

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

Portada

Mayra Cajilema C.

Diseño y diagramación

Diego S. Acevedo

Corrección

Raquel Rosero

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

Gander 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.I.P.I. 027
 ISSN 13901079

	Pág.		Pág.
Personaje			
Néstor García Canclini: El enfoque cultural de la comunicación	4	Publicidad on line y off line: Consumo de medios y adolescentes Lic. Cecilia Mosto Lic. Máximo Paz Lic. Alejandro Gunsberg	56
García Canclini: "El hermeneuta de la Globalización" Francisco Ortiz	6	Comunicação organizacional através da Internet: Presença da informação de responsabilidade social Fabiane Sgorla Maria Ivete Trevisan Fossá	62
Culturas híbridas: En la enseñanza de la comunicación y el arte Hugo Burgos Y.	10	La tecnología de la escritura: Del punzón al teclado, del papiro al blog María Cecilia Reviglio	68
Lectores, espectadores e internautas: Un tratado de cibercultura no expreso Pablo Escandón Montenegro	16		
Portada			
Desinformación y reconocimiento: Dos nuevas categorías en la sociedad actual	22	Aula	
Consumo e investigación: Recuperar los medios para sus audiencias Carlos Camacho Azurduy	32	Lugares, clichés y discurso demagógico Carlos Aulestia	72
Coyuntura			
Aniversario: La Tribu, a los 20 Colectivo La Tribu	38	El cibersalón: Educación superior y YouTube Liliana Castañeda López	76
Modelo de Interacción de Esquemas Mentales: Una aportación al campo de la comunicación en salud Iván Ríos Hernández	44	Periodismo en el extranjero: Una mirada al corresponsal en acción Iván Aldaz Yépez	82
Una apertura para el diálogo: La necesidad de lo transdisciplinario Salvador Salazar Gutiérrez	50	Publicaciones	
			84
		Actividades del CIESPAL	
			92



Periodismo en el extranjero:

Una mirada al corresponsal en acción

Iván Aldaz Yépez

Ecuatoriano, comunicador social, máster en Periodismo de Agencia.

ivanaldaz@gmail.com

Muchos de los estudiantes de periodismo encontraron su estímulo en aquellas esporádicas apariciones de algunos periodistas que brindan información desde alguna distante latitud del planeta. Ese sueño de viajar, conocer otras culturas y entrevistarse con personajes importantes puede resultar muy seductor. Sin embargo ser

Ser corresponsal extranjero no es una tarea simple, requiere de conocimiento y de saber moverse en un espacio adverso, en muchos casos.

corresponsal tiene muchas implicaciones personales y profesionales que se deben tomar en cuenta. El periodista que pretende desenvolverse como corresponsal debe necesariamente haber trabajado durante varios años en medios de comunicación de su país de residencia, la razón principal es que el periodismo requiere que se tenga claro el panorama político, económico y cultural, por lo que se constituye en un excelente campo de entrenamiento antes de abrirse al ámbito internacional.

En la elección del periodista que será elegido corresponsal, se suele tomar en cuenta dos cosas: que el periodista conozca claramente la línea editorial que normalmente es fruto de una permanencia prolongada en el mismo, o caso contrario que este periodista haya demostrado una excelente trayectoria como corresponsal y mejor aún si es en el país de destino.

Antes de empacar

Hoy se puede mantener un seguimiento permanente del acontecer diario de casi cualquier país del mundo mediante los portales digitales de los medios locales, sin embargo eso no es obstáculo para indagar sobre la historia, la cultura y las costumbres del lugar. En este primer momento es necesario que el periodista logre la mayor cantidad de información para que la etapa de acoplamiento sea más leve.

Hay temas importantes que se deben prever: saber la estación climática en la que llega; definir el mapa de la ciudad los puntos de referencia de los sitios de interés periodístico; analizar las opciones de transporte existentes y, en el caso de que existan líneas de metro, determinar las estaciones que serán utilizadas con mayor frecuencia. Un punto de suma importancia es ubicar la embajada o consulado del país de origen y comunicar a los encargados la labor

que se va a realizar, por seguridad del periodista y por localización de fuentes oficiales.


Uno de los factores más importantes es tener conocimiento del idioma del sitio al que se va a acudir, pues no es necesario poner más obstáculos a un trabajo que en sí mismo ya es complejo.

Ya en tierras foráneas

Cuando el periodista llega al país que le ha sido asignado empieza un permanente y sesudo proceso de investigación para recabar contactos que le permitan desarrollar su trabajo. También es necesario que logre un nexo que le permita analizar el funcionamiento social de ese país.

El corresponsal debe tener claro su rol, no solamente porque desempeñará un trabajo periodístico, sino porque en la mayoría de veces representará a su medio de comunicación en este país, así como también se debe tomar en cuenta que su presencia se debe a que en su país hay un interés en el flujo informativo que genera ese lugar, por lo que debe tener claros los temas de interés y estar al tanto con las fuentes relacionadas.

El periodista que trabaja como corresponsal debe tener tan claro el contexto cultural, social, económico y religioso en el que se desenvuelve porque de eso depende no sólo la calidad de la información, sino su calidad de vida y hasta su propia integridad. Además, debe saber que para su trabajo no tendrá el respaldo de una sala de redacción que le apoye, por lo que debe generar nexos con periodistas de medios locales y buscar la posibilidad de ser parte de asociaciones de prensa extranjera para que se le faciliten trámites y acceso a nuevas fuentes.

El corresponsal extranjero solo deja de conocer su destino cuando lo remiten a otro lugar. 

Publicaciones


LIBROS



Gordillo, Inmaculada (2009). **La hipertelevisión. Géneros y formatos.** Quito: CIESPAL. 262 p.

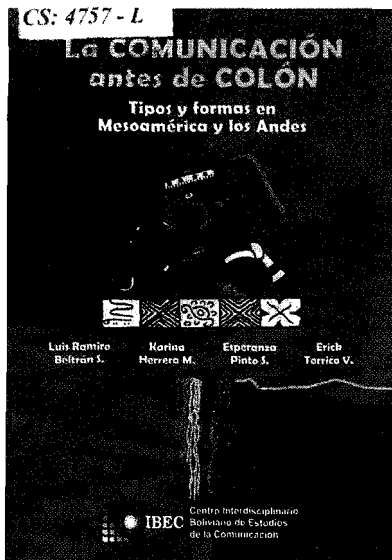
En la primera década del siglo XXI, la televisión todavía se mantiene como el vehículo de narraciones más poderoso, a pesar de las voces apocalípticas que a finales del siglo XX pronosticaron el fin de su hegemonía, incluso su desaparición. La evolución de las formas, las


tecnologías y los contenidos le ha permitido continuar como el medio de comunicación universalmente más extendido y el que más audiencia alcanza, por lo que en la actualidad sigue siendo el mayor productor de relatos.

En esta publicación, Inmaculada Gordillo demuestra que, lejos de desaparecer, la televisión ha demostrado su capacidad de convergencia hasta lograr una convivencia armónica con el ordenador y un intercambio continuo con otros medios de comunicación e instrumentos tecnológicos de la generación multipantalla. 

Beltrán Salmón, Luis Ramiro, Herrera M., Karina; Pinto S., Esperanza; Torrico V., Erick. (2008). **La comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes** La Paz: Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación -CIBEC-. 313 p.

La obra consta de cinco capítulos. En el primero se plantean las premisas conductoras de la indagación. Se cuestiona por qué en el área de la comunicación los estudios historiográficos sobre comunicación prehispánica han sido casi inexistentes. Se enuncian los objetivos de la obra



y la estrategia metodológica emprendida. En el segundo capítulo se reflexiona sobre la centralidad del fenómeno comunicacional para la constitución del "homo sapiens", entiende a la comunicación y la cultura como indisolubles, revaloriza el carácter humanizador y socialmente constitutivo del proceso de comunicación. Sitúa histórica y geográficamente a las culturas prehispánicas de Meso América y los Andes. El tercer capítulo se destina a un esbozo breve de las culturas precolombinas en Mesoamérica y los Andes. En el cuarto y quinto capítulos se presenta un inventario de los tipos y las formas comunicacionales: oral, gesto-espacial-sonoro, iconográfico, escrito, espacio-monumental. En suma el texto rescata la ignorancia del pasado indígena y la absurda opinión de que éstos no hayan tenido un desarrollo de medios que influyera significativamente en la formación actual de las comunicaciones en América. "Ni primitivos ni ágrafos", sentencian. 

Camacho Azurduy, Carlos Alberto. (2007). **Metodología de la investigación comunicacional: Una aproximación desde el estudio del consumo de la radio entre mujeres migrantes de la ciudad de El Alto**. La Paz. Gugly XtraPubli. 277 p.


La obra hace que el lector interesado transite por los distintos momentos del trabajo investigativo y comprenda los conceptos y procedimientos

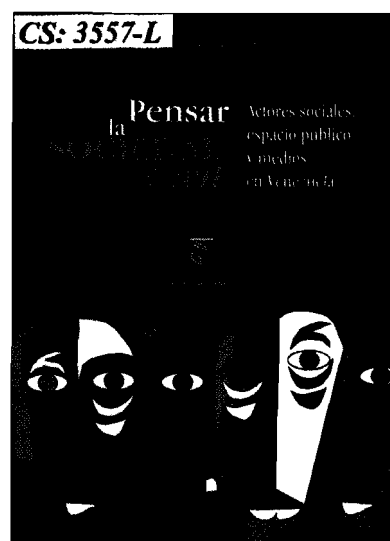
Carlos A. Camacho Azurduy

Metodología de la investigación comunicacional


Una aproximación desde el estudio del consumo cultural de la radio entre mujeres migrantes de la ciudad de El Alto



centrales que se utiliza. Muestra, el autor, cómo es posible planificar, organizar y llevar a cabo una investigación y pone los "secretos" del arte de resolver problemas al alcance de quien está dispuesto a superar lo fenoménico de la realidad, a abandonar los clichés simplistas y a no arrodillarse ante fanatismos engeguedores. Aborda de forma distinta e ingeniosa la metodología de la investigación en el campo de la comunicación. Anima a romper los esquemas y propone un aprendizaje a partir de la práctica misma es decir: "aprender a investigar investigando" 




Cañizález, Andrés. (2007). **Pensar la sociedad civil: Actores sociales, espacio público y medios en Venezuela**. Caracas. Publicaciones UCAB. 155 p.

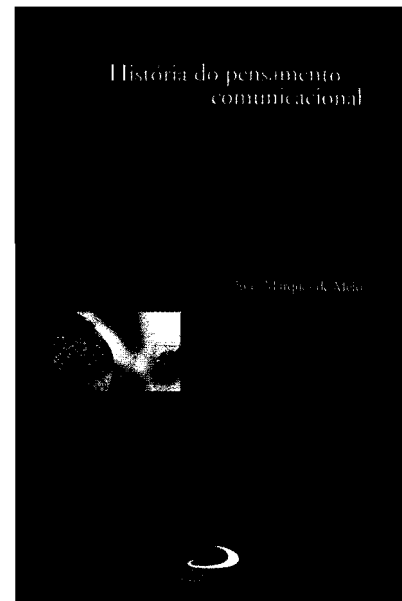
El texto trata de los nuevos movimientos sociales a la sociedad civil, ideología y la influencia de la nueva política. Describe los actores sociales, el espacio público, los medios, las características de las nuevas organizaciones sociales, su relación con el sistema político y el papel político de los medios. Establece la interrelación entre sociedad civil, medios y política. Expone lo que es la sociedad civil en la arena política y particularmente desde la perspectiva venezolana. 




Checa Montúfar, Fernando, coord. (2008). **De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo**. Quito: Abya Yala. Serie Labmedios 1. 207 p.

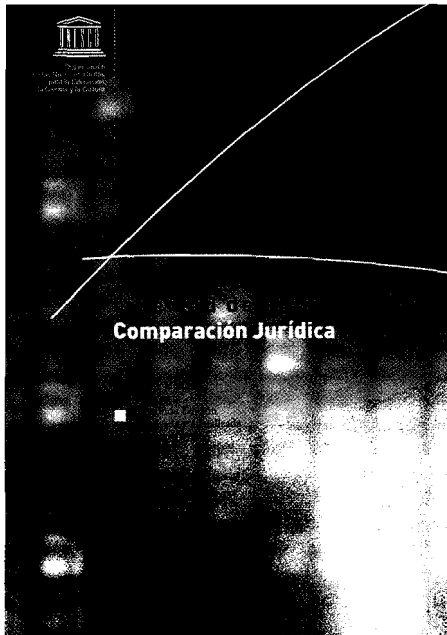
El texto, fruto de una investigación, consigna un análisis de la información que sobre el caso de Angostura (frontera colombo-ecuatoriana) proporcionaron los diarios de ambos países, para poner en evidencia las distintas formas de hacer periodismo y los diferentes niveles de calidad periodística sobre la agenda del público y las posteriores consecuencias en las actitudes, las opiniones y el comportamiento. Resalta el hecho de que, solo una sociedad bien informada, está en capacidad de tomar las mejores decisiones sobre su entorno; por ello los medios tienen la responsabilidad y la obligación ética de entregar a la ciudadanía información de calidad, verdadera,

probada, importante y útil para lo cual es imprescindible la labor de los observatorios de medios. 




Marques de Melo, José. (2007). **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. (2.ed.) São Paulo: Paulus. Coleção Comunicação. 373 p.

El autor traza un considerable panorama del desarrollo de la comunicación desde la antigüedad hasta los momentos actuales en el que enfatiza la comunicación en América Latina. El texto está armado desde dos visiones: los escenarios y los personajes. El primero se refiere al campo de la comunicación, aborda la relación entre medios y política, y la naturaleza del conocimiento mediológico, entre otros temas. Merece destacarse en esta sección, el pensamiento comunicacional luso-brasileño y latino-americano, estudiados por el autor desde sus orígenes y las perspectivas que, a partir de este último ha elaborado para el futuro. En la sección personajes presenta los grupos comunicacionales brasileños: el gaucho, del Centro- Oeste, y el de San Bernardo do Campo. El autor se dedica al análisis de personajes actantes e inspiradores del mundo de la comunicación, especialmente del Brasil y de América Latina. Examina la contribución a las ciencias de la comunicación de Frei Caneca, Costa Rego, Jesús Martín-Barbero, Raymond Nixon. 




Mendel, Toby. (2008). **Libertad de Información: Comparación Jurídica**. (2 ed.Rev). Paris. Unesco. 168 p.

El libre flujo de la información y las ideas es central para la propia noción de la democracia y es crucial para que se respeten eficazmente los derechos humanos. Este libro ayuda a responder algunas interrogantes, describe las normas internacionales que se han establecido en este campo y algunos de los rasgos clave de la legislación eficaz sobre la libertad de información. Esta publicación realiza un aporte significativo a la bibliografía existente sobre la libertad de información y constituye un recurso valioso a las personas que desean promover garantías legales eficaces para el derecho a la información. Explica en términos idóneos y comprensibles las leyes y prácticas sobre la libertad de información, con un valioso análisis de lo que funciona bien, y por qué. Brinda a los profesionales de las leyes, activistas de ONGs, académicos de los medios de comunicación, la información internacional y comparativa sobre el derecho a la información. Se enfoca en la práctica comparativa en términos de legislación nacional y proporciona información sobre las normas y principios internacionales que fundamentan el derecho a la información. 




Villanueva, Ernesto. (2009). **Publicidad oficial: Transparencia y equidad**. México: Jus. 240 p.

Esta obra analiza exhaustivamente la asignación de pautas publicitarias oficiales sin equidad ni normatividad, que suponen un mecanismo de censura indirecta y de afectación a la libertad de expresión prevista en el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos. Desde esa perspectiva se desarrolla la investigación para elaborar un marco teórico que permita redefinir e integrar los conceptos que relacionan la libertad de expresión y publicidad oficial como instituciones que pueden coexistir para maximizar el derecho a saber. 

Zepeda Varas, José; Fernández Bogado, Benjamín, comp. (2009). **La Radio entre la Comunicación y el Poder**. Hilversum: Radio Nederland. 143 p.

Los autores, en la Introducción de la publicación, destacan que "Los medios de comunicación no resuelven nada, no están para eso. Pero sí tienen la posibilidad de ser agentes motivadores, para favorecer la creación de escenarios públicos en los que se ventilen pluralmente las tareas que demanda la transición de un sistema que se impuso mediante la violencia, la mansedumbre y el silencio, a otro sistema caracterizado por la confrontación




de ideas distintas, de respeto al prójimo, de incentivación de la participación ciudadana y de justicia social. Esta publicación resarce una vieja deuda con el olvidado Paraguay que será canjeable con el entusiasmo de reconstruir por medio de la palabra, la memoria, el compromiso y la responsabilidad de intermediar entre el decidido entusiasmo de esa tierra por la libertad y el compromiso con la democracia. Si se logra provocar esa sensación habrá valido mirar al poder desde la fórmula de Jonh Dewey: *Comunicación + comunicación = democracia*. La publicación incluye temas como La necesidad de informar en democracia, Los medios son el fin, Medios sin fin, El fin de los medios, Y especialmente el fin no justifica los medios, Comunicación, ciudadanía y democracia, La radio: entre los habitantes y los ciudadanos, Hacia una radio pública plural, incluyente y cultural, El poder de la palabra y la palabra del poder, La radio : la construcción del discurso, El compromiso democrático a través de la palabra, Radio y Poder, Democracias en riesgo: la estructura de poder de la radio, La radio y la palabra, nuevas oportunidades y amenazas, La radio y el derecho a la comunicación. 

REVISTAS

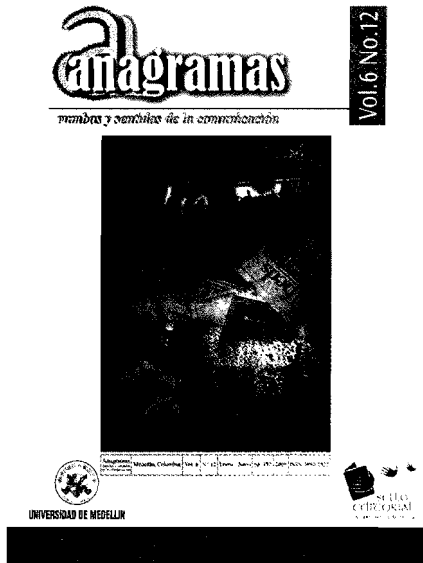
Flores Vivar, Jesús Miguel. (2009). **Apuntes para la reinención de los medios** IN: *Contratexto*, (17) pp.185 -199.



El periodismo y los medios atraviesan un cambio de época. Este cambio se traduce en la transformación del periodismo y los medios –que ya vivieron otro importante en la década de 1980 que se conoció como media morfosis-, motivo por el cual los profesionales han de adquirir nuevos roles. El impacto de las tecnologías de la información, abanderadas por Internet ha trastocado el modo de cómo se presentan las noticias y, más aún, transforma el modelo de negocio que ha caracterizado a las empresas de medios. El artículo analiza la situación actual, proporciona algunas pautas estratégicas que pueden seguir los medios- algunos ya lo hacen- y estudia algunos de los nuevos perfiles que empiezan a emerger como consecuencia de la reinención del periodismo y los medios. 

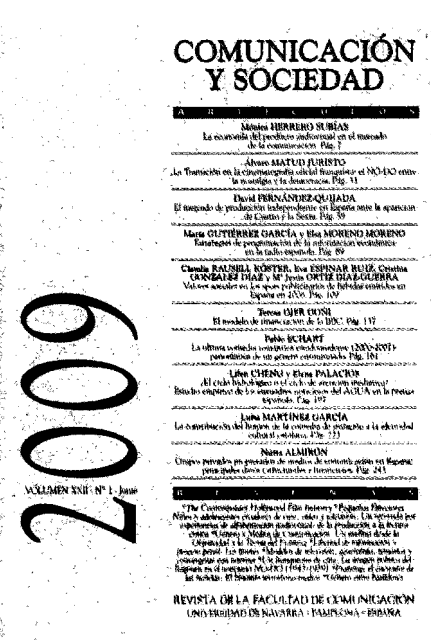
Galvis Ortiz, Carlos Alberto. (2008). **Oligopolios versus Democracia: ¿el fin de la Comunicación?** IN: *Anagramas*, (v.6 n.12), pp. 29-39.

En un mundo convulsionado por los oligopolios de los medios de comunicación, es condición sine quanon retomar a la ciudadanía como actor fundamental de la deliberación política en la edificación de lo social y lo público, para condicionar la supervivencia de la democracia como garantía de la viabilidad humana. Desde la crisis, el caos y la incertidumbre, nuevas formas de comunicación comienzan a recomponer el entorno simbólico del ser humano planetario. La



comunicación pública comienza a perfilarse como estrategia de interfase en la reconstrucción democrática del tejido social, en especial en situaciones de crisis. Este artículo es producto de la investigación sobre "Comunicación Pública: un espacio para la construcción de democracia".

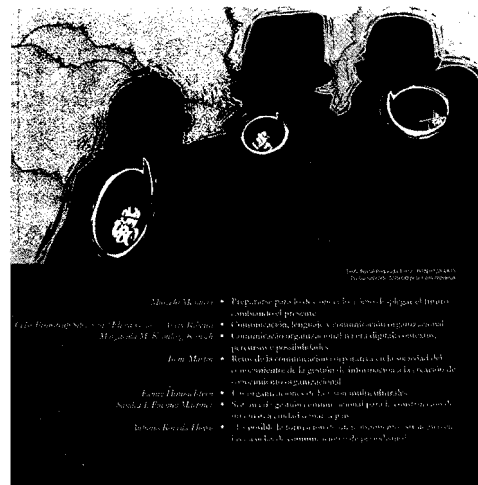
Este artículo estudia desde la economía de la televisión, algunos cambios en la configuración de los productos televisivos como bienes públicos y generalmente asociados a la gratuidad para el ciudadano. Para ello se repasarán las principales consecuencias de la introducción del pago directo en televisión y se avanzará en la economía de la difusión de contenidos audiovisuales en la red y en los soportes móviles. De esta manera, con una aproximación gradual a los sucesivos avances tecnológicos, se establecerán los fundamentos económicos de la difusión de contenidos audiovisuales. La personalización en los modos de consumo (tiempo y lugar) y las posibilidades de mostrar las preferencias sugieren contenidos audiovisuales con más posibilidad de satisfacer las necesidades de los usuarios individuales en una industria más eficiente.



Herrero Subías, Mónica. (2009). **La economía del producto audiovisual en el mercado de la comunicación** IN: Comunicación y Sociedad, (v.22, 1), pp.7- 31


Signo y Pensamiento 51

Comunicación organizacional



Kröhlhing Kunch, Margarida M. (2007). **Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades** IN: Signo y Pensamiento, (51), pp. 39- 52.


El artículo sitúa la comunicación en las organizaciones en el contexto de la complejidad de la sociedad contemporánea. Destaca el poder de las innovaciones tecnológicas de la información y sus impactos sobre las organizaciones. Presenta

reflexiones sobre la evolución de la comunicación organizacional desde los llamados flujos informativos a los procesos interactivos y estratégicos presentes hoy en el quehacer comunicacional del mundo corporativo. Analiza la comunidad virtual como un público estratégico relevante y llama la atención sobre la necesidad que tiene la comunicación digital de las organizaciones de adoptar como parámetro la filosofía de la comunicación integrada a través de una adecuada planeación. 




Merizalde Guerra, Marcel. (2008). **Al periodista le falta ser vagabundo y cínico** IN: Textos y Contextos, (7), pp. 145 –166.

Este es un breve y cruel diagnóstico de la prensa y de los periodistas en el Ecuador. El autor señala que al periodista ecuatoriano le falta ser vagabundo, caminar y conocer, acertar y equivocarse, divorciarse de sus fuentes de información y de los contactos personales que tanto daño le hacen, pues como lo dice el semiólogo, escritor y periodista italiano, Gianni Rodari, uno aprende a mirar el mundo con los demonios, miedos y pasiones que le han metido en la cabeza. Y le falta ser cínico es decir adoptar una postura de no creer todo lo que se dice o hace en la sociedad; tiene que dudar y burlarse de aquello que parece como

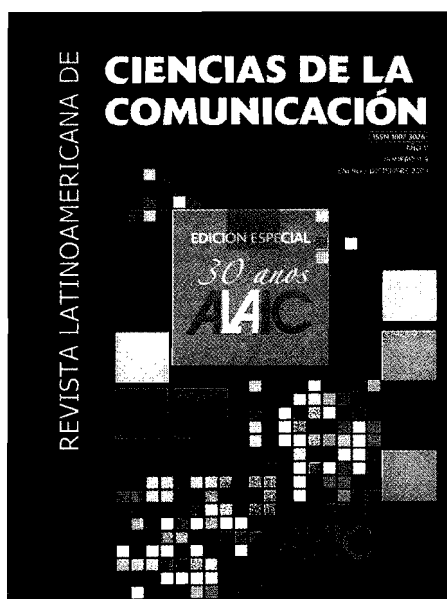
cierto, de lo que se cree verdadero y es pura ficción pues la verdad no existe, es simplemente una mentira bien argumentada, una versión. 




Romero, Cledys José. (2009). **La radio en la era digital, después del centenario de la Radiodifusión** IN: Interacción, (50), pp. 56-59

Va a cumplir 102 años la primera comunicación inalámbrica efectuada entre las poblaciones de Laverck Poin y la Isla Fratholm en el canal de Bristol-Inglaterra-. Hoy el avance de la revolución digital en los medios de comunicación posibilita la evolución de las transmisiones de los textos convencionales a los multimedia y, por consiguiente, la transferencia de sonido a través de la red. La radio se convierte en digital cuando la información sonora se traduce al lenguaje binario de uno y ceros; la radio digital presenta tres variantes tecnológicas según sea el canal de emisión: la radio digital por satélite, la radio digital terrena y la radio Web. El texto además señala las consideraciones técnicas de estos cambios, la radio y la convergencia multimedia, la aplicación de productos y la conformación de una estación de trabajo. 

Siqueira Bolaño, César Ricardo. (2008). **Pensamento crítico em comunicação na América Latina e o papel da ALAIC em nível mundial** IN: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, (a.5, n.8-9), pp. 126-131



El sistema global de las comunicaciones refleja en gran medida, en la transición del siglo XX al XXI, los cambios estructurales del sistema capitalista y de la geopolítica internacional. Las comunicaciones pasan a tener un papel renovado en la organización social y económica, más allá de lo que ya tenía como elemento clave para la construcción de la hegemonía. En esas condiciones, el campo académico de la Comunicación como un todo pasa a ser fuertemente disputado. Un momento crucial para el futuro de la ALAIC. 



Vendrell, Ingrid, (2008). **Simpatía, empatía y otros actos sociales: las raíces olvidadas de la**

sociología fenomenológica. IN: Espacio Abierto Cuaderno venezolano de Sociología, (v.17. n. 25) pp. 303-315

Una de las cuestiones fundamentales de la sociología es la cuestión de la intersubjetividad y de los actos sociales. ¿En qué medida somos capaces de aprehender las vivencias ajenas?

¿Cómo nos es dada la experiencia del otro? ¿Cuándo un grupo de individuos forma una comunidad? La sociología fenomenológica es una de las corrientes que más ha tratado estas cuestiones. En este ensayo se pretende dar a conocer las investigaciones, que un grupo de autores formados bajo los auspicios de Husserl, realizaron entre 1905 y 1920, mucho antes de que Alfred Schütz desarrollara su Teoría sociológica, de carácter fenomenológico. Con ello, se persiguen tres objetivos: Primero, ampliar la historia de la teoría sociológica mostrando que se podría haber desarrollado una sociología fenomenológica diferente a la de Schütz, tomando como base las obras de Max Scheler, Edith Stein y Gerda Walter. Segundo, presentar las tesis sobre la vinculación entre actos afectivos y sociales que realizaron estos tres autores sobre la simpatía, la empatía, el contagio afectivo y el sentir lo mismo que el otro. Finalmente, se formulan hipótesis sobre el por qué del olvido de estos estudios.

Base de datos documental del

CIESPAL 

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

Centro de Documentación

Av. Diego de Almagro N32-133 y
Andrade Marín

Apartado postal 17-01-584

e-mail: documentacion@ciespal.net

Teléfonos: 254-83-37 / 254-80-11
Fax: 250-24-87



MES	FECHA	NOMBRE DEL EVENTO O ACTIVIDAD
Septiembre	7, 8	Inicio de la Cátedra Andina de Integración. FELAFACS-CAN
Septiembre	28, 29, 30	Seminario internacional "Medios públicos, democracia y ciudadanía"
Octubre	6	Lanzamiento libro "Sin nosotras se les acaba la fiesta", de Sonia Santoro
Octubre	6, 7	Taller de Periodismo con perspectiva de género
Octubre	8	Sesión Conmemorativa 50 años
Octubre	8	Presentación de la estampilla conmemorativa de 50 años de CIESPAL
Octubre	20 - 22	Seminario Periodismo, ética y ciencia
Noviembre	26 y 27	Seminario Internacional "Medios y Política"

Octubre	Del 12 al 31	Exposición de Fotografías Permanente	Centro de Imagen de la Alianza Francesa - CIAF
---------	--------------	--------------------------------------	--

porque la comunicación es un derecho