

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

**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
 Edgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconi
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

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

12000

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui
 N° 105 marzo 2009

	Pág.
Personaje	
El guionista del desarrollo	4 ✓
La comunicación antes de Colón: Arqueología comunicativa	6 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de liberación" <i>Eric R. Torrico Villanueva</i>	8 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista <i>Alfonso Gumucio-Dragon</i>	14 ✓

Portada

Entrevista: Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante <i>Juçara Brittes</i>	20 ✓
Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI <i>Max Tello</i>	32 ✓
Venezuela: Necesarias políticas de comunicación <i>Andrés Cañízalez</i>	40 ✓
América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! <i>Carlos A. Camacho Azurduy PhD(c)</i>	46 ✓

Coyuntura

Omar Rincón: Sin tapujos <i>César Ulloa Tapia</i>	52
---	----

	Pág.
ALAIC: La apuesta por la transición a la institucionalidad <i>Octavio Islas</i>	56
Cibermedios: Opinión de los lectores <i>Natalia Raimondo Anselmino</i>	62
De la onda a la Web: Alternativas de participación para los comunicadores <i>Andrés Barrios Rubio</i>	68
Proyecto comunitario Comunicándonos hacia el desarrollo <i>Ana Lorena Malluk Marengo</i>	74 ✓

Aula

Comunicación organizacional: InMINENTES conexiones para la transición <i>Renato Dias Baptista</i>	78 ✓
Apoyo educativo : Ambientes Comunicativos de Aprendizaje <i>Julián Darío Forero Sandoval</i>	82 ✓
Diccionarios y manuales: Los auxiliares del escribiente <i>Elking Raymond Araujo</i>	86
Radionovelas: La aventura imaginaria <i>Armando Grijalva</i>	90 ✓

Publicaciones 94

Actividades del CIESPAL 100



Retoque fotográfico: Mayra Cajilema Carrón.

Radionovelas:

La aventura imaginaria

Armando Grijalva

*Ecuatoriano, comunicador social,
productor de radio y docente universitario.
grijalva.armando@gmail.com*

Sentados y atentos están la abuela, la tía, la nuera, los nietos, casi toda la familia reunida junto a la radio escuchando un capítulo de la radionovela el "Derecho de nacer". Una década después se aprecia una escena similar con un ambiente sonoro diferente: "Roberto del Cid, el Gato" capta el interés

*El formato de la radionovela privilegia la imaginación
y emula al narrador de historias junto al fuego.
La palabra y los efectos sonoros recrean ambientes
y acciones que el oyente imaginará.*

de los radioescuchas. Después escucharían "Kalimán", "Porfirio Cadena", "El doctor Mortis", "La maldición del Inca" y otras series que se recuerdan como parte del romance que mantiene la radio con sus audiencias.

Usted diría que esos fueron otros tiempos, los tiempos de la abuela, y que hoy no están de moda este tipo de programas dramatizados. Si trabaja en una radioemisora argumentaría que éste es un género caro, que no gusta a los jóvenes y tiene dificultades para ser financiado y comercializado. Es posible que tenga razón, mas la pasión de radiodifusores creativos demuestra lo contrario, la radionovela aún está vigente, si no prueba a pasar un buen programa dramatizado, suspenda en la mitad de la emisión y consulte a su audiencia si quiere saber en qué termina el conflicto.

Es una propuesta retadora. Es un reto fascinante producir una radionovela, ya sea que adapte una obra literaria, que haga una construcción colectiva; use el método etnográfico para construir la historia de una comunidad o dé alas a su imaginación para crear una radionovela de ficción, terror, aventura o romance.

Los pasos a seguir tienen cierto grado de complejidad y requieren del conocimiento básico de la dramaturgia, el uso adecuado del lenguaje radiofónico y una estrategia de difusión. Algunas pautas se plantean a continuación.

Necesidad

La mayoría de series que ocupan un espacio en la memoria de las audiencias han cubierto una necesidad: ofrecer entretenimiento, formación, mejorar la parrilla de programación o reforzar la estrategia de vinculación social... y tantas más. En todo caso, la necesidad social de tratar un tema o problema y presentarlo en capítulos y de manera entretenida con recreaciones de la vida cotidiana justifica el lance de producir y difundir una radionovela.

Actualmente se elaboran muchas radionovelas en América Latina relacionadas con la salud, la educación, la construcción de ciudadanía, literatura, identidad y otros requerimientos de formación en distintos espacios y condiciones. La ciencia y la ficción también se involucran.

Idea

¿Cómo y con quiénes hacer? ¿Cuál será la estrategia para difundir? Estas y otras preguntas complementan el propio drama de la producción de una radionovela. Si en su emisora existe un elenco, la primera pregunta tiene una respuesta inmediata y positiva, si no es así, siempre contará con talentos que están cercanos a la emisora e incluso envuelven a los talentos familiares que tienen capacidades histriónicas.

Más allá de este lío inicial está la complejidad de desarrollar una estrategia de difusión, horario de emisión y retransmisión, formas de participación, espacios para las pautas comerciales y, sobre todo, los horarios de grabación, edición, pagos y otros detalles que siempre encontrarán solución las mentes despiertas y activas de los radiodifusores y su grupo.

Existen varios sistemas de trabajo: distribución económica por capítulos y pago por intervenciones y/o personajes protagónicos; por cuotas participativas en las que se van sumando las sesiones y las labores realizadas para completar un pago en determinada fecha (fin de mes o semana); por "acciones", las mismas que son previamente definidas por el monto y las tareas asignadas y la cantidad mínima o máxima de esas "inversiones", puesto que cada participante se convierte en un accionista de la producción.

Las formalidades de trabajo son complementos del oficio radiofónico que siempre son superadas con buena voluntad, entusiasmo y honradez. Trabaje en equipo y consiga resultados alentadores, elabore su propio sistema de participación (cuadro de actores y talentos) y plantilla de pagos digno y puntual. Los equipos y tecnología ya no representan un impedimento grande, las opciones de uso de



tecnología de buena calidad y con costos aceptables es casi una práctica estudiantil.

La radionovela es una manifestación del mundo de las ideas que llega a niveles industriados por la cantidad y calidad de gestiones administrativas, artísticas, técnicas y propositivas solventadas con ilusión y actitud generosa.

Destinatarios

Nuestro principal cliente es el oyente, razón por demás clara para querer conocerlo, describirlo y presentarle el producto que llene sus expectativas, que llame la atención, que convoque su interés y deseo de escuchar periódicamente la serie dramatizada.

Identifique su audiencia definiendo las características de género, edad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, tipos de ocupación, condiciones de vida y más factores que humanicen a los destinatarios para que no se conviertan en un target numérico y poco real. Conozca a su público, este detalle puede brindarle algún elemento creativo para que la radionovela tenga mejor aceptación.

La historia

Escoger un buen tema cuyo conflicto central sea de interés para su público toma tiempo, si usted es un buen lector posiblemente tenga alguna motivación previa y realice esta tarea con facilidad. Si hace una construcción colectiva aplique una metodología participativa y creativa, sistematice las propuestas e ideas, valore y recoja las situaciones cotidianas, haga un boceto de las divisiones definiendo los momentos culminantes o más impactantes de la historia e imagine los finales de cada capítulo. Puede usar el método de historias de vida o testimonios de personajes de la comunidad para reconstruir la historia.

Los criterios para evaluar la historia guardan relación con los momentos interesantes del drama: rutina, ruptura, enredo, desenlace. Esta es una forma fácil de explicar la evolución del conflicto principal, que se alimenta constantemente de instantes tensos, situaciones inciertas, acciones supuestas, informaciones reñidas con la confianza y la oportunidad, en fin, lo raro, insólito, trágico, desastroso, novedoso, increíble y a veces demasiado conocido pero dicho en voz baja para que el chisme encienda el

avispero en su debida oportunidad, son las fascinaciones que tiene una buena historia.

De ahí que se sugiera que se elabore primero la historia o que se lea completamente la obra que se intenta adaptar para luego definir sus extensiones, tiempos, escenas de final de capítulo y giros trascendentales en la novela. Conocer la historia, decirla en pocas palabras y en corto tiempo permite que nuestros primeros interlocutores - dueños, directores y financieros de la radio- se interesen y apoyen el proyecto.

Personajes y elenco

La elaboración de personajes o su identificación en una historia es parte del ejercicio divertido de esta aventura. Describa los rasgos más importantes de los personajes que intervienen, empiece por lo físico (estatura, color de pelo, de ojos, vestido, forma de caminar y más); la faceta psicológica permitirá conocer los alcances y limitaciones de los seres recreados en la radionovela (temores, traumas, condiciones de vida, anhelos...); el aspecto social permite reconocer el contexto en que evoluciona el individuo (sitios e imaginarios donde el personaje se divierte, llora, compra, juega, se enamora, en definitiva, vive).

El relato radiofónico tiene en la voz humana su principal elemento de relación con el oyente, por ello, el tipo de narrador (tradicional, testigo o personaje) al igual que los actores y actrices que representen a los personajes deberán tener el dominio de las voces y sus correspondientes actitudes y emociones a interpretar. El casting de voces es útil, y es mejor hacerlo con los libretos definitivos para apreciar mejor las capacidades de expresión oral de los y las colaboradoras.

La música y los sonidos

Si la voz es el único elemento del lenguaje radiofónico que humaniza el medio radio, la música y los efectos hacen brincar al corazón y dan vuelo a la imaginación.

Seleccionar la música para identificar la serie, tener a mano la música para que se utilice como cortina, fanfarria, fondo para que refuerce el sentido de las palabras no es ocupación sencilla, el técnico, productor y director pondrán en evidencia sus conocimientos para escoger el género, las canciones y las fragmentos musicales que puedan graficar mejor las situaciones.

La búsqueda de los sonidos ambientales en ocasiones toma tiempo, y es que la costumbre de resolver todo con el CD de Efectos es desalentadora, recuerde que puede crear algunos efectos en el estudio, como por ejemplo, murmullos, aplausos y otros sonidos narrativos como: besos, bofetadas, risas que dinamizan el proceso de producción, lo abaratan y ocupan menos tiempo.

La grabación

Hace algunas décadas, antes que la tecnología posibilite las grabaciones análogas o digitales, los programas dramatizados se realizaban en vivo, ahora los software de audio permiten que se depuren estos procesos y se los haga con mayor precisión y creatividad. En algunos emisoras aún se mantiene esta técnica tradicional aunque se aconseja primero grabar las voces de las escenas y luego las intervenciones del narrador o narradora.

La música y los efectos de sonido, con sus tiempos intensidad y gramática, son ubicados con puntualidad y estética durante el montaje técnico; el ajuste de tiempos por capítulos se realiza al final.

La corrección definitiva se concreta luego de la audición completa del capítulo.

Revisión, evaluación y validación

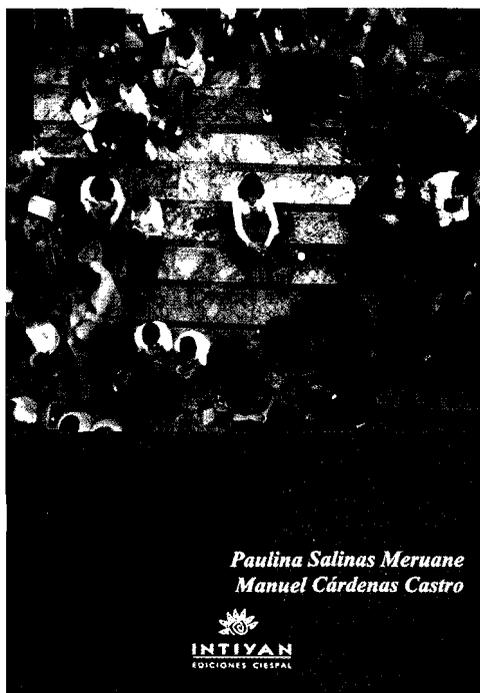
La producción del primer capítulo casi siempre es la más laboriosa y la más criticada, ya sea porque puede ser el "piloto" de la serie o porque con este "demo" o emisión cero se obtienen auspicios alentadores de directores y financieros.

Algunas organizaciones que contratan la producción de radionovelas exigen la validación de los capítulos a través de audiciones con grupos focales o reunión de expertos, y de cuyos resultados se obtiene información que afina la propuesta. Estos datos son utilizados para mejorar el producto en la etapa de post producción.

Cualquiera sea la forma de evaluar o validar la radionovela siempre será el oyente quien juzgará la calidad de este esfuerzo, producto de una grata aventura mediática que agrupa talentos radiofónicos, individuos y familias que gozan con las recreaciones sonoras que presenta la radio. 

Publicaciones

LIBROS



MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

Paulina Salinas Meruane

Carlos Cárdenas Castro

Páginas: 580

Precio: US\$ 24,00

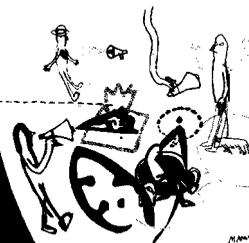
Detalla un conjunto de procedimientos necesarios para avanzar en una investigación, así como un grupo de técnicas orientadas a la recolección y análisis de la información que emerge o se crea durante el proceso.

Su afán es fundamentalmente práctico, aunque los autores no han descuidado los aspectos teóricos, epistemológicos y formales que se encuentran implícitos en el quehacer investigativo. Además de mostrar una secuencia de pasos para una investigación, es también valioso el cuestionamiento filosófico respecto de la construcción del mundo. *CS*

CS: 3543-L

Angélica Enz
Roxana Fantin
Isabel Laharrague
(editoras)

Comunicar para el cambio social

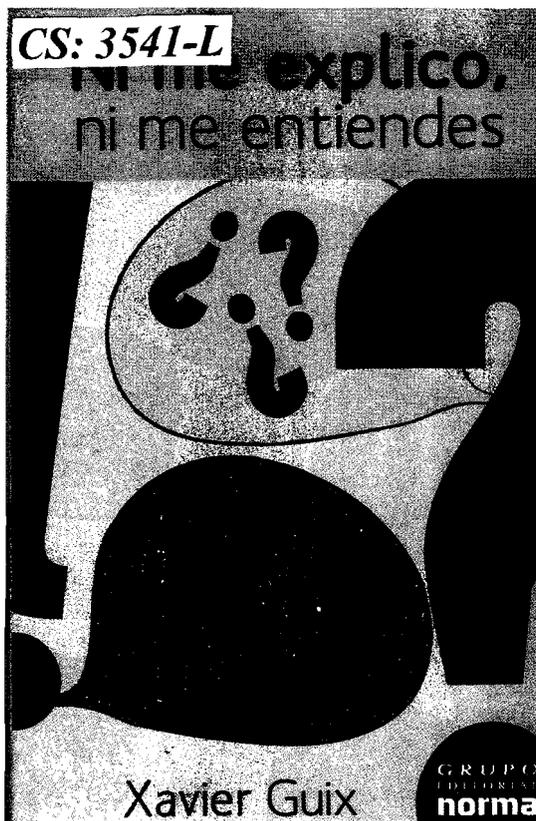


comunia

La Crujía
ediciones

Enz, Angélica; Fantín, Roxana; Laharrague, Isabel, ed. (2006). **Comunicar para el cambio social**. Buenos Aires: La Crujía. Colección Inclusiones. 192 p.

La comunicación tiene la capacidad de ser muchas cosas, según el ojo con que la vean. Sin embargo, el común denominador, a la hora de pensarla, es su habilidad para transformar la realidad. Cuando la comunicación pone el foco en que esa transformación que le es propia apunte a mejorar la vida en sociedad, ésta se inviste de un potencial que va más allá, la posibilidad de *construir en común, fomentar la participación ciudadana, incluir a los sectores menos favorecidos y promover valores que apunten a una mayor solidaridad*, son objeto del debate de este libro que dispara los alcances que puede tener la comunicación cuando se vuelve una herramienta de cambio social.



Guix, Xavier. (2006). **Ni me explico ni me entiendes. Los laberintos de la comunicación** Bogotá: Grupo Editorial Norma. 164 p.

Se trata de un inteligente y documentado análisis de los procesos de comunicación, que permite entender su dinámica y actuar sobre sus efectos. Combina un conocimiento técnico desde la investigación sobre el tema con la experiencia profesional sobre la práctica de la comunicación. Comunica admirablemente lo que quiere decir y personaliza esa comunicación situándola en contextos de la vida cotidiana.

CS: 3724-L McCombs Es- tableciendo la agenda

El impacto de los medios en la opinión pública
y en el conocimiento. Paidós Comunicación 170



McCombs, Maxwell. (2006). **Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**. Barcelona: Paidós. Colección Libertad y cambio. 290 p.

Describe el importante y a menudo polémico papel de los medios de comunicación a la hora de determinar cuáles son los asuntos que están en el centro de la atención y la acción públicas. El autor, uno de los padres fundadores de la *agenda-setting*, sintetiza los estudios científicos realizados sobre el tema. En todo el mundo estos medios ejercen una fuerte influencia sobre de qué tratan las imágenes de los asuntos públicos que tenemos "en la cabeza" y llegan a influir hasta en los detalles de dichas imágenes. Aborda además, las fuentes de esas agendas mediáticas, la explicación psicológica de su impacto sobre la agenda del público y las posteriores consecuencias en las actitudes, las opiniones y el comportamiento.

Perniola, Mario (2006). **Contra la comunicación**. Buenos Aires: Amorrortu. 139 p.

La comunicación de masas, que extiende su influencia a la cultura, a la política y al arte, parece una varita mágica que transforma factores de debilidad como la inoperancia, la retracción y la confusión, en demostraciones de fuerza. Al dirigirse directamente al público, pasando por alto todas las mediaciones, aparenta ser democrática, pero en realidad ejerce una fuerza que homologa toda diferencia. Muestra el origen de la

CS: 3721-L

MARIO PERNIOLA

CONTRA LA COMUNICACIÓN

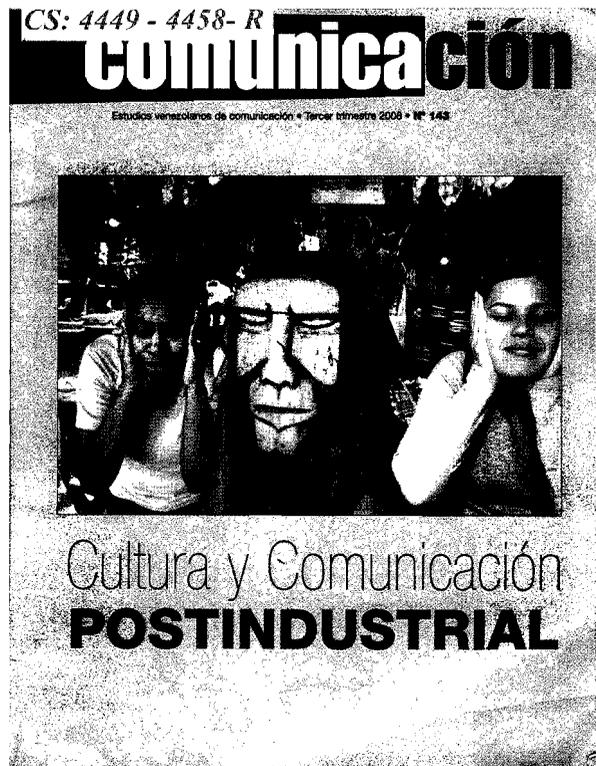


comunicación, sus mecanismos, dinámica y deformaciones. La única posibilidad de revertir los efectos de la comunicación reside en un sentimiento estético que no se aleje demasiado de las necesidades y expectativas reales de los individuos, ni caiga en la idolatría de la ganancia inmediata y del éxito a cualquier precio.

Sel, Susana, comp. (2007). **Cine y fotografía como intervención política**. Buenos Aires. Prometeo Libros. 268 p.

En un contexto de exclusión y desigualdad profundizado por las políticas implementadas en estas últimas décadas, grupos y colectivos de realizadores eligen el cine y la fotografía documental como prácticas de intervención política y expresión, también de la emergencia de procesos sociales y formas colectivas de las que son parte. A partir del cruce de heterogéneas perspectivas disciplinarias, intenta abordar la producción documental, en tanto modo de representación que puede describir e interpretar el mundo conflictivo e historizado, complejo y heterogéneo de la experiencia colectiva.

REVISTAS



Bufanda, Héctor (2009). **El reencantamiento del mundo identificación e interpasividad en los procesos comunicacionales** IN: Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación, (143), pp. 47 - 52.

La comunicación, por el puente de los medios de comunicación, se está convirtiendo (¿se habrá convertido ya?) en el nuevo lazo social desde las categorías de la identificación y la interpasividad. Así, los aparatos mediáticos están en el centro de los

CS: 4545- L

46

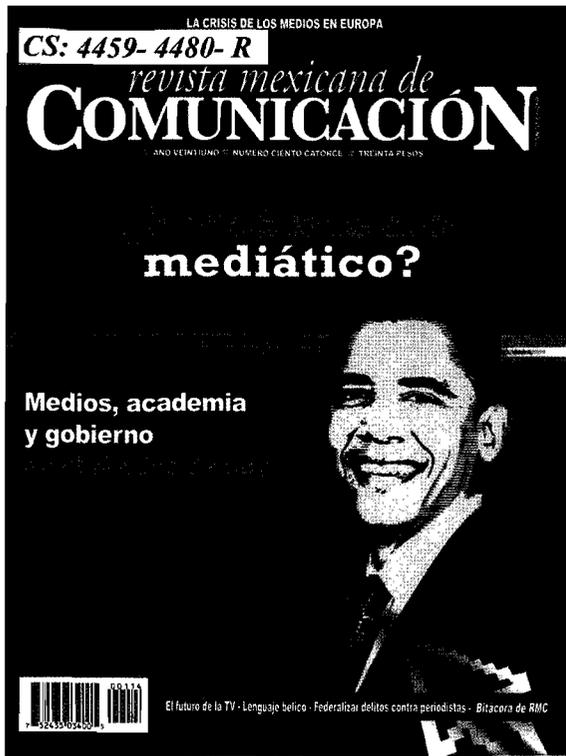
Cine y fotografía como intervención política



Susana Sel
(compiladora)



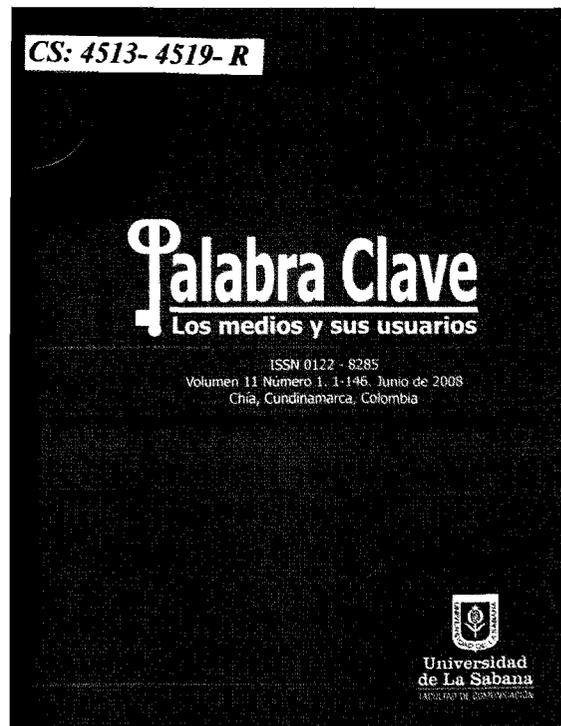
grandes debates de estos tiempos, pero también en el imaginario por la lucha del poder. En este sentido, los medios de comunicación ponen en juego el porvenir de unos cuantos espectros que pensábamos olvidados. 



Dresser, Denise (2009). **Democracia de baja calidad. No pocos medios, en lugar de escrutar al poder, se coluden con él** IN: Revista mexicana de Comunicación, (114), pp. 16-19.

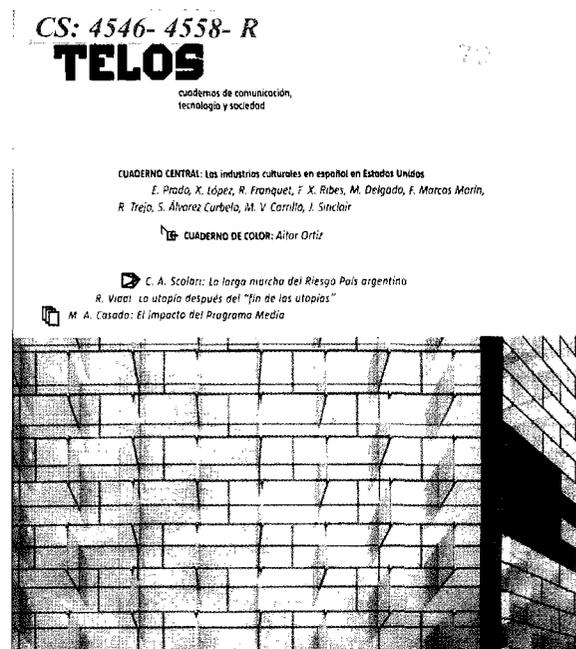
¿Cuál es la misión de los medios en cualquier sociedad democrática? Decir la verdad es avergonzar al Diablo, como sugería el famoso periodista Walter Lippmann. Caminar en el centro y ser odiado por todos los bandos. Sentarse frente a la pantalla, o ante la computadora, y no ser amigo de nadie. Desplegar la honestidad y el coraje para proteger a la sociedad del *gansterismo* (venga del gobierno o del sector privado). Ser el Cuarto Poder que vigila de manera permanente a los otros tres. Ser censor implacable del poder, porque esa es la única manera de democratizar su ejercicio. 

Gómez, Juan Carlos; Hernández Camilo (2008). **Libertad de prensa en Colombia: la contradicción en la búsqueda de la verdad** IN: Palabra Clave, (v.11n.1), pp. 109-122

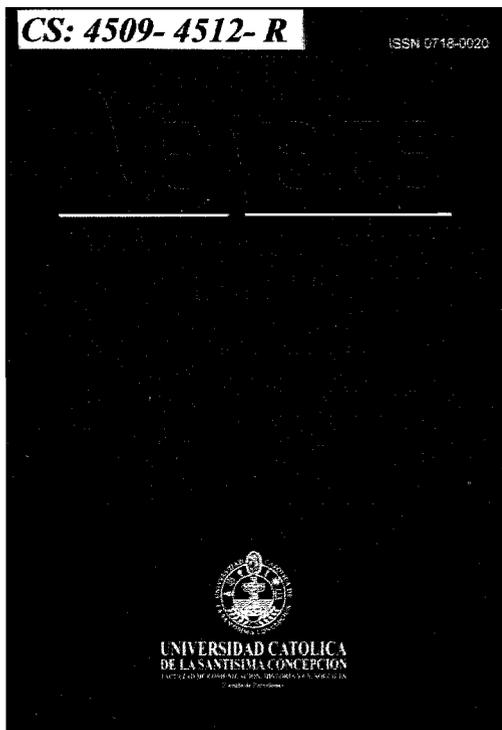


El tema de la libertad de prensa en Colombia está lleno de contradicciones; no existe un consenso entre quienes gobiernan y las entidades que investigan o monitorean el fenómeno. Con el objetivo de aportar mayores elementos de juicio para la discusión, el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación realizó una investigación con periodistas de todo el país, donde se advierten los principales factores y actores que amenazan este derecho consagrado constitucionalmente. 

Haye, Ricardo Miguel (2007). **La radio y los movimientos artísticos. De la dictadura de la realidad al debilitamiento expresivo** IN: Telos, (70), pp.23 - 27



Sometida a la dictadura de la realidad, la radio de hoy no cuenta cosas, expone hechos. Y lo hace desnuda de arte. Reinventar la radio supone la construcción de nuevas poéticas sonoras capaces de enriquecer su expresividad. Para que la realidad no resulte asfixiante se necesita que la radio recupere la capacidad de generar relatos que resuelvan identidades, ayuden a comprender, ofrezcan referencias fácilmente comprensibles y nos provean el capital simbólico de unos universos de gran riqueza designativa.

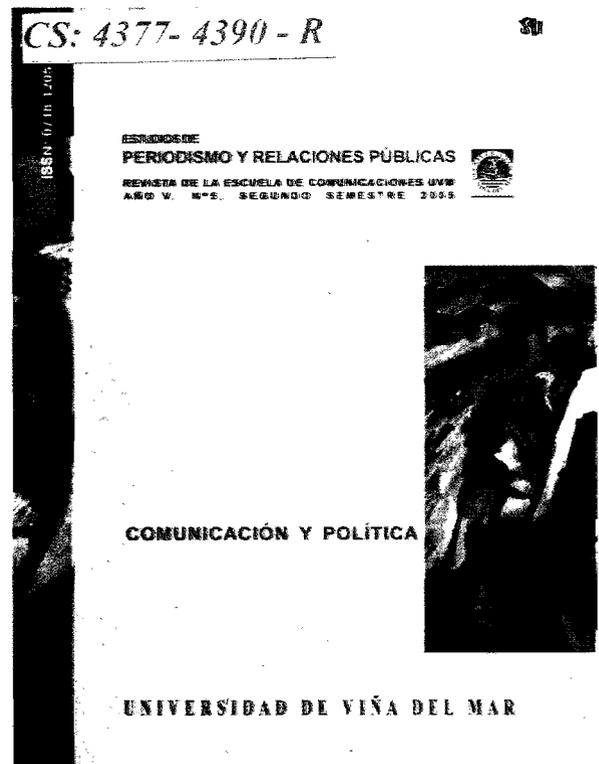


Montaner Bastidas, Mario (2008). **Infografía: el presente y los desafíos de una potente herramienta periodística** IN: Lègete, (10) pp. 78- 85.

El poder adaptarse a los cambios tecnológicos ha sido una característica del periodismo. Del papel pasó a la radio, luego a la televisión y en la actualidad ha sabido ganar espacio en el mundo virtual de la Web. Pero con estos avances, llegan nuevos desafíos, entre los que asoma la nueva dimensión de la infografía periodística y los conocimientos que exige.

Muraro, Heriberto (2005). **El poder del "Cuarto Poder. Política y medios de la postransición.** IN: Estudios de Periodismo y Relaciones Públicas, (5) pp. 11 - 27

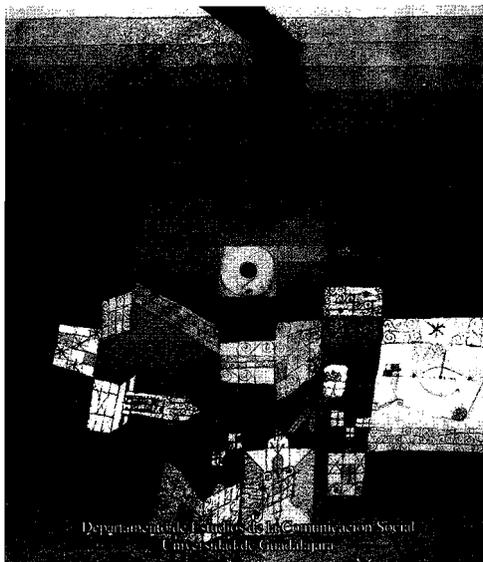
Las teorías sobre la comunicación masiva han oscilado desde una posición extrema, según la cual los medios



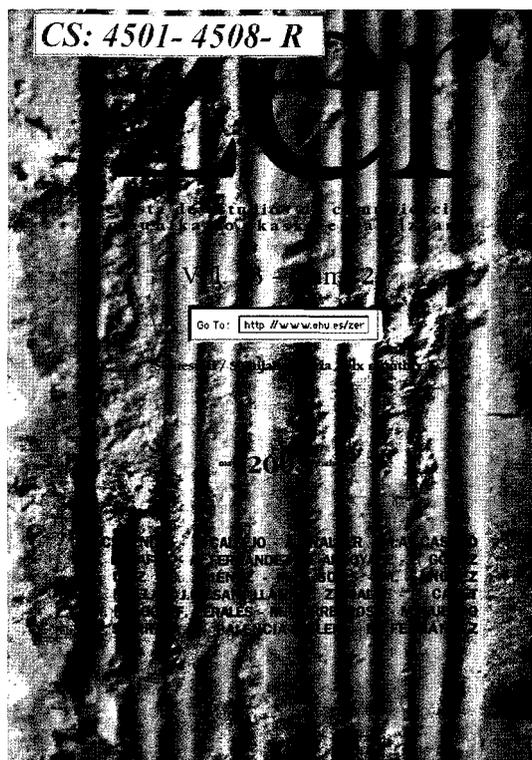
construyen el entorno en el que nos movemos, hasta otra, según la cual su influencia está muy condicionada por factores sociales como las características culturales de los receptores. Ese vaivén se observó en el caso de las teorías comunicológicas norteamericanas, cuando pasaron de la *aguja hipodérmica* a la teoría de los efectos limitados de Lazarsfeld. Igual pasó con los latinoamericanos, cuando ocurrió el viraje al pasar de la teoría de la manipulación ideológica de autores como Matellart, a la Teoría de la recepción, de Jesús Martín-Barbero. Intentar determinar cual es el efecto de los medios sobre nuestra visión del mundo quizá es tarea infructuosa, mas ello no quita el que se trate de indagar sobre el peso de su influencia en comparación con el de los políticos.

Nadal Palazón, Juan, (2008). **Verdades a medias: la nominalización deverbales en los titulares periodísticos** IN: Comunicación y Sociedad, (9), pp. 175-189

La nominalización deverbales, entendida como el mecanismo de formación de sustantivos a partir de verbos, es un rasgo característico del lenguaje periodístico, especialmente en el discurso de los titulares. La elevada incidencia de estas formas responde a diversos factores - en su mayoría pragmáticos- que concurren en la enunciación, tales



como la ideología subyacente y la economía lingüística. Destaca sobre todo la motivación ideológica, pues la elección de derivados nominales en lugar de oraciones completa revela, en muchos casos, la intención de omitir información relevante, como el agente o las circunstancias de la acción referida.



Sierra Sánchez, Javier (2008). **Protocolo: herramienta comunicativa, persuasiva y simbólica** IN: Zer, (24), pp. 337-361

Se ha comprobado que esta disciplina ha sido tradicionalmente abordada desde planteamientos normativistas carentes de fundamentación científica. El protocolo del siglo XXI, además de establecer y ordenar jerárquicamente las formalidades que se articulan en los actos y en las personas que intervienen en él, gestiona un proceso integral de comunicación. A partir de esta premisa este trabajo de investigación formula un método aplicado (Método Delphi). La demostración de resultados conduce a aseverar que el protocolo es instrumento de comunicación persuasiva y simbólica (verbal y no verbal) que emplean las instituciones (públicas /privadas) para una uniforme y coherente transmisión de identidad y cultura corporativa propia. El protocolo se convierte en la extensión natural personalizada de la comunicación corporativa, presentada por cualquier interlocutor en sus acciones de comunicación comercial y acciones de Relaciones Públicas.

Base de datos documental del



<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



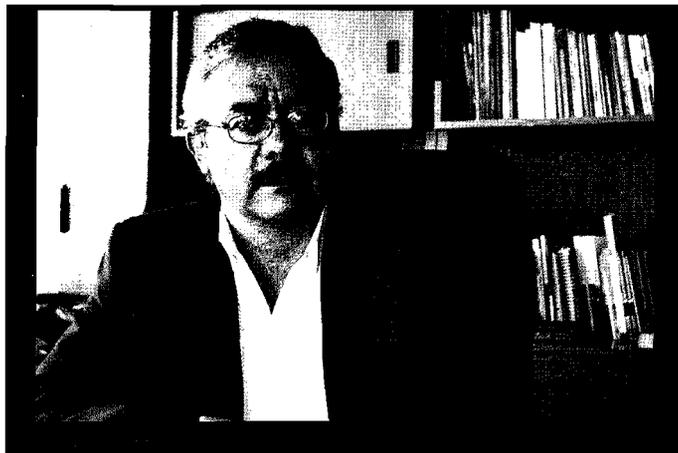
Nuevo Directorio

Luego de la convocatoria para presentar candidaturas a la Dirección General del CIESPAL, el Consejo de Administración se reunió para la votación en la cual resultó electo como director general para el periodo 2009-2014, Fernando Checha Montúfar, quien fue posesionado el 1 de abril, en presencia del Consejo de Administración en pleno, presidido por el rector de la Universidad Central del Ecuador, Dr. Édgar Samaniego.

En esta sesión, la administración saliente presentó su informe final de actividades y el director entrante centró su labor para el siguiente lustro en el objetivo básico de reposicionar a la institución en el contexto internacional con una labor basada en la democracia, la ética, la transparencia y el trabajo en equipo.

Fernando Checa Montúfar es licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, Magíster en Estudios Latinoamericanos con mención en

Comunicación por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, y candidato a Ph.D. en Literatura Latinoamericana por la University of Michigan Ann Arbor, EE.UU.



Entre sus publicaciones destacan el libro *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*, es el título de su libro más conocido, trabajo que explora el carácter "popular" y ambivalente del sensacionalismo en el medio impreso de mayor tiraje en el Ecuador: diario *Extra*.

Es docente universitario de pregrado y postgrado. Investigador en temas periodísticos de recepción y emisión de mensajes, por lo que fue director del Observatorio de Medios de la Universidad de Las Américas, en donde coordinó el estudio binacional acerca de la información periodística a partir del ataque de Angostura, trabajo que se encuentra editado bajo el título *De Angostura a las computadoras de Uribe*, en donde se puede apreciar el trabajo de lectura de medios ecuatorianos y colombianos durante este suceso.

Seminario Internacional de Periodismo Cultural

Los días 2 y 3 de abril se llevaron a cabo las jornadas de exposición y debate acerca de la actividad periodística cultural, con el auspicio del Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello, del Ministerio de Cultura y del Colegio de Periodistas.

En este espacio se desarrollaron conferencias acerca de la "Cultura y comunicación en una sociedad mediatizada", a cargo del periodista y escritor Alejandro Querejeta, y del productor y maestro de la radio, José Ignacio López Vigil, quien habló de los "Retos y perspectivas del periodismo cultural".

De igual manera, se realizaron mesas en las que los expertos invitados conversaron acerca del pluralismo, la apertura, la flexibilidad y la ética del periodista cultural y de la cómo los medios de comunicación son espacios para la creación, difusión y fomento de la diversidad cultural de los pueblos, comunidades y regiones.

Se desarrollaron, también, talleres de construcción informativa para radio, televisión y prensa escrita con docentes de Colombia, México y Brasil.

Hacia la construcción democrática de la Ley de Comunicación en Ecuador

El 22 de abril, el CIESPAL convocó a distintos actores y sectores sociales vinculados a la comunicación para articular esfuerzos, así como propuestas para la formulación de la Ley de Comunicación en el Ecuador, en un espacio democrático de diálogo.

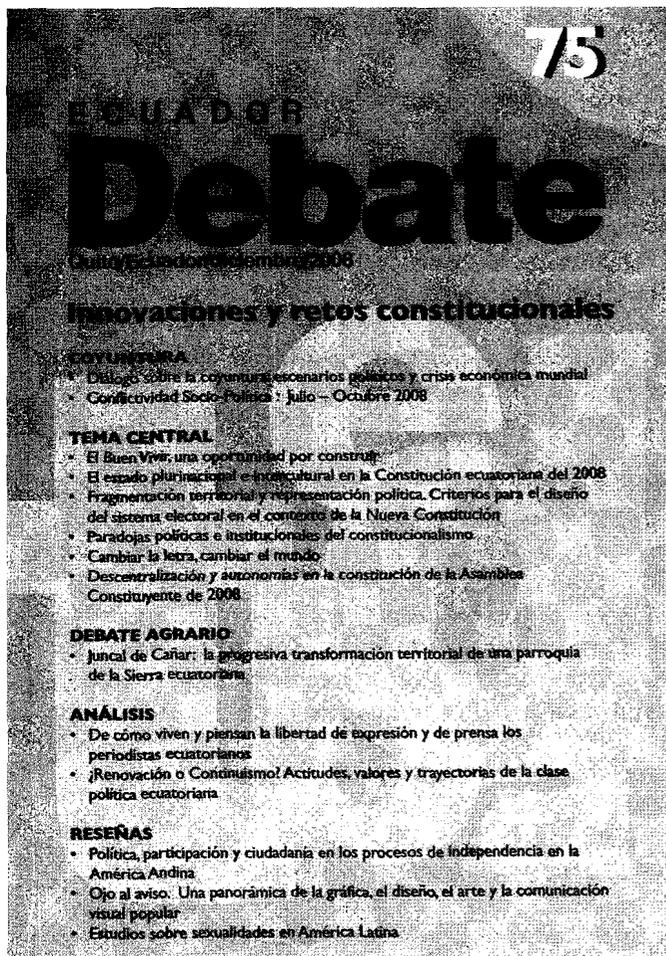
Cerca de un centenar de representantes de universidades, agremiaciones profesionales y mediáticas, de ONG, de instituciones públicas y privadas, de asociaciones y colectivos civiles, tomaron parte en las mesas de diálogo para construir los lineamientos de la Ley de Comunicación.

Mediante una metodología de trabajo informal pero exhaustivo, los participantes debatieron acerca de los temas, tratamientos y orientación que debe tener el cuerpo legal que normará la Comunicación.

A partir de la vigencia de la nueva Constitución, la Comunicación es comprendida como un derecho al cual deben tener acceso los ciudadanos y ciudadanas.

En este primer encuentro, los integrantes de las mesas recibieron una charla acerca de los elementos básicos y estructurales de una ley, para realizar las propuestas temáticas y organizativas del contenido de la normativa legal. Además, se trazaron los resultados esperados de este proceso y una propuesta inicial de seguimiento y acciones para la difusión y complementación del trabajo efectuado, con miras a integrar a más actores e instituciones.

De esta manera, CIESPAL vuelve a ser el espacio de encuentro y diálogo democrático de los comunicadores latinoamericanos, pues entre los participantes no solo estuvieron profesionales ecuatorianos, sino también expertos extranjeros que tienen su actividad en el país, cuya acción trasciende en la región.



<http://www.ciespal.net/mediaciones>

Lectores y lectoras,
 televidentes,
 radioescuchas y
 cibernautas...
 ... todos somos
 ciudadanos.

Los medios públicos y privados
 están bajo nuestra mirada crítica.

Participe de este espacio en la Red
 para ejercer su derecho a la Comunicación.

<http://www.ciespal.net/mediaciones>

Publicaciones del CIESPAL

www.ciespal.net



■ COLECCIÓN INTIYÁN

■ COLECCIÓN MONOGRAFÍAS

COLECCIÓN ENCUENTROS

■ COLECCIÓN LATINOAMÉRICA

■ COLECCIÓN MANUALES DIDÁCTICOS

■ CUADERNOS LO MEJOR DE CHASQUI

■ COLECCIÓN MATERIALES DE TRABAJO

■ REVISTA CHASQUI