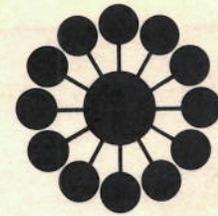


CC
A
1021

enlace CONEICO



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

Pág.

2 Premios a las mejores tesis

3 Siete talleres dirigidos a profesores e investigadores

4 Francisco Prieto el arte de comunicar

6 Un diario pensado para los lectores

7 La prensa contemporánea en Saltillo

10 El rock de hace 10 años

13 Comunicación para un México cambiante

Pág.

14 Televisión por microondas

15 Opción: Más que una librería

16 Nuevo consejo directivo

17 Prensa en la escuela

18 Marques de Melo nuevo presidente

19 Ex-Libris

Número

2

Primer Semestre 1990

Nueva Época

DIRECTORIO

Presidente:

Luis Núñez Gornés
Universidad Iberoamericana

Vicepresidente:

Mtro. Alberto Calles Santillana.
Universidad de las Américas.

Secretaria:

Lic. Edelmira García Díaz.
Universidad Veracruzana.

Tesorero:

Mtro. Pablo Casares Arrangoiz.
Universidad Iberoamericana.

Coordinadora de asuntos académicos:

Dra. Guillermina Baena Paz.
Universidad Nacional Autónoma de México.

Coordinador de investigación:

Mtro. Carlos Luna Cortés.
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.

Coordinador de documentación y difusión:

Mtro. Luis Javier Mier Vega.
Universidad Iberoamericana.

Vocal del noroeste:

Lic. Patricia González Lozano.
Universidad de Sonora.

Vocal noreste:

Lic. Nohora Eréndira Espinoza Ley.
Universidad Autónoma de Coahuila.

Vocal centro-occidente:

Lic. Raúl Camacho Muñoz.
Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Vocal del valle de México:

Dr. Javier Esteinou Madrid.
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Vocal golfo-sureste:

Lic. José Luis Rivera Paz.
Instituto de Ciencias Sociales de Mérida.

Director:

Luis Javier Mier Vega.

Jefa de redacción:

Ana María Menéndez.

Redacción:

Taller de Elaboración de Mensajes I.
Maestría en Comunicación (UIA).

Diseño y Producción:

Edmundo Cano

Boletín Informativo Coneicc. Tercera época, No. 2, primer semestre de 1990. Publicación del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Distribución gratuita. Los artículos firmados son responsabilidad del autor. Para cualquier asunto relacionado con este boletín dirigirse al editor responsable: Luis Javier Mier, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana. Prolongación Paseo de la Reforma 880, Lomas de Santa Fe, México, D.F., 01210. Tel. (5) 259-0655 y 570-7622, ext. 1257.

• CONEICC

Premios a las Mejores Tesis

Adrián de Garay

El primer lugar fue para *La Sociedad Informatizada: ¿La Nueva Utopía?*, de Gonzalo Zavala Alardín. El segundo y el tercero, así como las menciones, fueron para tesis realizadas por mujeres.

El pasado mes de octubre fueron entregados los premios a los ganadores del Tercer Concurso Nacional de Trabajos Receptivos Escritos en Comunicación, convocado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). La cantidad de trabajos recibidos y el número de las instituciones participantes fue similar al año anterior. Vale la pena hacer notar que, no obstante que el CONEICC agrupa formalmente a 40 instituciones, sólo 13 de ellas participaron en el concurso, inscribiéndose 39 tesis. Este asunto debería ser motivo obligado de análisis por parte de la organización para que el próximo año pueda lograrse una mayor participación institucional e individual.

En esta ocasión, el jurado estuvo integrado por Raúl Fuentes, Javier Esteinou, Francisco Prieto, Bruno Newman y Florance Toussaint, mismo que otorgó el primer lugar a Gonzalo Zavala Alardín, de la Universidad Iberoamericana, quien presentó la tesis: *Sociedad informatizada: ¿la nueva utopía?* El segundo lugar correspondió a Patricia Martínez de Velasco, también de la UIA, quien participó con la tesis: *La lucha de la mujer por llegar a ser directora de cine*. Finalmente el tercer lugar fue ganado por Lucía Martínez López, de la Universidad Nacional Autónoma de México, quien inscribió la tesis: *El empleo de la televisión en la enseñanza*.

Los premios especiales sobre *comunicación y frontera* fueron declarados desiertos. El jurado otorgó menciones a las tesis: *Análisis de contenido en la prensa (Excélsior y El Heraldo de México) sobre el problema de la deuda externa*, de María de los Angeles Delmar y Sánchez (de la UNAM), y *Sistema nacional de satélites: génesis discursiva de un suceso*, de Leticia Isidro Corro, Ana María Tapia Martínez y Marcela Martusceli González (de la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco).

Además de resaltar el hecho de que, con excepción del primer lugar, todos los premios fueron obtenidos por mujeres, conviene observar y analizar que todos los ganadores pertenecen a instituciones que se localizan en la ciudad de México. ¿A qué se debe esta situación?

• SUPERACION ACADEMICA

Siete Talleres Dirigidos a Profesores e Investigadores

En colaboración con distintas instituciones, el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) ha organizado para este año siete talleres dirigidos a profesores e investigadores.

De ellos, tres han sido dedicados a la metodología de la enseñanza, tanto de la investigación como de la teoría y de la producción de la comunicación; dos a la formación de asesores de tesis y de producción audiovisual; uno al análisis de la televisión mexicana y otro a la actualización académica.

Adicionalmente, tres profesores de diferentes escuelas asociadas al CONEICC participarán en un seminario dedicado a la metodología de la enseñanza de la televisión que, organizado por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), tendrá lugar en Lima, Perú, del 2 al 13 de julio.

El calendario de estos cursos es el siguiente:

Taller de metodología de la enseñanza de la investigación de la comunicación.

Fechas: 23, 24 y 25 de mayo.

Lugar: Universidad de Monterrey, N.L. (UDEM).

Organizan: CONEICC, FELAFACS, UNESCO y UDEM.

Taller de metodología de la enseñanza de la teoría de la comunicación.

Fechas: 6, 7 y 8 de junio.

Lugar: Universidad Iberoamericana, unidad León Gto. (UIA-León).

Organizan: CONEICC, FELAFACS, UNESCO y UIA-León.

Taller de metodología de la enseñanza de la producción de la comunicación.

Fechas: 20, 21 y 22 de junio.

Lugar: Universidad de las Américas, Cholula, Pue. (UDLA).

Organizan: CONEICC, FELAFACS, UNESCO y UDLA.

Taller de asesoría de trabajos recepcionales (tesis).

Fechas: 11, 12 y 13 de julio.

Lugar: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Unidad Querétaro, Qro. (ITESM-Querétaro).

Organizan: CONEICC, Fundación Manuel Buendía y el ITESM-Querétaro.

Taller de actualización académica.

Fechas: 12, 13 y 14 de septiembre.

Lugar: Chapala, Jalisco.

Organizan: CONEICC, FELAFACS y el Centro de Investigación de la Comunicación (CEDIC) de la Universidad de Guadalajara (UDG).

Taller de asesoría y promoción de la producción en medios.

Fechas: 19, 20 y 21 de septiembre.

Lugar: Universidad Autónoma de San Luis Potosí, S.L.P. (UASLP).

Organizan: CONEICC, FELAFACS y UASLP.

Taller de discusión y análisis de la televisión en México

Fechas: 7, 8 y 9 de noviembre.

Lugar: Chapala, Jalisco.

Organizan: CONEICC, AMIC y el Centro de Investigación de la Comunicación (CEDIC) de la Universidad de Guadalajara (UDG).

• ENTREVISTA

Francisco Prieto *El Arte de Comunicar*

Sergio Inestrosa

Paco, como lo llaman casi todos, ha contribuido a formar a más de 20 generaciones de comunicadores universitarios. Por esa razón y dado que recientemente dejó la dirección del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, puesto que desempeñó durante ocho años, *Enlace* lo escogió para iniciar una serie de entrevistas con personalidades tanto del medio académico como del profesional.

Autor de seis novelas, dos obras de teatro y un libro de ensayos sobre comunicación y cultura, Francisco Prieto estudió la licenciatura en comunicación a principios de los años 60, cuando la carrera era más una aventura que una moda.

“Antes de tomar la decisión de estudiar comunicación –recuerda–, toqué las puertas de la economía, de la filosofía e, incluso, de la literatura, pero no encontré en ellas lo que realmente deseaba. Fue un amigo muy querido, que sabía de mi búsqueda, quien me habló de Ciencias y Técnicas de la Información, una nueva licenciatura que poco antes había abierto la Universidad Iberoamericana. Fui a ver de qué se trataba y cuando leí la carta fundacional de la carrera, escrita por José Sánchez Villaseñor, me di cuenta que ahí estaba mi lugar”.

“Casi todos los que en aquella época estudiamos comunicación éramos jóvenes preocupados por expresarnos, por incidir en la sociedad, por conocer la realidad para transformarla.”

– ¿Por qué?, ¿qué fue lo que encontraste?

– La carta dice que la carrera busca formar un intelectual comprometido con su mundo, con el hombre de su tiempo; un intelectual que no esté encerrado en una torre de marfil, sino integrado a la praxis social, humana. En ese texto estaba la respuesta a mi búsqueda, en él veía reflejadas mis aspiraciones. Y es que casi todos los que en aquella época estudiamos comunicación éramos jóvenes preocupados por expresarnos, por incidir en la sociedad, por conocer la realidad para transformarla.

“Claro que al entrar a la carrera –matiza– nos dimos cuenta de las deficiencias que existían. La Universidad Iberoamericana era muy conservadora y nosotros queríamos estudiar el pensamiento actual, por lo que pugnamos por democratizarla.”

Para Prieto esa rebeldía se ha perdido:

“Ahora –se lamenta– la mayoría de los jóvenes carecen de ese afán de búsqueda, de esa inconformidad y de esa preocupación crítica que caracterizaron a los estudiantes de las primeras generaciones, y que más o menos duró hasta mediados de los años 70. Actualmente la carrera es masiva y está plenamente aceptada por la sociedad; se trata de una carrera de moda, bonita para muchos, a la que no pocos ingresan porque piensan que pueden ganar mucho dinero

trabajando para Televisa o Imevisión.”

“Ahora la mayoría de los jóvenes carecen de ese afán de búsqueda, de esa inconformidad y de esa preocupación crítica que caracterizaron a los estudiantes de las primeras generaciones.”

El oficio de comunicar es un arte que se aprende haciéndolo, como la literatura.

Prieto considera que esta imagen de la carrera ha contribuido a la proliferación de escuelas. “Es posible –dice– que esto explique por qué existen tantas escuelas de comunicación, incluso en ciudades que no tienen el desarrollo suficiente para absorber a sus egresados”.

El papel de la universidad

Tras 20 años de trabajo universitario, Prieto considera que el oficio de comunicar es un arte que se aprende haciéndolo, como la literatura.

“Es necesario fomentar la interacción entre el profesor, el alumno y la comunidad.”

“Por ello –dice– las escuelas de comunicación deben combinar la imaginación con el rigor. No deben olvidarse de la formación científica, pero tampoco del desarrollo de todo el potencial imaginativo de los alumnos.”

En cuanto al papel que corresponde a la Universidad en la formación de comunicadores, Prieto piensa que ésta no debe limitarse a enseñar habilidades profesionales, sino que “debe contribuir de modo decisivo a que se dé una integración del saber y una conciencia crítica del alumno frente a la sociedad en que vive”.

Para lograr esto, dice, “es necesario fomentar la interacción entre el profesor, el alumno y la comunidad para que se genere un mística de trabajo transformador, liberador”.

Escritor al fin, Prieto se vale de una anécdota para explicar lo que le parece la tarea más urgente que debe realizar el comunicador formado en la Universidad. Cuenta:

–Un amigo alemán, profundamente conocedor de la realidad de América Latina, me comentó que no alcanzaba a entender a la televisión de México: Veo en ella –dijo– a un tipo de sujeto que no corresponde al que ordinarily encuentro en las calles, ni en su modo de hablar ni en su físico. Los conductores de la televisión mexicana son como los que puedo ver en la televisión alemana’.

Su comentario me hizo pensar. Comprendí que la fuerza de la televisión ha ido creando una barrera en donde las mayorías han sido excluidas de ese medio que los divierte y entretiene, pero que no han cobrado conciencia de que esa marginación es un modo de represión social.

“Allí, entre ellos, está la tarea más urgente que debe realizar el comunicador: devolverles a sus interlocutores la dignidad de persona a que tienen derecho.”

• EL INDEPENDIENTE

Un Diario Pensado para los Lectores

Riselda Bernardo Hernández

Salga o no, *El Independiente* sintetiza las demandas de un público que desea un diario moderno, hecho pensando más en los lectores que en la clase política. Por esa razón, *Enlace* platicó con Miguel Bonasso, uno de los artífices del proyecto.

Subdirector de lo que hasta ahora no ha dejado de ser un proyecto, Miguel Bonasso explica que la idea de fundar *El Independiente* no nació de ninguna ruptura, ni de ninguna escisión, y que el nuevo diario no buscará robarle los lectores a ningún periódico existente, sino que tratará de generar su propia demanda. Para ilustrar esto, el periodista argentino —avecinado en México desde hace ya muchos años— se apoya en encuestas que indican que hay un gran mercado potencial compuesto principalmente por jóvenes. El reto es lograrlos interesar en un diario en un país donde ni los estudiantes de periodismo están acostumbrados a leer la prensa.

El Independiente surgirá para satisfacer una necesidad de la sociedad mexicana, y “no como producto del voluntarismo de empresarios y periodistas”, dice Bonasso.

Salvando las distancias, explica, se parecerá un poco a *El País*, al menos en lo que se refiere a su concepción teórica. Y es que para muchos las circunstancias del surgimiento de ambos son similares: el diario español apareció poco después de la muerte de Franco y como respuesta a las grandes transformaciones que esa nación había experimentado. *El Independiente* se propone responder a las nuevas necesidades que han surgido a raíz de las transformaciones políticas, económicas y sociales que se han dado en México en los últimos años.

Será un diario de interés general, no centrado en la información política como es costumbre en el periodismo mexicano, aunque esto no quiere decir que este tipo de información no vaya a tener peso. La cultura, el deporte y los hechos sociales recibirán también suficiente atención, de modo que el perio-

dico refleje los intereses más cotidianos e inmediatos de los lectores.

El Independiente, subraya Bonasso, aspira a ser un diario nacionalista, liberal y democrático. Tenderá a realizar periodismo interpretativo y de investigación y utilizará recursos gráficos en abundancia.

El periódico editará dos suplementos, uno cultural y otro deportivo. El formato del diario será tabloide, tipo europeo, y su diseño estará a cargo de dos destacados artistas plásticos: Vicente Rojo y Rafael López Castro. Sus páginas no mancharán las manos y las notas no se romperán con pases continuos que hacen de la lectura un armado de rompecabezas.

Tanto para la impresión como para la realización del trabajo editorial se contará con servicios de computación que lo convertirán en uno de los periódicos más modernos del país.

Para la elaboración del contenido editorial se contará con una planta de 150 periodistas, entre los que habrá corresponsales y enviados especiales, y se contratarán los servicios informativos más importantes del mundo. Nuestra intención, dice el subdirector, es ir nutriendo al equipo con jóvenes talentos del periodismo nacional.

El director, Fernando Benítez, quiere hacer del *Independiente* “el receptáculo de la inteligencia mexicana”, por lo que se invitará a colaborar a los mejores periodistas, artistas plásticos, fotógrafos e intelectuales, sin hacer distinciones ideológicas o políticas, concluye Bonasso.

• REPORTES DE INVESTIGACION

La Prensa Contemporánea en Saltillo

Julieta Carabaza González,
Irene Ewald Montañó y
Sofía Elena Rodríguez

Fruto del proyecto sobre historia y situación actual de los medios de comunicación regionales, impulsado por el CONEICC, la historia de los medios de comunicación en Saltillo ofrece una cuidadosa reseña del origen y evolución de la prensa, la radio y la televisión en esa ciudad. Con objeto de darle una mayor difusión Enlace reproduce un fragmento de la investigación realizada por investigadoras de la Universidad de Coahuila.

Los medios de comunicación en Saltillo han respondido a la dinámica del surgimiento de éstos en el resto del país; es decir, se han conformado por una parte como un sector industrial que responde a intereses comerciales estrechamente vinculados a los procesos económicos vigentes y por otra, a procesos y coyunturas políticas. La prensa contemporánea en Saltillo muestra palpablemente esta realidad.

El desarrollo de la prensa actual se inicia con el diario *El Sol del Norte*, editado por primera vez el 12 de diciembre de 1955 y que perteneció en aquella época al Coronel José García Valseca (dueño de una importante cadena periodística del país). Siguiendo la política expansionista de su fundador e impulsado por la idea de mantener a la

sociedad saltillese informada, sin tergiversar el contenido noticioso, *El Sol* aparece como una institución que pretende cubrir ciertas necesidades de la población.

Posteriormente es vendido al Lic. Mario Vázquez Raña, dueño actual.

El lema o la frase que lo ha identificado como medio de comunicación ha sido *Palabra que es verdad*. *El Sol* sale a la venta en horario matutino, contando con la ventaja de que publica información del día anterior con noticias locales, nacionales y extranjeras, que le son proporcionadas vía radio, telex y telefoto. Además edita una publicación vespertina denominada *El Sol de Saltillo*, que refiere los acontecimientos locales relevantes, dándole énfasis a las notas policíacas y de espectáculos.

DIARIOS SURGIDOS EN LA CIUDAD DE SALTILLO, COAH., DE 1955 A LA FECHA

PERIODICO	AÑO	DUEÑO	DIRECTOR
El Sol del Norte	1955	Mario Vázquez Raña	Carlos Soto
El Sol de Saltillo		Mario Vázquez Raña	
El Heraldo de Saltillo	1963	Francisco de la Peña Dávila	Francisco de la Peña Dávila
El Independiente	1970	María García de Estrada	Jorge Arturo Estrada García
Vanguardia	1975	Armando Castilla S.	Armando Castilla S.
El Coahuilense*	1976	Carlos Morales	Javier Villareal Lozano
El Extra: Diario del Mediodía	1977	Armando Castilla S.	Armando Castilla S.
El Diario de Coahuila	1986	Luis Horacio Salinas Aguilera	Luis Horacio Salinas Aguilera

*Periódico desaparecido en 1981 por razones políticas y económicas.

Este periódico no era el único en la plaza, ya que se han encontrado ejemplares de *El Diario* fechados en 1956. El Sol necesitó más o menos dos años para consolidarse en el público lector. El principal problema al que se enfrentó en sus inicios fue la falta de personal capacitado, pues eran pocos los periodistas profesionales.

En sus inicios este diario imprimía en sistema de linotipos; en la actualidad ha tenido modificaciones tecnológicas, introduciendo el sistema de computación y offset con selección de color en su impresión. En cuanto a su contenido, El Sol dedica espacio para la propagación de la cultura, incluyendo cada semana un suplemento cultural y de espectáculos.

Actualmente este diario pertenece a la Organización Editorial Mexicana.

Otro de los principales diarios de la ciudad es *El Heraldito de Saltillo*. Fundado el 25 de abril de 1963 por el Lic. Roberto Orozco Melo, quien años después, en el sexenio del Profr. Oscar Flores Tapia, fungió como Secretario General del Gobierno y actualmente es Secretario Particular del Gobernador Eliseo Mendoza Berrueto. El Heraldito nace con la inquietud de hacer un periodismo con mayor grado de profesionalismo y que estuviera identificado con la población. Al principio de sus publicaciones contaba con un sistema de impresión de linotipos y prensa plana, pero en 1968 éste cambió a sistema offset integrando computadoras y telex.

El periódico se desarrolla desde sus inicios en un clima laboral de tranquilidad, debido quizás al escaso número de trabajadores y enfrentándose a problemas normales de toda empresa naciente.

Actualmente su dueño es el Sr. Francisco J. de la Peña (exdiputado local por el PRI).

El Heraldito trata de mantenerse a la van-

guardia en avance tecnológico, adquiriendo computadoras modernas y maquinaria de origen extranjero.

Las agencias noticiosas de quienes reciben información son LEMUS y las fuentes oficiales locales.

El Heraldito trata de responder a las necesidades de información de la región, dándole mayor énfasis a las noticias locales. Cada domingo ofrece a sus lectores un suplemento cultural y de espectáculos denominado *Mujer*.

El tiraje de El Heraldito es, según lo declarado por su dueño, Francisco de la Peña Dávila, de 7,000 a 8,000 ejemplares diarios.

El Independiente, diario saltillense fundado por el Sr. Antonio Estrada Salazar, sale a la circulación el 5 de octubre de 1970, respondiendo a la vocación de periodista de su dueño, que durante treinta años había dirigido diferentes periódicos y en el momento de contar con capital suficiente decide instalar su propio órgano informativo, mismo que estuvo dirigido por él hasta su muerte ocurrida en febrero de 1983.

Al decir de muchos periodistas locales, este diario constituyó durante un tiempo una verdadera escuela, proporcionandoles experiencias que serán definitivas en su formación profesional.

Posteriormente asume la responsabilidad del diario el Sr. Antonio Estrada Villarreal hasta julio de 1986, fecha en que toma la dirección el hijo del fundador, Jorge Arturo Estrada García, director actual. Según afirmaciones de éste último, en sus inicios, El Independiente se enfrenta a problemas de tipo económico y a la falta de personal calificado tanto intelectual como técnicamente. Sin embargo, a 2 años de haber sido fundado este medio, un periodista y un fotógrafo del mismo reciben, respectivamente, el premio nacional de periodismo y el premio nacional de fotografía por la publicación de la noticia

descarrilamiento del tren o trenazo ocurrido en Puento Moreno, cerca de la Ciudad de Saltillo, Coah.

La impresión de El Independiente combina el sistema antiguo en caliente (linotipos) con una máquina de intertipos. El tiraje declarado por el señor Arturo Estrada fue de 3,000 a 3,600 volúmenes diarios, que constan de doce a dieciocho páginas cada uno. Sus fuentes informativas son LEMUS y Excelsior, además de fuentes locales.

Según el señor Estrada, para lograr un medio informativo cada día mejor, existe un ambiente de franca competencia y rivalidad con los otros diarios de la localidad; día con día sus reporteros analizan lo reportado en otros periódicos con la finalidad de mejorar su calidad informativa, tratan de tener periodistas capaces y les garantizan un marco de libertad para que expresen sus aptitudes y se desenvuelvan profesionalmente. En cuanto a perspectivas de desarrollo, el periódico cuenta con el proyecto de publicar un suplemento diariamente con un tema específico como deportes, crítica, espectáculos, policiaco y financiero, para lo cual reunirá personal ampliamente capacitado en el área. Desde enero de 1988 incluye en su edición sabatina un suplemento cultural.

Cabe mencionar que El Independiente continúa la tradición familiar, ya que pertenece a la señora María García viuda de Estrada.

Vanguardia. Fundado en 1975 por el señor Armando Castilla S., nace bajo el lema *el periódico libre* y bajo la dirección del licenciado Armando Fuentes Aguirre.

Moderno y eficaz, el periódico tiene el sistema de impresión más avanzado de todo el Estado de Coahuila; acorde con los avances tecnológicos de los países más desarrollados, cuenta con un seleccionador de color (scanner) que ningún otro diario en la entidad posee,

según la opinión del señor Juan Antonio Moreno, técnico del diario.

Por estos motivos el periódico es uno de los más leídos en la ciudad de Saltillo, aunque también de los órganos que mayor controversia originan en cuanto a la información proporcionada en sus páginas, sobre todo en el ámbito local, ya que es uno de los diarios citadinos que con más fuerza manifiesta su postura ideológica.

Las agencias noticiosas de las que recibe información nacional y extranjera son UPI, AP, REUTER UNIVERSAL, EXCELSIOR, NOVEDADES y Casa de Valores ABACO, además de fuentes oficiales de la localidad. Como los otros diarios, Vanguardia edita semanalmente un suplemento cultural.

En 1977 inicia la publicación de su periódico *El Extra, Diario de Mediodía*, orientando a la localidad y de turno vespertino con la idea de dar información fresca, sobre todo de tipo político y de espectáculos. Se imprime en tamaño tabloide.

El Coahuilense, periódico fundado en septiembre de 1976, de duración efímera, permanece en la plaza sólo cuatro años. Surge bajo coyuntura política. Auspiciado por el grupo del Profr. Oscar Flores Tapia, entonces Gobernador del Estado, y bajo la dirección del Lic. Javier Villarreal Lozano. Su contenido era general, noticioso e informativo.

El Coahuilense da por terminadas sus publicaciones en el año de 1981 (coincidente con la renuncia del gobernador Oscar Flores Tapia), por motivos económicos, según declaraciones del Lic. Villarreal Lozano.

El Diario de Coahuila es otro periódico de capital regional, cuyo dueño y fundador es el Ing. Luis Horacio Salinas A., expresidente municipal de Saltillo. Nace en 1986 con el propósito de informar a la vez que orientar la opinión pública en el análisis de las noticias, según

lo afirmó el entrevistado, Lic. Jaime González.

El Diario de Coahuila publica noticias de interés general para la comunidad, tanto locales como estatales y nacionales. A diferencia de todos los demás diarios que circulan en Saltillo, éste no cuenta con un suplemento cultural.

Su sistema de impresión incluye máquinas rotativas, offset, seleccionador de color, computadoras y telex, recibiendo información de las Agencias Notimex, Excelsior, AP y AMT, además de fuentes locales a donde cada uno de sus reporteros acude a recabar información.

Con la descripción de este diario termina la relación del periodismo contemporáneo en Saltillo.

La época actual del periodismo saltillense se caracteriza fundamentalmente por la creciente constitución de empresas periodísticas. La prensa de base comercial-empresarial es el signo distintivo de este período y paralelamente a éste, se observan los siguientes avances:

- a) Los recursos técnicos con que cuentan los diarios son en su mayoría modernos. La impresión de offset es cosa común. Las computadoras se utilizan regularmente en la composición tipográfica. El uso del telex vía satélite es indispensable, por lo que las fuentes de información son cada día más completas.
- b) El tiraje total de los periódicos en Saltillo, si bien no fue posible precisarlo cuantitativamente, es de suponer que con el crecimiento demográfico, la rápida industrialización y los bajos índices de analfabetismo en la población, haya aumentado considerablemente en comparación con sus homónimos de la primera mitad de siglo y por ende, se ha visto acrecen-

tada su importancia en la vida social de la ciudad.

- c) El número de periodistas también se ha incrementado comenzando a generarse la especialización, ya que cada vez son más los periodistas dedicados a un solo tipo de fuente.
- d) El surgimiento de diarios de mediodía que ofrecen al lector la nota sensacionalista del día.
- e) La creación de suplementos culturales en casi todos los diarios, constituye también una característica importante del periodismo local.

En este breve recuento de la situación actual de la prensa saltillense, hemos intentado conjugar elementos que están al alcance del conocimiento general, para establecer los parámetros bajo los cuales se desenvuelve dicha actividad, quedando pendiente, para futuras investigaciones, la exploración y análisis riguroso del contenido de los diarios impresos en Saltillo, así como una comparación entre ellos y una aproximación a la historia social de los mismos, es decir al uso que los saltillenses dan a lo que leen.

• ENSAYO

El Rock de hace 10 Años

Adrián de Garay

En 1989 se cumplieron 20 años de Woodstock, festival que marcó una época y una generación, pero ¿qué pasó con el rock de hace 10 años? El autor, director del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, intenta una respuesta.

A la memoria de Paul Butterfield.

Quizá el más grande armónico en la historia del rock.

En muchos sentidos 1989 se ha convertido en el año de la nostalgia por lo que fue el movimiento del *rock* hace veinte años. ¡Claro! ¿Cómo no recordar hasta el cansancio la celebración de los dos primeros conciertos de masas en la historia del rock: Woodstock e Isla de Wight; momento culminante del empuje socio-cultural de una generación de jóvenes en búsqueda de alternativas ante la decadencia del occidente de la posguerra?

En efecto, ambos festivales reunieron a muchos de los mejores exponentes de la música juvenil de la época: Los Who, Ten Years After, Paul Butterfield Blues Band, Joe Cocker, Crosby, Stills, Nash y Young, Jefferson Airplane, Grateful Dead, Janis Joplin, The Band, Jimmy Hendrix, Bob Dylan, Mountain, etcétera. La nueva generación de jóvenes se congregó para mostrar el desarrollo de una cultura e identidad propias contra un mundo más industrializado, reglamentado y militarizado. Fue la síntesis de un movimiento que intentó crear una sociedad paralela a la existente, y fue también el momento en que aparecieron los primeros signos de su desgaste.

Vale la pena recordar aquella época. Así lo han hecho los grupos que aún continúan en escena, otros que han aprovechado la coyuntura para regresar y la misma industria cultural, organizando espectaculares giras como la de Pink Floyd, los Who con Tommy, los

Rolling Stones en territorio norteamericano, y editando sendos álbumes conmemorativos de Jetho Tull y Santana. La prensa internacional también ha dedicado considerables espacios a la reflexión del proceso cultural de hace dos décadas.

“Un dato clave en la historia del rock de aquella época fue su ensombrecimiento, producto de la conmoción del sonido disco”.

Sin embargo, poco se ha reparado en echar un vistazo al fenómeno músico-cultural del rock de finales de los setentas. El presente ensayo pretende revisar brevemente lo que aconteció hace diez años en la escena rocanrolera.

Un dato clave en la historia del rock de aquella época fue su ensombrecimiento, producto de la conmoción del sonido Disco con la aparición de la película *Saturday night fever* y cuyo protagonista, John Travolta, se convirtió en el ídolo de millones de jóvenes que acudían a las discotecas que proliferaron como plaga. En tan sólo diez años la juventud pasó del misticismo *hippie* de las comunas al dancón discotequero. La música de los Bee Gees, Donna Summer, Gloria Gaynor, Tavares, Commodores y el mismísimo Michael Jackson invadieron el mercado del espectáculo. Ritmos constantes y repetitivos, con una batería, caja de ritmos y bajo machacando compases, se convirtieron en la quintaesencia de la música juvenil de 1978 a 1981, aproximadamente.

Por fortuna, la música Disco no pudo contener el desarrollo del rock, que contó con el empeño de varios roque-

ros que seguían moviendo masas y produciendo y vendiendo discos de calidad: Los Rolling Stones se destacaron con *Some girls*, Kansas con *Point of know return*, Eric Clapton con *Slowhand*, los Who con *Who are you* (la última grabación con Keith Moon), Jet-ho Tull con su disco en vivo producto fundamentalmente de uno de sus mejores trabajos, *Songs from the wood* y la reaparición, después de tres años de obligado silencio, de Bruce Springsteen con el álbum *Darkness in the edge of the town*. Con este trabajo realizado en 78 se mantuvo vigente el poder del rock.

En 1979, casualmente después de diez años de los grandes festivales arriba mencionados, varios conciertos masivos mostraron una vez más que ante la música Disco el rock no se daba por vencido. Los más destacados fueron el festival de Kneborth Park, en el que Led Zeppelin ofreció el último concierto de su carrera (el baterista John Bonham moriría poco después); la reunión de Jackson Browne, Chaka Khan, Poco, Crosby, Stills y Nash, John Hall, Bruce Springsteen, Tom Petty, James Taylor y Los Doobie Brothers durante cinco días para el festival No Nukes, contra la política de impulso a la energía nuclear emprendida por las grandes potencias; y finalmente los conciertos a beneficio de Kampuchea, promovidos por Paul McCartney y que reunieron a Queen, Ian Dury, Clash, Pretenders, los Who, Elvis Costello y por supuesto McCartney y los Wings, con Robert Plant como invitado especial.

Por otra parte, hay que señalar que 1979 fue el gran momento del *new wave*, tendencia que, surgida de los *pub's* ingleses, cambió la estética y la música rock a partir de ese año. El pelo corto, los trajes, ¡la corbata!, la extravagancia en general. Frente al *punk* en plena decadencia la *new wave* quería

diferenciarse como una corriente fresca y remozada, que irónicamente no siendo tan vital, controvertida y comprometida, dejó mucho más huella en la historia del rock. Sin duda Elvis Costello y sus Attractions, y de alguna manera Ian Dury, fueron los más fuertes. Pese a que no puede hablarse de la misma forma de la *new wave* en los Estados Unidos, pueden mencionarse a Pat Benatar, Blondie, The Cars y Talking Heads como la mejor contraparte norteamericana.

La música más tecnologizada que apareció al lado de la simplicidad instrumental de la *new wave*, sería la *Tecno-pop*, música comercial con raíces *pop*, ejecutada con los equipos más sofisticados de la época. Gary Numan, Ultravox, Human League y poco después Orchestral Manoeuvres in the Dark, fueron los máximos exponentes.

En general, podemos afirmar que el rock no sólo seguía manteniéndose en el medio de la cultura musical juvenil, sino que frente a la fuerza del *disc-sound*, logró revitalizarse significativamente por diversas ramificaciones. De los grupos veteranos vale la pena mencionar a Pink Floyd, que produjo *The Wall*, a Supertramp, con *Breakfast in America* y Roxy Music con *Manifesto*. *Minute by Minute* de los Doobie Brothers fue una buena producción y también *In Through the out door*, de Led Zeppelin. Paralelamente nuevos grupos, nuevas tendencias comenzaron a constituirse y a mostrar su trabajo hasta desplazar hacia 1982 al sonido machacón de la música disco. En esto radica la importancia de finales de la década pasada. Fue el momento de la construcción—muchas veces en casas y barrios, estudios de grabación marginales—, de los grupos y tendencias que marcaron la línea del rock de los ochentas.

1979 marcó el inicio arrasador del heavy metal, que explotaría totalmente en 1980”.

Al lado de la *new wave* y la *tecno-pop*, hay que mencionar a la corriente llamada *new romantics* que, inspirada por la estética *mod* sesentera —pero con un mejor armazón musical y visual— integraron Spandau Ballet, Simple Minds y poco después Duran Duran.

También el año de 1979 es el momento del inicio arrasador del *heavy metal*, que explotaría totalmente en 1980. Frente a los sonidos fríos y técnicos del *tecno-pop* y ante la frescura de la *new wave* y la *new romantics*, el rock pesado mostrará el carácter agresivo del rock, su rebeldía y fuerza musical y de imagen. Pelo largo, pantalones entallados, botas, cremalleras, aretes, cadenas, etcétera, por el lado espectáculo. La casi exclusión, por principio, de sonidos sintetizados, el resurgimiento del poder *metálico* de las guitarras y los miles de *watts* de potencia sonora por el lado musical. Importantes sectores juveniles —principalmente de muchachos entre los 13 y los 16 años— se adhirieron a esta corriente. Baste mencionar aquí a AC/DC, Motorhead, Whitesnake, Iron Maiden, Scorpions y Van Halen como las nuevas agrupaciones, además de los ya existentes como Black Sabbath, Rainbow, Kiss, UFO.

Finalmente, merecen mención aparte tres grupos que aparecieron entre 1978 y 1979; para muchos los mejores exponentes de los ochentas, verdaderos fenómenos del rock por la "escuela" que fundaron y el impacto generacional logrado. Ellos son Dire Straits, Police y U2.

Con Mark Knopfler a la cabeza, Dire Straits llevó a cabo su presentación en público como grupo telonero en la triunfal gira de los Talking Heads. Su primer acetato grabado a fines de 1978 no fue deslumbrante, pero ya contenía suficientes elementos para percibir que aparecía una promesa del rock actual. Será un año después, con el álbum *Communiqué*, cuando el grupo adquiriera su perfil propio e inigualable —en gran medida debido al particular estilo de tocar la guitarra de Knopfler— y se lance a la conquista, con absoluto éxito, del mercado inglés y norteamericano. Ni el mismo Bob Dylan, padrino de Dire Straits, se imaginó que la banda se convertiría en uno de los puntales del rock de los ochentas.

Police, grupo formado con los grandes talentos de Stewart Copeland (en la batería), Andy Summers (en la guitarra) y Gordon Summer *Sting* (en el bajo y la voz solista). El grupo asaltó los *rankings* a fines de 1979 con sus canciones *Message in a bottle* y *Walking on the moon*, convirtiéndose rápidamente en uno de los nuevos fenómenos de una generación con su *reggae pop*, que fascinó a la juventud ansiosa de sonidos frescos. Pese a su corta duración —el grupo se disuelve en 1983—, Police produjo cinco acetatos que han hecho época y marcado definitivamente al rock de los ochentas no sólo en Inglaterra y Estados Unidos, sino también en el resto de Europa y América Latina.

"A los rocanroleros que creen que todo terminó con Woodstock, habría que insistirles en la falsedad de sus apreciaciones".

Por último hay que señalar a U2, grupo irlandés comandado por la polémica figura de *Bono* (acaso y por su voz, ¿el Jim Morrison de los 80's?), que reunido desde 1979 y haciendo presentaciones por diversas localidades en su país, aparece en el mercado discográfico en 1980 con *Boy*. Su propuesta irá afinándose con el correr de los años hasta convertirse en el otro pilar del rock actual.

Vale la pena recordar lo acontecido en el rock hace diez años. A los rocanroleros que creen que todo terminó con Woodstock en 1969, habría que insistirles en la falsedad de sus apreciaciones. 1979 fue también un año clave en la historia del rock; a diferencia de lo sucedido hace 20 años no fue la culminación de una etapa, sino el inicio de la ramificación de diversos movimientos y tendencias que hicieron posible una persistencia y un renacimiento del rock.

• XV ENCUESTRO DE AMCO

“Comunicación para un México Cambiante”

Alejandro Ugalde

El pasado mes de octubre tuvo lugar en la ciudad de México el XIV Encuentro de Comunicación Organizacional. El Congreso, organizado por la Asociación Mexicana de Comunicación Organizacional (AMCO), llevó como nombre y tema central la “Comunicación para un México cambiante”. Preocupados por los acelerados cambios que, en lo económico, lo social, lo político y lo cultural, está experimentando el mundo es esta última década del siglo XX, la AMCO preparó este foro de debate. Los objetivos fueron, en primer lugar, esclarecer la situación y las expectativas de nuestro país dentro de este contexto; y, en segundo término, discutir el papel del comunicador organizacional como factor de positivo desarrollo en dicho proceso.

El programa de actividades fue diseñado en tres grandes paquetes: sesiones plenarias, conferencias especializadas y talleres. En las sesiones plenarias se contó con la participación de Brad Withworth, presidente de la Asociación Mundial de la Profesión de Comunicaciones y Relaciones Públicas (IABC), quien habló sobre las funciones del comunicador ante la última década del siglo veinte. Asimismo, resultó de interés la charla ofrecida por Pedro Ferriz de Con, quien actualmente se desempeña como conductor del noticiero *Para empezar* y dirige los noticieros de Multivisión. Ferriz de Con habló sobre un tema de gran controversia: *el fenómeno de la radio en México; cómo ganar credibilidad*. En el rubro de las conferencias especializadas, destacaron las dictadas por Julio César Margain, Rodrigo J. Llaguno y Roberto Hernández Sampieri. El primero —director de planeación estratégica de Aeroméxico— expuso la manera en la que, en poco menos de un año, se instauró en esa compañía una nueva cultura del trabajo que la ha llevado, de los últimos

lugares en que se encontraba, a los primeros a nivel mundial. Por su parte, Rodrigo J. Llaguno —director de Cinco, empresa de consultoría del Grupo Zimat— analizó desde una perspectiva más amplia y de carácter filosófico, en qué consiste *la fenomenología del cambio* que anima al conjunto de las actuales transformaciones. Respecto a la plática de Roberto Hernández Sampieri, sobresalió la novedad del tema que abordó: *la comunicación ecológica*. Siendo este un asunto de reciente aparición en Europa y Estados Unidos, Hernández Sampieri es uno de sus primeros introductores en México.

En cuanto a los talleres, se ofrecieron tres opciones: *diseño por computadora*, a cargo de Roberto Sánchez Mejorada; *el poder de la redacción*, por Diego Arrazola —jefe de redacción de la revista *Expansión*—, y *mercadotecnia social*, impartido por Roberto Delgado —director de la Fundación Social Anáhuac—.

Durante la celebración del XIV Encuentro de Comunicación Organizacional se llevó a cabo el cambio de la mesa directiva de AMCO. La presidencia de la Asociación, que estuvo bajo la responsabilidad de Roberto Arnau de 1987 a 1989, pasó a manos de Carlos Fernández Collado, quien ha destacado como uno de los principales promotores de la comunicación organizacional en México, a través de sus diferentes actividades como investigador, académico y consultor privado. En su discurso de toma de posesión, Fernández Collado resaltó la importante labor de la AMCO en sus catorce años de existencia, y se comprometió a que, bajo su gestión, se procurará la consonancia entre los requerimientos del México cambiante y las funciones de la nueva comunicación organizacional.

• MULTIVISION

Televisión por Microondas

Riselda Bernardo Hernández

Aunque no está claro si su programación será “más de lo mismo” o verdaderamente ofrecerá otra alternativa a los televidentes, el surgimiento de *Multivisión* ha roto el monopolio de *Cablevisión*, al menos por lo que toca al Valle de México.

Multivisión, nuevo sistema de televisión por microondas o, como lo llaman sus directivos, “cable sin cable”, comenzó a transmitir para el Valle de México a partir del primero de septiembre, en *super ultra alta frecuencia*.

Aunque todavía pocos la conocen, ya que para disfrutar de la programación de sus ocho canales es necesario invertir más de un millón de pesos en la compra del equipo receptor (antena especial y equipo codificador) y pagar una cuota mensual, así como pagos extras para poder ver ciertas películas y espectáculos.

El licenciado Joaquín Vargas Guajardo, vicepresidente de la empresa, explica que *Multivisión* se propone producir su programación en México y con mexicanos. La meta, dice, es lograr esto en un máximo de cinco años.

Por lo pronto, subraya su directivo, lo que diferencia a *Multivisión* de los servicios de televisión por cable que hay en México, es que la empresa arma su propia programación a partir de la adquisición de derechos (65%), repetición de señales (25%) y producción propia (15%).

Aunque *Multivisión* es de reciente creación, sus directivos —presididos por Joaquín Vargas Gómez— no carecen de experiencia, ya que desde que crearon *Telerey* en 1976 han producido programas televisivos, principalmente para los mercados de América Latina, Estados Unidos y Asia.

El interés de la empresa, que para dentro de cinco años espera sumar medio millón de suscriptores, va más allá del Valle de México. Desde el primero de octubre subieron al satélite Morelos las señales de dos de sus canales, de modo que puedan ser vistos por 400,000 sus-

criptores de televisión por cable, sin necesidad de equipo especial.

En cuanto a la programación, Vargas Guajardo explica que procuran ser cuidadosos al seleccionar lo que brindan a los espectadores y, como ejemplo, pone la barra infantil: todos los programas se transmiten en español y han sido escogidos siguiendo un criterio más educativo. Para lograrlo, dice, *Multivisión* ha comprado o adquirido mediante convenios programas producidos en la Unión Soviética, España, Italia y Francia.

Las películas que se transmiten por cuatro de los canales son en su mayoría extranjeras, “pero no necesariamente estadounidenses”, puntualiza Vargas Guajardo. Todas se subtitan o doblan al español.

Para los servicios informativos se contrató a Pedro Ferriz de Con, director del noticiero radiofónico *Para empezar*, así como reporteros, corresponsales en el interior de la República y los servicios de NOTIMEX y CNN (agencia internacional especializada en noticias por televisión). A decir de Vargas Guajardo, *Multivisión* se ha propuesto darle al televidente otra opción informativa, otra opinión, para lo cual no se limitarán a informar, sino a realizar análisis de las noticias.

Habrá que ver... Y esperar.

• SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

Opción: Más que una Librería

Alejandro Ugalde

Descrita por sus fundadores como “una red de distribución de textos especializados en comunicación”, *Opción* ofrece servicios bibliográficos que van más allá de los que usualmente presta una librería.

A principios de la década de los 80 se dejó sentir, en el campo de la comunicación, la necesidad de contar con recursos documentales actualizados, accesibles y múltiples. En el congreso nacional del CONEICC del año de 1983 se realizó una evaluación global de los planes de estudios en comunicación en las universidades mexicanas, y uno de los descubrimientos más preocupantes fue el encontrar una alarmante escasez de bibliografía de autores latinoamericanos en los acervos de dichas escuelas. Unos años después, en 1986, la FELAFACS llevó a cabo una investigación semejante, pero a lo largo de toda América Latina y, entre diversos y graves problemas académicos, destacó el editorial. La situación que en México era difícil en el resto del continente empeoraba. Se trataba de un círculo vicioso en el que no se sabía lo que estaba publicado; cuando se sabía no se podía conseguir; y cuando se podía conseguir no se podía comprar debido a sus altos y desproporcionados precios.

En este contexto muy pocos autores —dos o tres— eran conocidos en todo el continente. Los prejuicios que para la academia y la investigación significaba esto llevó al planteamiento de soluciones. Una de las más objetivas será aquella de la cual nació el organismo de promoción editorial que se inauguró hace unos meses en la ciudad de México, y que lleva el nombre de *Opción*. Descrita por sus fundadores —Beatriz Solís, Eduardo Andion y Bernardo Boleaga— como una “red de distribución de textos especializados en comunicación”, esta librería y distribuidora ofrece un catálogo de textos básicos y complementarios, a partir del cual se pueden localizar y solicitar publicaciones dispersas en otras librerías y editoriales de diferentes ciudades de habla hispana. El catálogo está organizado en varios temas, entre los que se destacan los siguientes: audiovisual, cine, cultu-

ra, educación, investigación, lenguaje, literatura, medios de comunicación masiva, metodología, nuevas tecnologías, prensa, psicología, publicidad, sociología, teoría y televisión.

El catálogo de *Opción* se plantea no sólo como herramienta de servicio a los lectores, sino también como instrumento de diagnóstico que permita conocer inquietudes y necesidades de los usuarios y, de esa manera, implementar servicios adicionales. Teniendo como objetivo fundamental “promover la superación profesional y académica del campo de la comunicación en México y América Latina”, *Opción* ofrecerá, asimismo, cursos de actualización, asesoría especializada, localización de bibliografía inédita, y distribución de información no bibliográfica.

Habiendo iniciado sus actividades formalmente en julio del año pasado *Opción* ha recibido una extraordinaria respuesta por parte de investigadores, profesores y estudiantes de comunicación de toda América Latina. Es importante señalar que, dada la concepción multidisciplinaria predominante en el catálogo editorial, también se están acercando especialistas de otras áreas de las ciencias sociales. Abierto a todos los interesados, el equipo de *Opción* invita a que los visite o les escriba a: **OPCION, S.C., Cordobanes 24, Colonia San José Insurgentes, 03900, D.F., México.**

-
- FELAFACS

Nuevo Consejo Directivo

De manera simultánea a la celebración del VI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, celebrado en la ciudad de Panamá el pasado octubre –y que contó con la participación académica de los mexicanos José Ramón Enríquez, Jorge González,

Raúl Fuentes, Luis Núñez, Jorge Calles y Cristina Romo–, se realizó la III Asamblea General Ordinaria de FELAFACS.

Entre los acuerdos que se tomaron destacan la elección del nuevo consejo directivo y la aprobación del plan de trabajo 90-92.

Consejo directivo

Presidente: Joaquín Sánchez (Colombia). Secretario ejecutivo: Walter Neira (Perú). Directores: Erasmo de Freitas (Brasil), Onofre de la Rosa (República Dominicana), Raúl Fuentes (México), Gilberto Alcalá (Venezuela), Jorge Luis Bernetti (Argentina) y Mario Zeledón (Costa Rica). Suplentes: Teresa Quiroz (Perú), Luis Núñez (México), Julieta Montoya (Colombia), Susana Frutos (Argentina), Federico Iglesias (Puerto Rico) y Emma Fernández (Cuba).

Plan de trabajo

Entre las principales actividades que el plan de trabajo contempla para el período 90-92 destacan: la realización de talleres de actualización académica y de producción audiovisual, la publicación de la revista *Dialogos*, así como de fascículos y libros, el programa de becas y la organización del VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación.

Como sede de dicho encuentro, a celebrarse en 1992, se escogió nuestro país. El tema central será *Comunicación, integración e identidad latinoamericana*.

Prensa en la Escuela

Carlos Acosta

La educación no utiliza las ventajas que le ofrecen los diferentes medios de comunicación, fue una de las conclusiones principales a que llegaron los participantes en el Primer Simposium Internacional *Prensa en la Escuela*, celebrado el pasado septiembre en el campus de la Universidad Iberoamericana, México.

Los ponentes coincidieron en señalar la necesidad de que las producciones educativas sean menos tediosas y utilicen los recursos lúdicos de que se valen todos los medios en sus producciones comerciales.

Subrayaron también la necesidad de permitir que los niños "se apropien de la palabra", de modo que puedan desarrollar sus capacidades comunicativas. Es importante que "digan lo que sienten" y que "expresen lo que quieren" para que desarrollen una posición respecto de lo que sucede a su alrededor y se encuentren mejor preparados para enfrentar una realidad cambiante.

Prensa en la Escuela fue organizado por el Centro Educacional Tanesque y la UIA con el objeto de analizar la cada vez más importante influencia que los medios de comunicación tienen en la educación de los niños, así como para estudiar las distintas formas en que dichos medios pueden aprovecharse en el aula.

Al encuentro asistieron expertos de España, Francia, Estados Unidos y México, así como representantes de escuelas e instituciones nacionales. En la reunión se expusieron diversas experiencias sobre el aprovechamiento de los medios en la escuela, fundamentalmente la prensa.

La estadounidense Betty L. Sullivan, habló de las diferentes publicaciones que en colaboración con distintas compañías editoriales han editado en su país, y que tienen por objeto apoyar a los profesores mediante la elaboración de material periodístico sobre temas científicos y contemporáneos que completen la educación de los niños.

Felipe Garrido, representante del movimiento *Prensa en la Escuela* para Europa Occidental, explicó que en Bélgica, Francia y España se publica en algunos diarios una página dirigida a los niños. Esta página, dijo, la elaboramos con el apoyo de las empresas periodísticas y difunde información sobre ciencia, cultura y actualidad que sirve de auxiliar en la escuela.

• ALAIC

Marques de Melo, Nuevo Presidente

Sergio Inestrosa

La Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), celebrada en Florianópolis, Brasil, el pasado mes de septiembre con la participación de delegados de 12 países, eligió a José Marques de Melo –director de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo– como nuevo presidente de la Asociación.

Se acordó también nombrar a la Universidad de São Paulo sede de la ALAIC durante el próximo trienio. Como vicepresidentes se eligieron a Javier Esteinou (México) y a Diego Portales (Chile), y como suplentes a Margarita Kunsch (Brasil) y a Enrique Sánchez Ruiz (México).

Al tomar posesión, el doctor Marques de Melo destacó la necesidad de revitalizar la investigación de la comunicación en América Latina, dándole una mayor proyección internacional. Señaló además la necesidad de independizarnos de los modelos foráneos a los que estamos subordinados, sin que ello signifique descuidar la cooperación internacional dentro de los patrones marcados por la bilateralidad y la reciprocidad académica.

Entre los acuerdos a que llegaron los delegados, destaca la determinación de modificar los estatutos de la ALAIC, de modo que ésta congregue, además de las asociaciones nacionales, centros de investigación e investigadores autónomos, principalmente de los países donde no exista una organización nacional o regional que reúna a los profesionales del área.

Los participantes acordaron también organizar el Primer Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. El encuentro se realizará de manera conjunta con el XVIII Congreso Mundial de Investigadores de la Comunicación (International Conference of IAMCR) que tendrá lugar en la ciudad de São Paulo en septiembre de 1992.

La dirección de la nueva sede de la ALAIC es: Escuela de Comunicaciones y Artes de la USP. Av. Prof. Lucio Martins Rodrigues, 443, bloco A, sala tres, cidade universitária, São Paulo, Brasil. Tel: 814-4764, telex: 80629 UVSI-BR, telefax: 815-4272.

Ex-Libris

Prensa y nueva tecnología

Ana María Menéndez
y Florence Toussaint.
Editorial Trillas, México, 1989.

A fines de la década de 1960 se inició una reconversión tecnológica en la prensa mexicana que aún hoy, cuatro lustros después, está lejos de concluir. Las computadoras, las nuevas rotativas, el rayo láser, paulatinamente se han introducido en la prensa mexicana. Los cambios en las formas de producción y en las condiciones laborales que esto ha significado son, en realidad, dos caras de un mismo problema: la modernización.

En *Prensa y nueva tecnología*, Ana María Menéndez y Florence Toussaint abordan este tema explicando —en primer término— cuáles son las nuevas tecnologías que han penetrado a la prensa mexicana, y analizando —en un segundo nivel— las ventajas y desventajas de las mismas en el caso mexicano.

En palabras de las autoras, el objetivo principal de su investigación es “conocer cómo se introdujeron estas nuevas tecnologías en la prensa metropolitana, qué partes del proceso de producción se modificaron y cuáles han sido sus repercusiones laborales”. En este triple objetivo está el interés del libro, dada la escasez de estudios sobre el particular.

En sólo 114 páginas, Menéndez y Toussaint recorren el tema en sus diferentes facetas: la historia de la tecnología periodística en México; las modificaciones que ha experimentado el proceso periodístico en los principales diarios del Distrito Federal y algunos de provincia; el mercado de la tecnología periodística en el país; y, finalmente, las consecuencias laborales de la nueva tecnología. Los periódicos que sirvieron a la investigación son los capitalinos: *Excélsior*, *El Universal*, *Novedades*, *El sol de México*, *La Jornada*, *El Esto*, *La Prensa*, *La Afición*, y *El Herald de México*. De provincia se tratan los casos de *El Informador*, de Guadalajara, y el *Diario de Yucatán*, de Mérida.

La razón de la preferencia por la prensa del Distrito Federal obedece a que es en ella donde más claramente se observa la modernización tecnológica. A dos décadas de iniciado este proceso, los planteamientos que le dieron origen siguen siendo los mismos: bajar los costos de producción, ahorrar tiempos y aumentar la calidad del producto. La reconversión ha sido gradual en razón del alto costo de la nueva tecnología y de que los diarios han adaptado la tecnología a sus necesidades (y no al revés, como frecuentemente sucede).

Existen tres grandes grupos de periódicos según el grado de modernización alcanzado: los del sistema tradicional (como *Excélsior*), los de sistema intermedio o mixto (como *El Universal* y *Novedades*), y los de sistema moderno o línea “de principio a fin” (como el *Diario de Yucatán*). La renovación tecnológica —señalan Menéndez y Toussaint— también ha sido gradual según las áreas de producción: redacción, composición e impresión. Las primeras en transformarse fueron las de composición e impresión, donde la fo-

to composición, el *offset* y el *láser*, han sustituido al linotipo y las matrices. Posteriormente, fueron las áreas de redacción las que se modernizaron al suplantarse las máquinas de escribir por videoterminals. Otros cambios importantes en la producción periodística se refieren al uso del facsímil y del satélite para la edición simultánea, en diferentes ciudades, de un periódico de carácter nacional.

Las innovaciones tecnológicas —muchas de ellas sorprendentes y fascinantes—, en opinión de las autoras, no significan necesariamente, como se pudiera creer, una mejora en la prensa misma ya que “ni la más compleja maquinaria tecnológica que incluya un sistema electrónico de vanguardia para producir periódicos, podrá suplantarse la creatividad y el trabajo intelectual del periodista, que son la base del quehacer cotidiano de la prensa y la garantía de su calidad”.

Con un lenguaje accesible y una metodología de orientación didáctica, el libro ofrece al lector una visión del problema prensa-tecnología. Investigación pionera en un campo dinámico y complejo, *Prensa y nueva tecnología* seguramente se convertirá en el punto de partida de estudios más profundos y sistemáticos sobre aspectos específicos del problema.

Revista de estudios sobre culturas contemporáneas

Vol. II, No. 6. Universidad de Colima, Colima, 1989.

Después de muchos meses de espera, al fin apareció el número seis de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Se trata de una publicación que, auspiciada por la Universidad de Colima, ha permitido la difusión de resultados de uno de los programas de investigación más interesantes y prometedores que hayamos presenciado en el ámbito de la comunicación y la cultura actual. Teniendo como eje editorial al Programa Cultura—con sede en el Centro Universitario de Investigaciones Sociales de la citada Universidad—la dirección y el consejo editorial de la revista han puesto especial atención en publicar ensayos de personalidades cuyo centro de trabajo no se encuentra en Colima, pero cuyos estudios se relacionan con tres problemáticas:

- a) culturas populares y frentes culturales;
- b) cultura urbana,
- c) e industrias culturales.

De esta forma han logrado superar los conocidos *feudos* académicos que proliferan en la mayor parte de las publicaciones periódicas universitarias. Basta con revisar el índice de autores para constatar la pluralidad con la que está concebida la revista.

Siete artículos conforman el número, mismos que, presididos por una *Introducción* al estilo de Jorge González (director), recorren diversas temáticas y maneras particulares de abordaje, pero que se encuentran ligados entre sí por una preocupación permanente, a saber: cómo teorizar, reflexionar y analizar a los movimientos sociales desde perspectivas novedosas. Algunos exploratorios, otros más acabados, los artículos hacen constante referencia a la necesidad de revisar, cuestionar e incluso proponer distintos paradigmas conceptuales para explicarnos una serie de fenómenos socioculturales. Los trabajos de J. Galindo (*La ambición del orden en juego*) y de P. Schlesinger (*Identidad nacional: crítica de lo que se entiende y malentiende sobre este concepto*), nos invitan a una reflexión y revisión de orden teórico acerca de cómo se han estudiado los movimientos sociales y las identidades nacionales, así como cuáles serían algunas líneas de investigación alternativas.

El análisis de las *formas de expresividad cultural completamente vivas y vivientes* que ofrecen C. Heáx para el estudio del Corrido y la Bola Suriana, y A. De Garay en el caso del rock, son muestras palpables de la exploración analítica sobre nuestra cultura actual.

El ensayo de A. Sevilla presenta una serie de relaciones entre el movimiento urbano popular y el patrimonio cultural (el caso de la colonia Morelos de la ciudad de México). Por su parte, S. Espinosa escribe un ensayo sobre la uni-

versidad y los problemas de la modernidad y G. Neoechea describe y analiza el caso concreto de un movimiento social en relación con la cultura política: las mujeres de los obreros de Río Blanco, Veracruz.

Finalmente, dentro de la sección de Metodología, Métodos y Técnicas, se presenta un interesante ensayo de A. M. Cirese (asesor internacional de la revista), quien hace una serie de consideraciones en torno al uso de las computadoras en la vida social.

En resumen, se trata de un volumen coherente y sólido que fortalecerá el prestigio de *Culturas Contemporáneas*. Esperamos que la necesaria continuidad en la periodicidad de su publicación no vuelva a quebrantarse en el futuro. Revistas universitarias abundan, las de calidad escasean. El esfuerzo y voluntad de trabajo que existe detrás de la revista hay que mantenerlo e impulsarlo. Vale la pena.