMAS DE RADIO

¿Quiere ayudar a mejorar la calidad de vida de su gente?

¿Aspira a ser un radialista de fama?

¿Le gustaría ganarse tres mil, dos mil o mil dólares?

Si es así, participe en el concurso latinoamericano de radio "Constructores de ciudadanía, derecho a la diferencia y espíritu de tolerancia", organizado por el PNUD, la UNESCO, el UNIFEM y AMARC.

### Bases

- Está abierto a todas y todos los radialistas de América Latina y El Ca-



ribe, y a los extranjeros residentes en nuestra región.

- Cada participante podrá presentar hasta tres programas como máximo, en español o en portugués.

- Si se presentan trabajos de grupo, el premio recaerá en el director o directora del mismo, o en quien el grupo designe.
- Los programas deberán ser inéditos o haber sido estrenados durante el primer semestre de 1998. No valen programas de archivo.
- La duración de los programas será de 5 minutos mínimo y 10 minutos máximo.
- Los programas se presentarán en casete, cinta abierta o sistema DAT. Las grabaciones deberán acompañarse con los libretos correspondientes.
- Los programas se presentarán con seudónimos. El nombre del autor o la autora y todos sus datos vendrán en sobre cerrado que solo se abrirá cuando el jurado haya emitido su decisión.
- Los programas deberán ser recibidos, en la Secretaría Técnica del Concurso, antes del 30 de junio de 1998.
- El PNUD se quedará con los derechos de autor sobre todos los programas que participen en el concurso. Los tres programas premiados, así como las menciones de honor y otros que se consideren de buena calidad, serán distribuidos a 500 emisoras de gran popularidad en América Latina y El Caribe.

Para realizar los programas... ¡valen todos los géneros y todos los formatos!

El jurado estará compuesto por tres especialistas internacionales en producción radiofónica: Alicia Ibarguengoitia, Leonardo Martínez y José Ignacio López Vigil. Ellos tendrán en cuenta tanto el interés del contenido como la originalidad de su tratamiento y su excelente calidad técnica. Su decisión será inapelable y se reserva el derecho de declarar desierto los premios.

Para enviar los programas o para cualquier información adicional sobre el concurso, dirigirse a:

Secretaría Técnica del Concurso  
Avenida Atahualpa 333  
Casilla 17-08-8489  
Teléfono: 593-2-551674  
Fax: 593-2-501180  
Email: ignacio@amarc.org.ec  
Quito-Ecuador

En lo que resta de este primer semestre de 1998, el departamento de Formación Profesional de CIESPAL, conjuntamente con universidades y gremios periodísticos del Ecuador, realizará las siguientes actividades de capacitación.

**ETICA PERIODISTICA**

Del 6 al 8 de mayo se dictará el taller "Ética periodística y políticas de comunicación", en la Universidad de Cuenca, destinado a los estudiantes de comunicación social. Temas: deontología de la comunicación, análisis ético de la noticia, códigos, valores y antivalores, entre otros.

**EL FOTOGRAFO COMO REPORTERO**

La Fundación El Universo, conjuntamente con CIESPAL, realizará en Guayaquil el taller "El fotógrafo como reportero", el 12 de mayo. Temas: la importancia de la imagen, la fotografía como respaldo a la información, la ética de la información, la infografía, el fotógrafo como comunicador y el profesionalismo.

**PERIODISMO TURISTICO**

La Unión Nacional de Periodistas

**CAPACITACION NACIONAL**

y CIESPAL realizarán el taller "Periodismo Turístico", en Cuenca, del 21 al 23 de mayo de 1998, para comunicadores, periodistas y estudiantes de comunicación social que trabajen en el área turística. Temas: cómo utilizar la comunicación en el turismo, el turismo como actividad generadora de recursos informativos y financieros, la comunicación como base para promocionar el turismo del país.

**PERIODISMO INVESTIGATIVO**

Del 8 al 12 de junio se dictará el taller "Periodismo Investigativo", en CIESPAL, destinado a periodistas, comunicadores y estudiantes de comunicación que tengan interés en producir reportajes investigativos para la prensa escrita. Temas: detección de hechos investigables, qué hacer con las fuentes, estrategias del periodismo investigativo.

**LOCUCION II**

CIESPAL realizará este taller, del 15 al 19 de junio, dirigido a los locutores de las principales radios del país. Temas: el empirismo en la profesión del locutor, análisis de progra-

mas, ética, la improvisación ante el micrófono, la responsabilidad en los medios radiofónicos.

**INFORMATIVOS DE TELEVISION**

Del 17 al 19 de junio se realizará el taller "Producción de Informativos para Televisión", en la Universidad de Cuenca, para estudiantes de comunicación social y comunicadores sociales que trabajan en esta área televisiva. El taller proporcionará las herramientas necesarias para que los participantes produzcan un informativo para televisión y puedan presentar temas nuevos y necesarios para el país.

**LOCUCION I y II**

La Universidad de Cuenca, conjuntamente con CIESPAL, realizarán del 22 al 27 de junio este taller para los estudiantes de comunicación social y para locutores de las principales radios de la provincia. Temas: el lenguaje radiofónico, posición y herramientas básicas del locutor. El empirismo, análisis de programas, ética, la improvisación ante el micrófono y la responsabilidad en los medios radiofónicos.

**● CIESPAL Y CHASQUI EN EL CIBERESPACIO**

Dada la creciente popularización del Internet y la necesidad de fortalecer los espacios latinoamericano y de español en la red, CIESPAL y Chasqui han puesto a la consideración de los cibernautas sus *web sites*, desde el pasado marzo.

En el *site* de Ciespal, los visitantes encontrarán información sobre lo que esta institución es, sus objetivos y principales líneas de acción (investigación, documentación, capacitación, producción bibliográfica, radiofónica y televisiva). Además, los cursos y talleres que se realizarán, las series radiofónicas y los libros que están a la venta.

El *site* de Chasqui da a conocer las tarifas de suscripción, publicitarias, promociones, los grandes temas tratados desde la número 20 hasta la actual, algunos artículos y los índices de las tres últimas ediciones, información sobre la próxima.

Visítelos, conózcamos, infórmese e interactúe con nosotros. Las direcciones son:

<http://comunica.org/ciespal>  
<http://comunica.org/chasqui>

**● PRODUCCION MULTIMEDIA**

Como parte de la permanente asesoría y apoyo técnico a campañas educativas que ejecutan organismos ecuatorianos, CIESPAL está rerealizando dos series de producciones multimedia.

La primera se ubica dentro del programa de prevención, atención y reconstrucción de zonas afectadas por El Niño, que forma parte de la Campaña Nacional de Defensa Civil. Para ello ha producido una serie de spots televisivos que son difundidos a nivel nacional.

La segunda es una producción multimedia (prensa, radio y TV) que forma parte del proyecto para el desarrollo de una conciencia y actitudes de protección a la biodiversidad, que CIESPAL está ejecutando conjuntamente con el Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre (INEFAN), gracias a un apoyo financiero del Banco Mundial. Esta producción se está realizando sobre la base de una investigación de audiencias y del conocimiento sobre biodiversidad y el sistema nacional de áreas protegidas.