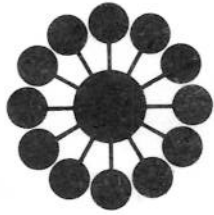


CCC
AI
1023



enlace **CONEICC**

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

Número

4

1991

Nueva Época

Editorial	2
VII Encuentro FELAFACS-CONEICC	3
Un canal cultural no se define por tratar temas culturales: Beatriz Solís	6
Programa de Trabajo del Comité Coordinador del CONEICC 1991-1994	8
José Márques de Melo impartió un curso en la Ibero	10
Primer diplomado en la industria de la música: Universidad Anáhuac	11
La prensa y su información: un problema en la frontera	15

Editorial

Directorio

Presidente:

Mtro. Jorge Calles.
Universidad de las Américas.

Vicepresidente

Dr. Pablo Arredondo.
Universidad de Guadalajara.

Secretaria de Actas:

Lic. Patricia González.
Universidad de Sonora.

Tesorero:

Mtro. Luis Núñez.
Universidad Iberoamericana.

Coordinador de Asuntos Académicos:

Mtro. Francisco Aceves.
Universidad del Valle de Atemajac.

Coordinador de Investigación:

Dr. Enrique Sánchez.
Universidad de Guadalajara.

Coordinador de Documentación:

Mtro. Raúl Fuentes.
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores.

Coordinadora de Difusión:

Mtra. Ana María Menéndez.
Universidad Anáhuac.

VOCALIAS:

Lic. Nora Espinoza.
Universidad Autónoma de Coahuila.
Lic. Manuel Ortiz.
Universidad Autónoma de Baja California.
Lic. Aldo Chávez.
Universidad Intercontinental.
Lic. Edelmira García.
Universidad Veracruzana.
Lic. Jaime Severino.
Instituto Tecnológico de Monterrey,
Campus Qro.

Boletín informativo CONEICC, tercera época.
Número 4, segundo semestre de 1991.
Publicación del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, A.C. Distribución gratuita. Los artículos firmados son responsabilidad del autor. Para cualquier asunto relacionado con este boletín dirigirse a la editora responsable: Ana María Menéndez, Coordinación de Publicaciones Académicas de la Universidad Anáhuac.
Diseño de Portada: Lourdes Dávila L.

Una de las actividades que actualmente resulta central para el CONEICC es la organización del VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social que se llevará a cabo en Acapulco, Gro., del 26 al 30 de octubre del próximo año.

Además de representar una oportunidad de reunirnos con nuestros colegas nacionales y latinoamericanos, nos permitirá reflexionar y profundizar sobre temas que nos atañen no sólo como estudiosos de la comunicación, sino como miembros de un gremio preocupado por los actuales cambios con tendencia globalizadora que están afectando a nuestra región, dado que el objetivo central del encuentro es reflexionar sobre la forma en que los procesos globalizadores de integración económica están afectando los sistemas culturales y comunicacionales en el subcontinente y los efectos de los mismos sobre el tejido cultural de la región.

Algunos puntos sobre la justificación académica del VII Encuentro así como la temática de trabajo son explicados en uno de los artículos de este número de *Enlace CONEICC*; cabe añadir que todavía podrían darse pequeños cambios o ajustes por parte de FELAFACS.

El programa de trabajo del Comité Coordinador 1991-1994 es otro de los puntos a tratar, eje principal de las actividades del CONEICC, que pretende, en primera instancia, responder a los objetivos que se planteó el Consejo desde un principio como son, entre otros, propiciar la comunicación entre profesores e investigadores, fomentar la investigación y la enseñanza de la comunicación y recomendar normas de calidad académica para que sean retomadas por las diferentes instituciones donde se imparten las ciencias de la comunicación.

Se habla también sobre los Talleres de Actualización Académica CONEICC-FELAFACS dirigidos a profesores e investigadores de las instituciones pertenecientes al CONEICC. Valdría la pena destacar que es importante que los profesores aprovechen al máximo las posibilidades de actualización que éstos ofrecen.

Finalmente, quiero agradecer a los miembros del Comité de Difusión que colaboraron en este número de *Enlace CONEICC*. Es nuestro trabajo en los Comités lo que nos fortalece como institución y lo que permite que nuestras escuelas de comunicación tengan una participación activa en el logro de las metas que se han propuesto alcanzar, con su presencia en el CONEICC.

VII

Encuentro FELAFACS

Encuentro CONEICC

I Muestra Iberoamericana
de Producción de Medios

II Reunión de Organismos
Latinoamericanos de
Comunicación

El próximo octubre de 1992, la ciudad de Acapulco Gro., será sede anfitriona del VII Encuentro Latinoamericano de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) con el tema "Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana"

Dicho encuentro está llamado a ser "un espacio de reflexión", puesto que congregará a investigadores, formadores y profesionistas de la comunicación del continente americano. Será la oportunidad de hacer una reflexión crítica y constructiva, en torno a la realidad y a los problemas de la integración latinoamericana, a la luz de las dinámicas comunicativas y de sus implicaciones culturales.

Objetivo general

Se analizarán las tendencias que se observan en el actual desarrollo de los sistemas culturales y comunicacionales en América Latina, la manera en que están siendo afectados por los procesos de integración económica en el terreno de la economía internacional y los efectos de los mismos sobre el tejido cultural de la región.

El objetivo fundamental se centrará en el intercambio de conocimientos sobre cuatro ejes temáticos, vistos a la luz de una perspectiva multidisciplinar, éstos son:

- a) Las especificidades culturales y la identidad latinoamericana.
- b) Situación actual y perspectivas de las industrias culturales en la región.
- c) El aporte de los sistemas de comunicación a la transición democrática.
- d) La generación de conocimientos y la formación de profesionales de la comunicación en América Latina.

Mecánica del trabajo

Se contempla que la discusión de estos temas se lleve a cabo en mesas de trabajo, con la participación de un máximo de cuatro ponentes por sesión y dos sesiones por día. El trabajo de las mesas se desarrollará durante el segundo, tercero y cuarto días del encuentro. Cada mesa —a través de un representante— reportará a la asamblea la síntesis de los debates e intercambios, durante el último día del encuentro.

También se advierte la necesidad de invitar a estudiosos y analistas de la problemática latinoamericana en sus diferentes dimensiones. Se busca un diálogo fructífero de los estudiosos de la comunicación, con los de la economía, la política y la cultura.

Sobre la identidad latinoamericana

El primer tema exige encarar una interrogante fundamental: ¿en qué

medida y cómo se puede hablar de unidad cultural que distingue y le da especificidad a nuestro subcontinente? Se debatirá sobre el concepto mismo de identidad. Por tanto, se analizarán los riesgos previsibles a la cohesión cultural latinoamericana en el nuevo contexto de globalización de las economías y se considerará la vigencia de algunas tesis como la del imperialismo cultural, entre otras.

Y dentro de este contexto, el papel que desempeñan los procesos de comunicación como factores de reproducción y/o afectación de la(s) identidad(es) propias de la región.

Las industrias culturales

Se hará un análisis del estado actual y las perspectivas de desarrollo de las industrias culturales de Latinoamérica, en particular de aquellas que inciden en el ámbito masivo. Observar las formas predominantes de reorganización y de operación de los grandes medios de comunicación así como de sus procesos.

Se pretende evaluar iniciativas que han surgido en el área para desarrollar formas de integración e intercambio de mensajes, muy particularmente en el ámbito periodístico.

La comunicación y el proceso democrático

En este rubro se discutirá sobre la forma en que los medios de comunicación han enfrentado los recientes cambios políticos en Latinoamérica. Una apreciación de la manera con que se desarrollan las relaciones entre los centros de poder político y los medios y de la capacidad de estos últimos para servir de interlocutores de la sociedad civil. Asimismo, se pretenderá redimensionar la idea de "políticas nacionales" en materia informativa. Por otro lado, se revisará la capacidad y la voluntad de los sistemas informativos para ejercer una tarea de supervisión social sobre los centros de poder.

En esta temática también estarán presentes la opinión pública y las formas de estudiarla.

Formación de comunicadores

En el espacio de encuentro de investigadores y docentes de la comunicación, se ha creído necesario debatir dos aspectos modales: 1) La situación de la investigación de la comunicación en América Latina y 2) Las actuales estrategias de la formación de profesionistas para esta disciplina. En el primero, existe la necesidad de sistematizar las tendencias predominantes de la investigación y

de discutir sus logros y sus carencias. Además se debatirá sobre las formas en que el conocimiento científico de los fenómenos comunicativos circula en la región, así como las maneras en que los productos de la indagación se incorporan a los procesos de enseñanza/aprendizaje.

Con relación al segundo punto, se pretenderá el intercambio de docentes y organizadores de la enseñanza, para evaluar la consistencia externa de las estrategias y de las prácticas educativas en marcha.

"La revolución de las comunicaciones se ha venido a sumar de manera más que evidente a las tendencias globalizadoras del presente siglo y del ya cercano nuevo milenio. Sin ser una preocupación nueva, el papel de la comunicación en los procesos de integración cultural y de mediación social adquiere, indiscutiblemente, un sentido aun más trascendente, en el contexto de los cambios económicos y políticos de la pasada década. La deidificación del mercado como la plataforma ideal del desarrollo, junto a las mutaciones políticas de regímenes relativamente cerrados y rígidos son, para el caso de Latinoamérica, el punto desde el cual debe observarse el problema de la integración y el contexto dentro del cual tiene que ser analizado el aporte de los sistemas de comunicación social al estado actual de cosas. De ahí, pues, la

Primera Muestra Iberoamericana de Producción de Medios

Yumín Montfort

FELAFACS también convoca a la Primera Muestra Iberoamericana de Producción de Medios de Comunicación, a realizarse en el mismo lugar y mismas fechas del Concurso del Cartel.

1. Podrán participar producciones de medios realizadas como parte del proceso de enseñanza aprendizaje, por profesores y/o estudiantes de cualquier facultad o escuela de Comunicación de los países iberoamericanos.

2. Se considerarán las siguientes categorías:

a) *Video* (formato VHS, sistema NTSC, duración máxima 20 min.); b) *Cine* (formato 16 mm., duración máxima 20 min.); c) *Radio* (cinta de cassette, duración máxima 20 min.); d) *Fotografía* (b/n, formato 8" x 10"; color, formato 8" x 10", montaje en papel ilustración de 10" x 12"); e) *Prensa* (periódico universitario, formato libre; revista universitaria, formato libre); f) *Diseño Gráfico* (cartel, formato 60 x 45 cm.); *Historieta*, formato libre. *Caricatura* (formato 8" x 10") *Portadas* (formato 5" x 8"). *Diseño Publicitario* (formato 8" x 10").

3. Los países convocados podrán participar en la muestra con una producción por cada cinco escuelas asociadas en FELAFACS hasta un máximo de 4 producciones por país en cada una de las categorías y subcategorías. Los mecanismos de selección apropiados, deberán buscarse ya sea a través de las asociaciones nacionales, o mediante una selección establecida de común acuerdo entre las facultades o escuelas afiliadas a la Federación.

5. El tema será libre.

6. Los trabajos seleccionados serán exhibidos durante la celebración del VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, del 26 al 30 de octubre de 1992, en el Centro de Convenciones de Acapulco.

7. Todos los trabajos seleccionados en cada país deberán ser enviados acompañados de las cédulas correspondientes así como de una carta oficial de la Asociación Nacional correspondiente, o del responsable de la selección a:

Primera Muestra Iberoamericana de Producción de Medios de Comunicación.

Cine, Video, Audio, Lic. Daniel Varela. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara. Paseo Poniente No. 2093, Jardín del Country. A.P. 6-216. 44260 Guadalajara, Jal. México.

Fotografía, Prensa, Diseño. Lic. Ana Lilia García Moreno. Depto. de Comunicación, Universidad Iberoamericana. Prolongación Paseo de la Reforma No. 880. Col. Lomas Santa Fe. C.P. 01260 México, D.F.

9. Las cédulas deberán contener los siguientes datos:

Autor(es), país, institución, título, datos técnicos (técnica utilizada, medidas, etc.), duración, fecha de realización, síntesis del contenido (100 palabras), otros datos de importancia.

10. Los trabajos podrán presentarse a partir de la publicación de la presente convocatoria hasta el 31 de julio de 1992.

Un canal cultural no se define por tratar temas culturales: Beatriz Solís

Jesús Alberto Hernández

* La decisión del Gobierno será otorgar al Canal 22 el carácter cultural solicitado: CSG.

* La comunidad puede y debe exigir, pero al mismo tiempo participar y elaborar propuestas viables: Beatriz Solís.

* El modelo vigente de televisión cultural ha reproducido el modelo informacional en el que comunicar cultura es sólo difundirla.

Se ha dicho que gobernar es comunicar y esto tiene relación con la propuesta de otorgar al canal 22 el carácter cultural con objeto de satisfacer las necesidades de la sociedad mexicana, lo que obligó al Estado a revalorar la importancia de los medios públicos en un marco de diversidad, sin más restricciones que la calidad, eficiencia y lealtad a la nación. Sobre lo anterior, el Jefe del Ejecutivo reconoció: "el planteamiento inicial obligó al Estado a reflexionar y la propuesta que hoy se presenta nos obliga a actuar".

Será esta la primera vez que México cuente con un canal de televisión de interés público en calidad eminentemente cultural, que pretende convertirse en un canal nacional extendiendo su cobertura a todo el territorio y atendiendo la necesaria descentralización de sus programas y la producción de los mismos.

"Hemos sido testigos de la unilateralidad con que se llevan a cabo los procesos de comunicación, anteponiendo los intereses particulares a los generales; de la enajenación de un entretenimiento verticalmente programado y de la política de información que intenta satisfacer a quienes la suministran y no a quienes la reciben". Dijo Beatriz Solís al presentársele al presidente Salinas el documento "Consideraciones en torno al Canal 22", el 25 de junio de 1991.

"El modelo vigente de televisión

cultural —abundó Beatriz Solís— ha reproducido el modelo informacional en el que comunicar cultura es sólo difundirla".

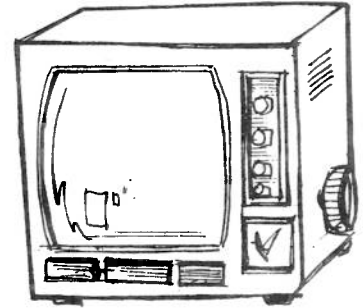
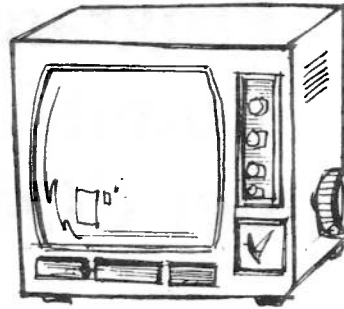
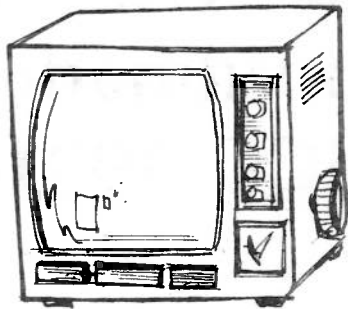
"Un canal cultural no se define por tratar temas culturales, sino por su forma de acercarse a los mismos, su sentido crítico como garantía de que con entera libertad y pluralidad se verán atendidas las necesidades en ese campo, de los diversos sectores que forman la sociedad mexicana"—puntualizó.

La propuesta inicial del gobierno Federal consistía en poner a la venta 69 canales que incluían la red de canal 7 y el canal 22. Ante esta decisión, algunos miembros de la comunidad intelectual mexicana discutieron seriamente el significado de dicho proceso de privatización de la T.V. nacional.

Tal inquietud coincidió con el cambio de proyecto de canal 9 de Televisa, que modificó su programación, resultando el canal 11 como único proyecto educativo, cultural y estatal.

El 25 de enero se publicó un desplegado suscrito por más de 800 intelectuales que constaba de tres solicitudes fundamentales:

- Que el canal 22 no fuera vendido a inversionistas privados y continuara perteneciendo al Estado con el propósito de cubrir cualquier día el territorio nacional.
- Que el Estado asumiera los costos financieros y operativos del



canal 22 con el fin de convertirlo en un canal cultural.

- Que para ello fuese integrado un Consejo plural y representativo que diseñara un proyecto de planeación.

El 22 de febrero Carlos Salinas de Gortari respondió dicha petición asegurando que: "la decisión del gobierno será la de otorgar al canal 22 el carácter cultural solicitado por la comunidad intelectual —dijo— designando un Consejo de Planeación (*integrado por veinte personas*) que a su vez defina un proyecto no sólo de programación, sino técnico y financiero".

La primera tarea que el Consejo de Programación asumió fue plantear el perfil del canal bajo la definición de qué se entendía por un canal cultural, cómo se le visualizaba, quedando finalmente constituido por las propuestas financiera, administrativa, normativa, técnica y programática.

"Se ha convertido al canal 22 en una sociedad anónima (*Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.*) aunque —según nos refirió Beatriz Solís en entrevista exclusiva— requiere aún de muchos recursos para comenzar a funcionar y mantener la calidad pretendida. Necesita en un primer momento el subsidio del Estado, que como sabemos, asumió el compromiso. Sin embargo, los miembros del Consejo coincidimos

en considerar que los medios de comunicación no deben ser vistos como parte de la función gubernamental".

"Es importante darle un giro a la legislación actual que asigna a los medios a la Secretaría de Gobernación, y ser congruentes con el concepto de que más que aparatos de gobierno deben serlo de cultura" —dijo.

El esquema de financiamiento contemplado por el Consejo de Programación considera dos tipos de apoyo de carácter estatal: un subsidio de operación y otro de inversión. Este último muy importante dado que será necesario desplazar la antena de transmisión, ubicada actualmente en el Ajusco, hasta el cerro del Chiquihuite, con objeto de cubrir no sólo la totalidad del D.F., sino parte de los estados de Hidalgo y México, eliminando así el uso de repetidoras.

El cálculo presupuestal de operación e inversión para la primera fase del proyecto se estima en alrededor de 6 millones de dólares U.S., inversión inicial, y 18 millones aproximadamente de gasto anual. Sin embargo, este novedoso proyecto financiero se encuentra apoyado en otras fuentes de obtención de ingresos en la búsqueda del autofinanciamiento, mismo que se constituirá a través de mecanismos tales como:

- Comercialización de los tiempos de televisión, tanto a instituciones privadas, como a dependencias y/o entidades públicas.
- Patrocinios.
- Comercialización de espacios mediante la difusión de mensajes promocionales producidos y vendidos por el canal, o bien "spots" realizados por las instituciones interesadas. (No se niega la posibilidad de hacer comerciales con fines publicitarios).
- Coproducciones.
- Venta de derechos de transmisión a través de convenios de colaboración con sistemas estatales de televisión, universidades o televisoras privadas de los estados.
- Derechos de exhibición y distribución de los programas producidos y adquiridos.

En torno a la programación, el proyecto de canal 22 pretende producir sólo el 14% de ella; adquirir del extranjero el 26% de la misma; contar con un 52.5% de su tiempo con pre-producciones del acervo nacional; y un 6% de coproducciones.

El acervo nacional estaría constituido por material de instituciones educativas, estatales, emisoras de radio y T.V., productores particulares que aporten producciones inéditas mediante convocatorias y concursos.

Programa de Trabajo del Comité Coordinador del CONEICC 1991-1994

Rafael Reséndiz

Profundizar la labor de gestión del desarrollo académico en el campo de la comunicación, eje del programa de Jorge Calles

En la XXI Asamblea Ordinaria del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación (CONEICC), celebrada en la ciudad de Hermosillo, Son., los días 18 y 19 de abril de este año, tomó posesión el Comité Coordinador que estará al frente del Consejo de 1991 a 1994.

En dicha sesión el presidente del Comité Coordinador, el Mtro. Jorge A. Calles de la Universidad de las Américas-Puebla, presentó al pleno de la Asamblea el plan de trabajo que regirá las actividades del organismo, así como la constitución de la mesa directiva.

Tras destacar los objetivos perseguidos por el consejo desde sus

inicios, el documento plantea cuáles han sido los problemas a los que se ha enfrentado para poder cumplirlos, entre los que se encuentran: el alto número de escuelas de comunicación en el país; el desigual desarrollo regional en México, que ha repercutido en las diferentes formas de entender la formación del profesional de la comunicación. Lo anterior desemboca, entonces, en perfiles diferenciados de las escuelas y centros de enseñanza que de alguna forma quedan determinados por las necesidades sociales y el campo laboral a ser atendidos.

Por otro lado, se destaca la vieja problemática de la falta de integración entre la investigación y la docencia de las ciencias de la comunicación, punto nodal en el planteamiento de la currícula para la enseñanza de la comunicación y en el ejercicio y papel de la investigación de las instituciones educativas en esta área.

Para resolver esta situación y cumplir cabalmente con los objetivos del Consejo, el presidente del comité coordinador presentó la propuesta de plan de trabajo que tiene como eje rector el mantener y profundizar la labor de gestión del desarrollo académico del campo de las ciencias de la comunicación, bajo siete objetivos básicos.

1. Sostener y profundizar la vinculación entre investigación y docencia, a través del apoyo a las



Miembros del Comité Coordinador del CONEICC 1991-1994.

actividades que permitan a la actividad docente de la comunicación estar sustentada en el conocimiento científico producido en nuestro país y que dé como resultado la formación de cuadros profesionales que respondan a las necesidades de cada región del país.

2. Continuar con la identificación de problemas de tipo académico y contribuir a su posible solución con base en la interrelación institucional para resolver problemas de tipo educativo, humano o de recursos económicos.

3. Sostener y profundizar la labor de documentación y difusión para resolver el problema de la disponibilidad de información actualizada y sistematizada. El propósito es continuar con las actividades del centro de documentación sobre comunicación del CONEICC, que bajo la introducción de nuevas tecnologías, permitan un beneficio a los integrantes del Consejo; también se continuará el apoyo a la difusión de material didáctico y de investigación que contribuya al enriquecimiento de las instituciones miembros.

4. Atender y promover la integración regional de las instituciones del Consejo con el objetivo de que la fuerza del CONEICC provenga del trabajo desarrollado por las instituciones educativas en las diferentes regiones del país.

5. Promover la importancia del Consejo como institución académica en el país reforzando su imagen en las diferentes instituciones nacionales y agrupaciones académicas, lo que traerá como consecuencia un mayor reconocimiento de la carrera en ciencias de la comunicación.

6. Fortalecer la presencia del Consejo en la comunidad académica de la comunicación en América

Latina a través del reconocimiento del CONEICC como fuerza relevante en la FELAFACS.

7. Buscar nuevas fuentes de financiamiento alternas a los recursos obtenidos por la FELAFACS y los encuentros organizados por el CONEICC, para mantener su ritmo de trabajo y cumplir con los objetivos planteados en este plan de trabajo. ■

Breve semblanza de Jorge Calles

Ana María Menéndez

El actual presidente del CONEICC es de origen tabasqueño, hizo su licenciatura en Ciencia de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana, posteriormente la maestría y estudios de doctorado en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología en El Colegio de México.

Antes de desempeñarse como presidente del Consejo, fue vicepresidente del mismo, actualmente es miembro del Consejo Editorial de la Revista *Códigos* y ha sido miembro de otras asociaciones profesionales como la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).

A partir de 1989, Jorge Calles es jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de las Américas-Puebla donde labora desde 1986, antes como profesor de tiempo completo en el mismo Departamento.

Entre las actividades académicas que ha realizado están la participación en el VI Encuentro del CONEICC (1990)

en Tampico, Tamaulipas con el tema "Modernidad, democracia y comunicación"; también participó en el Encuentro Latinoamericano de Comunicación "Comunicación y Cultura" organizado por la FELAFACS en la ciudad de Panamá, Panamá (1989) en la Mesa: América Latina y la Modernidad.

Entre sus artículos publicados: "Modernidad, democracia y comunicación" en *Códigos No. 1*, Cuadernos de Comunicación; "Modernización y comunicación: el reto de la prensa tabasqueña" en *Revista de la Universidad*, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y "1968-1988: el poder presidencial y la tentación del autoritarismo" en *Códigos No. 10*, Cuadernos de Comunicación. Actualmente Jorge Calles toma parte en la investigación "Análisis comparativo del manejo de la información política durante las campañas electorales de 1991 en prensa y radio en las ciudades de Puebla, Monterrey, Guadalajara y México.



José Márques de Melo impartió un curso en la Ibero

Ana Sara Ferrer

4

pertinencia del tema que convoca el encuentro de FELAFACS" (Pablo Arredondo Ramírez).

Junto con el VII Encuentro se ha programado la Primera Muestra Iberoamericana de Producción de Medios de Comunicación. Se trata de un evento complementario en que las facultades de América Latina, España y Portugal mostrarán una selección de las producciones realizadas en el proceso de formación académica de sus alumnos. El Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación — CONEICC— se unirá al evento con la celebración de su VII Encuentro Académico Nacional y su Asamblea General que integrará a delegados de 65 universidades mexicanas con escuelas de comunicación social.

Se llevará a cabo también la II Reunión de Organizadores Latinoamericanos del Área de la Comunicación, con el propósito de diseñar planos de acción y cooperación horizontal. ■

El pasado mes de mayo, el Dr. José Márques de Melo, estuvo invitado a la Universidad Iberoamericana, donde impartió un curso de posgrado a los estudiantes de la Maestría en Comunicación. Dicho curso, también estuvo abierto a los profesores de comunicación del área metropolitana.

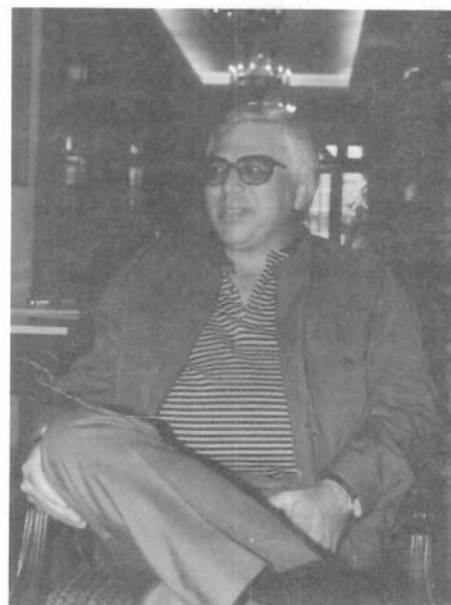
En este curso, llamado "Comunicación y Sociedad II", Márques de Melo, habló acerca del desarrollo de la sociedad y la comunicación en Brasil, desde las raíces portuguesas de la época colonial brasileña, hasta la sociedad actual y sus políticas de comunicación.

Asimismo, el Dr. Márques de Melo asesoró el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la propia Universidad Iberoamericana.

Actualmente, Márques de Melo es Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación, profesor y director de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de Sao Paulo y está considerado como uno de los grandes teóricos de la comunicación tanto en su país como en América Latina.

Es licenciado en Periodismo y Derecho, maestro en Ciencias de la Información Colectiva y doctor en Ciencias de la Comunicación. Ha escrito numerosos libros, entre los que se cuentan:

Comunicación comparada: Brasil-España; España: Sociedad y comunicación de masas; Comunicación en América Latina: Desarrollo y crisis; Comunicación: Teoría política y comunicación social: Teoría e investigación, entre otros.



Ha colaborado con las principales revistas en comunicación a nivel mundial, como la *Revista Latinoamericana de Comunicación* (Ecuador), *Cuadernos de Periodismo* (Portugal), *Diálogos de la Comunicación* (Perú), *Culturas Contemporáneas* (México), *Comunicación Latinoamericana* (Argentina) y *Medios, Cultura y Sociedad* (Inglaterra). ■

Primer diplomado en la industria de la música: Universidad Anáhuac

Los representantes de la Fundación Académica de la Industria de la Música y las autoridades de la Universidad Anáhuac, confirmaron la presencia de más de 45 expositores de lo más connotado en el medio de la industria musical de nuestro país en el diplomado que dará comienzo el 15 de octubre próximo en las instalaciones de la propia Universidad.

La FAIM busca elevar el nivel académico práctico de todos los que laboran en la industria de la música y se han dedicado a la tarea de metodizar y organizar el conocimiento de muchos años que

se reúnen en los coordinadores y los expositores que tomarán parte en este diplomado.

La Universidad Anáhuac, consciente de la importancia que tiene la música como poderoso medio de comunicación, ha dado soporte y cohesión a los temas del diplomado, el cual ha sido recibido con gran beneplácito por parte de las empresas discográficas, los artistas, críticos de arte y representantes del talento musical de México.

Cada uno de los socios fundadores de la FAIM, ha contribuido de manera importante

en este atinado proyecto que hace realidad por primera vez, el estudio profesional de los métodos y sistemas indispensables para desarrollar la industria de la música en forma acertada desde todos los puntos de vista.

Esta vinculación entre la FAIM y la Universidad Anáhuac nos deparará nuevas y gratas sorpresas en lo que a proyectos de elevación académica del ambiente de la comunicación musical se refiere.

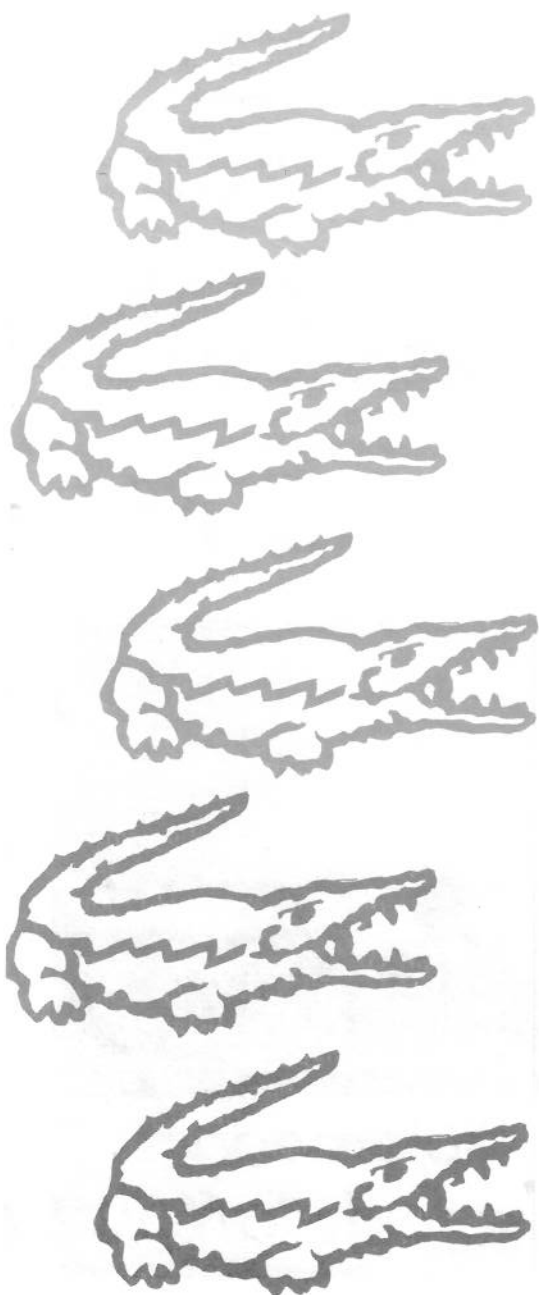
Las inscripciones para el diplomado de la industria de la música ya están abiertas en la Universidad Anáhuac. ■



Ex libris...

Javier Esteinou. Economía, política y medios de comunicación

Jaime Cordelio



Los trabajos de Javier Esteinou son ampliamente conocidos por los lectores académicos, ya que sus obras penetran cada vez más en los círculos de los poderes públicos y privados mediante la publicación de artículos en la prensa, así como en el ejercicio constante de su taller de investigación de donde surgen ensayos, críticas y análisis de diversos aspectos de los medios y las comunicaciones.

La obra que nos presenta Esteinou, corresponde al tercer lugar del "Primer Concurso Latinoamericano del Libro de Comunicación" organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Fundación Friederich Ebert de la República Federal Alemana, en Quito, Ecuador, en noviembre de 1984.

La observancia rigurosa del vínculo entre lo económico y lo estructural, constituye el algoritmo fundamental del mecano armado por Esteinou, para estudiar dialécticamente la dinámica histórica de los medios de comunicación en el continente americano.

Debido a la carencia de una línea teórico-metodológica definida y a la continua influencia de patrones intelectuales de países hegemónicos la trayectoria seguida por el estudio de los medios de comunicación en América Latina no ha sido fácil. Pero a pesar de estos obstáculos se ha

dado un avance significativo como lo demuestran las tres etapas de su historia cultural: la fase clásico-humanista, en la que se reduce la comunicación a una simple parte del fenómeno humano; la fase científico-técnica, donde se impulsa la investigación en aspectos psicológicos, sociológicos y antropológicos de la comunicación, y se desarrolla la tecnología en el campo de las comunicaciones, y la fase crítico-reflexiva, en la que se inicia una actitud crítica frente a los modelos conceptuales, heredados de las etapas anteriores, lo cual generó pretendidos cambios epistemológicos que, a su vez, han dado origen a una concepción novedosa de la comunicación.

De ahí se desprende una nueva etapa intelectual que examina a la comunicación como parte de los procesos de producción social. Es decir, se avanza en la comprensión histórica de la función que tienen los medios de comunicación al analizarlos ya no como instituciones aisladas del conjunto de los fenómenos sociales, sino como producto de la amalgama de relaciones históricas que soportan a las sociedades donde actúan.

De ahí se derivan también las primeras reflexiones que pretenden explicar a la comunicación dentro de un marco histórico que le da sentido: la totalidad social. En este ambiente intelectual se ubican los cinco ensayos que integran

Economía, política y medios de comunicación, elaborados por Esteinou bajo una misma lógica de análisis: la comprensión de la comunicación a partir del comportamiento de la sociedad.

En su primer ensayo "el estudio totalizador de la comunicación de masas" pretende combatir la concepción idealista de la información que la estudia en forma aislada, y propone un examen desde el conjunto de relaciones fundamentales que determinan a la sociedad contemporánea. El surgimiento de los aparatos de comunicación de mensajes y su incidencia en el proceso de acumulación del capital corresponden al segundo ensayo donde Esteinou polemiza con las

herencias teóricas funcionalistas que explican la emergencia histórica de los medios como variables independientes del desarrollo social, y sugiere su asimilación desde el proceso de reproducción ampliada del capital moderno.

En el tercer ensayo titulado "El condicionamiento de los medios de información de masas" desmiente las versiones dominantes que presentan los medios como instituciones de entretenimiento, información y cultura, y expone los argumentos por los cuales hay que abordarlos como instrumentos culturales de subordinación mental del orden dirigente.

Más adelante con el título de "las tecnologías de información y la confección del estado ampliado"

reflexiona sobre el desplazamiento ideológico en torno a la escuela, la iglesia, la familia y otras organizaciones de socialización secundaria que han provocado los aparatos de información, y desarrolla las transformaciones que la presencia de éstos han generado sobre la estructura tradicional de la sociedad civil, para dar origen al estado ampliado como una faceta más del poder.

Finalmente con el ensayo "Medios de comunicación y capacitación de la fuerza de trabajo" Esteinou considera la nueva modalidad de calificación de la mano de obra que ha surgido a través del complejo audiovisual, y proyecta los lineamientos que aportará este fenómeno como moderna tendencia de educación de masas. ■



La programación estaría constituida por siete grandes rubros: artes escénicas, música y literatura, series y video experimental, ciencia y medio ambiente, cine, historia y sociedad, debate y opinión, programas infantiles y juveniles.

La estructura administrativa estará en estrecho contacto con la programación, lo que trae como consecuencia —entre otras propuestas— la creación de un Comité de programación paralelo a la estructura interna del canal, que implique la existencia de un coordinador por cada uno de los grandes rubros programativos y cuya función será la de evaluar las compras, producciones y coproducciones del canal.

Según palabras de la licenciada Beatriz Solís: "la estructura no pretende estar libre de las discrepancias susceptibles de producirse entre asesores y directores de programación, no obstante, su objetivo es dificultar las decisiones de carácter unilateral".

"Sin embargo —prosiguió— No se persigue hacer más difícil la labor del director del canal, quien en lo personal considero, deberá ser un individuo con capacidad ejecutiva, capacidad de dirección, una figura clave con visión estratégica, eficaz para defender el proyecto, con vasta experiencia y sensibilidad respecto a lo que aparecerá en pantalla; por ello, no me agrada la idea de que se tratara de alguien que no tenga un compromiso directo con el canal o que lo usara como un medio para satisfacer otros intereses. Tendrá que apoyarse en cada una de las figuras clave que integren el "Consejo de Programación, constituido también por profesionales involucrados con este trabajo".

"Este proyecto no depende de las personas o de los intereses particulares, los miembros del Consejo de Planeación deseamos que perdure no sólo a través de este sexenio y por ello hicimos a un lado cualquier lineamiento de tipo

individual" —aseguró. "Pese a que la respuesta por parte del sector estatal ha sido tardía, aún guardamos muchas expectativas en torno a nuestra propuesta, que ha marcado un precedente digno de elogiar. La comunidad puede y debe exigir, pero al mismo tiempo participar y elaborar propuestas viables. Nunca hubo un canal perteneciente al Estado, en donde la primera propuesta haya surgido de un órgano plural y colegiado en el que intervinieron gentes sin vínculo o compromiso alguno, más allá de la realización de este proyecto"— concluyó Beatriz Solís.

El comité coordinador quedó integrado de la siguiente manera: Mtro. Jorge A. Calles S. (Universidad de las Américas-Puebla), Dr. Pablo Arredondo Ramírez Vice Presidente (CEIC-U de G.), Lic. Patricia González Lozano Secretario (Universidad de Sonora), Mtro. Luis Núñez Gornés Tesorero (UIA), Dr. Enrique Sánchez Ruiz Coordinador



Talleres Nacionales de Actualización

Imelda Hernández M.

El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social, han programado una serie de talleres de actualización que se llevan a cabo a nivel nacional y van dirigidos a profesores e investigadores del área de comunicación.

Estos talleres tienen como objeto, ofrecer a los participantes un espacio para la presentación y discusión de un marco general para el diseño teórico y metodológico de la investigación de la comunicación social, haciendo énfasis en sus implicaciones regionales.

El primer taller se llevó a cabo del 11 al 15 de marzo en la Escuela de Comunicación Social de Culiacán, Sin., con el título "Análisis histórico-estructural de la comunicación social", y estuvo a cargo de Fátima Fernández.

"Recepción, apropiación y usos de la comunicación", es el nombre del segundo taller que se realizó en la Universidad de las Américas del 10 al 14 de junio y estuvo coordinado por Guillermo Orozco Gómez.

El tercer taller está programado del 23 al 27 de septiembre en la Universidad Autónoma de Nuevo León y se titula "Mediaciones organizativas e institucionales de la comunicación", en el que participó como coordinador del taller Gabriel Molina.

El 22, 23 y 24 de agosto, en la ciudad de Chapala, Jalisco se programó el taller de "Análisis y discusión sobre el cine en México". Para esta actividad, los participantes aportaron al taller una ponencia escrita con resultados o conclusiones del estudio realizado en el ámbito cinematográfico.

Por último, dada la proximidad de la Primera Muestra de Producción de las Facultades de Comunicación de América Latina, se ha hecho extensiva la invitación a todas las universidades y escuelas de comunicación, miembros del CONEICC, para participar en el "Taller Nacional de Asesoría y Promoción de la Producción", el cual tendrá lugar del 14 al 18 de octubre en las instalaciones de la Universidad Intercontinental.

El taller tiene como finalidad, evaluar la producción de medios en la enseñanza-aprendizaje en las universidades y escuelas de comunicación de nuestro país.

Asimismo, se convocó a principios de año a todos los egresados de licenciatura en las áreas de Humanidades, Ciencias Sociales y Comunicación, al concurso de tesis profesional sobre *El quehacer cinematográfico nacional*. Las instituciones convocantes fueron:

- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Instituto Mexicano de Cinematografía.

- CONEICC
- Dirección General de Actividades Cinematográficas de la UNAM.
- Centro de Capacitación Cinematográfica.
- CONACYTE
- Universidad de Guadalajara.

Los resultados se dieron a conocer en el mes de mayo, siendo los ganadores de este concurso las siguientes personas:

Primer lugar: Omar Torreblanca Navarro, con el trabajo titulado "El cine como experiencia didáctica".

Segundo lugar: Gabriela Yáñez Gómez, con la tesis "La adaptación cinematográfica: Juan Rulfo y el cine".

Tercer lugar: Iván Humberto Avila Dueñas, con "Estudio analítico de los agentes y personajes de las películas mexicanas de Luis Buñuel".

Los premios que recibieron estos tres trabajos fueron de \$5 000 000, \$3 000 000 y \$2 000 000 respectivamente, además de la publicación de la obra.

Por último hacemos una atenta invitación a todos los interesados en participar en el concurso de Cartel para promover oficialmente el VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social cuyo tema será: *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*, que tendrá lugar en el Centro de Convenciones de Acapulco, Gro., los días 26 al 27 de octubre de 1992. ■

La prensa y su información: un problema en la frontera

Segundo Encuentro de Escuelas de Comunicación
de las dos Californias en San Diego State University

Roberto Valero

Si bien el tema central del Segundo Encuentro de Escuelas de Comunicación de las dos Californias estaba centrado en el panel acerca de la televisión fronteriza, a la conclusión que se llegó luego de dos días de trabajos en San Diego State University, fue que es la prensa en general con su información, lo que representa un problema en la frontera México-Estados Unidos.

En la reunión que se llevó a cabo el 4 y 5 de abril en la Universidad mencionada, se dieron cita representantes de la Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Iberoamericana Unidad Tijuana, Southwest College, Grossmont College, San Diego City College, University of California en San Diego, así como University of San Diego.

Como invitados especiales estuvieron Peter Sampson, Cónsul de los Estados Unidos en Tijuana y representantes de las Universidades de Utah y Nebraska.

El encuentro se inició con mesas redondas entre catedráticos para discutir por separado los siguientes temas: prensa escrita, televisión, radio, teorías de la comunicación, fotografía y comunicación organizacional con relaciones públicas.

Independientemente de lo tratado en las mesas, sin duda lo más importante se dio en el segundo día de trabajos, cuando se efectuó el panel sobre la televisión y su

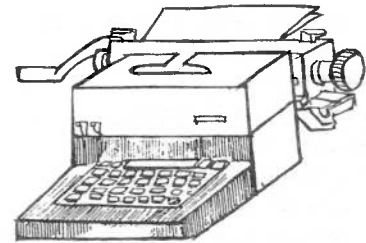
información en ambos lados de la frontera, así como las mesas redondas entre estudiantes, de donde derivó la conclusión principal, que fue como se citó antes, el mal manejo que se hace de las noticias.

El destacado doctor Michael Real fue quien externó primeramente tal comentario, apoyado en que existe mucha prensa negativa que se encarga únicamente de manejar y destacar los desastres, a lo cual se suman otras barreras para que haya un mejor entendimiento entre los habitantes fronterizos.

Entre esas barreras, además del lenguaje, están el nacionalismo, la xenofobia, el etnocentrismo, que vienen a reforzar viejos estereotipos.

Señaló que los medios se guían más por el interés comercial, y como si se hubiesen puesto de acuerdo con él, las participantes Jody Hammond del Canal 8 de San Diego, y Artemisa Fernández del Canal 33 de Tijuana, al tratar el tema presentaron videos que se transmitieron por sus televisoras días atrás, en los que claramente quedó mostrada la tendencia a presentar como noticia los aspectos negativos en lugar de los positivos.

La cuarta participación corrió por cuenta de la profesora Cecil Castellanos, de la Universidad Iberoamericana Unidad Tijuana, quien señaló que se debe trabajar mucho para encontrar un mejor entendimiento entre los Estados vecinos, lo cual se logrará solamente



con una mejor calidad en la comunicación.

Sobre lo último, refirió que se hace necesario poner más énfasis en la investigación, pues ahí encontraremos el camino para el mejor conocimiento mutuo. ■

NOVEDADES EN PUBLICACIONES

Francisco Aceves, Pablo Arredondo
y
Carlos Luna.
(compositores)
Radiodifusión regional en México.
Historias. Programas. Audiencias.
Universidad de Guadalajara, 1991

Horacio Guajardo
Asamblea de letras
Cuadernos del CONEICC, 1991

Catálogo
Instituciones de enseñanza superior
en ciencias de la comunicación.
(Licenciaturas, posgrados y centros
de investigación 1991-1991)
CONEICC, 1991

VI Reunión de la AMIC

Durante los últimos días de abril se realizó la VI Reunión de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación en La Trinidad, Tlaxcala a la que asistieron investigadores de diversas universidades del país con ponencias sobre la problemática actual de los medios de comunicación, con mayor énfasis en los medios audiovisuales; también se habló sobre la coyuntura actual de la comunicación y el sistema neoliberal existente; las redes en el contexto de la informática; la

13

de Investigación (CEIC-U de G.), Mtro. Francisco de Jesús Aceves G. Coordinador de Asuntos Académicos (Universidad del Valle de Atemajac); Mtro. Luis Fuentes Navarro Coordinación de Documentación (ITESO), y la Lic. Ana María Menéndez, Coordinadora de Difusión (Universidad Anáhuac).

Las vocalías quedaron integradas por el Lic. Jesús Razo Loreto Zona Centro (Universidad Intercontinental); la Lic. Edelmira García Díaz-Zona Golfo-Sureste (Universidad Veracruzana); la Lic. Nohora Eréndira Espinoza-Zona Noreste (Universidad Autónoma de Coahuila); el Lic. Jaime Severino Martínez-Zona Centro Occidente (ITESM-Campus Querétaro), y el Lic. Manuel Ortiz Marín-Zona Noroeste (Universidad Autónoma de Baja California). ■

televisión y el Tratado de Libre Comercio, la problemática que enfrenta el video independiente, la radio regional y su actual contexto, así como algunos análisis sobre los medios impresos como la prensa indígena, el seguimiento de la guerra del Golfo Pérsico en los periódicos del D.F., un análisis histórico del *Excelsior*, así como el planteamiento de la necesidad de interpretar los contenidos de la prensa desde un punto de vista global del papel político y social que juega la prensa en la coyuntura actual.

Se presentaron alrededor de 40 ponencias en dos días de mesas redondas que giraron en torno a tres ejes principales: una visión teórica, perfil de los medios impresos y perfil de los medios audiovisuales.

Durante el último día de trabajo de la VI Reunión se leyó una relatoría de las ponencias presentadas en las tres mesas, posteriormente, la Lic. Beatriz Paredes, gobernadora del estado de Tlaxcala clausuró la Reunión destacando el papel de los comunicadores, a quienes denominó como "la vanguardia del pensamiento más lúcido" y situando a la comunicación como uno de los temas centrales de nuestro tiempo ante el proceso de homogenización mundial.

Después de la clausura de los trabajos la asamblea de socios de la AMIC realizaron elecciones para un nuevo comité ejecutivo. ■

Miembros del Comité Coordinador del CONEICC 1991-1993.

Presidente

Ana María Menéndez (Universidad Anáhuac)

Vicepresidente

Javier Esteinou Madrid (Universidad Autónoma Metropolitana-X. Universidad Iberoamericana).

Secretaria

Sol Robina (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales)

Tesorero

Héctor Gama (Gama Comunicación)

Comité Académico

Delia Crovi (Universidad Nacional Autónoma de México)

Suplente

Nery Córdova (Universidad Autónoma de Sinaloa)

Comité de Investigación

Enrique Sánchez Ruiz (Universidad de Guadalajara)

Suplente

Josefina Vilar (Universidad Autónoma Metropolitana-X)

Comité de Documentación

Guillermo Michel (Universidad Autónoma Metropolitana-X)

Suplente

Eduardo Clavé

Comité de Difusión

Claudia Benasini (Universidad Iberoamericana)

Suplente

Napoleón Glockner (Universidad Nacional Autónoma de México)

Comité de Relaciones Exteriores

Francisco Aceves (Universidad de Guadalajara)

Vocal

Rafael Reséndiz (Universidad Nacional Autónoma de México)

Vocal

Héctor Parker (Radio, Cine y T.V. Gobierno de Tlaxcala)