

Carta a nuestros Lectores

Siguiendo la nueva política de la revista, presentamos un ejemplo de campaña exitosa en Relaciones Públicas, la de una ciudad herida de muerte en el turismo por el narcotráfico y su recuperación, la ciudad de Medellín.

Chasqui ha tocado en muy pocas ocasiones el tema del Cine que ha cobrado nueva vitalidad especialmente en Europa y algunos países de América Latina. ¿Qué mejor oportunidad que el aniversario del nacimiento de Buñuel, para reiniciar en nuestra revista el tratamiento de este tema?.

Muchos son los que se preguntan si los problemas planteados en la controversia sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información alcanzaron una respuesta positiva o se quedaron en el campo de la discusión estéril. Luis Ramiro Beltrán responde a este interrogante.

Partiendo de su experiencia como Director de El Comercio de Quito, Santiago Jarvis nos cuenta cómo era el periódico de ayer, cómo es el periódico que hoy se edita y cómo será el periódico que se publicará en el futuro, frente al desafío de las nuevas tecnologías.

Muchos quisieran hacer publicidad en Internet pero no saben cómo. Franz Del Pozo les señala el camino.

Es común escuchar que el periódico puede desaparecer ante la amenaza de Internet. Sobre la radio casi nadie presiente una amenaza semejante. ¿Es esta una actitud basada en la ignorancia o en el conocimiento del significado innovativo de las nuevas tecnologías? Para su respuesta lea el artículo de Bruce Girard.

Para los interesados en la investigación, especialmente estudiantes universitarios, Jorge Arroba explica cómo y cuándo se hace un sondeo flash.

Juan Manuel Rodríguez, alternando con Simón Espinosa, nos aclara cuándo el "de-queísmo" es lícito en la lengua castellana.

CHASQUI

Director

Edgar Jaramillo

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla

Nelson Dávila

Lolo Echeverría

Héctor Espín

Luis Espinosa

Guadalupe Fierro

Florha Proaño

Francisco Vivanco

Consejo de Administración de Ciespal

Presidente, Víctor Hugo Olalla,

Universidad Central del Ecuador

Paulina García de Larrea,

Ministerio de Relaciones Exteriores

Gabriel Pazmiño,

Ministerio de Educación y Cultura

Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO

Luis Espinosa, FENAPE

Florha Proaño, UNP

Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

jmparedes@andinet.net

Impresión

Editorial Quipus - Ciespal

Chasqui es una publicación de Ciespal

Apartado 17-01-584

Quito - Ecuador

Telfs.: (593-2) 506149 - 544 624

Fax: (593-2) 502487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

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

ISSN 13901079

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

Los artículos pueden reproducirse citando la fuente de origen y remitiendo dos ejemplares a Chasqui

CALTA
150 AÑOS

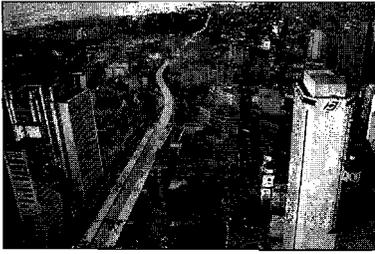
PORTADA

RELACIONES PÚBLICAS

4

MEDELLÍN: DEL MIEDO A LA ATRACCIÓN TURÍSTICA

Humberto López López —



OPINIÓN

EL NOII:

12

EL SUEÑO EN LA NEVERA

Luis Ramiro Beltrán —



ENSAYOS

PRENSA

16

EL PERIÓDICO DE AYER, EL DE HOY Y EL DEL FUTURO

Santiago Jervis



24

PERIODISMO AMBIENTAL: UNA ESPECIE EN EXTINCIÓN

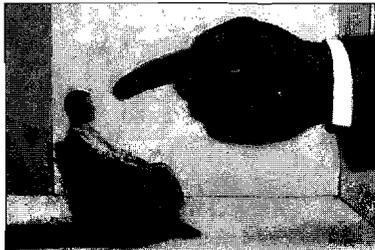
Diane Jukofsky

INFORMÁTICA

30

¿CÓMO SE HACE PUBLICIDAD POR INTERNET?

Franz Del Pozo



58

LENGUAJE

ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

Juan Manuel Rodríguez

36

LA RADIO NO ESTÁ AMENAZADA POR INTERNET

Bruce Girard —



42

INVESTIGACIÓN

¿CUÁNDO Y CÓMO SE HACE UN SONDEO FLASH?

Jorge Arroba

46

CINE

EN EL CENTENARIO DE SU NACIMIENTO BUÑUEL: UN GENIO BURLÓN

Ulises Estrella

52

SERVICIO BIBLIOGRÁFICO

REVISTAS DE COMUNICACIÓN

Daniel Jones

62

ACTIVIDADES DE CIESPAL

LO QUE PASÓ Y LO QUE VENDRÁ


CIESPAL



El periódico de ayer, de hoy y del futuro

Santiago Jervis ■

Fel periodismo que se practicaba a inicios del decenio de 1960, cuando comencé mi carrera profesional tenía mucho de romántico y bo-

Aunque ya había algunos reporteros egresados de las Escuelas, la exigencia para solo contratar reporteros titulados no era terminante.

La maquinaria de impresión era lo último en tecnología. Incluía una rotativa Goss y una veintena de las mejores linotipias Mergenthaler, aparte de fotomecánica y grabado, manejados por brillantes técnicos graduados casi todos ellos en el Colegio Central Técnico de Quito. Lejano estaba el uso de rotativas offset a color.

Los cambios en la industria gráfica desde entonces han sido vertiginosos y alucinantes. En 1960 la producción de los diarios como que armonizaba con el ritmo de vida de un Quito aún no contaminado ni sobre saturado por inmigrantes y gases tóxicos de automotores. El tiempo era elástico y las relaciones entre los ciudadanos sensiblemente menos tensas.

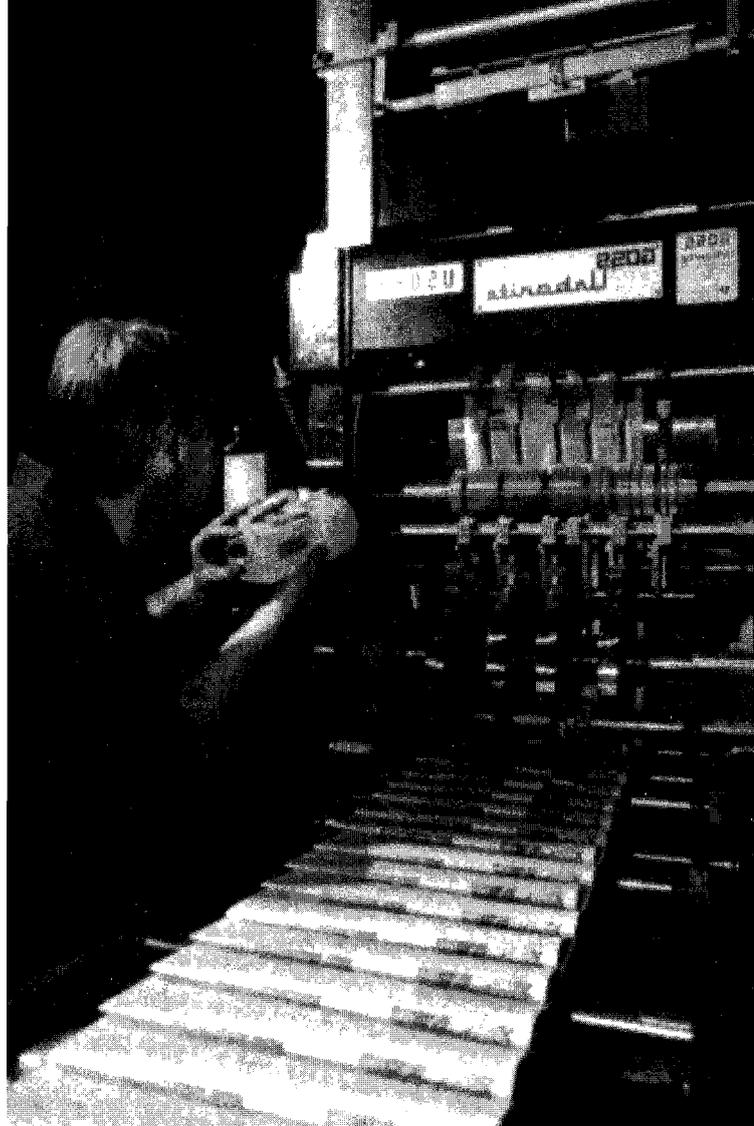
El centro de Quito era único, el de la tradicional plaza mayor o grande hispana, circundada por la Catedral, el Cabildo y los palacios arzobispal y presidencial (más el Congreso y la Universidad a los costados). A pocas cuadras operaba El Comercio, cual vigía y crítico severo de lo que acontecía en esa plaza, núcleo vital de la nación.

Los reporteros afluíamos a la Redacción por la noche. No importaba mucho el salario recibido, que generalmente se complementaba con ingresos de otras actividades, usualmente la cátedra o un empleo público. Lo que atraía era llegar al grupo y compartir la diaria competencia de ingenio, humor y sátira en torno a los sucesos del país y del mundo, sobre los cuales había que escribir.

¿Cómo se colectaba la información? Generalmente de modo directo, acudiendo a las "fuentes de información" oficiales, del sector público y del privado. Era una rutina que se cumplía en las esferas del Palacio Presidencial y los ministerios, alcaldías y otras dependencias del área pública, o en el Congreso y con líderes políticos, cámaras de la producción, educadores, deportistas.

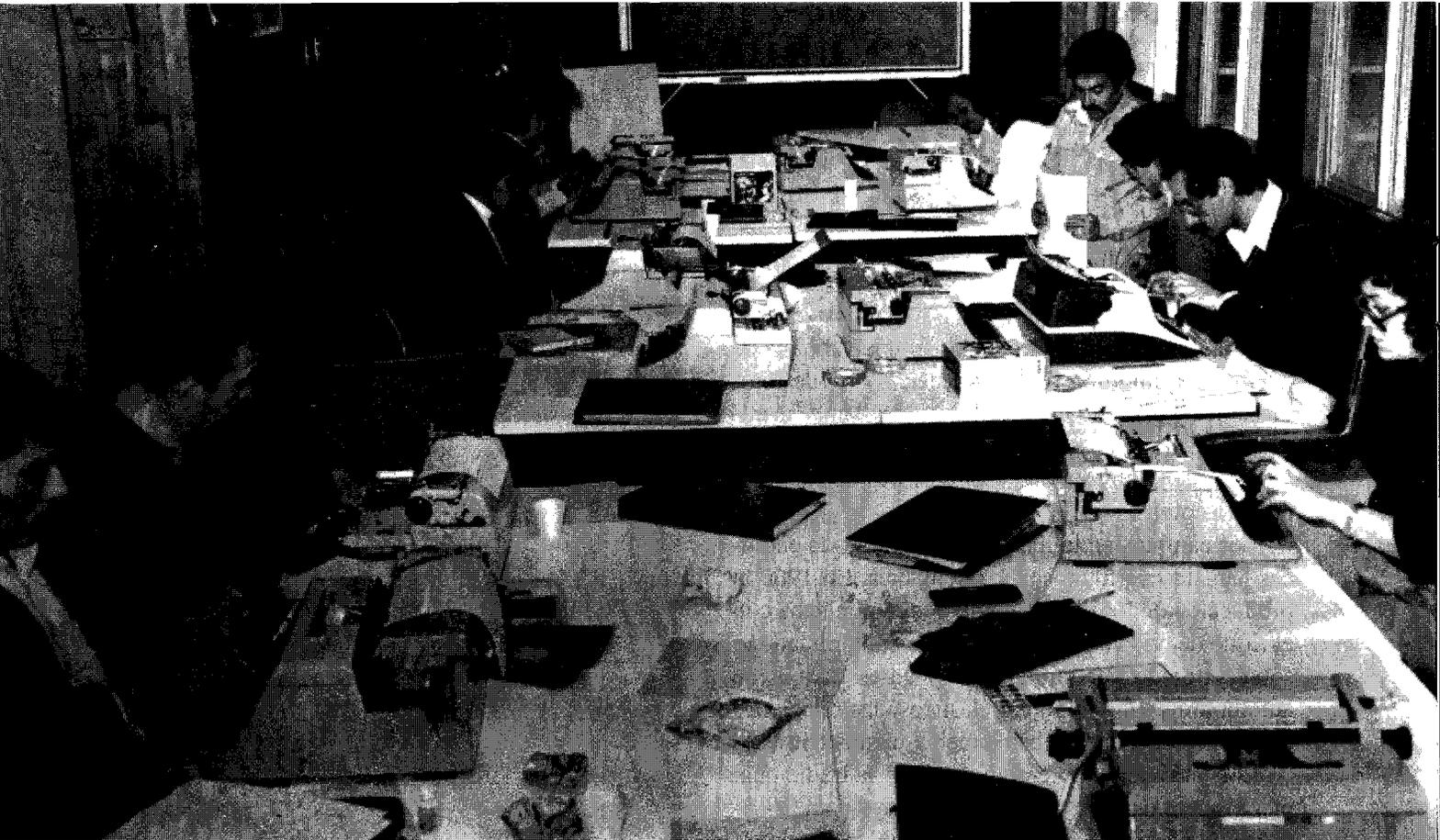
El periodismo bohemio

Se escribía, pues, en las noches. Y se lo hacía en una sala de Redacción abierta, sin paneles divisorios entre reporteros. Cada escritorio disponía de una máquina de escribir Underwood o Royal, sin teléfonos individuales. Se trabajaba en "minga". No había



La línea de salida del diario

*El periodismo
responde a la
necesidad
consustancial
del ser humano
de comunicarse*



Una sala de redacción del pasado

*No había
"privacidad" y
concentrarse para
redactar, sobre todo
en temas difíciles,
era milagroso*

"privacidad" y concentrarse para redactar, sobre todo en temas difíciles, era milagroso.

Fluían chistes y chismes, con réplicas y contra réplicas de sumo ingenio. Y no era infrecuente que, entrada la noche y una vez tramitado el grueso de la información, empezara a circular licor tras una colecta con apariencia de impuesta, pero que era aceptada de buen grado por todos. Había ocasiones en

que las tertulias, así animadas, eran memorables.

Era el mundo de la bohemia en su esplendor, ahora desaparecido con la modernización y la explosión urbana. La mayoría de los poetas periodistas que protagonizaron la bohemia en ese decenio ha desaparecido. Pero aparte del recuerdo nostálgico de esos encuentros noctámbulos, se heredó de ellos una doctrina de valores inmutables acerca de cómo hacer buen periodismo.

La doctrina no la aprendieron en Escuelas de Periodismo: fue fruto de su talento innato e intuitivo y del rico bagaje cultural que acumularon a lo largo de sus vidas. Había que comunicar, nos decían, con la mayor claridad para no confundir al lector y hacerlo con absoluta honestidad y equilibrio. Es decir, imparcial y objetivamente.

Y se tenía que hacerlo con gracia narrativa, novelarla si era posible y sin descuidar el seguimiento de las noticias de relieve, confiriendo siempre iguales oportunidades de expresión a las partes en conflicto. Entonces, como ahora, se pensaba que el buen periodista nace y que a lo sumo se tecnifica y perfecciona en las universidades.

El periodismo, sin duda, responde a la necesidad consustancial del ser humano de comunicarse, de enterarse de lo que ocurre a su alrededor, de suscitar

diálogos, controversias, reacciones, críticas. Es condición innata, ahora facilitada a horizontes impredecibles con las técnicas de la informática.

La investigación, en boga sobre todo en el mundo anglosajón, daba sus primeros pasos en el periodismo ecuatoriano de 1960. Por lo general, la información se basaba casi siempre en las declaraciones de portavoces o boletines oficiales de prensa. Rara vez había investigación complementaria e independiente, salvo acaso en crónica roja.

Hacerlo apremiaba, pues otros diarios y emisoras comenzaban a competir con el monopolio de la gran prensa escrita. El lector quedaba insatisfecho con la sola repetición de las noticias divulgadas por la radio. Quería algo más y ese "algo" era difícil de definir y lo es aún hoy. ¿Cómo enriquecer una información sin vulnerar el principio de la objetividad?

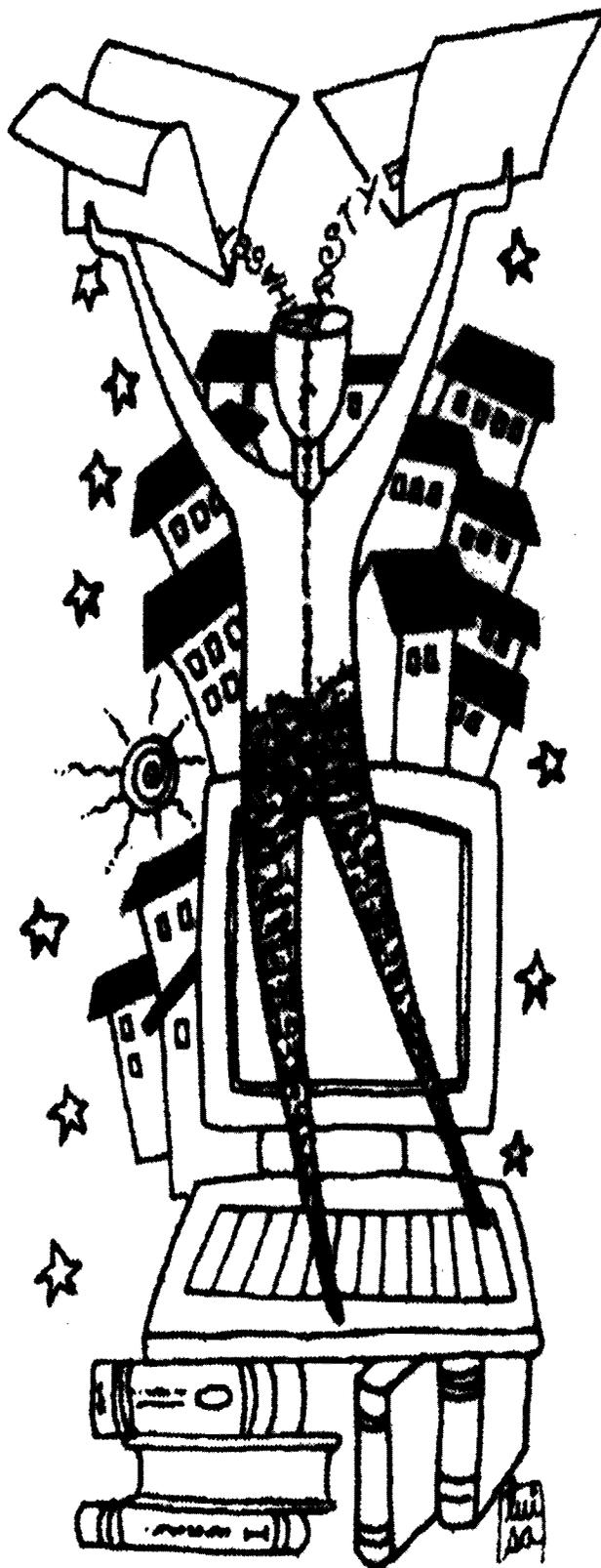
El reto lo enfrentó, en El Comercio, Carlos Mantilla Ortega en 1963. Creó una sección para profundizar los temas económicos, convencido de que había que hacerlo para impulsar el desarrollo del país. La sección dio un vuelco en el periodismo nacional y pronto en otras secciones y otros temas y en otros diarios se comenzó a imitarla con gran acogida de todos.

Los inicios de la investigación

El periodismo de investigación ha tenido desiguales e inestables resultados. Pero se lo considera imprescindible, aunque últimamente, por influjo del periodismo francés traído al país por el periodista colombiano José Hernández, la noción del "análisis noticioso" (news analysis en inglés) y de investigación, ha cedido con frecuencia a una anónima y controvertible crónica mezclada con comentario.

¿Cómo se hacía un diario en 1960? Hasta fines del decenio de 1960 la impresión era exclusivamente "caliente", con linotipia y plomo fundido. El edificio de El Comercio tenía sus secciones integradas verticalmente. En el primero, a la entrada, estaba la recepción de avisos y tras de bastidores, la sala de linotipia.

En el segundo piso se ubicaban la Dirección, la Gerencia General y sala de editorialistas y la



Redacción, con las secciones complementarias de archivo, fotografía, corrección de pruebas, teletipos. Hoy los procesos de elaborar, editar y diseñar se concentran en una computadora personal. Antaño era distinto.

Las cuartillas de los reporteros, con tachaduras y enmiendas, pasaban al jefe de Redacción y ayudantes para nuevas enmiendas y tachaduras. Luego iban a linotipia. Los lingotes se colocaban en galeras y

con una prensa manual, se sacaban copias para la corrección. Por la integración vertical, había íntima comunicación entre Redacción y Linotipia y una gran camaradería.

Luego se "armaban" las páginas previo a su envío a prensa, dejando para el último la primera. La distribución de noticias para la primera y a veces tercera páginas lo hacía esquemáticamente el Jefe de Información, borroneando una cuartilla y calculando

"al ojo" la extensión del material. La titulación era tarea casi exclusiva de un solo hombre, Gabriel García Moreno, que se las batía por igual con noticias nacionales o internacionales.

El diseño era simple, pesado, poco imaginativo. Fue positivo desterrar los avisos en primera página. No había color y las fotografías ni remotamente tenían la calidad gráfica que es ahora común. Con el paso de los años y el aumento de páginas, la titulación y el diagrama evolucionaron, simplificándose el texto de títulos y aumentando la tipografía.



El archivo de un diario del ayer

*El diseño
era simple,
pesado,
poco imaginativo*

La opinión y la orientación

Pero a más de informar y analizar, diarios como El Comercio deben opinar y orientar y eso es lo que hacíamos y lo que muchos hacen, a lo largo y ancho del Continente.

Algunas jornadas de cobertura de acontecimientos imprevistos eran inolvidables y han hecho escuela. Cosa similar debe haber ocurrido en muchos diarios del mundo y, tales hazañas, no terminan de ser repetidas e incluso homologadas.

La norma era hacer "guardia" hasta la madrugada, con todos los directivos acompañando al pelotón de periodistas, para estar prontos en la toma de decisiones. Las sesiones eran agotadoras, pero la compensación grata al recibir los primeros ejemplares con la tinta fresca y constatar que allí estaban, para la posteridad, notas que uno contribuyó a redactar.

Todo cambió en 1973. El Comercio, como otros diarios de Latinoamérica, dejó el centro de la ciudad para evitar los ataques de manifestantes callejeros. Emigró al sur. Al hacerlo introdujo una vez más innovaciones tecnológicas. La linotipia y la enorme rotativa Goss continuaron un tiempo. Pero tras llegar las primeras foto componedoras "en frío", predecesoras de la computadora actual, la linotipia comenzó a desaparecer y la rotativa a adaptarse, antes de ser sustituida definitivamente por una offset.

La Redacción cambió y la bohemia quedó atrás. Los horarios y la organización se modificaron para que los reporteros produjeran de día, no en la noche. La radio y la televisión eran más noticiosas y competitivas. La televisión lucía como serio rival al divulgar sonido e imagen instantáneamente. La necesidad de un periodismo más analítico y de investigación cobró tintes de supervivencia para los periódicos.

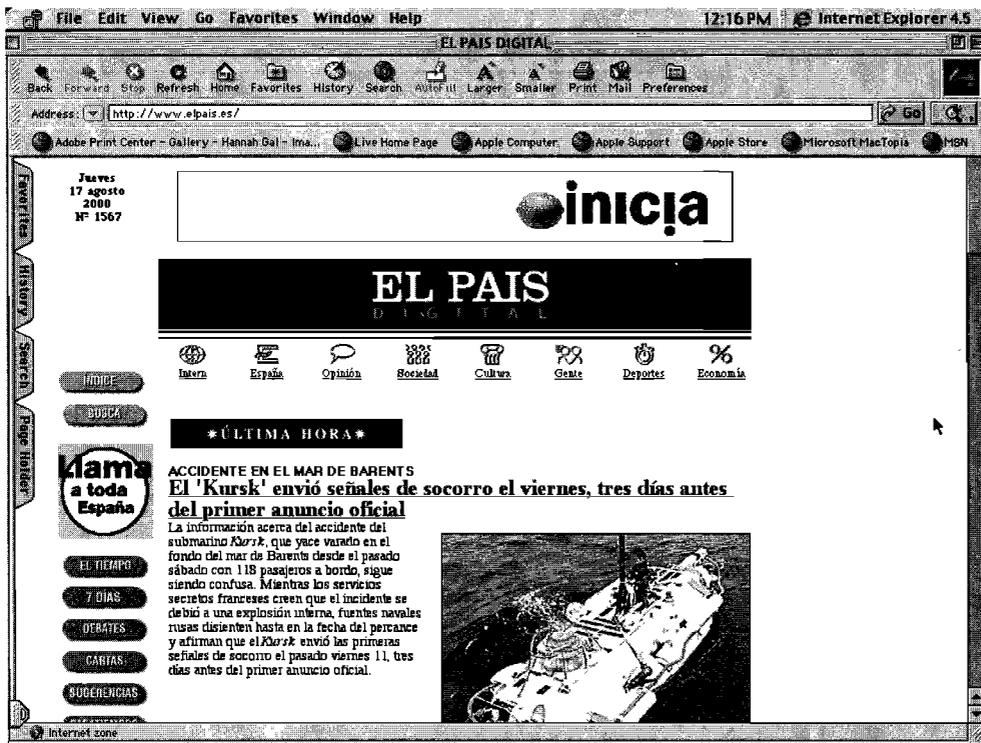
Diario Hoy hizo notables esfuerzos al respecto. La tecnología de impresión rivalizaba con la vigente en países avanzados. Pero el obstáculo seguía siendo la carencia de recursos humanos debidamente capacitados. Pese a los esfuerzos de 40 años de CIESPAL, la docencia del periodismo en la región sigue deficiente a lo que se agrega la educación inadecuada en escuelas y colegios.

Para remediarlo, medios de Quito y Guayaquil contrataron expertos de Estados Unidos, Colombia y

Algunos temen que los diarios desaparezcan ante la arremetida del Internet



España para modificar el diagrama de los diarios y su organización. Se obtuvieron logros notables, algunos polémicos, pero por cierto la tarea no acaba, pues siempre es perfectible.



Muchos diarios utilizan Internet

Algunos temen que los diarios desaparezcan ante la arremetida del Internet. Ese temor recuerda al que hubo frente a la radio y la televisión. No obstante, el hecho de que un diario pueda ser leído vía Internet, en cualquier lugar del mundo aun antes de que circule en el país de origen, probablemente no disminuirá sino que acrecentará el interés por leer al diario físicamente.

Muchos diarios usufructúan ya del Internet: por la colocación de avisos, recuperación de artículos, consultas de archivos. Adicionalmente, la Internet permite una comunicación directa entre lectores, redactores y público, más rápida que las tradicionales cartas al Director.

La Internet, además, pone a disposición de los periodistas la oportunidad de acceder en segundos a las mejores fuentes de información, por alejadas que estuvieren: bibliotecas, universidades, especialistas, diarios, revistas, empresas, encuestadoras. Basta tener la dirección electrónica y desde el escritorio hacer un clic para obtener información que enriquezca y complementa cualquier nota o análisis.

Tecnología y comunicación

La tecnología de la comunicación permite magnificar y acelerar el potencial mental del periodista. Siempre que, por cierto, el comunicador se halle suficientemente dotado intelectual, ética y culturalmente para hacer buen uso de ese prodigioso instrumento de la comunicación.

Las maquinarias de impresión de los diarios en los Estados Unidos son cada vez más rápidas y de resultados más nítidos. El diario The Miami Herald, por ejemplo, considerado entre los veinte mejores del país, acabó de invertir unos 120 millones de dólares en una nueva offset con todas las últimas innovaciones tecnológicas. Los ejemplares, de tamaño estándar, un tanto más reducido que en la etapa anterior, tienen una impresión impecable, el color se ha multiplicado en mayor número de páginas y todas estas mejoras se destacan notablemente con un diseño más moderno, ágil y atractivo.

En otros lares, periódicos tan tradicionales como The New York Times y The Wall Street Journal (WSJ), han terminado por ceder ante el influjo de la televisión a colores y ya publican fotografías a color, inclusive en primera plana, como en el caso del diario de Nueva York. El WSJ no ha variado su diseño pesado y anticuado, pero sus ventas siguen altas debido a la calidad y prestigio de contenido. En cuanto a los periodistas, cada vez su calidad profesional es superior. Las universidades y escuelas de periodismo les imparten la instrucción técnica adecuada y actualizada, pero fundamentalmente los mejores periodistas siguen siendo aquellos que tienen un bagaje cultural amplio, profundo y humanístico. Se continúan buscando especialistas en determinadas disci-

plinas como economía, medicina, ciencia espacial, informática o medio ambiente y se los contrata tras comprobar que tienen vocación y aptitudes para comunicar sus conocimientos especializados de modo claro para el lector común.

Críticas a periodistas jóvenes

Ultimamente ha surgido una crítica derivada del origen elitista de los periodistas de las nuevas generaciones. Se los acusa de ser complacientes con sus "pares", tanto del sector empresarial como de la administración pública, en desmedro del enfoque realista e independiente de los acontecimientos. Este peligro se ve acentuado, dicen, por la relación amistosa que suelen mantener con los protagonistas de las noticias, al aceptar invitaciones sociales, viajes y denotar parecidas debilidades de conducta que puedan implicar conflicto de intereses.

De otro lado, a los dueños de periódicos no les preocupa la competencia del Internet en la divulgación y evaluación de las noticias. Al contrario, como en el caso de la televisión y anteriormente de la radio, los temores se han desvanecido y más bien se considera al nuevo medio como un aliado más en la industria de la comunicación. Los propios diarios impresos se proyectan al mismo tiempo en la Internet, como ocurre en el Ecuador y ese servicio no es gratuito, ya que hacen buenos negocios aceptando avisos en sus páginas web. El Diario Hoy, de Quito, es buen ejemplo de ello.

Hace un par de meses, en la conferencia anual de la American Publishers Association (una Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos -AEDEP- sin pretensiones de querer convertirse en grupo de presión para intervenir en política), su presidente se re-

firió al tema de la cibernética y aseguró que están optimistas en el sentido de que muchos diarios impresos, lejos de reducir su circulación y peor desaparecer, elevarán las ventas de sus ejemplares en el corto plazo. ☺

A los dueños de periódicos no les preocupa la competencia de la Internet en la divulgación y evaluación de las noticias

