

IV ENCUENTRO CONEICC

CCC  
A 5  
023B

COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL

fecha: Mayo 1986  
lugar: UIA, León.

Propuesta de trabajo para la Mesa 1: Las nuevas tecnologías de información y el proyecto de desarrollo regional.

Recolección de los siguientes datos:

1. antenas parabólicas.

¿Cuándo se inicia la venta de antenas en tu Estado? ¿Cuántas y cuáles son las compañías ensambladoras o vendedoras de antenas? ¿Qué satélites captan estas antenas? ¿Cuánto cuestan? ¿Qué programas vía satélites extranjeros son los más vistos en tu localidad?

2. satélites nacionales

¿Cuántas antenas de la red de microondas hay en tu Estado? ¿Hay antenas o estaciones terrenas transeptoras? Si las hay, ¿Dónde están ubicadas? ¿Qué instalaciones lleva a cabo Teléfonos de México para instrumentar la telefonía rural vía satélite? ¿Hay centrales digitales para teléfonos en el Estado?

3. Videojuegos.

¿Cuándo aparecieron los primeros videojuegos en el Estado? ¿De qué marca son? Aproximadamente ¿cuántos hay en cada municipio? ¿Cuánto cuesta la ficha? ¿Qué juegos tienen? ¿Cuántas horas a la semana, en promedio, le dedican los usuarios?

4. Videoclubs

¿Cuántos videoclubs hay en el Estado? ¿Cuántos de ellos pertenecen a Videocentro? ¿Cuánto cuesta la inscripción? ¿Qué películas tienen más demanda? ¿Se ha incrementado la compra de videocaseteras a raíz de la instalación de videoclubs? Aproximadamente ¿cuántas videocaseteras existen en el Estado? ¿Las hay en pequeñas poblaciones?

5. Informática y computación

¿Cuáles son las marcas de microcomputadoras más vendidas? ¿Qué bancos de datos existen en el Estado? ¿Quiénes son sus principales usuarios?

6. Televisión por cable

¿Cuántos sistemas de cable operan en el Estado? ¿Cuál es el número aproximado de usuarios de cada uno? ¿Qué transmiten los sistemas de cable que existen en el Estado? ¿Cuánto cuesta la suscripción?

¿QUE HIPOTESIS DE TRABAJO TE SUGIEREN LOS DATOS ANTERIORES?

IV ENCUENTRO CONEICC

COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL

fecha: Mayo 1986

lugar: UIA, León.

Propuesta de trabajo para la Mesa 1: Las nuevas tecnologías de información y el proyecto de desarrollo regional.

Recolección de los siguientes datos:

1. antenas parabólicas.

¿Cuándo se inicia la venta de antenas en tu Estado? ¿Cuántas y cuáles son las compañías ensambladoras o vendedoras de antenas? ¿Qué satélites captan estas antenas? ¿Cuánto cuestan? ¿Qué programas vía satélites extranjeros son los más vistos en tu localidad?

2. satélites nacionales

¿Cuántas antenas de la red de microondas hay en tu Estado? ¿Hay antenas o estaciones terrenas tranceptoras? Si las hay, ¿Dónde están ubicadas? ¿Qué instalaciones lleva a cabo Teléfonos de México para instrumentar la telefonía rural vía satélite? ¿Hay centrales digitales para teléfonos en el Estado?

3. Videojuegos.

¿Cuándo aparecieron los primeros videojuegos en el Estado? ¿De qué marca son? Aproximadamente ¿cuántos hay en cada municipio? ¿Cuánto cuesta la ficha? ¿Qué juegos tienen? ¿Cuántas horas a la semana, en promedio, le dedican los usuarios?

4. Videoclubs

¿Cuántos videoclubs hay en el Estado? ¿Cuántos de ellos pertenecen a Videocentro? ¿Cuánto cuesta la inscripción? ¿Qué películas tienen más demanda? ¿Se ha incrementado la compra de videocaseteras a raíz de la instalación de videoclubs? Aproximadamente ¿cuántas videocaseteras existen en el Estado? ¿Las hay en pequeñas poblaciones?

5. Informática y computación

¿Cuáles son las marcas de microcomputadoras más vendidas? ¿Qué bancos de datos existen en el Estado? ¿Quiénes son sus principales usuarios?

6. Televisión por cable

¿Cuántos sistemas de cable operan en el Estado? ¿Cuál es el número aproximado de usuarios de cada uno? ¿Qué transmiten los sistemas de cable que existen en el Estado? ¿Cuánto cuesta la suscripción?

¿QUE HIPÓTESIS DE TRABAJO TE SUGIEREN LOS DATOS ANTERIORES?

CCC  
AI  
0238

#### IV ENCUENTRO CONEICC.

Los días 19, 20 y 21 de marzo, alrededor de 1,200 personas, estudiantes, docentes investigadores y profesionales de la comunicación nos reunimos en la sede de la Universidad Iberoamericana de León, Guanajuato, para discutir el tema "Comunicación, crisis nacional y regional".

El planteamiento del mismo se hizo a partir de considerar a la crisis como un cambio que no sabemos a dónde nos conduzca y como momento decisivo de algo importante. Por tanto, el estudio, la discusión, el diálogo nos debía permitir dar respuestas a las preguntas sobre el cambio, es decir, poder contestar ¿cambio de qué a qué? ¿el cambio, o la crisis, se dan igual en todo el país? Eso precisamente era lo interesante, que se llevará a León información, investigaciones sobre lo que está ocurriendo en cada región de México.

La metodología de trabajo para el encuentro fue presentar como punto de partida, la ponencia mareo, con el mismo tema del Encuentro, que brillantemente preparó Fátima Fernández Christlieb y en la cual ponderó los cuatro elementos del tema, que aunque repetidos mil veces, todavía son válidos para caracterizar una situación.

En primer lugar la crisis la cual se entiende en este contexto como "un momento decisivo en un asunto de importancia.

Por su parte, la comunicación, debe ser desasociada de la sala utilización de los medios de difusión. "Comunicar hoy, en este mundo de especializaciones, es poder tender puentes entre distintos saberes, es colaborar en el diagnóstico del todo nacional, es vincular a los actores más vivos de cada entidad regional, es compartir nuestra historia social".

En cuanto a lo regional y lo nacional, Fátima Fernández nos dijo que "en su sentido actual y simplificando la definición, una región es una parte con características de una unidad más amplia, este caso de una nación. Es en lo regional, es en las partes del todo nacional, donde se están gestando procesos que tal vez se traduzcan en mutaciones positivas".

Para terminar, Fátima Fernández invitó a las escuelas de comunicación a vincular entre sí la discusión interdisciplinaria de los problemas de la región y del país.

A partir de esta ponencia, los asistentes se dividieron en cuatro mesas de trabajo, a su vez subdivididas en otras que atendieron los temas siguientes:

- 1.- Las nuevas tecnologías de información y el proyecto de desarrollo regional del país.
- 2.- La comunicación regional y la participación de la sociedad civil.
- 3.- La comunicación personal en la crisis regional.
- 4.- Las escuelas de comunicación y su respuesta ante la coyuntura actual.

En la mesa uno, que fue coordinada por Javier Esteinou se advirtió que estamos en peligro de perder nuestra autonomía frente a la adopción indiscriminada de las nuevas tecnologías de comunicación. México vive un proceso de reordenación interna en medio de una crisis y en estas condiciones intenta adoptar las nuevas tecnologías, sin contar con los recursos necesarios y las posibilidades reales de adopción, mucho menos con una legislación adecuada. Se planteó como importante la cuestión de cómo integrar las nuevas tecnologías a las necesidades reales del país. En este momento ya no es importante si se adoptan o no. Ya están aquí y ahora debemos analizar qué hacer y cómo hacerlo.

La mesa dos, que fue coordinada por Antonio Paoli, abordó las problemáticas más específicas de cada región. Se hizo presente la inquietud por adecuar la comunicación social a las necesidades de cultura, educación e información. Se denunció el centralismo comunicativo y se propusieron algunas formas concretas para solucionar este problema. La característica principal de esta mesa fue que la mayoría de los trabajos presentados fueron elaborados por estudiantes.

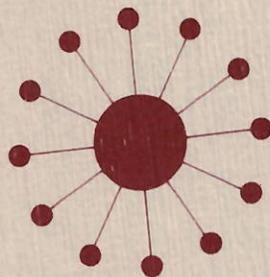
Por su parte, en la mesa 3, coordinada por Guillermo Michel se habló de la comunicación personal como proceso educativo y sobre todo en su relación e importancia en la vida cotidiana. Se analizó la comunicación interpersonal en los mercados, en las universidades y como diálogo de libertades.

Las escuelas de comunicación social y su respuesta ante la coyuntura actual, fue el tema específico de la mesa 4 que fue coordinada por Pablo Casares. En ella se expusieron problemas concretos y problemas generales. Los concretos que se referían principalmente a situaciones particulares de algunas escuelas y los generales intentaban hacer propuestas viables para que la enseñanza de la comunicación esté inmersa en la realidad social con sus implicaciones políticas, económicas, culturales, ... Las escuelas no pueden estar aisladas ni pueden suponer que están fuera de la crisis. De hecho son la crisis en tanto que propician una situación permanente de reflexión para proyectar el futuro.

Durante la clausura del IV Encuentro CONEICC se llevó a cabo el acto central de celebración del décimo aniversario del CONEICC, en él, el presidente de FELAFACS, Joaquín Sánchez, dió un saludo a las escuelas mexicanas e hizo un reconocimiento a la labor de integración que ha llevado a cabo el CONEICC.

Guillermo Michel quien fue el segundo presidente habló del significado del Consejo. Se hicieron reconocimientos a los miembros fundadores y a los expresidentes: Jesús María Cortina, Guillermo Michel, Angel Saiz y Cristina Romo.

Se renovó la comunicación de que una asociación que trabaja coordinada es un espacio en el cual los problemas de la comunicación, de su enseñanza y de sus responsabilidades, pueden ser discutidos y en la medida de los posibles solucionados.



**CONEICC**

**Y**

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
PLANTELE LEON**

Invitan a Ud.

A participar en el IV Encuentro del

**CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA  
Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION**

**"COMUNICACION,  
CRISIS NACIONAL Y REGIONAL"**

19, 20 y 21 de Marzo

en el Campus Universitario

Inauguración: 19 de Marzo, 9:45 a.m.

UIA-León, Gto., 1986

CCU  
ΔΣ  
0233

7.1



Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC

CCC  
AI  
0238

ENCUENTRO CONEICC 86

Agregado # 1.

Estimado Colega:

Nuevamente nos comunicamos con usted a fin de mantenerlo informado acerca de los avances de la organización del Encuentro del CONEICC para el 19, 20 y 21 de marzo de 1986 en la Universidad Iberoamericana de León, Gto.

1.- Dirección de la Institución sede:

Mtro. Luis Fernando Brehm  
Universidad Iberoamericana-León  
Prol. Calzada de los Héroes 308  
Apartado Postal 26  
León, Guanajuato.

2. Para mayor información sobre los temas de cada una de las mesas, puede comunicarse directamente con los coordinadores:

Mesa 1. Nuevas Tecnologías de Información y el proyecto de desarrollo regional del país.

Coordinadores:

Carmen Gómez Mont.  
Departamento de Comunicación  
Av. Cerro de las Torres 395  
Col. Campestre Churubusco  
México 04200, D.F.  
549 35 00 ext. 140-229.

Javier Esteinou Madrid.  
TICOM  
Calzada del Hueso 1100  
Col. Villa Quitud  
México 04960, D.F.  
594 78 33 ext. 162.

Mesa 2. Comunicación y Culturas Regionales: participación de la sociedad civil.

Coordinadores:

Tatiana Galván.  
Repúblicas 153 Bis  
Col. Portales  
México 03300, D.F.  
539 26 50

Antonio Paoli B.  
Departamento de Comunicación  
Av. Cerro de las Torres 395  
Col. Campestre Churubusco.  
México 04200, D.F.  
549 35 00 ext. 140-229

Mesa 3. La Comunicación personal en la crisis regional.

Coordinadores:

Román Ramírez.  
Rincón de los Ahuehuetes 1988  
A.P. 31-614  
Guadalajara, Jal.  
(36) 22 56 22

Guillermo Michel.  
Apartado Postal 20-125  
San Angel. México 1000, D.F.  
568 33 40

Mesa 4. Las escuelas de Comunicación Social y su respuesta ante la coyuntura actual.

Coordinador:

Pablo Casares.  
Av.Cerro de las Torres 395  
Col. Campestre Churubusco  
México 04200, D.F.  
549 35 00 ext. 140-229

3. Fechas límites para la Inscripción.

Con el objeto de organizar adecuadamente el trabajo de las mesas, será de fundamental importancia contar con las ponencias inscritas antes del 7 de febrero de 1986 por lo que mucho le agradeceremos que se comunique con su coordinador de mesa a fin de que sea incluída su valiosa participación.

4. Recordatorio Importante.

Como hemos señalado con anterioridad la importancia de este evento está en lograr la participación de los estudiantes y profesores que a través de la investigación puedan aportar elementos nuevos para avanzar en la elaboración de un diagnóstico realmente nacional de la comunicación social de nuestro país.

Por lo que agradeceremos su colaboración al promover la participación de los compañeros que tengan información que pueda ser incluida en las mesas de trabajo.

Nuevamente me pongo a sus ordenes y agradezco de antemano su participación.

Beatriz Solis Leree  
Coordinadora del Comité Organizador  
Eugenia 626-1-301  
México 03100, D.F.  
594 78 33 ext. 108  
594 38 73

CCC  
AI  
0238

ENCUENTRO CONEICC  
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PLANTEL LEON

PROGRAMA

19	miércoles	8:30 - 9:45	Inscripciones
		10:00 - 10:50	Inauguración
		11:00 - 12:00	Asamblea - Ponencia de Fátima Fernández
		12:00 - 14:00	Mesas de trabajo
		16:30 - 19:30	Mesas de trabajo
		20:00	Brindis
		22:00 - 1:30	Discoteca Jardín de las Aves Entrada libre por cortesía de la misma empresa (Sólo costará el consumo).
20	jueves	9:00 - 13:30	Mesas de trabajo
		15:00	Comida (Silao, Gto.)
		19:30 - 20:30	Representación teatral Universidad de Guanajuato
		20:30 - 22:30	Tiempo libre
		22:30 - 24:00	Callejoneada por Guanajuato
		24:00	Regreso a León
21	viernes	10:00 - 13:30	Mesas de trabajo
		16:00 - 18:00	Síntesis de mesas de trabajo en Asamblea General
		19:00 - 20:00	Ceremonia CONEICC y clausura
		22:00	Baile



Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC

Febrero 1986.

ENCUENTRO CONEICC 86

COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL  
AGREGADO # 2

Estimado Colega:

Se acerca la fecha de nuestro encuentro en León, Guanajuato los días 19, 20 y 21 de marzo del presente año, por lo que nos permitimos agregar mayor información - sobre asuntos logísticos.

1. Dirección de la Institución Sede  
Mtro. Luis Fernando Brehem.  
Universidad Iberoamericana-León  
Prol. Calzada de los Héroes 308  
Apartado Postal 26  
León, Guanajuato  
Teléfono 6-98-98 Ext. 126, 120 130
2. Los coordinadores de mesa siguen abiertos a las ponencias que se deseen presentar, especialmente si éstas son resultados de investigaciones locales o regionales acerca de los medios o temas específicos que preocupen a los estudiosos del interior del país. \*
3. Las inscripciones podrán ser pagadas el primer día del encuentro, sin embargo será de gran utilidad para los organizadores, el que se registren vía telefónica, (6-98-98 de León, Gto. o al 5-94-38-73 del Distrito Federal).
4. Los hoteles deberán ser reservados con anterioridad para lo cual les informamos acerca de direcciones y precios.

\*Hotel León  
Madero 113  
León, Gto. 37000  
Tel.: (91-471) 4-10-50

Hab. Sencilla	\$ 8,000.00
Hab. Doble	\$ 9,000.00
Persona Extra	\$ 1,000.00

\*Hotel LA ESTANCIA  
Bld. A. López Mateos 1311 Ote.  
León, Gto. 37230  
Tel. (91-471) 6-39-39

Hab. Sencilla	\$ 9,750.00
Hab. Doble	\$12,350.00
Persona Extra	\$ 1,000.00

\*Hotel SEÑORIAL  
Ave. Juárez 221  
León, Gto. 37000  
Tel.: (91-471) 4-59-59

Hab. Sencilla	\$ 5,200.00
Hab. Doble	\$ 6,200.00
Persona Extra	\$ 800.00

Hotel Condesa	Hab. Sencilla	
	1 persona	\$ 6,500.00
	2 personas	\$ 7,000.00
	Hab. Doble	
	3 personas	\$ 7,500.00
	4 personas	\$ 8,000.00
	Suite	
	1 persona	\$ 9,000.00
	2 personas	\$10,000.00
	Persona extra	\$ 1,000.00

**Hotel Real de Minas Blvd. López Mateos (Frente al Centro de Convenciones) León, Gto. Tel. (91-471) 4-36-77	Hab. Sencilla	\$10,750.00
	Hab. Doble	\$11,750.00
	Junior Suite	\$21,500.00
	Master Suite	\$27,500.00

\*Estas tarifas no incluyen IVA, y recibirán un 15% de descuento

Desayuno Buffet	\$1,800.00
Comida o cena	\$3,800.00

Es indispensable pagar la primera noche antes del 10 de marzo, a través de un giro telegráfico.

\*\*Los precios incluyen el IVA.

Desayuno Buffet	\$1,400.00
-----------------	------------

5. Se recomienda a los profesores, alumnos y funcionarios de las universidades, organizar las reservaciones y el transporte a la ciudad de León, de manera colectiva a fin de facilitar los trámites. Asimismo, les agradeceremos hacernos llegar a la brevedad la información sobre el número de participantes por institución a fin de tomar las medidas necesarias para su mejor atención.

Esperando verlos en León nos ponemos a su disposición para cualquier aclaración.

A T E N T A M E N T E .

BEATRIZ SOLIS.  
COORDINADORA DEL COMITE ORGANIZADOR.

Dirección en el D.F.  
Eugenia 626-1-301  
México, D.F. 03100  
Tel. 5-94-38-73  
5-94-78-33 Ext. 108

En León, Gto.  
Apartado Postal 26  
León, Guanajuato  
Tel. (91-471) 6-98-98  
Ext. 126, 120, 130



**Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC**

**CONVOCATORIA**

**CUARTO ENCUENTRO NACIONAL DE CONEICC**

**"COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL"**

**1. ¿Por qué este tema?**

Antes que nada hay que aclarar que estamos hablando de crisis en su sentido etimológico, es decir un cambio que no sabemos a dónde nos conduce y como momento decisivo de algo importante.

La aclaración es indispensable para evitar actitudes catastrofistas y tal vez sirva también para despertar optimismos: el cambio puede ser para bien.

Vivimos un cambio, pero ¿de qué a qué? ¿lo sabemos? ¿tenemos clara la situación por la que atravesamos? ¿tenemos elementos para ubicar a la comunicación en este cambio? ¿la conocemos? ¿la entendemos? ¿la crisis es igual en todo el país? ¿con qué diagnósticos contamos para saberlo?

El cuarto encuentro nacional del CONEICC busca responder estas preguntas.

**2. ¿Cómo investigar conjuntamente y establecer un diálogo para el largo plazo?**

Cada profesor y estudiante de comunicación puede dar respuesta a la pregunta central sobre el cambio: ¿de qué a qué?; todos tenemos una idea más o menos formada, pero ¿qué tanto tendrá esta idea de investigación y qué tanto habrá de pura intuición?

La primera parte de la pregunta ¿de qué...? nos parece fácil de responder: el cambio se está dando de una situación caótica, insoportable, injusta... a una situación que ignoramos.

Cuando se habla de la crisis se adjetiva demasiado y se prescinde de datos, cifras y descripciones. Esto queremos evitarlo en el encuentro de CONEICC. Buscamos investigar, encontrar datos nuevos y explicaciones que aun no tenemos.

Si vamos a hacer el esfuerzo de encontrarnos en León, es para intercambiar investigaciones sobre lo que pasa en la comunicación región por región.

5. Objetivo general:

Crear un espacio amplio de discusión donde se analizará de qué manera la comunicación nacional puede contribuir a superar la crisis económica, política y social que actualmente vivimos en las diversas regiones del país.

6. Programa de trabajo.

19	miércoles	8:30	-	9:45	Inscripciones
		10:00	-	10:50	Inauguración
		11:00	-	12:00	Asamblea - Ponencias de Fátima Fernández
		12:00	-	14:00	Mesas de trabajo
		16:30	-	19:30	Mesas de trabajo
				20:00	Brindis*
20	jueves	9:00	-	13:30	Mesas de trabajo
				15:00	Comida (Silao)*
		19:30	-	20:30	Entremés*
		20:30	-	22:30	Tiempo libre
		22:30	-	24:00	Callejoneada* (T. Juárez)
				24:00	Regreso a León (Central Camionera)
21	viernes	10:00	-	13:30	Mesas de trabajo
		16:00	-	18:00	Síntesis de mesas de trabajo en Asamblea General
		19:00	-	20:00	Ceremonia CONEICC y clausura
				22:00	Baile en Campus*

\*Incluida en el costo de la inscripción.

dad de la información", "fase electrónica o aldea global", "era tecnocrónica", "desarrollo postindustrial", "sociedad del ocio", "cambio científico-tecnológico", "mundo postimperialista", "sociedad de servicios", etc., nosotros pensamos que lo que, en realidad, está emergiendo, es la gran Tercera Revolución industrial, que marca el nuevo momento de la historia del hombre.

Con el surgimiento de estas tecnologías de información en el país, la Tercera Revolución Industrial impacta en la historia moderna de México. Es por ello, que consideramos sumamente prioritario el analizar las consecuencias que está provocando este reciente fenómeno tecnológico en la sociedad mexicana, especialmente, en esta fase de acentuación de la crisis nacional'

No debemos olvidar que si en siglos pasados por falta de claridad histórica y política, no estuvo en nuestras manos el moldear el rumbo que adoptó la Primera y Segunda Revolución Industrial en nuestra República, en esta ocasión, si está a nuestro alcance el definir como emplear la riqueza que aporta la gran Tercera Revolución Industrial, para construir un país más humano.

Por las razones antes expuestas, proponemos reflexionar sobre las siguientes problemáticas:

### 1. Antenas parabólicas

¿Cuándo se inicia la venta de antenas parabólicas en tu Estado? ¿Cuántas y cuáles son las compañías ensambladoras o vendedoras de antenas? ¿Qué satélites captan estas antenas? -- ¿Cuánto cuestan? ¿Qué programas vía satélite extranjeros son los más vistos en tu localidad?

### 2. Satélites nacionales

¿Cuántas antenas de la red de microondas hay en tu Estado? -- ¿Hay antenas o estaciones terrenas transeptoras? Si las hay, ¿Dónde están ubicadas? ¿Qué instalaciones lleva a cabo Teléfonos de México para instrumentar la telefonía rural vía satélite? ¿Hay centrales digitales para teléfonos en el Estado?

### 3. Videojuegos

¿Cuándo aparecieron los primeros videojuegos en tu Estado? -- ¿De qué marca son? Aproximadamente ¿Cuántos hay en cada municipio? ¿Qué juegos tienen? ¿Con qué frecuencia los cambian?

## 9. Piratería

¿Se venden en estos centros de contrabando videocasetes vírgenes o grabados, programas para videojuegos y para microcomputadoras? ¿Cuál es la temática de cada uno de ellos? ¿Cuánto cuestan?.

## 10. Las tecnologías culturales apropiadas

¿Cuáles han sido las aplicaciones de las viejas y de las nuevas tecnologías a las distintas necesidades de la población? ¿Qué usos alternativos (fuera del gran aparato de la industria cultural) han tenido los videocasetes y la televisión -- por cable?

## MESA 2: COMUNICACION Y CULTURAS REGIONALES: participación de la sociedad civil

Coodinadores: Antonio Paoli  
Tatiana Galván

En esta mesa se analizarán y discutirán las condiciones en las -- que se desarrolla la comunicación regional a través de los medios masivos. Tiene por finalidad poner las bases para elaborar un -- diagnóstico del desempeño de la comunicación nacional, considerando los diversos sistemas de integración regional.

Las ponencias serán monografías o estudios que respondan alguna -- de las preguntas que a continuación formulamos o a otras cuestiones que ilustren el funcionamiento de la comunicación masiva a ni -- vel regional en nuestro país.

La exposición será de 15 minutos y puede ser una síntesis del estudio que se presente.

### 1. Radio

¿Qué estaciones de radio tienen programas de participación para el auditorio? ¿Hay estaciones del Instituto Nacional Indígenista, de escuelas radiofónicas, Instituto Lingüístico de Verano o algún otro grupo no comercial que opere en el Estado? ¿Como opera el Instituto Mexicano de la Radio en tu entidad? ¿En qué estaciones difunden mensajes de los partidos de oposición?

### 2. Televisión

¿Cómo se está instrumentando el proyecto de regionalización --

3. Estudios de procesos de comunicación personal en los ámbitos de la vida cotidiana:

Cafés  
Iglesias  
Mercados  
Zócalo  
Medios de transporte  
Centros deportivos

4. ¿Cómo repercute la crisis social mexicana en los procesos de interrelación con los otros?
5. La comunicación personal en las Escuelas de Comunicación --  
¿Cuál es la eficacia social del proceso de comunicación inter-  
personal en la carrera o facultad?

MESA 4: LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ANTE LA CRISIS

Coordinador: Comité Académico CONEICC

Una de las preocupaciones básicas del CONEICC desde su fundación ha sido la pertinencia de los planes y programas de estudio de -- las escuelas de comunicación a las necesidades y problemas de la realidad nacional y como estrechar los vínculos entre estas insti-  
tuciones de educación superior y la problemática social, política,  
económica y cultural.

La proliferación en el país de instituciones de educación supe- --  
rios que ofrecen programas sobre comunicación propició la discu-  
sión en el seno del CONEICC en torno a la adecuación de la capaci-  
tación y formación de profesionales en este campo para responder  
a las problemáticas locales y regionales en las que las escuelas y  
facultades empezaban a desarrollarse.

La preocupación y la discusión mencionadas rindieron sus frutos --  
en la medida en que se intentó responder a preguntas tales como --  
la especificidad que debía tener cada escuela o facultad de comuni-  
cación, el perfil del egresado en función a las necesidades de la  
región o localidad en que cada escuela se ubicaba o para qué for-  
mar profesionales de la comunicación; asimismo, se intentó respon-  
der preguntas sobre los elementos pedagógicos y didácticos más --  
adecuados sobre la formación de los profesionales, si éstos debie-  
ran formarse como comunicólogos o como comunicadores y sobre la --  
manera más adecuada de desarrollar los planes y programas de etu-  
dio en función de las respuestas obtenidas de estas y otras inte-  
rrogantes.

- Cómo se puede detectar qué tanto los conocimientos generados, los egresados producidos o los trabajos de extensión universitaria han respondido a los objetivos y metas planteados para responder a la problemática local o regional.
- Qué tanto el funcionamiento interno de la escuela o facultad, a nivel pedagógico, curricular y administrativo, ha respondido a esos objetivos y metas.
- Cómo se han reflejado los objetivos y metas, en las relaciones con otras escuelas y facultades al interior de la universidad, con otras universidades o con otros organismos e instituciones de la localidad o la región.

## 2. Ubicación en la coyuntura actual de crisis

- De qué manera en particular ha afectado la crisis a nivel local y regional; y, particularmente, cuáles son los efectos en el campo de la comunicación social.
- De qué manera la agudización de la crisis implica:
  - \* La revisión de los objetivos y metas planteados anteriormente para responder a la problemática local y regional: qué es necesario replantear, en que sentido, hacia dónde y cómo.
  - \* Qué modificaciones sería deseable implantar a nivel curricular, pedagógico y administrativo, para responder a los objetivos.
  - \* Qué modificaciones son realizables a corto plazo, cuáles a mediano plazo y, a largo plazo.
  - \* Cómo deben reflejarse estas modificaciones en la generación de conocimientos, la formación de profesionales, -- trabajos de extensión universitaria y en las diversas relaciones de la escuela o facultad al anterior y exterior de la universidad.

Estas sugerencias pueden ser ampliadas, corregidas o ajustadas a la realidad concreta de cada escuela o facultad. La intención de estas sugerencias es promover la reflexión sobre el papel que como formadores de profesionales de la comunicación debemos tener ante las circunstancias actuales. Sin embargo, es importante recalcar la importancia de tener algunas respuestas a estas interrogantes para tener un punto de partida en el intercambio y discusión que esperamos tener en el IV Encuentro de CONEICC, en León, en marzo próximo.

INFORME ACADEMICO DEL IV ENCUENTRO NACIONAL CONEICC'86

1.- Nombre del evento.

IV Encuentro Nacional de CONEICC.

"Comunicación, Crisis Nacional y Regional".

2.- Sede

Universidad Iberoamericana-Unidad León, Gto.

3.- Institución organizadora

Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación CONEICC.

4.- Comité organizador.

Beatriz Solís Leree, coordinadora general.

Luis Brehm, coordinador de la sede.

Javier Esteinou Madrid, coordinador de mesa.

Carmen Gómez Mont, coordinador de mesa

Antonio Paoli, coordinador de mesa.

Guillermo Michel, coordinador de mesa

Pablo Casares, coordinador de mesa.

5.- Fecha.

19 al 21 de marzo 1986.

6.- Objetivos.

Crear un espacio de discusión donde se analizarán las

posibilidades de que la comunicación social pueda contribuir a superar la crisis económica, política y social que actualmente se vive en el país.

Recopilar la información necesaria para elaborar un proyecto de diagnóstico nacional de la comunicación social en las regiones.

Promover la reflexión en las escuelas de comunicación a fin de adecuar los programas de estudio a las condiciones y necesidades del país.

7.- Actividades que se cumplieron.

Se cubrieron todos los puntos contemplados en la convocatoria y programa de trabajo.

7.1. Presentación de ponencia base.

7.2. Trabajo en 4 mesas que por el número de sus asistentes se subdividieron en dos por cada una, de tal manera que se trabajó en 8 mesas, en las que se presentaron ponencias.

7.3. Elaboración y lectura de conclusiones.

7.4. Formación de un comité de redacción de las memorias.

8.- Preanálisis del desarrollo (aciertos, fallos, evaluación).

Los resultados podrán ser evaluados con mayor claridad a partir de la lectura de los acuerdos y recomendaciones; así como en la aplicación concreta de éstos en el curso del tiempo en las escuelas de comunicación.

Las fallas durante el desarrollo del evento, podríamos decir que se ocasionaron por el exceso de participantes (aproximadamente 1800 asistentes), lo cual dificultó la organización de las mesas y la posibilidad de una discusión más abierta.

9.- Recomendaciones y acuerdos.

Se anexan las recomendaciones por mesa.

## CONCLUSIONES MESAS No. 1

### LAS NUEVAS TECNOLOGIAS Y EL PROYECTO DE DESARROLLO NACIONAL

En la mesa uno sobre N.T. se presentaron 24 trabajos y un experimento sobre diversas caras de este fenómeno. Se abordó lo referente a los aspectos teóricos del caso, la situación de la industria electrónica, la relación entre computadoras y educación, la evolución de los videoclubs en el país, el nuevo rol que ocupan los videojuegos en la juventud, la proliferación de las antenas parabólicas, las alternativas que debe plantear el Sistema Morelos de Satélites, la relación sindicato de telefonistas y nuevas máquinas modernizadoras, el panorama de la T.V. por cable en el interior de la República, la monopolización del video, etc, etc.

Todas estas problemáticas se encararon desde dos ángulos: su diagnóstico y las propuestas.

Entre los diagnósticos expuestos destacan entre otros, - los siguientes elementos:

- 1.- Las instituciones están generando una nueva revolución industrial que está modificando aceleradamente la estructura económica y cultural del país. Esta transformación esta abarcando hábitos de trabajo, estructuras mentales, procesos técnicos, - relaciones de poder, etc.
- 2.- La introducción de estos apoyos automatizados esta regido por la ley de la máxima ganancia, que responde al principio de la acumulación de capital.
- 3.- Con la misma rapidez con que las instituciones están surgiendo

n el centro de la Nación, estas están apareciendo en el resto de la República con diversos matices. Por ejemplo, en -- Aguascalientes existen en estos momentos 11 negocios dedicados a videojuegos, 20 videoclubs, las computadoras se introducen en la región desde hace 10 años. En Saltillo ya existen 13 establecimientos con 171 máquinas de videojuegos. En toda la República Mexicana contamos con más de 15,000 antenas parabólicas. De estas, solamente en el D.F., Guadalajara y Monterrey se localizan 8,000, etc.

- 4.- Todas estas tecnologías estan naciendo con el mismo corte con que aparecieron la Radio y T.V. a principios del siglo en el país: es decir, altamente monopolizadas. Por ejemplo, en los Mochis, Sinaloa el 80% de los videojuegos están controladas - por una sola familia.
- 5.- La aparición de estas nuevas máquinas esta cambiando los hábitos culturales de los consumidores. Por ejemplo quienes reciben la T.V. por cable en el D.F., consumen menos televisión - de los canales oficiales, y quienes poseen antenas parabólicas, consumen menos cable y menos canales públicos.
- 6.- Aunque observamos que dichas innovaciones estan ocasionando rápidos cambios psicológicos y culturales en las diversas regiones del país, no existen evaluaciones sobre las consecuencias que estan provocando. Todas estas realidades han sido poco exploradas.
- 7.- El contenido ideológico que estan transportando estas tecnologías, ? el consumo de deportes, espectáculos, música - - (videorocks), películas y a diferencia de otros países, muy poca pornografía.

8.- La política del Estado Mexicano para dirigir la evolución de estas herramientas, es enormemente débil, anacrónica y vaga. Por ello, cada vez más se establece una relación directa entre márgenes de soberanía nacional y establecimiento de políticas informativas.

9.- Finalmente, aunque la mayoría de estas tecnologías pueden tener una reinversión alternativa, los investigadores de la comunicación hemos apartado poca creatividad al respecto.

Dentro de estas evaluaciones se ofrecieron múltiples -- propuestas, dentro de las cuales destacaron las siguientes:

## PROPUESTAS. MESA I. NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION.

- Que el Estado establezca una estrategia industrial para el desarrollo de las nuevas tecnologías de información en aquellas líneas donde realmente México puede ser competitivo y que abandone esta carrera "modernizadora" que nos ha llevado a disponer de tecnologías avanzadas que aún cumplen con una escasa función económica, política y social. Nos referimos a la adquisición de satélites sin existir planes previos, fabricación de microcomputadoras sin tener un software adecuado, invasión de videograbadoras y televisión por cable sin tener una producción nacional que sea capaz de satisfacer nuevos espacios audiovisuales.
- Que ahora, más que nunca, se contemplen las implicaciones que las nuevas tecnologías de información pueden tener no sólo a corto plazo como se ha venido haciendo hasta ahora, sino a mediano y largo plazo.
- Que el proyecto de nuevas tecnologías de información se conciba como una globalidad y se integre a un proyecto nacional de desarrollo.
- Que la elaboración de este proyecto se realice con la colaboración de los diversos grupos que conforman nuestra sociedad y que se debata a la luz pública.
- Que si la industria maquiladora de la zona fronteriza Norte participa en la electrónica, México establezca como renglón prioritario condiciones laborales justas para su mano de obra y no sólo busque favorecer a las empresas transnacionales.

-Que la TELEVISION POR CABLE se contemple como una tecnología dirigida a favorecer la producción local y regional de programas audiovisuales y no como retransmisora de programas estadounidenses.

-Que se discuta públicamente como puede ser utilizado en beneficio de toda la sociedad el SISTEMA MORELOS DE SATELITES.

-Que se establezca una política INFORMATICA global que contemple la generación de software a nivel educativo; que se prepare a la docencia para introducir la microcomputadora al salón de clases en la educación básica y media; que la generación de BANCOS DE DATOS no caiga en un monopolio informativo y se favorezca la creación de bancos de datos a nivel doméstico de tal forma que puedan ser consultados por estudiantes a bajos costos.

-Que desde ahora se contemple el trazado de FIBRAS OPTICAS que posibilite un intercambio de informaciones equitativo, democrático y no sólo favorezca a ciertos sectores sociales o regiones del país.

-Que los empleados de Teléfonos de México y de la prensa en general puedan tener voz y voto en la adquisición de las nuevas tecnologías de información en sus empresas; y que desde ahora se contemple su adiestramiento en nuevas áreas de trabajo.

-Que quienes investigamos el tema de las nuevas tecnologías de información nos preocupemos por establecer una serie de categorías que nos lleven a comprender el fenómeno en su integridad internacional, nacional y regional a fin de participar plenamente en la determinación de una política realista en la materia.

VIDEOCASSETTE.

-Que la industria del videocasete no sólo busque su explotación comercial sino que se establezcan respaldos económicos, políticos y culturales encaminados a establecer centros de producción mexicanos a nivel experimental donde se de prioridad a los siguientes puntos:

--recuperación de la cultura mexicana.

--búsqueda de nuevos lenguajes audiovisuales.

--nueva forma de acercamiento a la problemática nacional

-Que las universidades y centros cinematográficos abran videoclubs culturales y a precios accesibles para la población.

-Que las bibliotecas de las escuelas y universidades inicien la formación de una videoteca para apoyar la docencia.

-Que se legalicen los derechos de autor en materia audiovisual de tal forma que la industria cinematográfica nacional resulte favorecida en el renglón.

-Que el Instituto Mexicano del Cine tenga una participación en la explotación de esta rama, y no sólo la televisión comercial como ha sido el caso hasta ahora.

-Que se frene el crecimiento acelerado de los videocentros a fin que desde el punto de vista comercial, las casas independientes de videoclubs puedan tener un desarrollo equitativo.

-Que se frene la piratería en materia de videograbadoras y reproducción de videocasetes

-Que se genere una publicidad que oriente sobre el uso social que pueden tener estas tecnologías para la sociedad mexicana-

VIDEOJUGO.

-Que se controle el carácter comercial y violento del videojuego y se fomente sus potencialidades creativas.

ENCUENTRO CONEICC '86  
MESA 3:  
COMUNICACION INTERPERSONAL  
EN LA CRISIS REGIONAL.  
Marzo 19-21, 1986.

Coordinador: Guillermo Michel

## C O N C L U S I O N E S

### Presentación

Durante los tres días del Encuentro se presentaron nueve ponencias y una película al final que tuvo como objetivo el reflexionar sobre la comunicación interpersonal, a la luz de la cinematografía. A fin de profundizar más aún en las experiencias de los participante, el último día se realizó una discusión en pequeños grupos, para que éstos expresaran su sentir sobre lo ocurrido a lo largo del Encuentro.

Fruto de estas reflexiones, y de la relatoría llevada a cabo puntualmente por la maestra Hana Okamura, es el cúmulo de conclusiones que aquí se presentan.

### 1. Coincidencias y divergencias

#### A. Coincidencias.

- 1.1. En general, tanto durante las discusiones llevadas a cabo después de cada ponencia como en la reflexión escrita hecha por los participantes se

estuvo de acuerdo en que "durante estos días se planteó la esencia de la comunicación interpersonal; pero -con los pies en la tierra- no se dieron perspectivas de salvación. Por consiguiente, continuamos en crisis..."

- 1.2. Asimismo, se coincidió en señalar que la importancia de la comunicación interpersonal radica en el intento de comprender mejor al ser humano: "A partir de la comprensión interior (del propio yo), se logra la comprensión de lo que rodea al hombre".
- 1.3. Más aún, se hizo resaltar que la comunicación interpersonal "es fundamental para que el hombre pueda sobrevivir..., es la base para que surjan las sociedades..." Por eso, "tenemos que agrandar nuestros significados (sic), para poder entendernos"
- 1.4. Aquí se han planteado "conceptos de interiorización e introspección (sic), no en el sentido egoísta, sino en el sentido de la comprensión de uno mismo para dar paso a la relación interpersonal; es decir, la necesidad de mantener nuestra individualidad dentro de la colectividad".
- 1.5. Asimismo, "la reflexión sobre las ponencias (no todas) nos lleva a revalorar aspectos supuestamente cotidianos que la teoría (sic) ha mistificado (sic), como

son el amor, la comprensión y la libertad..."

- 1.6. Finalmente, prácticamente hubo consenso entre los participantes, al señalar que "en nuestra carrera y en la vida cotidiana, hay que darle la importancia que requiere a la comunicación interpersonal. No se debe dejar de lado el estudio acerca de ésta".

#### B. Divergencias

- 1.7 Hubo un rechazo (casi) agresivo al lenguaje retórico y barroco de uno de los ponentes. De su exposición se dijo que era más bien un "tratado de incomunicación", por el contenido, demasiado denso, y la forma, excesivamente "teórica y abstracta".
- 1.8. Asimismo, en opinión de algunos, "nos da la impresión de que los ponentes se las dan de muy teóricos y relegan a lo técnico... Inclusive caen en la estupidez (sic) de manifestar (no por palabras, sino por posturas, gestos y tonos de voz medio sarcásticos) un sumo desprecio por lo técnico..."
- 1.9. En el tratamiento del problema analizad<sup>o</sup> en esta mesa no se atacó a fondo el problema de la comunicación interpersonal en la crisis regional. "Hubiera sido importante -comentar- tomar las regiones de las distintas universidades representadas como un criterio para

destacar las particularidades de cada región en relación al tema".

1.10. Más específicamente, señaló un participante, "a la crisis fronteriza no se le dio solución... Ni siquiera se mencionó..."

1.11. De manera más general, un grupo comentó que "no se cumplió el objetivo de la comunicación interpersonal en la resolución de la crisis regional y nacional"

1.12. Por último, en cuanto a la dinámica de esta Mesa, "no hubo una práctica de comunicación interpersonal, pues se asumió un papel muy formal por parte de los ponentes... Hubiera sido necesario conocernos más, precisamente por medio de la comunicación interpersonal práctica".

## CONCLUSIONES DE LA MESA # 4

### LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ANTE LA CRISIS

#### ENCUENTRO CONEICC '86

Después de 37 años del surgimiento de la primera escuela de periodismo y a 25 años de la aparición de la primera escuela de comunicación en México, nos encontramos en un periodo de crisis estructural a nivel nacional y mundial que nos lleva a cuestionar el papel de deben jugar los centros de educación superior en la formación de profesionales de la comunicación.

El encontrarnos en un periodo de crisis implica que estamos en una coyuntura de cambio y, por tanto, en un tiempo de oportunidad. Sin embargo, no sabemos hacia dónde nos llevará este cambio. Es un periodo de incertidumbre que puede implicar -a mediano y largo plazos- una transición a una situación mejor o peor en comparación con la que ahora vivimos -y en el pasado reciente- vivimos. Por tanto, es importante clarificarnos y participar en la definición de la nueva situación que se avecina.

La crisis puede ser vista como la conciencia que un(os) sujeto(s) tiene(n) de las carencias que sufre(n); ya sea porque de lo que tenía(n) y ha(n) perdido o de lo que no tiene(n) pero que debería(n) tener.

También, la crisis puede usarse como pretexto, como disculpa de las carencias que se tienen o de las propias deficiencias que las ocasionaron; o bien, puede aceptarse la situación con espíritu crítico que permita que la crisis se convierta en factor de transformación, con lo que volveríamos a su concepción como periodo de cambio.

El campo global de la crisis se encuentra definido por los límites del Estado-Nación, con múltiples particularidades agrupables, primero, por la composición regional de dicho Estado. En este campo, las universidades aparecen como la materia gris que puede alumbrar el camino de las voluntades y la fuerza iniciativa de la vitalidad que conducirá el curso de la crisis. En este contexto, las escuelas de comunicación tienen un papel importante que jugar en un campo fundamental de la canalización de la voluntad colectiva: el de las prácticas comunicacionales.

Sin embargo, hay que recordar que el ámbito universitario se encuentra cruzado por múltiples voluntades contradictorias que reflejan las contradicciones de una sociedad perdida en la oscuridad de la crisis, pero también en busca de caminos de solución -aunque parezca a un nivel social más amplio, como una voluntad integrada-.

La universidad, inmersa en su contexto, es una institución en crisis. Por una parte, a nivel utópico, se concibe como una organización social en proceso permanente de desarrollo para facilitar el aprendizaje de los estudiantes, para generar la crítica y conocimientos que la sociedad requiere para su desenvolvimiento y transformación y que facilita el crecimiento del ser humano como persona; todo ello mediante el desarrollo de una pluralidad de ideas y funciones. Por otro lado, tienen necesidades materiales muy concretas y requerimientos organizativos. Estos dos elementos tienden a combinarse para generar una tensión entre la intencionalidad utópica y la funcionalidad institucional. En esta dinámica, las voluntades contradictorias se enfrentan en una dinámica conflictiva que, desgraciadamente, permite la vigencia del criterio empresarial que percibe a la cultura en términos eminentemente funcionales, cuando no simplemente mercantiles.

La universidad es el espacio privilegiado para la producción de los cuadros dirigentes que el país necesita y es alimentada por el poder que ella promueve. En este sentido, puede tender a ser eminentemente conservadora. Al mismo tiempo, la oposición organizada al status quo ha encontrado un espacio de acción en la universidad.

Es clara la necesidad de la lucha por la autonomía universitaria, que le permita mantener claros sus posibilidades sus límites y su ubicación crítica. No tiene porque ser espacio privilegiado de oportunistas del sistema vigente ni de militantes de la oposición. Su función política es la crítica, no los compromisos incondicionales.

La universidad es el espacio social en el que actúan las escuelas de comunicación formando expertos que ya venían inmersos en una red de relaciones que contribuyeron a definir sus intereses y que se ampliará o transformará con su inserción en el campo profesional, ampliando o transformando dicha red de relaciones. Además, dado que la crisis se percibe y se enfrenta según el lugar que se ocupe en el entramado de las relaciones sociales, las escuelas de comunicación, como parte de la universidad, reproduce las contradicciones y la crisis.

De aquí que las escuelas -y las universidades- deban preguntarse para qué o para quién crean, transmiten y difunden el conocimiento; cuál es el proyecto social que ordena los objetivos perseguidos y las acciones, que son de carácter -y tienen un impacto- económico, político e ideológico. Es necesario realizar un cuestionamiento de la universidad y de las escuelas de comunicación, y luchar por la autonomía, la definición de su papel en el conjunto social, su apertura a todos los sectores sociales y la redefinición de su campo pedagógico -en función de este cuestionamiento- que es la redefinición de las relaciones sociales propias de lo educativo.

Desde luego, dicho cuestionamiento implica una clara ubicación de la inserción de la universidad y las escuelas en su medio social. Cada universidad, cada escuela, es producto de una historia particular, en una localidad, en una región.

Hasta ahora, ha habido un enorme crecimiento de las escuelas y facultades con estudios sobre la comunicación; sin embargo, este crecimiento ha sido cuantitativo, no cualitativo.

Prevalece la preocupación excesiva, cuando no exclusiva, por el campo de trabajo -olvidando que hay que crear nuevos campos de trabajo- frecuentemente reduciéndolo al espacio mercantil. Es necesario luchar contra el reduccionismo empresarial que concibe a los medios de comunicación sólo en el ámbito de las empresas lucrativas. El mercado tradicional de trabajo está saturado -hay 62 escuelas de comunicación, más de 22,000 estudiantes y cerca de 10,000 egresados; si no nos abrimos nuevos espacios pereceremos compitiendo entre nosotros por las migajas que nos arroja dicho mercado. Las prácticas profesionales decadentes tienden a desaparecer, ya no responden a las necesidades del mercado; las dominantes, lo tienen saturado.

El criterio a prevalecer en la definición de los programas de formación de los profesionales de la comunicación es el de las necesidades sociales, tanto locales y regionales como nacionales. Las unas no pueden entenderse sin la consideración de las otras. Son estas necesidades las que deben definir las prácticas profesionales emergentes.

Sin embargo, es necesario mantener un equilibrio, tampoco podemos ignorar el medio en el que estamos insertos; también hay que responder a lo que se nos demanda. De otro modo corremos el peligro de quedarnos aislados. Por tanto, sin olvidar las prácticas dominantes, hay que enfocar el esfuerzo a las prácticas profesionales emergentes.

Pero nos quedemos en la miopía de las prácticas dominantes que separan arbitrariamente la teoría de la práctica. La distinción entre comunicadores y comunicólogos no es sino el camino para la formación de profesionales hemiplejicos: resulta muy pobre un "comunicólogo" que no sabe comunicar, que no maneja los lenguajes y las prácticas comunicativas; de la misma manera lo es el "comunicador" que no puede reflexionar sobre su práctica profesional. La comunicación es por principio una disciplina teórico-práctica en la que ciencia y oficio no pueden separarse.

A lo anterior hay que añadir que de nada sirve el tener excelentes técnicas de comunicación si no se tiene contenido que transmitir. De aquí la importancia de resaltar la formación cultural, entendiendo cultura como quehacer cotidiano de conocimiento, de sensibilidad y conciencia del mundo. Es necesario combatir las falsas oposición entre conciencia y eficiencia, entre ciencia y oficio, entre teoría y práctica.

No hay por qué separar la construcción del conocimiento de su transmisión y difusión. Investigación, educación y comunicación no tienen que ir por caminos separados. La investigación para la generación de los conocimientos, para la difusión de las prácticas culturales cotidianas y de la creación artística, no debe separarse en la formación de nuestros profesionales. De aquí que sea necesario replantear los programas de investigación en nuestras escuelas y facultades en programas de investigación para la producción de mensajes; o, mejor aún, de investigación en la producción. Universidad y realidad deben estar siempre estrechamente vinculadas.

Formar profesionales de la comunicación es preparar a los formadores de opinión pública, los traductores de la enorme maraña de información en mensajes coherentes, accesibles y susceptibles de análisis y crítica, que permiten al receptor formarse un criterio para ubicarse en su época. El comunicador es el educador de los tiempos que corren.

De aquí que nuestros egresados, para estar bien preparados para ejercer su oficio, deban integrar en su proceso educativo tres áreas fundamentales: a) Humanidades -Filosofía, Arte y Literatura- que les permitan desarrollar la sensibilidad para captar su mundo y la disciplina para reflexionar sobre él; b) Ciencias Sociales (Historia, Sociología, Antropología, Economía y Política) que les permitan abrir su sensibilidad a la problemática social del país, de la región; y, c) técnicas de comunicación (dominio del lenguaje hablado, escrito auditivo y visual) que le permitan transmitir su sensibilidad y su conciencia de manera clara, accesible y comprometida con su vocación andragógica.

Para que las escuelas de comunicación se desarrollen adecuadamente y cumplan con la labor que deben realizar, se mencionaron necesidades de:

- \*Vincular a la universidad con la sociedad civil; con sus organizaciones y con los campos profesionales, mediante iniciativas llevadas a la práctica con consistencia y apertura a nuevos campos, que permita una adecuada correspondencia entre programas y realidad.
- \*Revisar planes y programas de estudio en función de las necesidades regionales y nacionales explicitando la relación entre contenidos y orientación de planes de estudio; donde aparezca con nitidez la relación entre teoría y práctica. Sólo así se podrá realizar la formación integral de profesionales de la comunicación, con programas que unan ciencia y oficio, eficiencia y conciencia, comunicadores y comunicólogos.
- \*Elaboración y adecuación de los métodos de investigación y de producción propios de la comunicación, a partir de una delimitación teórica del campo de problemas propio de la comunicación.

\*Desarrollar con creatividad nuevas formas de relación pedagógica que reduzcan la distancia que hay entre maestros y alumnos y que permitan despertar la sensibilidad, la creatividad y el compromiso estudiantil con su sociedad y con su tiempo.

La carrera de comunicación no es un conjunto de materias. Es una vivencia existencial en la que nos vamos formando, nos vamos haciendo. Todos somos universidad, todos somos escuela de comunicación; por tanto, a todos y cada uno de nosotros nos corresponde hacer la nueva escuela de comunicación, acorde con nuestro momento histórico, en cada una de nuestras regiones y conforme a las necesidades sociales.



Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC

CCC

AI

0238

## CONVOCATORIA

### CUARTO ENCUENTRO NACIONAL DE CONEICC

#### "COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL"

1. ¿Por qué este tema?

Antes que nada hay que aclarar que estamos hablando de crisis en su sentido etimológico, es decir un cambio que no sabemos a dónde nos conduce y como momento decisivo de algo importante.

La aclaración es indispensable para evitar actitudes catastrofistas y tal vez sirva también para despertar optimismos: el cambio puede ser para bien.

Vivimos un cambio, pero ¿de qué a qué? ¿lo sabemos? ¿tenemos clara la situación por la que atravesamos? ¿tenemos elementos para ubicar a la comunicación en este cambio? ¿la conocemos? ¿la entendemos? ¿la crisis es igual en todo el país? ¿con qué diagnósticos contamos para saberlo?

El cuarto encuentro nacional del CONEICC busca responder estas preguntas.

2. ¿Cómo investigar conjuntamente y establecer un diálogo para el largo plazo?

Cada profesor y estudiante de comunicación puede dar respuesta a la pregunta central sobre el cambio: ¿de qué a qué?; todos tenemos una idea más o menos formada, pero ¿qué tanto tendrá esta idea de investigación y qué tanto habrá de pura intuición?

La primera parte de la pregunta ¿de qué...? nos parece fácil de responder: el cambio se está dando de una situación caótica, insoportable, injusta... a una situación que ignoramos.

Cuando se habla de la crisis se adjetiva demasiado y se prescinde de datos, cifras y descripciones. Esto queremos evitarlo en el encuentro de CONEICC. Buscamos investigar, encontrar - datos nuevos y explicaciones que aun no tenemos.

Si vamos a hacer el esfuerzo de encontrarnos en León, es para intercambiar investigaciones sobre lo que pasa en la comunicación región por región.

5. Objetivo general:

Crear un espacio amplio de discusión donde se analizará de qué manera la comunicación nacional puede contribuir a superar la crisis económica, política y social que actualmente vivimos en las diversas regiones del país.

6. Programa de trabajo.

19	miércoles	8:30	-	9:45	Inscripciones
		10:00	-	10:50	Inauguración
		11:00	-	12:00	Asamblea - Ponencias de Fátima Fernández
		12:00	-	14:00	Mesas de trabajo
		16:30	-	19:30	Mesas de trabajo
				20:00	Brindis*
20	jueves	9:00	-	13:30	Mesas de trabajo
				15:00	Comida (Silao)*
		19:30	-	20:30	Entremés*
		20:30	-	22:30	Tiempo libre
		22:30	-	24:00	Callejoneada* (T. Juárez)
				24:00	Regreso a León (Central Camionera)
21	viernes	10:00	-	13:30	Mesas de trabajo
		16:00	-	18:00	Síntesis de mesas de trabajo en Asamblea General
		19:00	-	20:00	Ceremonia CONEICC y clausura
				22:00	Baile en Campus*

\*Incluida en el costo de la inscripción.

dad de la información", "fase electrónica o aldea global", "era tecnotrónica", "desarrollo postindustrial", "sociedad del ocio", "cambio científico-tecnológico", "mundo postimperialista", "sociedad de servicios", etc., nosotros pensamos que lo que, en realidad, está emergiendo, es la gran Tercera Revolución industrial, que marca el nuevo momento de la historia del hombre.

Con el surgimiento de estas tecnologías de información en el país, la Tercera Revolución Industrial impacta en la historia moderna de México. Es por ello, que consideramos sumamente prioritario el analizar las consecuencias que está provocando este reciente fenómeno tecnológico en la sociedad mexicana, especialmente, en esta fase de acentuación de la crisis nacional'

No debemos olvidar que si en siglos pasados por falta de claridad histórica y política, no estuvo en nuestras manos el moldear el rumbo que adoptó la Primera y Segunda Revolución Industrial en nuestra República, en esta ocasión, si está a nuestro alcance el definir como emplear la riqueza que aporta la gran Tercera Revolución Industrial, para construir un país más humano.

Por las razones antes expuestas, proponemos reflexionar sobre las siguientes problemáticas:

### 1. Antenas parabólicas

¿Cuándo se inicia la venta de antenas parabólicas en tu Estado? ¿Cuántas y cuáles son las compañías ensambladoras o vendedoras de antenas? ¿Qué satélites captan estas antenas? -- ¿Cuánto cuestan? ¿Qué programas vía satélite extranjeros son los más vistos en tu localidad?

### 2. Satélites nacionales

¿Cuántas antenas de la red de microondas hay en tu Estado? -- ¿Hay antenas o estaciones terrenas transeptoras? Si las hay, ¿Dónde están ubicadas? ¿Qué instalaciones lleva a cabo Teléfonos de México para instrumentar la telefonía rural vía satélite? ¿Hay centrales digitales para teléfonos en el Estado?

### 3. Videojuegos

¿Cuándo aparecieron los primeros videojuegos en tu Estado? -- ¿De qué marca son? Aproximadamente ¿Cuántos hay en cada municipio? ¿Qué juegos tienen? ¿Con qué frecuencia los cambian?

## 9. Piratería

¿Se venden en estos centros de contrabando videocasetes vírgenes o grabados, programas para videojuegos y para microcomputadoras? ¿Cuál es la temática de cada uno de ellos? ¿Cuánto cuestan?.

## 10. Las tecnologías culturales apropiadas

¿Cuáles han sido las aplicaciones de las viejas y de las nuevas tecnologías a las distintas necesidades de la población? ¿Qué usos alternativos (fuera del gran aparato de la industria cultural) han tenido los videocasetes y la televisión -- por cable?

## MESA 2: COMUNICACION Y CULTURAS REGIONALES: participación de la sociedad civil

Coodinadores: Antonio Paoli  
Tatiana Galván

En esta mesa se analizarán y discutirán las condiciones en las -- que se desarrolla la comunicación regional a través de los medios masivos. Tiene por finalidad poner las bases para elaborar un -- diagnóstico del desempeño de la comunicación nacional, considerando los diversos sistemas de integración regional.

Las ponencias serán monografías o estudios que respondan alguna -- de las preguntas que a continuación formulamos o a otras cuestiones que ilustren el funcionamiento de la comunicación masiva a ni -- vel regional en nuestro país.

La exposición será de 15 minutos y puede ser una síntesis del estudio que se presente.

### 1. Radio

¿Qué estaciones de radio tienen programas de participación para el auditorio? ¿Hay estaciones del Instituto Nacional Indígenista, de escuelas radiofónicas, Instituto Lingüístico de Verano o algún otro grupo no comercial que opere en el Estado? ¿Como opera el Instituto Mexicano de la Radio en tu entidad? ¿En qué estaciones difunden mensajes de los partidos de oposición?

### 2. Televisión

¿Cómo se está instrumentando el proyecto de regionalización --

3. Estudios de procesos de comunicación personal en los ámbitos de la vida cotidiana:

Cafés  
Iglesias  
Mercados  
Zócalo  
Medios de transporte  
Centros deportivos

4. ¿Cómo repercute la crisis social mexicana en los procesos de interrelación con los otros?

5. La comunicación personal en las Escuelas de Comunicación --  
¿Cuál es la eficacia social del proceso de comunicación inter-  
personal en la carrera o facultad?

MESA 4: LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ANTE LA CRISIS

Coordinador: Comité Académico CONEICC

Una de las preocupaciones básicas del CONEICC desde su fundación ha sido la pertinencia de los planes y programas de estudio de -- las escuelas de comunicación a las necesidades y problemas de la realidad nacional y como estrechar los vínculos entre estas insti-  
tuciones de educación superior y la problemática social, política,  
económica y cultural.

La proliferación en el país de instituciones de educación supe- --  
rios que ofrecen programas sobre comunicación propició la discu-  
sión en el seno del CONEICC en torno a la adecuación de la capaci-  
tación y formación de profesionales en este campo para responder  
a las problemáticas locales y regionales en las que las escuelas y  
facultades empezaban a desarrollarse.

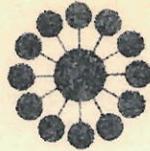
La preocupación y la discusión mencionadas rindieron sus frutos --  
en la medida en que se intentó responder a preguntas tales como --  
la especificidad que debía tener cada escuela o facultad de comuni-  
cación, el perfil del egresado en función a las necesidades de la  
región o localidad en que cada escuela se ubicaba o para qué for-  
mar profesionales de la comunicación; asimismo, se intentó respon-  
der preguntas sobre los elementos pedagógicos y didácticos más --  
adecuados sobre la formación de los profesionales, si éstos debie-  
ran formarse como comunicólogos o como comunicadores y sobre la --  
manera más adecuada de desarrollar los planes y programas de etu-  
dio en función de las respuestas obtenidas de estas y otras inte-  
rogantes.

- Cómo se puede detectar qué tanto los conocimientos generados, los egresados producidos o los trabajos de extensión universitaria han respondido a los objetivos y metas planteados para responder a la problemática local o regional.
- Qué tanto el funcionamiento interno de la escuela o facultad, a nivel pedagógico, curricular y administrativo, ha respondido a esos objetivos y metas.
- Cómo se han reflejado los objetivos y metas, en las relaciones con otras escuelas y facultades al interior de la universidad, con otras universidades o con otros organismos e instituciones de la localidad o la región.

## 2. Ubicación en la coyuntura actual de crisis

- De qué manera en particular ha afectado la crisis a nivel local y regional; y, particularmente, cuáles son los efectos en el campo de la comunicación social.
- De qué manera la agudización de la crisis implica:
  - \* La revisión de los objetivos y metas planteados anteriormente para responder a la problemática local y regional: qué es necesario replantear, en que sentido, hacia dónde y cómo.
  - \* Qué modificaciones sería deseable implantar a nivel curricular, pedagógico y administrativo, para responder a los objetivos.
  - \* Qué modificaciones son realizables a corto plazo, cuáles a mediano plazo y, a largo plazo.
  - \* Cómo deben reflejarse estas modificaciones en la generación de conocimientos, la formación de profesionales, -- trabajos de extensión universitaria y en las diversas relaciones de la escuela o facultad al anterior y exterior de la universidad.

Estas sugerencias pueden ser ampliadas, corregidas o ajustadas a la realidad concreta de cada escuela o facultad. La intención de estas sugerencias es promover la reflexión sobre el papel que como formadores de profesionales de la comunicación debemos tener ante las circunstancias actuales. Sin embargo, es importante recalcar la importancia de tener algunas respuestas a estas interrogantes para tener un punto de partida en el intercambio y discusión que esperamos tener en el IV Encuentro de CONEICC, en León, en marzo próximo.



Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC

CCC  
AI  
0238

## CONVOCATORIA

### CUARTO ENCUENTRO NACIONAL DEL CONEICC "COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL"

#### 1.- ¿Por qué este tema?

Antes que nada hay que aclarar que estamos hablando de crisis en su sentido etimológico, es decir un cambio que no sabemos a dónde nos conduce y como momento decisivo de algo importante.

La aclaración es indispensable para evitar actitudes catastrofistas y tal vez sirva también para despertar optimismos: el cambio puede ser para bien.

Vivimos un cambio, pero ¿de qué a qué? ¿lo sabemos? ¿tenemos clara la situación por la que atravesamos? ¿tenemos elementos para ubicar a la comunicación en este cambio? ¿la conocemos? ¿la entendemos? ¿la crisis es igual en todo el país? ¿con qué diagnósticos contamos para saberlo?

El cuarto encuentro nacional del CONEICC busca responder estas preguntas.

#### 2.- ¿Cómo investigar conjuntamente y establecer un diálogo para el largo plazo?

Cada profesor y estudiante de comunicación puede dar respuesta a la pregunta central sobre el cambio: ¿de qué a qué?; todos tenemos una idea más o menos formada, pero ¿qué tanto tendrá esta idea de investigación y qué tanto habrá de pura intuición?

La primera parte de la pregunta ¿de qué...? nos parece fácil de responder: el cambio se está dando de una situación caótica, insoportable, injusta... a una situación que ignoramos.

Cuando se habla de la crisis se adjetiva demasiado y se prescinde de datos, cifras y descripciones. Esto queremos evitarlo en el encuentro de CONEICC. Buscamos investigar, encontrar datos nuevos y explicaciones que aún no tenemos.

nal" se celebrará en la Ciudad de León, Guanajuato los días 19, 20 y 21 de marzo de 1986 y tendrá como sede a la Universidad Iberoamericana Unidad León.

Tiene como objetivo general:

Crear un espacio amplio de discusión donde se analizará de qué manera la comunicación nacional puede contribuir a superar la crisis económica, política y social que actualmente vivimos en las diversas regiones del país.

El programa de trabajo propuesto es:

#### 19 de marzo

- |       |   |
|-------|---|
| 9:00  | Inscripciones y registro de asistentes.   |
| 10:00 | Inauguración  |
| 10:30 | Conferencia inaugural<br>"Los medios de comunicación y la Crisis Nacional"<br>por Fátima Fernández Christlich |
| 12:30 | Mesas de trabajo:   |
| a     | - Presentación del tema de parte de los coordinadores de mesa.  |
| 17:00 | - Presentación de los trabajos inscritos.<br>- Diagnóstico.<br>- Propuestas.                                  |

#### 20 de marzo

Mesas de trabajo.

#### 21 de marzo

- |       |                  |
|-------|------------------|
| 9:00  |                  |
| a     | Mesas de trabajo |
| 12:00 |                  |
| 12:00 | Plenaria         |
| 14:00 | Clausura         |

#### 5.- Información

Este es el primer comunicado que les convoca al encuentro CONEICC 86, posteriormente ampliaremos la información en cuanto a los avances de los trabajos, costo de inscripción, hoteles disponibles, etc. Mientras tanto, esperamos que el trabajo necesario para nuestro encuentro se inicie en cada una de las universidades del país, y nos ponemos a sus órdenes para cualquier aclaración o información adicional.

Carmen Gómez Mont  
Javier Esteinou Madrid

La presencia de las nuevas tecnologías de información en nuestras vidas cotidianas no representa una simple modernización más de los productos electrónicos que circulan en los mercados mexicanos. Son los nuevos gérmenes de la transformación global de las raíces económicas, sociales y culturales del México de la segunda mitad del siglo XX.

Aunque la existencia de estos nuevos rasgos tecnológicos en el país y en el mundo contemporáneo empiezan a dar forma a un nuevo fenómeno histórico que se ha denominado "etapa espacial", "sociedad de la información", "fase electrónica ó aldea global", "era tecnotrónica", "desarrollo postindustrial", "sociedad del ocio", "cambio científico-tecnológico", "mundo postimperialista", "sociedad de servicios", etc., nosotros pensamos que lo que, en realidad, está emergiendo, es la gran Tercera Revolución Industrial, que marca el nuevo momento de la historia del hombre.

Con el surgimiento de estas tecnologías de información en el país, la Tercera Revolución Industrial impacta en la historia moderna de México. Es por ello, que consideramos sumamente prioritario el analizar las consecuencias que está provocando este reciente fenómeno tecnológico en la sociedad mexicana, especialmente, en esta fase de acentuación de la crisis nacional.

No debemos olvidar que si en siglos pasados por falta de claridad histórica y política, no estuvo en nuestras manos el moldear el rumbo que adoptó la Primera y Segunda Revolución Industrial en nuestra República, en esta ocasión, si está a nuestro alcance el definir como emplear la riqueza que aporta la gran Tercera Revolución Industrial, para construir un país más humano.

6. Informática y computación

¿Hay alguna fábrica de computadoras en el Estado? ¿Cuáles son las marcas de microcomputadoras más vendidas? ¿Qué bancos de datos existen en el Estado? ¿Quiénes son sus principales usuarios?

7. Televisión por cable

¿Cuántos sistemas de cable operan en el Estado? ¿Cuál es el número aproximado de usuarios de cada uno? ¿Qué transmiten los sistemas de cable que existen en el Estado? ¿Cuánto cuesta la suscripción? ¿Cuánto cuesta la renta mensual? ¿Las estaciones del Estado realizan producciones locales? ¿Existen circuitos de televisión por cable en: empresas, escuelas y universidades?

8. Contrabando

¿Existe algún centro de contrabando de microcomputadoras, videograbadoras y videojuegos en tu Estado? ¿Qué marcas se venden? ¿Cuánto cuestan?

9. Piratería

¿Se venden en estos centros de contrabando videocasetes vir-genes o grabados, programas para videojuegos y para microcomputadoras? ¿Cuál es la temática de cada uno de ellos? ¿Cuánto cuestan?

10. Las tecnologías culturales apropiadas

¿Cuáles han sido las aplicaciones de las viejas y de las nuevas tecnologías a las distintas necesidades de la población? ¿Qué usos alternativos (fuera del gran aparato de la industria cultural) han tenido los videocasetes y la televisión por cable?

## IV ENCUENTRO CONEICC

### COMUNICACION, CRISIS NACIONAL Y REGIONAL

Fecha: mayo de 1986  
Lugar: UIA, León  
Antonio Paoli  
Tatiana Galván

Propuesta de trabajo para la mesa 2: Comunicación y cultura regionales; participación de la sociedad civil.

Las ponencias serán monografías o estudios que respondan alguna de las preguntas que a continuación formulamos o a otras cuestiones que ilustren el funcionamiento de la comunicación masiva a nivel regional en nuestro país.

La exposición será de 15 minutos y puede ser una síntesis del estudio que se presente.

#### 1. Radio

¿Qué estaciones de radio tienen programas de participación para el auditorio? ¿Hay estaciones del Instituto Nacional Indigenista, de escuelas radiofónicas, Instituto Lingüístico de Verano o algún otro grupo no comercial que opere en el Estado? ¿Cómo opera el Instituto Mexicano de la Radio en tu entidad? ¿En qué estaciones difunden mensajes de los partidos de oposición?

#### 2. Televisión

¿Cómo se está instrumentando el proyecto de regionalización televisiva en tu Estado? ¿Hay canal de televisión del gobierno del Estado? ¿Cuál es la historia de los canales de televisión local? ¿Hay centro de producción de TRM-Imevisión en tu Estado? ¿Qué programas locales de televisión permitirían una participación social? ¿Qué programas presentan manifestaciones de la cultura regional o local?

#### 3. Prensa

¿Cuáles son los periódicos locales más leídos? ¿Qué periódicos permiten la participación de los lectores? ¿Hay periódicos cargados abiertamente hacia la posición de algún partido político? ¿Cuáles y hacia qué partido? ¿Han surgido periódicos en los últimos cinco años?

Román Ramírez  
Guillermo Michel

1. ¿Cuáles han sido las corrientes de estudio y análisis de la comunicación personal con las Escuelas de Comunicación?
2. ¿Cómo un comunicador abordaría el estudio de la comunicación interpersonal en la vida cotidiana?
3. Estudios de procesos de comunicación personal en los ámbitos de la vida cotidiana:

Cafés  
Iglesias  
Mercados  
Zócalo  
Medios de transporte  
Centros deportivos

4. ¿Cómo repercute la crisis social mexicana en los procesos de interrelación con los otros?
5. La comunicación personal en las Escuelas de Comunicación  
¿Cuál es la eficacia social del proceso de comunicación interpersonal en la carrera o facultad?

ciente desempleo, son claras manifestaciones de esta agudización de la problemática por la que pasa el país.

A 10 años de existencia del CONEICC, tropiezos y aciertos forman parte de un bagaje de experiencias que permiten tener un punto de partida que de ninguna manera debemos despreciar. Algunas escuelas y facultades han caminado un largo trecho; otras inician su andar; y, la mayoría han tenido un tránsito más o menos breve, pero igualmente rico. Todas estas experiencias deben ser rescatadas y analizadas a la luz de la actual coyuntura.

Por lo anterior, nos permitimos proponer a los miembros del CONEICC un trabajo de recolección de información, análisis crítico y búsqueda de opciones para compartir y discutir en el próximo IV encuentro. Este trabajo lo ubicaríamos en dos puntos fundamentales: rescate de experiencias y ubicación de nuestro trabajo como formadores de profesionales de la comunicación en la coyuntura actual.

Para ello, presentamos a manera de guía los siguientes puntos a responder, que suponen el replanteamiento de las interrogantes mencionadas anteriormente:

### 1. Rescate de Experiencias.

- De qué manera los objetivos y metas de la escuela o facultad de comunicación a que pertenezco han buscado responder críticamente -con egresados o con generación de nuevos conocimientos- a las necesidades sociales, culturales, políticas o económicas (incluyendo la demanda del mercado de trabajo), a nivel local o regional.
- Cómo se puede detectar qué tanto los conocimientos generados, los egresados producidos o los trabajos de extensión universitaria han respondido a los objetivos y metas planteados para responder a la problemática local o regional.
- Qué tanto el funcionamiento interno de la escuela o facultad, a nivel pedagógico, curricular y administrativo, ha respondido a esos objetivos y metas.
- Cómo se han reflejado los objetivos y metas, en las relaciones con otras escuelas y facultades al interior de la universidad, con otras universidades o con otros organismos e instituciones de la localidad o la región.

### 3. Ubicación en la coyuntura actual de crisis.

- De qué manera en particular ha afectado la crisis a nivel local y regional; y, particularmente, cuáles son los efectos en el campo de la comunicación social.