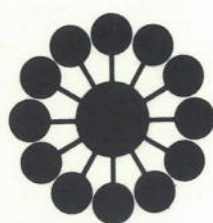


CCC
AI
1024



enlace CONEICC

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

Número
5
1992
Nueva Epoca

Editorial **2**

De la Presidencia
1992 Año de Paradojas **3**

Séptimo Encuentro
CONEICC/FELAFACS **5**

REPORTE
Taller Nacional de Asesoría y
Promoción de Producción
Audiovisual **7**

En la Cima de la Comunicación **8**

REPORTE
Medios de Comunicación y Sistemas
Informativos en México **9**

INVESTIGACION
La Formación Profesional de Comunicadores
Sociales en México **11**

Becas y Comunicaciones **12**

Directorio

Presidente:

Mtro. Jorge Calles
Universidad de las Américas

Vicepresidentes:

Dr. Pablo Arredondo
Universidad de Guadalajara

Secretaría de Actas:

Lic. Patricia González
Universidad de Sonora

Tesorero:

Mtro. Luis Nuñez
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 Puentes
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores
de Occidente

Coordinador de Difusión:

Mtro. Mauricio Guerrero
Centro Avanzado de Comunicación, A.C.

Vocalías:

Lic. Nohora 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 Sevastino
ITESM-Campus Querétaro

Boletín Informativo CONEICC, Tercera
Época.

Número 5, Primer Semestre de 1992.

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 al editor responsable.

Mauricio Guerrero, Director del Centro
Avanzado de Comunicación A.C.

Colaboraron en la edición de este número:

ITESM-Campus Monterrey, Universidad
Autónoma de Coahuila, Lic. Aurelio Colledo

y Jacqueline Ríos.

Editorial

Este número de ENLACE, que hoy tienes en tus manos, ha experimentado cambios en su formato, distribución y contenido.

No es un mero capricho, es resultado de una necesidad de optimización de recursos humanos y materiales, que nos obligan a ser cada vez más creativos, con el afán de buscar una participación cada vez más amplia dentro de las instituciones que conforman el Consejo, además de abatir costos de producción y eficientar la penetración en nuestras universidades.

Este, es un espacio de todos para la reflexión y la crítica lo mismo en el consenso, que en las diferencias, en donde habrá siempre un receptáculo de tus ideas, enfoques y maneras de pensar, para juntos engrandecer el campo de la enseñanza y la investigación de las ciencias de la comunicación. Y para crecer individual e institucionalmente, compartiendo lo que nos es común o nos inquieta; lo novedoso sobre enfoques, tendencias, métodos y procedimientos afines a nuestra área de conocimiento.

ENLACE debe reflejar el trabajo colectivo, diverso y plural que se genere en cada una de las vocalías y comités.

A partir de este ejemplar encontrarás nuevas secciones que se podrán ir modificando y enriqueciendo cada vez que tú establezcas el ENLACE.

ENLACE es un medio para comunicarnos.

ENLACE es el escenario de nuestras representaciones.

**Sin lugar a dudas
CONECC es una de
las organizaciones
académicas más
sólidas y activas del
país.**

En lugar a dudas CONECC es una de las organizaciones académicas más sólidas y activas del país. Por eso es la mejor opción para quienes desean elevar su nivel de calidad académica en sus diversas disciplinas.

El objetivo de la organización es brindar a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

Para ello se han creado diferentes programas de estudio y cursos que permiten a los estudiantes adquirir los conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos de la vida profesional y académica.

Además, se ofrecen servicios de asesoría y orientación a los estudiantes que desean mejorar su rendimiento académico y obtener mejores resultados en sus estudios.

En resumen, CONECC es una organización que ofrece a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

El objetivo de la organización es brindar a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

Para ello se han creado diferentes programas de estudio y cursos que permiten a los estudiantes adquirir los conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos de la vida profesional y académica.

Además, se ofrecen servicios de asesoría y orientación a los estudiantes que desean mejorar su rendimiento académico y obtener mejores resultados en sus estudios.

En resumen, CONECC es una organización que ofrece a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

El objetivo de la organización es brindar a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

Para ello se han creado diferentes programas de estudio y cursos que permiten a los estudiantes adquirir los conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos de la vida profesional y académica.

Además, se ofrecen servicios de asesoría y orientación a los estudiantes que desean mejorar su rendimiento académico y obtener mejores resultados en sus estudios.

En resumen, CONECC es una organización que ofrece a sus miembros un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos, así como también promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de enseñanza.

marca el país de formar profesionales con mayores niveles de calidad nos obliga a no descuidar nuestras actividades fundamentales. Por ello es que además de prestarle toda la atención que merece el Encuentro debemos pensar también en producir hacia dentro.

Lo hasta aquí discutido nos mueve a reflexionar sobre lo que podemos considerar es el problema central de nuestro Consejo: una institución grande en cuyo seno se encuentran integrada la mayoría de las escuelas de Comunicación del país, con no muy fuertes capacidades económica y organizativa y sí con fuerte dependencia de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). De ahí que la necesidad de mantener nuestro ritmo y nuestras actividades nos obligue a repensar nuestra situación y a idear estrategias de sobrevivencia y de avance.

Es preciso centrar nuestra atención en la consecución de mejores niveles académicos y esto significa varias cosas:

a) enfocar nuestros talleres seminarios y las diferentes actividades hacia los objetivos generales del Consejo.

b) Sostener el ritmo de trabajo que se está dando en las regiones y conducirlo en sentido de tales objetivos generales.

c) buscar la posibilidad de alcanzar la autosuficiencia financiera, ya sea mediante la consecución de nuevas fuentes de ingreso o mediante la realización de actividades en cada una de nuestras

regiones, que nos permitan conseguir recursos.

Sin lugar a dudas CONEICC, es una de las organizaciones académicas más sólidas y activas del país. No por nada se ha mantenido y ha crecido a lo largo de los dieciséis años que tiene de vida. Los frutos de su actuación los conocemos y los hemos disfrutado todos. Es necesario, por tanto, poner atención a la situación por la que atravesamos y dirigir toda nuestra imaginación y voluntad para planear una estrategia que nos posibilite alcanzar la tan deseada elevación de altos niveles de calidad académica en nuestras diversas instituciones.

Sin lugar a dudas
CONEICC es una de
las organizaciones
académicas más
sólidas y activas del
país.

SEPTIMO ENCUENTRO CONEICC/FELAFACS

Silvia Itze Gómez
Escuela de Periodismo
"Carlos Septién García"

Vivimos en la época de las comunicaciones y los cambios. Las primeras como vínculos generadores de transformaciones sociales, juegan un papel muy importante dentro de la mecánica de movimiento que rige al mundo y que lo sitúa en un plano globalizante y fortalecedor de lazos universales de valores económicos, políticos y culturales.

Actualmente somos testigos de cambios en los esquemas políticos y sociales de naciones que, como la Unión Soviética, han dado un giro y se presentan ante el mundo abiertas a las revoluciones que hoy se valen de diversos medios para obtener fines relacionados con el desarrollo integral del ser humano.

Sin embargo, todos estos cambios encuentran freno en sociedades

Sin embargo, todos estos cambios encuentran freno en sociedades como la latinoamericana que se encuentra en plena lucha por obtener su libertad política, económica y cultural...

como la latinoamericana que se encuentra en plena lucha por obtener su libertad política, económica y cultural ante la expansión de sistemas poderosos. De ahí surge la importancia de estudiar de manera precisa los procesos sociales que se viven en la

región y las implicaciones que las comunicaciones tienen para que dichos procesos se realicen ante un panorama distinto y cambiante.

Es tiempo de hablar

La necesidad de un estudio y reflexión sobre América Latina como un eslabón indispensable para obtener un desarrollo conjunto y total desde el punto de vista de las comunicaciones, ha dado un resultado la apertura de un foro de diálogo que se llevará a cabo durante el VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social y cuyo tema es: Comunicación, Identidad e Integración en Latinoamérica.

Este encuentro pretende reunir a investigadores, profesionistas, estudiantes y formadores de la comunicación

para realizar un trabajo crítico sobre cuatro puntos:

1. Especialidades y la identidad latinoamericana
2. Situación actual y perspectivas de las industrias culturales en la región
3. El aporte de los sistemas de comunicación en la transición democrática.

4. La generación de conocimientos y la formación de profesionales de la comunicación en América Latina.

El estudio del primer subtema se referirá a los problemas de la unidad cultural en América Latina, así como la definición de identidad atendiendo a sus raíces. Se analizarán también conceptos arraigados como el "imperialismo cultural" y las formas de conservación y producción de la cultura latinoamericana, además de la penetración de los medios de comunicación para la conservación o destrucción de la región.

El segundo subtema relacionado con las industrias culturales pretende la estimación del desarrollo de esas industrias y la organización de los medios de comunicación en la formación, distribución y consumo de mensajes atendiendo al público receptor dentro del proceso. De la misma manera, se tomarán en cuenta las repercusiones que tiene en el ámbito de las comunicaciones la apertura a mercados comunes y las estrategias de integración e intercambio de mensajes.

El tercer subtema tocará la asimilación por los medios de los cambios políticos en América

Latina, su compromiso con la sociedad civil, la relación con los centros de poder, la opinión pública y la tarea de los sistemas informativos para realizar una supervisión social sobre los centros de poder.

El último subtema se dividirá en dos apartados:

- a) Situación de las investigaciones de la comunicación en América Latina.
- b) Las actuales estrategias de formación de profesionistas para la comunicación.

Encuentro de encuentros

El VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social a realizarse los días 26, 27, 28, 29 y 30 de Octubre de 1992 será organizado por FELAFACS y el CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación) y tendrá como escenario el Centro de Convenciones de Acapulco en el Estado de Guerrero.

Las tareas de organización fueron distribuidas entre diversas universidades como: la Universidad Iberoamericana, Universidad de Guadalajara, Universidad autónoma Metropolitana plantel Xochimilco, el ITESO de Guadalajara y la Asociación de Egresados de Comunicación de Guerrero.

Simultáneamente a este evento se realizarán la I Muestra Iberoamericana de Producciones Universitarias de medios de comunicación, el VII Encuentro

Académico Nacional y la XXXIV Asamblea General del CONEICC, la V Asamblea General de FELAFACS y la II Reunión de organismos Latinoamericanos del área de Comunicación.

El Comité organizador espera recibir a cerca de 3000 participantes de 20 países de América Latina y de España, Portugal, quienes aportarán de manera activa en los trabajos a realizarse durante el encuentro.

El trabajo

Durante el VII Encuentro se pretende crear un diálogo entre los participantes a fin de llegar a un juicio analítico de la situación por la que atraviesan las comunicaciones en América Latina y los procesos culturales de integración que se registran en la región, atendiendo a los indicadores de cambios como la formación de bloques económicos, reafirmación de poderíos militares y capitalistas y contraposición de valores generales y particulares en el desenvolvimiento de las naciones.

Los debates e intercambios se realizarán en mesas de trabajo con la participación de un máximo de cuatro ponentes por sesión y dos sesiones por día.

Durante el encuentro se exhibirán los trabajos seleccionados de la Primera Muestra Iberoamericana de Producción de Medios de Comunicación que abarca las siguientes categorías: video, radio, fotografía, prensa y diseño gráfico.

Finalmente la II Reunión de Organismos Latinoamericanos de Área de Comunicación diseñará planes de acción y cooperación horizontal para Latinoamérica.

Los resultados

Si bien el principal objetivo de este encuentro no se basa en la búsqueda de conclusiones, sí pretende abrir un espacio donde se puedan debatir los problemas y situaciones actuales que se relacionan directamente con la comunicaciones en América Latina, su integración y su identidad.

La importancia fundamental para los participantes será adquirir herramientas suficientes para enfrentar profundos cambios en los cuales las comunicaciones se convierten en algo más que un intercambio biunívoco de información, y se presentan como un fenómeno que proporciona medio suficiente para la globalización de los sistemas y que tiene importantes implicaciones políticas y económicas en el mundo.

TALLER NACIONAL DE ASESORIA Y PROMOCION DE PRODUCCION AUDIOVISUAL

REPORTAJE REPORTAJE

Más de 16 universidades de distintos estados de la República Mexicana, estuvieron representadas en el taller nacional de asesoría y promoción de la producción audiovisual 1991, el cuál tuvo lugar en las instalaciones de la Universidad Intercontinental. Dicho Taller se constituyó para establecer criterios de evaluación sobre la producción de medios en el proceso de Enseñanza -Aprendizaje en las Universidades y Escuelas de Comunicación de nuestro país, y así poder clasificar y seleccionar el material que representará a México en la 1ra. Muestra Iberoamericana de producción de medios de Comunicación, convocada por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), a llevarse al cabo en octubre de 1992 en el puerto de Acapulco, Gro. dentro del marco del VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social que tendrá como tema: La Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana.

La duración del Taller se programó en tres días en los cuales, maestros de Universidades tan distantes como la de Baja California Norte, en Mexicali y la Autónoma de Guerrero en Chilpancingo, expusieron sus puntos acerca de algo tan complicado como es el tomar decisiones pero sobre todo en

lo que se refiere a criterios y modos de evaluación, que no son otra cosa más que, la manera específica de seleccionar objetivamente un gran número de trabajos en diferentes categorías como: Video, Cine, Radio, Fotografía, Prensa, Cartel, Caricatura, Diseño publicitario e Historieta.

Además de los criterios determinados que se obtuvieron, se logró conseguir un intercambio directo de crítica y enlace entre las Instituciones; retroalimentando técnicas utilizadas, modos de empleo de instrumentos, aparatos y la organización de los recursos humanos. Dentro de los trabajos del taller, estuvo el análisis del material audiovisual que traían consigo los maestros; se expusieron videos (reportajes y documentales), cortometrajes con técnicas cinematográficas, programas radiofónicos, ejemplares de publicaciones, fotografías en blanco y negro y color, etc. Donde se demostró que las Universidades del

interior, tienen la creatividad de poder lograr programas y materiales interesantes y de alta calidad comunicativa.

De las conclusiones a las que se llegaron entre otras, fueron las fechas de entrega de trabajos para su clasificación y aprobación del jurado para exponerse en la Muestra Iberoamericana en 1992. También se hizo hincapié en la necesidad de establecer mecanismos de intercambio y vínculos mayores entre Universidades y la realización de talleres especializados en distintas áreas de la Comunicación para los maestros docentes.

En la clausura del taller, estuvieron presentes: El Coordinador de asuntos académicos del CONEICC, Maestro Francisco Aceves; el Vocal de la Zona Centro, Lic. Aldo Chávez y el propio Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Intercontinental, Maestro Francisco Ontiveros H.

Dicho taller se constituyó para establecer criterios de evaluación sobre la producción de medios en el proceso de Enseñanza-Aprendizaje...

EN LA CIMA DE LA COMUNICACION: ANAHUAC 91

“No se puede gobernar sin comunicación social... pues ésta es la verdadera columna vertebral de toda sociedad”, afirmó Otto Granados, Director de Comunicación Social de la Presidencia de la República, en la inauguración de la Semana Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac, que se llevó a cabo del 4 al 8 de noviembre.

Durante el primer día de actividades, en la mesa redonda:

“La responsabilidad social de los medios de comunicación del Estado”, donde intervinieron Jorge Medina, Director de RTC; Pablo Hiriart, Director del Suplemento Político de “El Nacional”, se concluyó que tanto la Ley Federal de Radio y Televisión, como los medios de comunicación estatales, requieren de una real modernización. Asimismo, se puntualizó que los medios, tanto estatales como privados, deben internarse en las comunidades más apartadas de México para cumplir su cometido social.

En otra mesa redonda sobre “Las nuevas opciones en la televisión”, Miguel Angel Orozco, de Imevisión, y Pedro González de la Vega, de Teleprogramas de México, coincidieron en la importancia de la creatividad como requisito

Ma. Dolores López de las Heras.
Universidad Anáhuac - Norte
Presidenta de la Sociedad de
Alumnos de Comunicación

indispensable para los comunicólogos que deseen integrarse a estas empresas. Afirmaron también que la televisión mexicana ya no es un monopolio, pues existen nuevas opciones y el principal beneficiado es el

televidente.

Ese mismo día por la tarde, en el panel: “La importancia de la especialización en

los medios impresos”, estuvieron presentes Sergio Garcés, de Publicaciones Continentales de México; Renward García Medrano, de la Revista Tiempo; Diego López de Expansión; y Jorge Ferráez.

Cada ponente habló de su experiencia personal e hicieron un llamado a los estudiantes para que se acercaran al medio profesional, combinando teoría y práctica.

El segundo día de actividades fue destinado a la radio y se contó con la presencia de Adrián Vargas, de Radio programas de México; Alfonso López de las Heras, de Grupo ACIR; además de Pedro Ferríz de Con, Alfredo Domínguez Muro y José Ramón Fernández.

Con respecto al tema: “Las innovaciones en la industria de la radio en México”, Adrián Vargas habló sobre el sistema digital de Multiradio y afirmó que “el único

beneficiado con la competencia será el consumidor”. Pedro González, por su parte, recalcó el interés de su empresa por acercar la radio al público y “bajarla de su pedestal”. Alfonso López, en su intervención, destacó como reto de las radiodifusoras, el hacer propuestas que respondan a la inmensa gama de posibilidades que ofrece el desarrollo tecnológico actual.

Pedro Ferríz de Con, quien tuvo un gran éxito entre los asistentes a su plática, afirmó que el mayor logro de los noticieros radiofónicos actuales es que “ya se está diciendo la verdad”. En esa misma línea, tanto Alfredo Domínguez Muro, como José Ramón Fernández, coincidieron en que “es necesario tener responsabilidad, veracidad y objetividad en lo que se comunica”, además de prepararse y manejar correctamente el idioma.

En cuanto al campo de la comunicación organizacional, Jacobo Schwartzman, consultor, manifestó que quienes se dedican a esta área de las empresas, tienen muchas limitantes, por ser un terreno relativamente nuevo, y el comunicador organizacional debe poseer la capacidad de manejo de grupo ante el cambio.

El tema de publicidad fue abordado por Octavio Magadán, Director de Barba-Magadán; Fernando Santibáñez, Director de la Escuela; Así como miembros de la IAA, versión juvenil, Capítulo

México. Se concluyó que, con el Tratado de Libre Comercio, la publicidad debe tener un carácter global, pero sin descuidar los matices que cada región requiera.

El cuarto día de actividades fue destinado al cine, y se contó con la presencia de María Novaro; Gustavo Montiel, Director del CCC; los guionistas Reyes Bersini y Rafael Montero; y Carlos Amador.

“Hablar del resurgimiento del cine mexicano resulta muy arriesgado, pues este movimiento se ha ido gestando durante varios años. Se puede hablar entonces de un tipo de cine que las condiciones políticas, económicas y culturales han permitido producir”. En este punto coincidieron María Novaro y Gustavo Montiel. Por su parte, los guionistas declararon que la televisión se ha convertido en el refugio de los egresados de escuelas de cine. Y, con una óptica diferente de la situación cinematográfica actual, Carlos Amador afirmó que “el cine mexicano está en crisis, pero necesitamos que vuelvan a tener confianza en él”.

Para tratar el tema: “El periodismo en el mundo de cambios”, estuvieron presentes Héctor Barragán, Víctor Calderón y Luis Suárez. Este último destacó la importancia del comunicólogo ante los avances tecnológicos en los medios diciendo: “El ser humano que está en ellos debe ser algo más que la computación, si bien la computadora sea una de sus útiles herramientas”.

Como actividades especiales dentro de la Semana, se presentó la obra de teatro “El Engaño del Sol”, escrita, producida, dirigida y

actuada por estudiantes de primer semestre de la Escuela de Comunicación. Asimismo, se transmitió en vivo, desde la Universidad Anáhuac, el programa Verdades, conducido por Claudio Córdova. Y, el último día, se llevó a cabo una mesa redonda con alumnos representantes de reconocidas universidades.

Rafael Serrano Partida
Centro Avanzado de Comunicación

REPORTAJE
REPORTAJE

Medios de comunicación y sistemas informativos en México

BOHMAN, Karin: Medios de comunicación y sistemas informativos en México; México, Alianza Editorial mexicana, 1990. 400pp.

Publicado en alemán en 1986, se presenta ahora este voluminoso compendio sobre los media mexicanos. Un trabajo que intenta obsesivamente dar cuenta del desarrollo de los medios que se encargan del control y la regulación sociales: la prensa, la radio y la televisión. Que sepamos este es el primer intento por integrar a lo descriptivo estadístico, el análisis y la histografía de los media desde una visión que muestre las intrincadas y complejas relaciones entre los sistemas informativos y el Estado Mexicano. Para ello parte de la hipótesis (por cierto bastante desacreditada) de la dependencia. Karin Bohman así lo asienta: “lo que más nos interesa es estudiar cómo se desarrollan los medios de

comunicación masiva sujetos a la relación contradictoria entre la dependencia nacional y estatal, la dependencia nacional de economía privada y la dependencia transnacional, cuáles son los factores específicos de México y que contradicciones existen en la política comunicativa”.

Para tal efecto estudia el desarrollo de los medios, haciendo una histografía, desde nuestro punto de vista pobre, que permite enmarcar las funciones de control y regulación sociales y las funciones de autonomía y ejercicio crítico de la información, desde la colonia hasta nuestros días (mediados de la década pasada). Los resultados permiten a Bohman señalar que los medios de comunicación en México inscritos en una larga tradición de control e intervención, ejercida siempre por las burocracias y elites dominantes, han sido sobre todo

LA FORMACION PROFESIONAL DE COMUNICADORES SOCIALES EN MEXICO

Carlos Luna Cortés, del ITESO, realizó una exhaustiva revisión bibliográfica en torno a la formación profesional de comunicadores sociales; en 17 cuartillas reseña y comenta más de 100 artículos, ponencias y documentos. (Dada la naturaleza de ENLACE sería difícil publicar).

Del documento en cuestión se extractan lineamientos generales entre los que sobresalen por su importancia, algunos de los que presentamos a continuación:

Destaca en un primer momento el carácter autorreflexivo de la literatura registrada. Con muy pocas excepciones el análisis, diagnóstico, evaluación y propuestas sobre la enseñanza de la comunicación en México, han sido el producto del propio campo.

Se advierte, por otra parte, la importancia que para la reflexión sobre la enseñanza de la comunicación en México han tenido las organizaciones nacionales y latinoamericanas vinculadas directamente a esta actividad. Cabe destacar entre ellas al CONEICC, la AMIC, FELAFACS y, en menor medida CIESPAL. Dentro de sus diferencias de propósito e integración, estos organismos se han

constituido en promotores de la circulación y difusión de las ideas, tanto de la enseñanza como de la investigación de la comunicación, y de la articulación de los esfuerzos académicos con los problemas nacionales.

En tercer término, se observa el carácter proporcionalmente reducido del número de centros académicos en los que se produce análisis sobre la enseñanza de la comunicación de manera sistemática.

Se observa, en cuarto lugar, el predominio casi absoluto de la ponencia o el artículo corto como formatos de exposición y la revista de divulgación académica como medio de difusión. En contrapartida, son excepcionales los trabajos que incorporan de manera amplia y sistemática datos originalmente producidos con base del análisis.

En relación con los diversos aspectos de la enseñanza de la comunicación en México, los que han merecido un mayor interés son los acercamientos y diagnósticos generales, la relación entre la enseñanza y la investigación y la vinculación entre objeto académico y sociedad.

La dimensión autocrítica de los trabajos revisados pone de manifiesto, como preocupación central, la búsqueda de una relación orgánica entre enseñanza de la comunicación y las necesidades sociales, más allá de las referencias puntuales a espacios laborales específicos.

**En el Fondo de Estudios e
Investigación Ricardo J.
Zevada**

Laura Alejandra Mejía Viggiano
Centro Avanzado de Comunicaciones

El doctor Javier Esteinou Madrid, recibió en el mes de septiembre del año pasado, una de las seis becas -de 20 millones cada una-, otorgadas por el Fondo de Estudios e Investigación Ricardo J. Zevada, la cual preside el doctor Enrique Florescano.

El Fondo de Estudios e Investigación Ricardo J. Zevada fue creado en 1970 con el propósito de apoyar proyectos de investigación en diversas áreas de la ciencia, promover reuniones de especialistas, equipar laboratorios científicos y publicar información de interés general. Además en los últimos años ha organizado ciclos de conferencias, el más reciente se llevó a cabo el mes de octubre del año pasado en donde los temas fueron de lo más variado.

Dado a que el año pasado se recibieron pocas solicitudes para beca, el Comité Técnico del Fondo Zevada, en busca de estimular la investigación científica y tecnológica, invita a todos los académicos del país interesados, a participar en su próxima convocatoria.

**NUESTRAS UNIVERSIDADES
SE COMUNICAN**

La Universidad del Tepeyac A.C. celebró durante el año de 1991 sus 50 años, motivo por el cual la Escuela de Ciencias y Técnicas de la Comunicación organizó diversos actos académicos entre los que destacan: "Nuevas tendencias del Estructuralismo" a cargo del Dr. Abraham Moles, "El Lenguaje del Color" por Eulalio Ferrer Rodríguez, "Tiempo de Cambio" en el que participó Nino Canún, entre los más destacados.

El Centro Avanzado de Comunicación A.C. (CADEC) con la colaboración de la Asociación de Profesionales de la Comunicación A.C. y con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Estado de México, llevaron a cabo un Panel sobre "Nuevos enfoques de las Comunicaciones Corporativas".

Bajo el tema "COMUNICACION EXPERIENCIA SIN LIMITES", el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) campus Morelos, realizó los días 4, 5 y 6 de marzo de 1992 su Cuarto Simposio de Comunicación, en el auditorio del Campus.

La Universidad Iberoamericana, el Claustro de Sor Juana A.C. y el Instituto Nacional de L'Audiovisual de Francia programaron el Curso Taller sobre "Capacitación y Nuevas Tecnologías de Información".

La Universidad del Valle de Atemajac, celebró su 14 Semana Univa bajo el tema general "Encuentro de Dos Mundos en el Occidente de México", estuvieron presentes personalidades de diversas áreas del saber.

"Los Medios de Comunicación y los retos de la Modernización Nacional" fue el evento Magno organizado por la Jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Acatlán.

El Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana sacó a la luz pública, la revista **VERSION**, estudios de Comunicación y Política. Próximamente aparecerá el número dos.

Varias universidades miembros del Consejo, (UAM-X, UIA, UIC, FCPYS DE LA UNAM, CADEC) participaron como invitadas especiales al Foro Nacional de Organismos Públicos de Radio y Televisión, realizado en Acapulco el pasado mes de noviembre.

Ya está a la venta el libro de Fátima Fernández Christlieb "La Radio Mexicana (Centro y Regiones)" editada por Juan Pablos. El libro narra diversas historias tejidas en torno a la radio de la Cd. de México en interacción con la de algunos estados representativos del mosaico nacional.

Diálogos de la Comunicación fue presentada en la librería Opción por Pablo Casares, Néstor García Canclini, Jorge Nieto y Beatriz Solís. A partir del número próximo se imprimirá en México.

La fundación Manuel Buendía A.C. dio a conocer la publicación de Bitácora de la Revista Mexicana de Comunicación. Bitácora es una recopilación y análisis diario de los medios impresos que, presentado en un breve resumen dentro de sus páginas, facilita al lector la consulta de lo más relevante sobre el ámbito de la comunicación.

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey, celebró su Primer Simposio de Comunicación Corporativa el día miércoles 4 de marzo pasado. Bajo el tema "Imagen Corporativa y Comunicación Organizacional", los alumnos de diversas universidades regiomontanas participaron en las conferencias impartidas por personalidades destacadas de Monterrey y la Cd. de México. Entre los participantes más destacados se encuentran el Lic. Ricardo Jacome de Televisa, S.A., el Lic. Javier Saavedra, director de Recursos Humanos de la Zona América Latina Norte de Procter & Gamble, el Lic. Juan Manuel Basave Director de Relaciones Públicas y Comunicación del Grupo Cydsa y el Lic. Mentor Tijerina, Director de Comunicación Social del Estado de Nuevo León.
