

**COMUNICACION EN LA DECADA DEL 90****8**

Establecer la agenda de comunicación hasta el año 2000 no es tarea fácil. Pero es más difícil ejecutarla. ¡Valga el intento!

*Gino Lofredo, Paul Little, Juan Díaz Bordenave, Marco Encalada, Jack Laufer, Attilio Hartmann, Simón Espinosa.*

**RADIO POPULAR****46**

La radio puede ser llamada popular, participativa, libre, pirata, interactiva. Eso sí, este medio se identifica cada vez más con los sectores pobres-pobres.

*Robert White, Tomás Borge, Hernando Bernal, Pedro Sánchez, Eduardo Vizer, David Landesman.*



ENTREVISTA A: FRANCOIS NORDMANN UNESCO - PIDC Juan Braun .....	42
RADIO, MITOS Y LEYENDAS Francisco Ordóñez .....	68

NOTICIAS .....	2
NUEVAS TECNOLOGIAS .....	4
ACTIVIDADES DE CIESPAL .....	6
LIBROS .....	71

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

**Carta del editor**

**L**a década del 80 —la década perdida según muchos científicos sociales— se caracterizó por la dispersión de los comunicadores tercermundistas, la falta de nuevas teorías e investigaciones y la ausencia casi total de financiamiento substancial para los proyectos progresistas, los que producen cambios estructurales, dan resultados y ayudan a los pobres-pobres. Claro, hay un retorno a la Democracia pero dentro del marco de una feroz Deuda Externa. Y aparece el SIDA.

La década del 90 debe ser diferente ¡No más retro-

cesos! Los comunicadores tienen que ayudar atacando los temas centrales que destruyen nuestras culturas: Deuda externa, ecología, narco-droga; apuntalando las frágiles democracias, los derechos humanos; utilizando mucho mejor la comunicación popular y alternativa y las nuevas tecnologías. Hay que establecer una agenda de trabajo. Agruparse. ¡La unión hace la fuerza!

¡Feliz década!

Juan Braun

**DIRECTOR:** Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **ASISTENTE DE EDICIÓN:** Wlman Sánchez. **COMPOSICIÓN:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITÉ EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil);

Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2) 524-177.

Francisco Ordóñez

# Radio, mitos y leyendas

**L**a importancia cada vez más creciente de la producción para radio con fines de integración, se ha convertido en un desafío que acompaña las propuestas de equilibrio de los flujos de comunicación que reclaman los países del Tercer Mundo, en especial, los de América Latina.

CIESPAL, luego de un largo proceso en el tratamiento de la comunicación, no podía quedarse al margen de enfrentar ese desafío de la producción radiofónica. Desde hace algunos años, propuso desarrollar producciones que puedan ser competitivas, en términos de calidad, con aquellas que actualmente ocupan los mercados y llegan a nuestros públicos.

Gracias a un convenio mantenido con **Radio Nederland Training Centre, de Holanda**, para capacitar a productores latinoamericanos de programas educativos, se posibilitó que un número importante de profesionales de la radio del continente, hablen un mismo lenguaje en términos de formato. Paralelamente a esto, se establecieron relaciones con algunos centros de producción de la región, a los que pertenecían los beneficiarios de la capacitación ofrecida por CIESPAL.

Luego de algunas experiencias "menores" en producción en las que se alcanzó óptima calidad técnica, se advirtió la demanda de programas provenientes de las emisoras de América Latina. Ello se ilustra con la novela ecológica "Señor Halley Super Estrella", producción que se realizó en Ecuador y que mereció los mejores elogios tanto

---

Francisco Ordóñez, ecuatoriano. Productor de radio y profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad Central del Ecuador.

## PRODUCCION DE CIESPAL

**El objetivo central del proyecto CORADES (Coproductión Radiofónica para el Desarrollo) ejecutado por CIESPAL, es evitar que la memoria colectiva de los pueblos no se pierda. Atrapar los mitos y leyendas, para luego difundirlos. ¡Un buen esfuerzo!**

de las emisoras como del público destinatario. Inclusive, se llegó a producir esta serie en portugués e inglés y fue distribuida en más de cien emisoras en la región. El éxito que se obtuvo con "Señor Halley Superestrella", impulsó a abrir nuevos rumbos y a enfrentar el desafío con mayores expectativas.

### LA GRAN EXPERIENCIA

Con los antecedentes anotados, CIESPAL propuso a UNESCO y al Gobierno de Holanda, realizar una serie de programas en coproducción con diversos centros latinoamericanos y con productores independientes del continente, sobre temáticas culturales de la región.

Una vez aprobada la idea, en enero de 1988, se realizó una reunión de trabajo en Quito, a la que asistieron representantes del Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT; Instituto Radiofónico Fé y Alegría, IRFA de Venezuela; Asociación de Radios Católicas de Chile, ARCA; Centro de Teleeducación de la Universidad Católica de Lima, CETUC; Escuelas Radiofónicas de Bolivia, ERBOL; Universidad del Comahue, Argentina; Fundación Educacional y Cultural "Padre Landell de Moura", FEPLAM de Brasil; Radio Santa Clara de Costa Rica, además de productores independientes de Colombia, México y Paraguay. En esta reunión se diseñaron los mecanismos operativos de la coproducción y se concretó la temática de

la serie a producirse, estableciéndose como campo de interés, la tradición oral del continente contenida en tres géneros: El mito, la leyenda y el cuento popular.

### OBJETIVOS DEL PROYECTO

Las aspiraciones que tuvo el proyecto consistieron en:

- Establecer las bases para conformar una red de producción y distribución de los productos culturales de la región;
- Cubrir todo el continente con la difusión de los programas producidos por la red en por lo menos 150 emisoras de la región;
- Generar las condiciones adecuadas para continuar con un sistema de coproducción regional; y finalmente,
- Producir en una primera etapa, 90 programas sobre la tradición oral de América Latina, es decir 1190 minutos de programación.

El Proyecto constó de cinco etapas:

1) Diseño. Incluyó la delimitación de los objetivos generales y específicos del Proyecto, así como la configuración del perfil de la serie a producirse. La elaboración del marco teórico del contenido, los formatos a utilizarse, los mecanismos operativos de la producción, la logística y costos para la producción y distribución; y el establecimiento de las bases para la creación

# Análisis del mito azteca de Huitzilopochtli

## TEXTO MITICO (fragmentos)

Mucho honraban los mexicas a Hutzilopochtli, sabían ellos que su origen, su principio fue de esta manera: En Coatepec, por el rumbo de Tula, habitaba una mujer de nombre Coatlicue.

Era madre de los 400 surianos y de una hermana de éstos de nombre Coyolxauhqui.

Y esta Cuatlicue, allí hacía penitencia, barría, tenía a su cargo el barrer,

en Coatepec, la Montaña de la Serpiente...

cuando barría Cuatlicue, sobre ella bajó un plumaje.

Enseguida lo recogió Cuatlicue, lo colocó en su seno...

En ese momento Cuatlicue quedó encinta.

Al ver los 400 surianos que su madre estaba encinta, mucho se enojaron, dijeron: "¿Quién le ha hecho esto?... Nos afrenta, nos deshonra".

Y su hermana Coyolxauhqui les dijo:

"Hermanos, ella nos ha deshonrado,

hemos de matar a nuestra madre..."

le confortaba, le decía:

"No temas, yo sé lo que tengo que hacer"...

Y los 400 surianos se aprestaron,

se ataviaron para la guerra...

Luego se pusieron en movimiento, iban en orden, en fila,

los guiaba Coyolxauhqui.

Peró Cuahuitlicac (el suriano traidor)

subió enseguida a la montaña,

para hablar desde ahí a Huitzilopochtli y le dijo:

— "Ya viene"

Huitzilopochtli le respondió:

— "Mira bien por dónde viene"

— "Vienen ya por Tzompantitlan"...

— "Ya están por la cumbre, ya llegan,

les viene guiando Coyolxauhqui"

En ese momento nació Huitzilopochtli,

se vistió sus atavíos, su escudo de plumas de águila, sus dardos, su lanza-dardos de turquesa.

Se pintó su rostro con franjas diagonales, con el color llamado "pintura de niño".

Sobre su cabeza colocó plumas finas, se puso sus orejeras.

Y uno de sus pies, el izquierdo, era enjuto,

llevaba una sandalia cubierta de plumas,

y sus dos piernas, y sus dos brazos, los llevaba pintados de azul

Y el llamado Tochancalqui puso fuego a la serpiente

hecha de teas llamada Xiuhcoatl, que obedecía a Huitzilopochtli.

Luego con ella hirió a Coyolxauhqui, le cortó la cabeza,

la cual vino a quedar abandonada en la ladera de Coatepetl.

Entonces Huitzilopochtli se irguió,

persiguió a los 400 surianos, los fue acosando,

los hizo dispersarse desde la cumbre de Coatepetl,

La Montaña de la Serpiente...

Cuatro veces los hizo dar vueltas.

En vano trataban de hacer algo en contra de él,

en vano se revolvían contra él.

Nada pudieron hacer, nada pudieron lograr,

con nada pudieron defenderse.

Huitzilopochtli los acosó, los ahuyentó,

los destruyó, los aniquiló, los anonadó.

Y ni entonces los dejó, continuaba persiguiéndolos...

Solo unos cuantos pudieron escapar de su presencia,

pudieron librarse de sus manos.

Se dirigieron al sur...

Y cuando Huitzilopochtli les hubo dado muerte,

cuando hubo dado salida a su ira, les quitó sus atavíos,

sus adornos, su anecuyotl, se los puso, se los apropió,

los incorporó a su destino, hizo de ellos sus propias insignias.

A él le veneraban los mexicas,

le hacía sacrificios, lo honraban y servían.

Y Huitzilopochtli recompensaba

a quien así obraba...

**SECUENCIA 1:** La referencia a Coatepec como sitio del culto a la tierra y sus hijos, la luna y las estrellas. La montaña de la serpiente alude al hecho de la vinculación de este culto con los linajes TOLTECAS que hejemonizaban el imperio antiguo mexicano. La penitencia del barrer constituye la referencia a los fenómenos de las estrellas fugaces. Barrer, es barrer el cielo.

**SECUENCIA 2:** En el seno de Cuatlicue se coloca una pluma que desaparece luego. Es una referencia al origen de los AZTECAS que lo remontan a la misma tierra, al igual que la luna y las estrellas.

**SECUENCIA 3:** En términos históricos el mito remite al origen de la guerra que llevará a los aztecas a la hegemonía sobre los diversos pueblos que conformaban el imperio y su periferia.

**SECUENCIA 4:** El nacimiento de HUITZILOPOCHTLI es en la montaña de la serpiente. Este apare-

ce ataviado con plumajés, a diferencia de los 400 surianos. En este punto, el relato histórico incorpora los elementos del culto solar que, a través de los AZTECAS, se impone en el imperio. De ahí que COYALXAUHQUI se fragmenta y HUITZILOPOCHTLI derrota a los 400 surianos.

**SECUENCIA 5:** La implantación de la hegemonía de los AZTECAS está narrada en la apropiación de los signos de los surianos. Termina el relato refiriéndose a la vigencia del culto solar.

## OBSERVACIONES

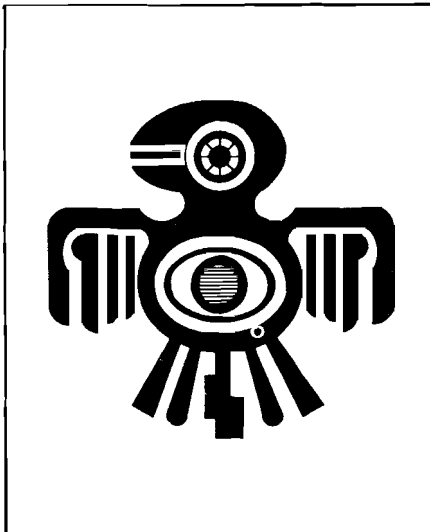
La lectura histórica, astronómica y religiosa puede destacarse en un breve texto introductorio que ubique históricamente el devenir del imperio Azteca y la generalización del culto solar. En este caso, el devenir del día y la noche incluso puede asumirse como una versión metafórica tanto al hecho político de la toma de TENOCHTITLAN como el hecho religioso del culto solar implantado.

del NET-WORK y la fijación de los mecanismos de evaluación del Proyecto.

2) **Investigación.** La recopilación de información sobre la tradición oral de América Latina de fuentes de primera y segunda mano; el análisis de contenido de esa información y el establecimiento de un marco de referencia para la ubicación socioeconómica, etnográfica e histórica de los pueblos que generan esa tradición oral, para finalmente, seleccionar los mitos, leyendas y cuentos populares que formaron parte de la serie.

3) **Producción.** La realización de libretos en cada país participante, paso que lo cumplieron los diversos coproductores; en CIESPAL se revisó el estilo y los libretos; se preparó la logística para la grabación parcial de los programas, sonorización y montaje final.

4) **Distribución.** Se estableció que los programas serían distribuidos en un mínimo de 150 emisoras de la región, que tengan cobertura local, nacional o regional; y en radiodifusoras internacionales. Las emisoras que difunden los programas, están vinculadas a los Centros Nacionales de Coproducción (CNC) que participaron en el Proyecto. Por ejemplo, en Bolivia, la distribución está a cargo de ERBOL organismo que cuenta con una red de 26 emisoras educativas; en Chile, ARCA; en Cuba, ICRT; en México, IMER; en Nicaragua, CORA-



DEP; en Colombia, la Red de Emisoras Comunitarias de la Costa Pacífica.

Se aspira a que los programas sean escuchados por 100 millones de personas en el mundo de habla hispana.

5) **Evaluación.** Comprende el análisis de las distintas etapas ejecutadas en el Proyecto, además del que deberán realizar los CNC para medir las incidencias que la serie pudo haber tenido en los diversos públicos de nuestros países. Esta información será canalizada desde y hacia CIESPAL a fin de sistematizar sus resultados y obtener recomendaciones para futuras producciones bajo este sistema.

## MECANISMOS DE EJECUCION

El sistema de trabajo optado por el Proyecto CORADES, fue el de copilar las diferentes versiones posibles de los mitos, cuentos populares o leyendas y realizar un análisis semántico para encontrar el eslabón cultural que generó esa tradición oral y a través de ello descubrir los símbolos, que generalmente aparecen en lenguaje concreto, en las narraciones. Así se analizó cada una de las historias descomponiéndola en mitemas y estableciendo secuencias que permitieron descubrir el real contenido de las mismas. Este tratamiento, sumado al trabajo de adaptación de las narraciones, permitió esbozar un formato documental dramatizado, con el que se realizaron los 90 programas de la primera etapa del proyecto.

## CONCLUSIONES

CORADES deja muchas enseñanzas. El mismo hecho de haber logrado ejecutar un proyecto que requirió de una logística complicada, en la que era muy común tener que enlazar a personas separadas por miles de kilómetros y lograr mantener unidad en la propuesta planteada, constituyó un gran desafío.

El proyecto permitió demostrar que se tiene la capacidad de asumir una tarea compartida en América Latina y permitió poner en vigencia la cosmovisión que se tiene del universo e incorporar a los mercados un producto de alta calidad.

Se logró canalizar la participación de 13 centros de producción educativa del continente: México, el Caribe, los Andes, la Amazonía y Tierra del Fuego. Los Centros participantes acumularon una importante experiencia que podrá ser aplicada en futuras tareas.

Los objetivos de crear una red de productores de programas educativos, así como una red de distribución de los productos culturales, fueron alcanzados a plenitud, al punto que los organismos financiadores del Proyecto y otros, han expresado su interés de continuar apoyando la coproducción multinacional en la que puedan involucrarse a las más diversas temáticas. La producción endógena de programas radiofónicos en Latinoamérica, comienza a ser una realidad. La comprobación está dada. Ahora, los productores tienen la palabra. ■

# TODAS LAS VOCES

Mitos, cuentos y leyendas de  
**NUESTRA AMERICA**

Serie radial de 90 capítulos

Duración: 13 minutos

Formato: Documental dramatizado

Precio Ecuador: US\$100,00 — Precio internacional: US\$150,00

**Las emisoras comunitarias, educativas y culturales sin fines de lucro, deben pedir mayor información**

CIESPAL — Apartado 584 — Quito-Ecuador

Nombre ..... Institución .....

Dirección ..... Ciudad .....

País ..... Código Postal .....

Envíe programas de serie  Envíe primero factura

Remito giro postal por ..... Envíeme más información

## Nuevas tecnologías de información

Héctor Schmucler, Norbert Lechner y Judith Sutz

Punto Sur-ILET, Buenos Aires-Argentina. 1989.



Tres textos iluminadores de una problemática vasta y compleja, integran esta primera entrega de la Serie de Cuadernos sobre Comunicación que co-editan Punto Sur y el ILET: **El mitológico advenimiento de los satélites en América Latina** (Schmucler). **Por un análisis político de la información** (Lechner) y **El cambio tecnológico en las comunicaciones** (Sutz).

En el prólogo, Schmucler señala que el desarrollo de la tecnología comunicacional constituye un componente esencial de "la expansión planetaria del capitalismo" prevista por Marx, con la contribución paradójica de los países del "socialismo real". Acota que en ninguna otra época se ha "cultivado el ejercicio del olvido en proporciones similares a la nuestra" y que un signo de nuestro tiempo es la "compulsión a clausurar la memoria", a convertir el futuro en un único valor, lo que deriva

en "un presente sin espesor propio". "Los trabajos que integran el cuaderno —reflexiona— recuerdan que las nuevas tecnologías tienen historia", lo que implica ubicarlas en el contexto de las sociedades que las crearon y las otras que las incorporaron después. Y plantea un aspecto nodal de esta problemática: "Despojadas de una ilusoria neutralidad, las nuevas tecnologías se abren a interrogantes que no se agotan en el cómo usarlas. Antes se ubica la pregunta de para qué utilizarlas. Y antes todavía el por qué".

En su ensayo, Schmucler sintetiza los nexos que existen entre la historia de los satélites y la historia de su introducción en América Latina. Dependencia, conflictos, ilusiones, ideologías engañosas, que no logran opacar la relación satélites/luchas por el poder a nivel internacional.

De Lechner se rescata su insistencia esperanzadora en los "límites intrínsecos del control social", ya que es imposible ampliar ilimitadamente el espacio del conocimiento público; y el conocimiento "perfecto" de la realidad "es un horizonte utópico". Pero puntualiza que la informática no es una tecnología neutral cuyo valor dependa de su uso, sino que tiene "una racionalidad contraria a la racionalidad política".

Sutz, a su vez, formula reflexiones teóricas y ejemplos ilustrativos sobre el cambio técnico que no es un proceso natural y "la lógica de su evolución resulta socialmente construida", aunque las evidencias de las tomas de decisión desaparezcan rápidamente.

Clara Kuschnir

## Una visión múltiple de la comunicación

Modesto Tuñón y Mirla Martínez

Ediciones Haner, Panamá. 95 pp. 1989.



Este libro contiene una serie de entrevistas con destacados especialistas de comunicación que expresan sus opiniones sobre los procesos comunicacionales en América Latina.

El cineasta cubano **Santiago Alvarez**, autor del primer video clip en el mundo, aborda el tema de la realización de documentales y noticieros en el cine. El consejero de la UNESCO **Luis Ramiro Beltrán**, habla sobre el origen de la relación comunicación, cultura y desarrollo. El académico norteamericano **George Borden**, explica su propia teoría sobre la orientación cultural: Una teoría de comunicación intercultural. El especialista en radio **Antonio Cabezas**, señala la naturaleza de la radio comunitaria a base de las recomendaciones de Radio Nederland de Holanda. El diplomático

peruano **Mario Castro**, cita casos y ejemplos donde la literatura y el periodismo "se han prestado técnicas de lenguaje". El periodista cubano **Elson Concepción**, trata del origen, desarrollo y proyecciones gremiales de la Organización Internacional de Periodistas, OIP. El teórico belga **Armand Mattelart** profundiza su atención en el papel de la televisión pro-desarrollo y plantea cambios de ruta necesarios en ese medio. La escritora costarricense **Carmen Naranjo**, enfatiza en la prioridad de que la mujer tenga mayor presencia en los medios como participante y productora del discurso. Finalmente, los profesores costarricenses **Sergio Román** y **Mario Zeledón** señalan algunas técnicas de enseñanza sobre comunicación para los nuevos profesionales y confrontan a la comunicación y cultura popular con la cultura burguesa.

El hilo conductor de esta obra es la comunicación observada desde una visión múltiple. Su contenido se nutre con los análisis serios que exponen los entrevistados sobre la problemática comunicacional, que se adecúan a las expectativas de la región por encontrar los surcos del desarrollo.

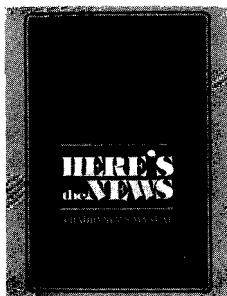
Modesto Tuñón, también realizó un trabajo reciente relacionado con **La información de la prensa escrita en tiempos de crisis**. Constituye un breve estudio sobre el tratamiento informativo que realizó **La Estrella de Panamá**, el diario más antiguo de esa nación, durante la crisis política interna vivida por los panameños entre marzo y abril de 1988.

Wilman Iván Sánchez

Here's the news

Paul De Maeseneer  
(compilador)

A radio news manual. 1989.  
177 págs.



De Maeseneer, experto asociado de la UNESCO, preparó este manual para el personal que trabaja en radiodifusión en países asiáticos del Pacífico entre ellos Nepal, India, Pakistán y Singapur.

La introducción señala que "la radio es el medio de comunicación más importante en esas naciones y constituye su única fuente de información". Igual ocurre en los países de América Latina, en donde la radio sirve a una audiencia fundamentalmente rural. Por ello, el manual es aplicable también para los comunicadores latinoamericanos que trabajan en radio dado que proporciona consejos prácticos para producir noticias dentro de las nuevas

técnicas del periodismo moderno.

El manual está dividido en 9 unidades con explicaciones y ejemplos, a saber: Cómo escribir noticias para radio, información básica, entrevistas para radio, edición de boletines radiales, presentación de la noticias, uso de figuras gramaticales, la traducción y los modernos equipos radiofónicos.

También se incluyen temas específicos como la audiencia-meta del radiodifusor, los estudios sobre audiencia en los países industrializados, la credibilidad en el medio, las fuentes y los formatos para ayudar al locutor.

Además, se proporcionan algunos consejos útiles para el periodista radiofónico entre ellos el papel de la observación, entrevistas directas, investigación y producción radiofónica, la forma de manejar el lenguaje en la radio, los verbos y su papel y la importancia de la alternabilidad.

Una recomendación final: "Se debe usar la propia imaginación y creatividad para adaptar algunas de estas guías a su propia situación. La radio debe ser un medio creativo".

Lucía Lemos E.

Públicos masivos e identidades socio-culturales

María Cristina Mata

Informe Final. Córdoba, Argentina; 134 pp. 1988.



La constitución de los públicos masivos y su relación con los procesos de identidades sociales y culturales en Córdoba. Radios y Públicos Populares.

Esta publicación contiene los resultados de una investigación desarrollada entre 1986 y 1988 cuyo objetivo general fue el estudio del modo en que los medios masivos constituyen sus públicos y la relación que ello guarda con la formación de las identidades socio-culturales de los sectores populares de la Provincia de Córdoba, Argentina.

La investigación se realizó

desde dos perspectivas: 1) Determinación del contexto del estudio; 2) Formulación de algunas consideraciones acerca del papel de la cultura y los medios masivos en la reapertura democrática argentina.

En el primer capítulo se definen los objetivos y perspectivas teóricas del trabajo a partir de una reflexión sobre la cultura de masas y en relación al papel de la cultura y los medios en la actual coyuntura de Argentina. En el capítulo II se presenta la metodología de la investigación que permitió obtener una base de datos inicial sobre la preferencia y programación de las radios populares; se incluye también un análisis de contenido y entrevistas. Los capítulos III y IV contienen los resultados parciales recogidos en torno a los discursos radiofónicos de las emisoras populares de la ciudad de Córdoba y la recepción que hacen de ellos los sectores populares. Finalmente, el capítulo V precisa los avances logrados en lo que respecta al modo en que un medio masivo como la radio se constituye en parte de la cultura popular en los sectores urbanos.

María del Carmen Cevallos

Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

CIESPAL ● Apartado 584 ● Quito-Ecuador

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

Envíe ejemplares sueltos Nos \_\_\_\_\_ Envíeme más información

Nombre \_\_\_\_\_

(Name) \_\_\_\_\_

Institución \_\_\_\_\_

(Institución) \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

(Address) \_\_\_\_\_

Ciudad/Estado \_\_\_\_\_

(City/State) \_\_\_\_\_

País \_\_\_\_\_

(Country) \_\_\_\_\_

Código Postal \_\_\_\_\_

(Postal Code) \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

(Date) \_\_\_\_\_

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN

4 números por año	U.S.A. Europa y Asia	US\$29	US\$72
	América Latina	US\$14	US\$34
1 año (1 year)		US\$54	
2 años (2 years)		US\$24	
3 años (3 years)			

“Al construir una sociedad participativa la atención debe concentrarse en tres herramientas principales: La organización, el papel de la educación y las funciones de la comunicación”.

**JUAN DIAZ BORDENAVE**

“A través de América Latina, la radio es un medio ‘público’ de comunicación porque a menudo se la utiliza como teléfono, correo y periódico de la comunidad”.

**ROBERT A. WHITE**

